

Ingrid Sanz Serra

**PLA D'EMPRESA PER A LA CREACIÓ D'UN ALBERG ECOLÒGIC A FOGARS DE
MONTCLÚS (P.N. MASSÍS DEL MONTSENY): *"L'INDRET DEL MONTSENY"*.**

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigit pel Dr. Jordi Andreu Corbatón

Grau en Turisme



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-seca

2020

ÍNDEX:

Índex d'il·lustracions, taules i gràfics:	4
1. Introducció	6
1.1. Motivació del treball i idea de negoci	6
1.2. Descripció del producte o servei	7
1.3. Visió i concepte del projecte	8
1.4. Teoria de "The Golden Circle".	9
1.4.1. What, "Què?"	9
1.4.2. How, "Com?"	10
1.4.3. Why, "Per què?"	10
2. Estudi de Mercat	11
2.1. Descripció de l'entorn i del sector	11
2.2. Anàlisi de la clientela potencial	15
2.3. Anàlisi de la competència	17
2.4. Model Canvas	20
2.5. Anàlisi DAFO	23
2.5.1. Estratègies de millora	25
3. Localització i distribució	26
3.1. Emplaçament del projecte	26
3.2. Com arribar-hi	27
3.3. Distribució de l'establiment	28
3.3.1. Nombre d'habitacions	28
3.3.2. Capacitat i Distribució de les instal·lacions	28
3.4. Calendari d'obertura	30
4. Estratègia comercial i Pla de màrqueting	32
4.1. Producte	32
4.1.1. Producte bàsic	32
4.1.2. Producte tangible	33
4.1.3. Producte augmentat	33
4.1.4. Serveis relacionats amb l'allotjament, restauració, altres.	34
4.2. Preu	35
4.3. Canals de Distribució	37

4.4.	Promoció	38
5.	Organització i Recursos humans.....	39
5.1.	Organigrama.....	39
5.2.	Definició dels llocs de treball.....	40
5.2.1.	Necessitats de personal	41
5.3.	Contractes i Retribucions	41
6.	Estudi economicofinancer	42
6.1.	Inversió inicial, costos i despeses.....	42
6.2.	Finançament.....	44
6.3.	Ingressos.....	45
6.4.	Despeses fixes	47
6.5.	Resultats a 3 anys.....	48
6.5.1.	Compte de Resultats	48
6.5.2.	Pla de tresoreria	49
6.6.	Balanç de Situació	50
6.7.	VAN i TIR.....	51
7.	Estructura legal de l'empresa.....	52
7.1.	Estructura Jurídica.....	52
7.2.	Normativa i Legislació.	53
8.	Conclusions.....	55
9.	Webgrafia & Bibliografia	57
9.1.	Articles & Legislació.....	57
9.2.	Webs.....	57
10.	Annexos.....	60

ÍNDEX D'IL·LUSTRACIONS, TAULES I GRÀFICS:

Il·lustració 1: Teoria de "The Golden Circle"	9
Il·lustració 2: Mapa de pensions al Montseny	18
Il·lustració 3: Mapa d'hotels del Massís	19
Il·lustració 4: Model CANVAS	20
Il·lustració 5: Matriu DAFO	23
Il·lustració 6: Dominis bioclimàtics del PN Massís del Montseny	61
Il·lustració 7: Principals atraccions turístiques de la marca.....	62
Il·lustració 8: Mapa de càmpings al PN Montseny	68
Il·lustració 9: Ubicació de l'establiment, visió per comarques.....	75
Il·lustració 10: Ubicació de l'establiment, Vista general del PN.....	76
Il·lustració 11: Vista panoràmica de l'establiment amb les connexions BV-5114 a BV-5119.	76
Il·lustració 12: Com arribar a l'establiment amb cotxe, des de Sant Celoni.	77
Il·lustració 13: Com arribar a l'establiment amb més detall.	77
Il·lustració 14: Com arribar a peu, des de Santa Fe del Montseny.	78
Il·lustració 15: Vista aèria del cadastre de l'establiment.	78
Il·lustració 16: Plànol primera planta.	79
Il·lustració 17: Habitació doble amb dos llits individuals.	80
Il·lustració 18: Habitació doble amb llit de matrimoni.....	80
Il·lustració 19: Habitació quàdruple.	81
Il·lustració 20: Habitació compartida.	81
Il·lustració 21: Visió en 3D de l'habitació compartida, visió en detall del bany.....	82
Il·lustració 22: Visió en 3D de l'habitació compartida, visió en detall de l'habitació.....	82
Il·lustració 23: Tercera planta, sala polivalent.	83
Il·lustració 24: Visió en 3D de la sala polivalent.	83
Il·lustració 25: Exemple dels tres nivells del producte segons Kotler.	84
Il·lustració 26: Pàgina principal de l'Instagram de l'empresa.....	86
Il·lustració 27: Exemple de publicació al perfil d'Instagram.....	86
Il·lustració 28: Pàgina principal del Facebook de l'empresa.	87
Il·lustració 29: Exemple de publicació al Facebook de l'empresa	87
Il·lustració 30: Eina de promoció per a empreses a Facebook.....	88
Il·lustració 31: Exemple de promoció a Facebook	88
Il·lustració 32: Vista de l'inici de la pàgina web.....	89
Il·lustració 33: Exemple d'un dels apartats de la pàgina web	90
Il·lustració 34: Pàgina del davant del fulletó imprès.....	90
Il·lustració 35: Pàgina del darrera del fulletó imprès	91
Il·lustració 36: Imatge del logotip de l'empresa.....	91
Il·lustració 37: Pressupost real d'acigrup per al PMS de l'empresa	96
Il·lustració 38: Infografia dels passos necessaris per a l'alta d'autònoms	101

Taula 1: Nombre d'establiments turístics a la província de Barcelona i a la comarca del Vallès Oriental.....	14
Taula 2: Calendari d'obertura, any 2021.....	31
Taula 3: Taula de preus, per tipologia d'habitació i règim	35
Taula 4: Preus dels àpats a l'alberg.	36
Taula 5: Preus per les activitats ofertes.	36
Taula 6: Preus tàctics de l'establiment.....	36
Taula 7: Resum de les funcions de cada departament de l'organigrama	40
Taula 8: Ingressos i costos mensuals potencials	45
Taula 9: Despeses fixes mensuals	47
Taula 10: Compte de resultats a 3 anys	48
Taula 11: Pla de tresoreria a 3 anys	49
Taula 12: Balanç de situació a 3 anys.....	50
Taula 13: Registre de temperatures i precipitacions al Turó de l'Home l'any 2018	61
Taula 14: Preus per habitació i règim amb 6% descompte.	85
Taula 15: Contractes i retribucions del negoci.....	95
Taula 16: Pressupost maquinària	96
Taula 17: Pressupost utilitatge	97
Taula 18: Pressupost mobiliari	98
Taula 19: Pressupost EPIS.....	101
Taula 20: Tràmits necessaris per a l'alta d'autònoms.	102
Gràfic 1: Evolució del turisme estranger a Catalunya del 2015 al 2019.....	12
Gràfic 2: Evolució del turisme estranger a Espanya del 2015 al 2019.	12
Gràfic 3: % de Turistes a Catalunya, per marca turística	13
Gràfic 4: Turistes estrangers a Catalunya l'any 2019, per país d'emissió i motiu del viatge	15
Gràfic 5: Organigrama de l'Indret del Montseny.	39

1. INTRODUCCIÓ

1.1. MOTIVACIÓ DEL TREBALL I IDEA DE NEGOCI

La motivació i objectiu d'aquest treball de final de grau és la de poder desenvolupar un pla d'empresa el més complert possible, per a poder imaginar de la forma més real la creació d'un allotjament turístic al Parc Natural del Massís del Montseny.

Aquesta motivació per fer el treball va lligada a una possible idea de futur, la qual una vegada acabada la universitat és tenir un negoci propi, on poder ser creativa i poder posar en pràctica el que en la meua opinió seria el millor per a l'empresa oferint el major benestar pel client d'una forma totalment lligada a les meves ideologies ecològiques i tenint cura del medi ambient.

L'objectiu del treball és entendre millor i posar en pràctica totes les matèries que ens han impartit al llarg del grau i també d'altres coneixements adquirits en la meua pròpia experiència laboral i estudiantil tant en la universitat com estudis previs (CFGs en Gestió D'allotjaments Turístics). En aquest cas doncs, el grup promotor del projecte seria solament jo, la meua experiència laboral portant negocis és nul·la, però tinc experiència en el sector, concretament de quatre anys a recepcions d'hotels de costa i un any en una agència de viatges, així doncs aquest projecte seria una aventura totalment nova, ja que les tasques a desenvolupar seran de més responsabilitat, però amb les eines adients i els coneixements necessaris es podrà realitzar.

Pel que fa a una motivació científica aquesta està relacionada al fet que segons els informes més recents de la UNWTO¹ i altres associacions del turisme com OSTELEA², el turisme ecològic o anomenat també "*eco-tourism*" serà una de les tendències en alça per aquest 2020 i anys propers. Segons les dades també de la UNWTO, Catalunya és la regió amb més turisme d'aquesta tipologia en tot l'Estat Espanyol, és per aquest fet que la decisió de l'emplaçament també ha estat considerada per aquest factor.

Una vegada explicada la motivació d'aquest treball de final de grau es parlarà sobre la finalitat d'aquest. Com ja s'ha dit la finalitat és realitzar un pla de negoci per implantar una empresa dedicada al turisme ecològic i amb una filosofia de consciència ambiental al Parc Natural del Montseny. Aquest establiment se situarà al mig del parc concretament al terme de Fogars de Montclús i la seva denominació comercial serà "L'indret del Montseny". La idea és crear una empresa d'allotjament turístic en una situació privilegiada dins del parc, la qual sigui sostenible i estigui en un indret idíl·lic al mig d'un entorn 100% natural on poder desconnectar de l'estrès diari.

Aquest alberg oferirà un concepte d'allotjament diferent dels establiments que es troben actualment al PN del Montseny com són els diferents càmpings, pensions o cases rurals, en els quals no hi ha personal dedicat a poder fer activitats i tallers sinó que només ofereixen les instal·lacions bàsiques i se'n hi ofereixen poques de complementàries.

¹ UNWTO, Panorama del turismo internacional, Edición 2019.

² THE OSTELEA TOURISM SCHOOL, Turismo ecológico y sostenible: perfiles y tendencias, 2017.

Així doncs l'establiment proposat en aquest TFG tindrà una oferta complementaria més desenvolupada que la seva competència com es podrà observar en el llarg del treball.

L'estructura del treball està dividida en set apartats, es comença el treball amb una idea general de l'establiment, a tall d'introducció per a poder entendre breument en què consistirà aquest projecte a l'apartat u.

Seguidament a l'apartat segon trobem un estudi del mercat, on s'aprofundeix més en detall els factors externs i interns que poden afectar a l'empresa, el mercat i l'oferta que hi ha en aquesta zona i a Catalunya. Acompanyat pel tercer punt on es troba la localització i distribució del negoci.

Se suma un pla de màrqueting per estructurar la part de la promoció i la imatge que s'oferirà als clients a l'apartat quart. En el cinquè punt trobem l'estructura de recursos humans de l'empresa.

En el sisè i penúltim apartat es farà una anàlisi financera que ens ajudarà a saber si és rendible o no crear aquesta empresa després de veure totes les variables que poden afectar en el seu rendiment i productivitat.

Finalment trobarem un breu apartat sobre l'estructura legal de l'establiment i per a concloure el treball a forma de respondre la hipòtesi de si la creació d'aquest establiment seria factible, s'elaborarà una conclusió.

1.2. DESCRIPCIÓ DEL PRODUCTE O SERVEI

En aquest treball es realitzarà la creació d'un producte turístic el qual serà un alberg al Massís del Montseny, un Parc Natural a la Catalunya central, un lloc magnífic donat la seva naturalesa plena de senders enmig d'un paratge completament verd.

Aquest alberg serà un negoci particular, el qual serà de mida mitjana i molt acollidor, es realitzaran activitats, travessies, tallers, xerrades sobre sostenibilitat... Estarà enfocat doncs com bé ja s'ha esmentat al turisme ecològic.

L'estil serà innovador, amb una capacitat no molt gran, tot l'interior renovat amb mobles de disseny modern i minimalista. Tindrà un gran ambient acollidor, disposarà de diferents zones comuns on poder relaxar-se i diferents tipus d'habitacions tant privades com comunes.

Més endavant al pla de màrqueting se'n descriuran les tres tipologies de producte que l'establiment oferirà, basades en; producte bàsic, tangible i augmentat les quals estaran enfocades en tot moment al client i la conscienciació d'aquests en el món ecològic.

En resum, el servei que oferirà aquest establiment, a part de l'allotjament de persones, serà el servei de la prestació dels nostres espais per a la realització de classes i tallers, així com altres activitats, cobrint així les necessitats bàsiques que es representen en qualsevol allotjament turístic com oferint al mateix temps, la prestació de serveis addicionals

Molt breument, ja que a l'apartat 4.1 s'estendrà la informació al respecte al producte ofert. Els nostres avantatges comparatius són la realització d'activitats adreçades a un món millor, amb una visió i cultura mediambiental. El nostre espai no és només un alberg on allotjar-se sinó on sentir-se integrat i desenvolupat en el món mediambiental.

1.3. VISIÓ I CONCEPTE DEL PROJECTE

En aquest apartat es veurà la visió i el concepte del projecte d'una manera més enfocada en el món empresarial, aquest apartat es basarà en la teoria del "*Big Hairy Audacious Goal*" de Collins i Porras³. Així doncs es comença amb la visió del projecte i seguidament amb el concepte de l'empresa, el qual és en altres paraules el seu objectiu a aconseguir.

L'objectiu és que les persones puguin escapar de la pressió de la vida quotidiana allotjant-se en les instal·lacions i gaudint de l'establiment així com del paisatge i de les instal·lacions i serveis que s'ofereixen alhora que prenen consciència de fets mediambientals o adquireixen coneixements dels diferents tallers o xerrades que s'impartiran. L'efecte relacionat amb aquest objectiu serà una disminució de l'estrès, una major sensació de relaxació, sentiment d'aprenentatge, o confort a l'hora d'exercitar-se entre d'altres.

A més d'aquesta teoria, el "*BHAG*" també condueix a un resultat que es podria incorporar a la visió: l'establiment tindria com a objectiu convertir-se en un *Safe Haven*⁴.

Després d'avaluar els resultats esmentats anteriorment, s'ha creat la **visió definitiva de l'empresa**: crear un espai, "*Safe Haven*", perquè les persones experimentin una sensació de relaxació, consciència i connexió amb el seu entorn per escapar de la pressió de la vida quotidiana en ràpid moviment. Connectant així amb la naturalesa en un espai privilegiat i conscienciant-se de la importància mediambiental i de l'ecologisme.

Per a crear el concepte, s'han establert tres valors fonamentals. Els tres factors principals que seran de gran rellevància i valor per a l'empresa són: Apreciació, redescobriments i desconexió.

La teoria de "*Big Hairy Audacious Goal*" i la visió s'han incorporat al procés de creació del concepte juntament amb els tres valors esmentats. Així doncs **la combinació resultant és el concepte o ideologia de l'empresa** → redescobrir l'apreciació d'una persona pel que realment importa a la vida, com a resultat de tornar a connectar-se amb ell mateix, amb els seus éssers humans i amb el medi ambient, mitjançant la desconexió i l'aprenentatge al nostre establiment.

³ "*Big Hairy Audacious Goal*" o "*BHAG*" es refereix a l'objectiu final desitjat d'una empresa el qual agradaria aconseguir a llarg termini. En aquesta teoria de Collins i Porras es troba una percepció dels efectes i resultats que es duen a terme al mateix temps que s'està aconseguint aquest futur objectiu. (Collins i Porras, 1996).

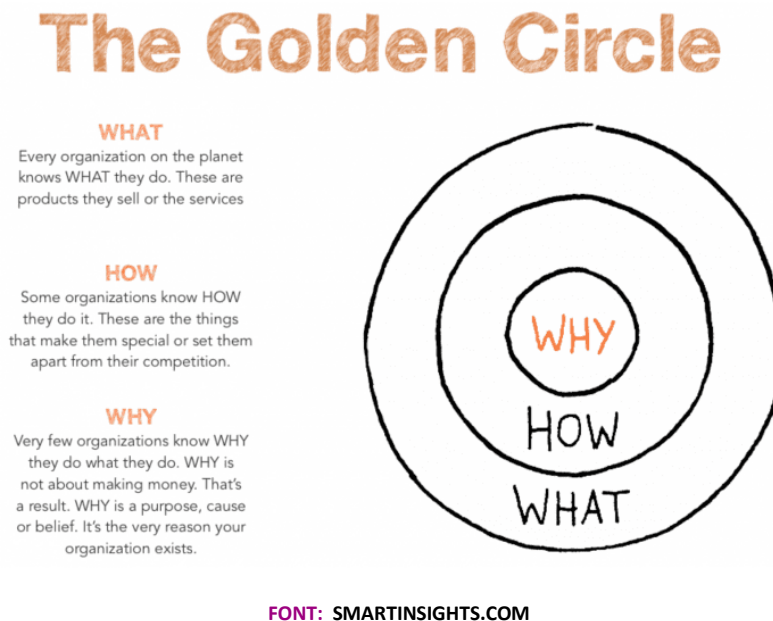
⁴ Segons el Diccionari Urbà (Zoltar Speaks!, 2016), un *Safe Haven*, o en català; Refugi Segur és "un lloc segur on vas a allunyar-te de la bogeria percebuda del món".

1.4. TEORIA DE "THE GOLDEN CIRCLE".

Seguidament es farà ús d'una altra teoria, molt coneguda i aplicada en l'àmbit empresarial, la teoria del cercle daurat o "The Golden Circle". Aquesta teoria (Vegeu la [il·lustració 1](#)), de l'autor Simon Sinek, es defineix en tres conceptes claus; els quals ajuden a diferenciar una empresa. Ja que de vegades aquests elements claus en moltes altres empreses no hi tenen una definició molt concreta i aquestes acaben fracassant.

Els tres conceptes van ordenats i aquests són; "Què?", "Com?", i finalment i el més important i difícil de saber: "Per què?". Plantejar-se aquestes preguntes en una empresa sembla una qüestió molt fàcil però realment és difícil saber-ne la resposta i poder definir-ho en l'empresa i el més important un cop trobades les respostes, és clau saber-ho fer bé. És per això que s'ha aplicat la teoria en l'allotjament hipotètic que aquest treball representa.

IL·LUSTRACIÓ 1: TEORIA DE "THE GOLDEN CIRCLE"



1.4.1. WHAT, "Què?"

El què ofereix una empresa és la qüestió més fàcil de contestar, tota empresa sap quin producte ofereix encara que la seva descripció sigui més complexa, però tothom sap què ven o què ofereix.

En el cas d'aquest projecte el "Què?" Seria respost com a; un lloc/establiment on poder estar amb calma i tranquil·litat en mig de la natura, concretament amb un entorn rural i conscienciat en el medi ambient.

Ara bé, per a que aquest alberg tingui la capacitat de diferenciar-se de tots els altres allotjaments turístics, "què" el fa diferent? I així doncs es respon la següent pregunta.

1.4.2. *How*, “COM?”

Per a poder respondre el què fa diferent el negoci, hem de pensar en “com?”. S’ha de pensar en el producte què ofereix però de quina manera. La nostra empresa es diferenciarà mostrant el seu potencial a gent que necessita alliberar-se de l’estrès diari oferint diferents tallers i activitats, també tindrà un espai de lectura, un hort ecològic on es mostraran diferents tècniques de cultius, classes de ioga...

El “Com?” serà definit de la següent forma; oferint allotjament amb un plus de conscienciació ambiental a base de la inserció en tècniques i procediments, xerrades i ideologies.

1.4.3. *Why*, “PER QUÈ?”

Finalment el que poques empreses tenen clar o no demostren, és el “Per què?”. Quin propòsit volen aconseguir realitzant la seva activitat? Moltes empreses no ho defineixen o inclús ni ho saben i és per això que potser fracassen. Sempre s’ha de tenir en compte el perquè es fan les coses, sempre s’ha de tenir present l’objectiu i el motiu d’aquest.

El “Per què?”, no és per a fer diners, no és per a poder fer-se ric o fer-se famós. Tot això són els resultats que es poden obtenir fent bé la feina o oferint uns bons serveis, però per a poder obtenir aquests resultats hem de saber quina és la finalitat del que fem.

Així doncs el “Per què?” de l’establiment va relacionat en què avui en dia, la gent està sobrecarregada i aclaparada per la quantitat d’impulsos i informació que es troba diàriament. També amb el progrés negatiu el qual està avançant la crisi climàtica que s’està vivint actualment. Segons Richard S. Lazarus; “L’estrès psicològic es refereix a una relació entre persona i entorn”. (Lazarus, 2009). És per aquest estrès psicològic i degradació de l’entorn i clima que les persones estan sofrint actualment un estrès psicològic i en el nostre establiment volem alleujar.

Responent doncs la qüestió del “Per què creem aquest espai?” L’empresa busca estimular la relaxació, la desconexió i ser un suport pel que fa a un refugi d’alliberament d’aquest estrès alhora que ajuda de forma objectiva o subjectiva al medi ambient.

Així doncs el “Per què?”, és: perquè la gent pugui desconnectar-se de la fatiga que viuen diàriament i trobar-se en un entorn on no haver de preocupar-se de res. El propòsit de l’empresa és l’alliberament i la conscienciació dels seus clients per al seu benestar físic i psicològic a l’hora que el del medi i la natura.

2. ESTUDI DE MERCAT

Per a començar amb aquest segon punt del treball de final de grau es realitzarà un estudi de mercat, aquest anirà pautat per la definició que es troba a l'Enciclopèdia de Catalunya⁵.

Aquest estudi de mercat s'elaborarà en aquest punt del treball complementant-se amb el tercer i el quart apartat, abordant així tots els punts mencionats en la definició de l'enciclopèdia de la manera més detallada possible per entendre el sector, l'entorn, factors interns i externs, etc.

2.1. DESCRIPCIÓ DE L'ENTORN I DEL SECTOR

Per a poder entendre l'anàlisi quantitatiu dels turistes que visiten Catalunya i més concretament l'àrea on es trobarà l'establiment es començarà amb l'anàlisi de l'entorn descrivint breument les qualitats del Parc Natural del Montseny.

L'empresa com ja s'ha esmentat se situa en el Parc Natural del Massís del Montseny, aquest massís és reconegut com a Parc Natural i també Reserva Mundial de la Biosfera per la UNESCO des de l'any 1978. Es pot trobar més informació sobre el PN descrita breument per entendre'n les característiques a l'**Annex 1** d'aquest treball.

El massís del Montseny es localitza entre les tres comarques de la Selva, Osona i el Vallès Oriental. Aquestes tres comarques doncs es troben entre les marques turístiques Costa de Barcelona, Costa Brava i Paisatges de Barcelona. Aquest fet de la diferenciació del territori català en les diferents marques ens ajudarà a entendre una mica més el turisme de la zona, però per a poder aprofundir més en l'interès que ens suposa al nostre negoci, estudiarem el turisme a Espanya, Catalunya i la Comarca del Vallès Oriental, que és, on dins del PN se situa el futur alberg.

Així doncs es començarà amb una exploració del sector turístic en els diferents territoris; estatal, comunitat autònoma i comarcal.

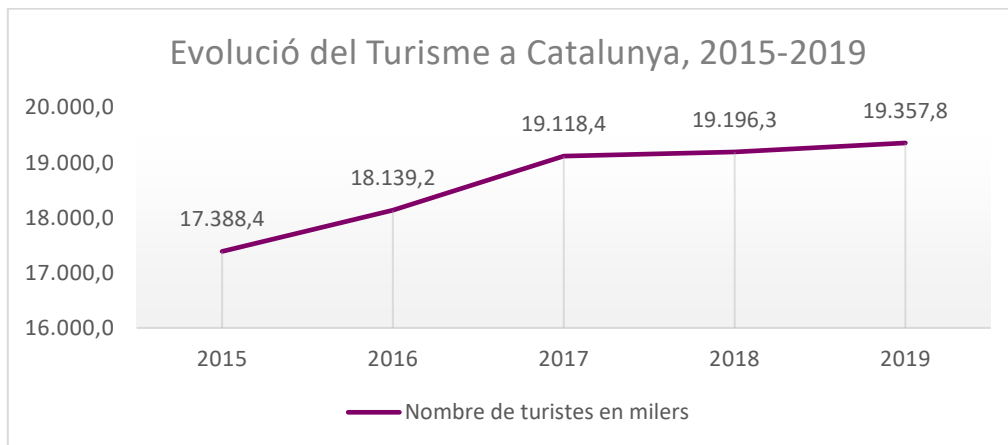
Segons les dades de la Generalitat de Catalunya, l'any 2019 a Catalunya hi va haver un total de 26,1 milions de viatgers, dels quals un ~74% d'aquests són turistes de fora de l'estat espanyol. Així doncs com es pot visualitzar al **Gràfic 1** i al **Gràfic 2**, el turisme estranger a més de representar la major part del turisme, és un sector en alça. Les dades per a poder representar de forma gràfica i entendre de millor manera aquests resultats, són extretes de l'IDESCAT⁶ i l'Observatori del Turisme de Barcelona⁷.

⁵ "Investigació que té com a objectiu la recerca, recollida i anàlisi d'informació relativa a un mercat, i que se centra en aspectes com la definició de mercat, l'anàlisi de l'oferta i la demanda, els preus, els canals de distribució, l'anàlisi de la competència o les necessitats dels consumidors."

⁶ Indicadors bàsics de turisme estranger 2020, IDESCAT.

⁷ Informe de l'activitat turística 2018 i 2019, Observatori del Turisme de Barcelona.

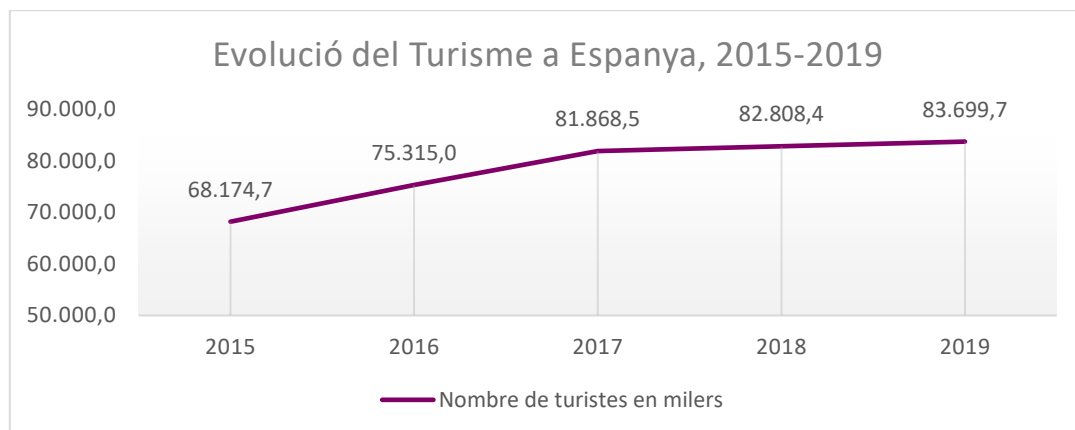
GRÀFIC 1: EVOLUCIÓ DEL TURISME ESTRANGER A CATALUNYA DEL 2015 AL 2019.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE LES DADES DE L'IDESCAT.

Com es pot apreciar en el **Gràfic 1** el turisme estranger a Catalunya des de l'any 2015 ha sofert un increment, aquest es veu molt marcat després de l'any 2015 i a partir del qual es va estabilitzar en els següents anys. Sent així una variació interanual del +4,4% i +5,4% en els anys 2015 i 2016 en comparació a la variació anual de +0.4% i +0.8% dels anys 2017 i 2018. Així i tot s'espera que en els futurs anys segueixi anant en augment, encara que pel primer trimestre d'aquest 2020 ja s'ha notat una davallada⁸ pel cas de la pandèmia global que s'ha estat vivint aquest principi de 2020 i que tindrà els seus efectes futurs.

GRÀFIC 2: EVOLUCIÓ DEL TURISME ESTRANGER A ESPANYA DEL 2015 AL 2019.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE LES DADES DE L'IDESCAT.

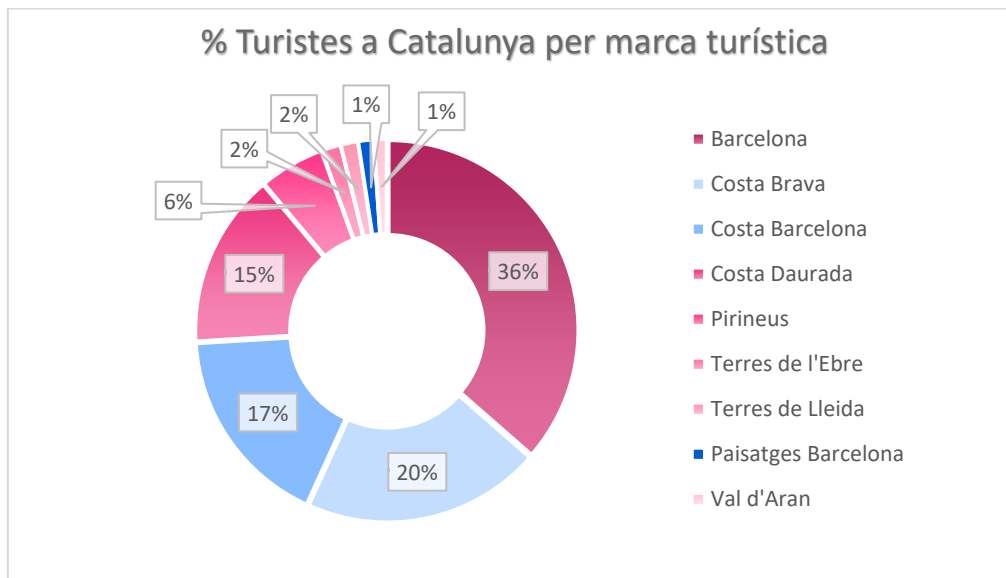
D'igual manera que en el cas del turisme a Catalunya, el turisme a Espanya ha anat incrementant al llarg dels anys i s'ha estabilitzat d'igual manera que Catalunya, encara que seguint amb un increment vora de l'1,1% interanual.

D'aquests dos gràfics podem veure com el turisme de Catalunya suposa aproximadament un 23% del turisme de l'estat espanyol. Aquest és un fet que cal destacar a l'hora de les tendències turístiques i el perquè de l'elecció d'aquest pla de negoci a Catalunya.

⁸ Dades extretes de l'IDESCAT, nombres encara provisionals.

Un cop havent analitzat el volum de turistes estrangers que Catalunya i Espanya atrauen. S'analitzarà on es queden aquests turistes, aquesta anàlisi serà més concreta, com s'ha mencionat amb anterioritat al principi de l'apartat 2.1 i en l'**Annex 1**, el Massís es troba dins de tres marques turístiques diferents⁹, així doncs s'analitzarà el turisme a Catalunya (nacional i estranger) per marques turístiques, per poder veure quin és el pes del turisme de Catalunya a la zona que integra el nostre establiment.

GRÀFIC 3: % DE TURISTES A CATALUNYA, PER MARCA TURÍSTICA



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE L'IDESCAT

Com es pot observar al **Gràfic 3**, s'han destacat en un color blau les tres marques turístiques les quals són més d'interès per a l'anàlisi del sector del nostre alberg. Pel que fa a percentatges, si s'analitzen de forma individual; es pot observar com la major part de turisme de Catalunya visita Barcelona ciutat com a destí principal del seu viatge. Encara que no sigui l'àrea on es trobi emplaçat l'allotjament, també és una dada interessant, ja que l'allotjament estarà situat a tan sols una hora i vint minuts de la capital. Si ens basem amb nombres reals, tenim que de 26,1 milions de visitants, més de 8 milions visiten Barcelona.

D'altra banda les dues marques turístiques que segueixen el destí preferit dels viatgers, són dues de les tres marques turístiques que integren el PN Massís del Montseny, sent aquestes Costa Brava i Costa de Barcelona amb un 20% i un 17% respectivament del total de viatgers que visiten Catalunya.

Finalment analitzant l'última marca turística que integra el PN, Paisatges de Barcelona, es pot observar com aquesta no té massa èxit entre els turistes, ja que tan sols un 1% la visiten. Finalment però si s'analitzen les tres marques en conjunt, ja que les tres marques integren el PN, veiem com formen un 38% del turisme a Catalunya, superant així per un 2% el tant per cent de turistes que visiten Barcelona ciutat.

⁹ En localitzar-se en tres comarques limítrofes, la totalitat del parc es veu dividida en les següents marques turístiques: Costa de Barcelona, Paisatges de Barcelona i Costa Brava.

Així doncs podem entendre del **Gràfic 3**, que el turisme a la zona on s'emplaçarà el futur alberg té un gran pes en el total de viatgers que visiten Catalunya.

Per a acabar aquesta anàlisi del sector, es realitzarà una anàlisi de l'oferta turística, aquesta es basarà en la comparativa de la província de Barcelona i la comarca del Vallès Oriental on com ja s'ha dit s'emplaçarà el futur negoci.

TAULA 1: NOMBRE D'ESTABLIMENTS TURÍSTICS A LA PROVÍNCIA DE BARCELONA I A LA COMARCA DEL VALLÈS ORIENTAL.

	2018		2019	
	PROVINCIA DE BARCELONA	COMARCA DEL VALLÈS ORIENTAL	PROVINCIA DE BARCELONA	COMARCA DEL VALLÈS ORIENTAL
HOTELS	843	45	857	45
PENSIONS I HOSTALS	496	22	503	22
APARTAMENTS TURÍSTICS	78	2	85	2
HABITATGES D'ÚS TURÍSTIC	18.211	213	19.793	270
CÀMPINGS	76	8	76	8
TURISME RURAL	642	60	656	59
ALBERGS	164	4	165	3
TOTAL	20.510	354	22.135	409

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE LES DADES DE L'OBSERVATORI DEL TURISME DE BARCELONA.

Com es pot observar a la **Taula 1** la comarca del Vallès Oriental ha tingut poques variacions entre els anys 2018 i 2019, es pot observar com el cas dels habitatges d'ús turístic han augmentat en un 26,76% però d'altra banda el turisme rural i els albergs han perdut un establiment en cadascun dels casos.

D'aquesta **Taula 1** podem extreure la informació que del total d'establiments de la província de Barcelona, els situats al Vallès Oriental suposen aproximadament un 2% del total, donat que la concentració més grossa dels establiments es troba a la ciutat de Barcelona i els seus voltants.

A forma de conclusió d'aquests anàlisis del sector es pot entendre com el sector turístic està en constant evolució a tota Catalunya, anant en augment de forma progressiva, en canvi la comarca del Vallès Oriental es veu bastant estancada, aquesta característica es troba en destinacions que ja són madures¹⁰, així doncs establir un negoci amb una visió innovadora en un entorn madur és una oportunitat de poder reanimar l'àrea.

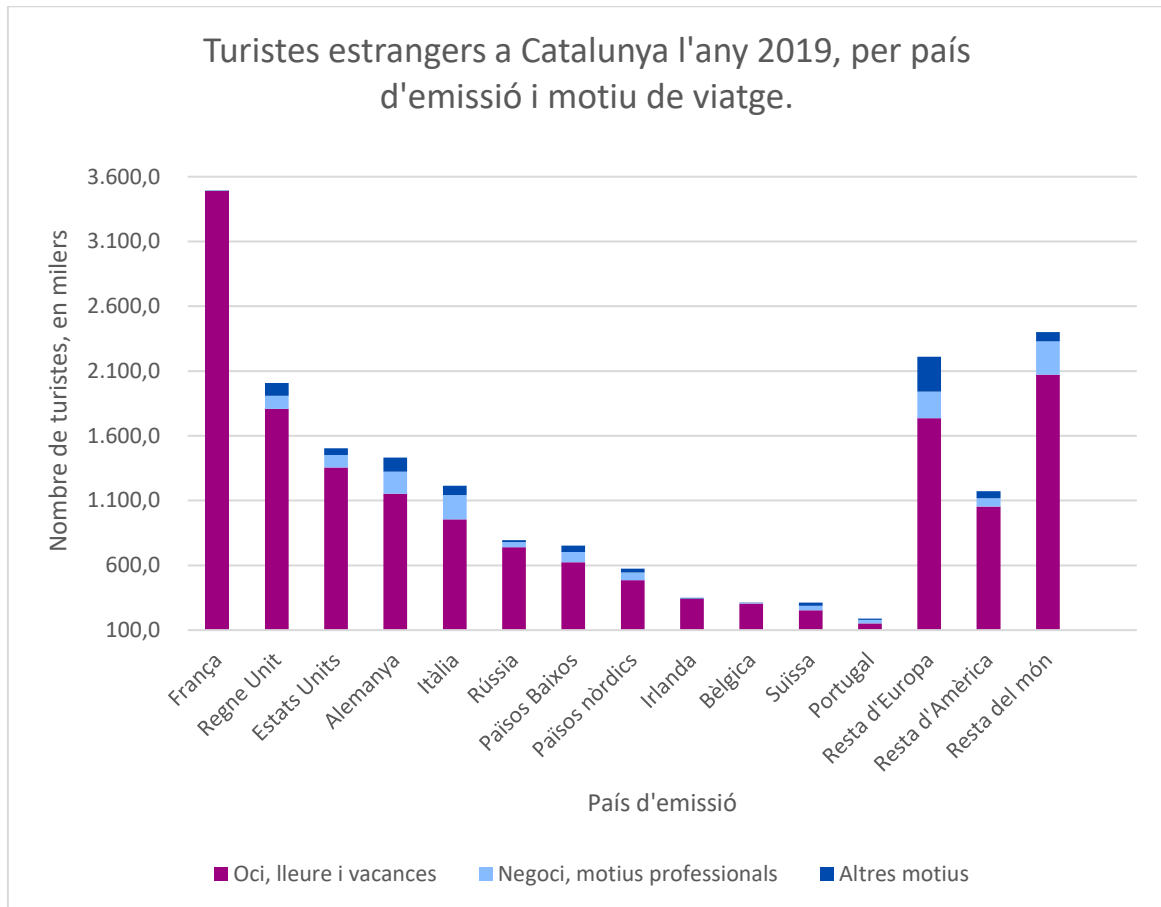
Un altre punt a tenir en compte és que hi ha molts establiments denominats albergs, però que realment per les seves característiques com a negoci estan categoritzats dins d'una altra categoria, així doncs el nombre d'albergs a la Comarca del Vallès Oriental en comptes de ser 3 pot ser major si ens deixem guiar pels serveis i instal·lacions i la seva denominació comercial en comptes de la seva categorització legal, més endavant es podrà observar en l'anàlisi de la competència.

¹⁰ Es fa referència a la tercera etapa; etapa de maduresa, del cicle de vida d'un producte.

2.2 ANÀLISI DE LA CLIENTELA POTENCIAL

En tot negoci és essencial saber definir el que serà el mercat potencial o anomenat d'altra manera, el públic objectiu de l'empresa. Aquest mercat ve definit pels turistes que acostumen a visitar la zona i a més els turistes als quals com a empresa et vols adreçar i diferenciar. Així doncs per a poder trobar el públic objectiu d'aquest pla d'empresa s'analitzen els turistes estrangers que arriben a Catalunya i la tipologia de turistes que es volen aconseguir captar en l'alberg.

GRÀFIC 4: TURISTES ESTRANGERS A CATALUNYA L'ANY 2019, PER PAÍS D'EMISSION I MOTIU DEL VIATGE



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE LES DADES DE L'IDESCAT.

Com es pot apreciar en el **Gràfic 1** Catalunya va rebre aproximadament un total de 19,4 milions de turistes estrangers. Observant doncs la classificació d'aquests, per país d'emissió en el **Gràfic 4** elaborat de les dades anuals del 2019¹¹. Observem que els turistes estrangers principals són els francesos suposant un 21% del total amb un nombre de 4.066,4 milers de turistes, seguit pels turistes britànics amb uns 2 milions de turistes sent aquests un 10,4% del total i en tercer lloc trobem el mercat estatunidenc amb un 7,8% format per un total de 1.504,2 milers de turistes.

¹¹ Balanç turístic anual. Any 2019, Observatori del Treball i Model Productiu.

Dins del **Gràfic 4** es pot observar com gairebé el 86% dels turistes viatgen per motius d'oci, lleure i vacances, només un 8,3% dels viatgers ho fan per motiu de negocis i finalment trobem un 6,3% que viatgen per altres motius. Una altra dada que no s'observa en el gràfic però s'obté del balanç turístic anual¹², és que de totes aquestes arribades de turistes estrangers només el 19,9% ha programat i contractat el seu viatge com a paquet turístic, així doncs la gran majoria fa la contractació de forma individual, aquest apunt serà una informació interessant per l'apartat de promoció i canals de distribució que es veurà més endavant.

Amb l'ajut de les dades extretes de l'Informe¹³ ja mencionat, es pot observar com en la província de Barcelona la major part dels turistes són homes amb un percentatge del 59,5% d'homes respecte al 40,5% de dones. Pel que fa a l'edat dels viatgers com es pot observar a l' **Annex 2**, el percentatge més elevat de turistes en tota la província són els viatgers entre 25 i 34 anys amb un 29,1% del total seguidament amb un 21,6% els viatgers de 35 a 44 anys. Finalment de les dades extres del mateix informe es pot observar que la major part dels viatgers ho fa acompanyat de les seves parelles amb un 42,2% en contra del 25,5% que viatja sol.

Així doncs el públic objectiu de *l'Indret del Montseny* considerant el mercat real de Catalunya i de la província de Barcelona i tenint en compte els factors i la visió que el negoci vol transmetre, seran principalment famílies que estimen la muntanya, el medi ambient i que a més estiguin fatigades. Tant l'establiment com el destí ofereix moltes activitats perquè tota la família pugui gaudir i divertir-se i, alhora, relaxar-se. És per aquest fet que el "*target group*"¹⁴ de l'empresa no té una edat definida, ni serà un grup reduït, tant poden ser homes com dones, com matrimonis amb o sense fills o gent que ve sola en busca de pau. L'únic atribut que comparteix el públic el qual l'alberg s'enfocarà són les característiques de cerca d'harmonia, adquisició de coneixements i tranquil·litat, com ja s'ha esmentat.

Un altre grup objectiu de l'alberg són els grups d'amics; les activitats que s'ofereixen a l'establiment són tant com per a grups com per a clients individuals. El Massís no només ofereix activitats esportives i de senderisme, sinó que també ofereix activitats més relaxants per allunyar-se de la seva vida diària i aquestes es poden gaudir tant si es viatja sol com si es viatja acompanyat, a més en el nostre establiment tenen la possibilitat d'allotjar-se en grup fins a 8 persones en una mateixa habitació.

El darrer grup objectiu de *l'Indret del Montseny* són les parelles. Aquest grup és el que els agrada la cultura, la història i la natura; i volen gaudir i relaxar-se amb les seves respectives parelles.

No s'espera centrar-se en cap nínxol de mercat. El públic de l'establiment, tal com ja s'ha dit, seran persones que estaran fatigades de la seva vida diària i preocupades per la salut del planeta; principalment famílies amb nens i, d'altra banda, parelles, grups i individuals.

Pel que fa a la nacionalitat dels clients es buscarà la màxima integració del mercat estranger, basant-se en els francesos, anglesos i altres països europeus així doncs com dels Estats Units, bastant-nos en les dades del **Gràfic 4**.

¹² Informe de l'activitat turística Barcelona 2019, Observatori del Turisme a Barcelona.

¹³ Informe de l'activitat turística Barcelona 2019, Observatori del Turisme a Barcelona.

¹⁴ En l'àmbit de la publicitat, els anglicismes *target*, *target group* i *target market*, s'utilitzen com a sinònims per a designar al destinatari ideal d'una determinada campanya, producte o servei.

2.3 ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA.

Segons la web oficial del PN Massís del Montseny el recinte del Parc alberga un total de 13 allotjaments sense comptar els càmpings, els quals segons la guia oficial d'allotjaments turístics de Catalunya en són vuit en la comarca del Vallès Oriental, però situats dins del parc en trobem només quatre. Així doncs el conjunt d'allotjaments turístics dins del parc és de 17, els quals tots ells són considerats competència per l'establiment però en diferent mesura.

D'altra banda, s'ha de tenir en compte que el Parc té un conjunt de 18 municipis dins de la seva dimensió, cal afegir doncs que en aquests municipis es troben també els anomenats HUB's, els habitatges d'ús turístic. Aquests estan regulats de diferent manera que els allotjaments turístics, i no es consideren actualment per l'empresa una important competència, ja que aquests HUB's no ofereixen activitats, ni tenen el valor afegit que la nostra empresa dona. És per aquest fet que al estar enfocats en diferents segments de mercat, no se'ls considera una gran amenaça, però sí que se'ls ha de tenir en compte, ja que són més places d'allotjament que ofereix la destinació.

La llista d'allotjaments (sense quantificar els *HUBS* ni els hostals-pensions) la qual compta ara per ara el Parc, és la següent:

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1. Alberg El Polell | 9. Hotel Sant Bernat |
| 2. Alberg Masia de Vallforner | 10. Hotel Can Barrina |
| 3. Alberg rural Casanova de Sant Miquel | 11. Hotel rural Els Vimets |
| 4. Apartaments Cal Ferrer | 12. Hotel Can Vila |
| 5. El Corral del Mataró | 13. Turisme rural La Morera |
| 6. Escola de Natura la Rectoria de Vallcàrquera | 14. Càmping les Illes |
| 7. Hotel Can Cuch | 15. Càmping Masia Can Cervera |
| 8. Hotel Sant Marçal | 16. Càmping Les Piscines. |
| | 17. Càmping de Fontmartina. |

Amb l'ajuda de la informació de la pàgina web oficial del parc i també recerca de la informació de cadascun dels allotjaments, s'ha determinat que els allotjaments que més competència es consideren són els anomenats albergs, els quals realment són allotjaments de turisme rural. Aquests se'ls considera els competidors de més pes pel fet d'oferir el servei d'activitats i també estar molt focalitzats en la filosofia ecològica.

Se'n fa un breu resum de: l'alberg El Polell, Masia de Vallforner, Casanova de Sant Miquel i Turisme Rural la Morera, ja que després de la seva anàlisi s'han determinat que són els establiments que més competència suposen pel futur negoci. A l'**Annex 3**, es pot visualitzar una fitxa tècnica de cadascun dels seus serveis i activitats i un breu comentari comentant el grau de competència que se'ls hi atorga donat les seves característiques.

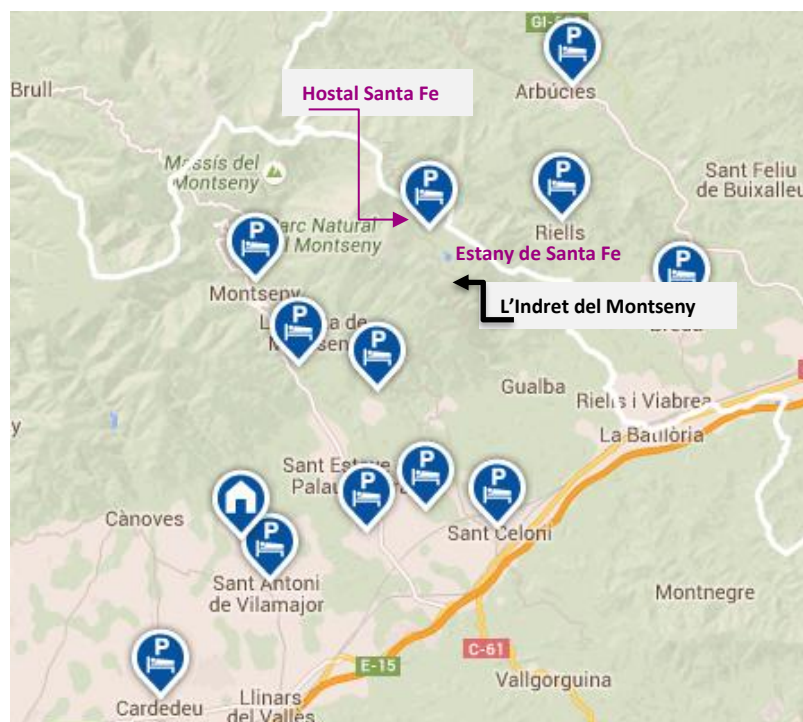
Els càmpings són una altra competència que cal considerar, encara que en menor mesura. Aquests acostumen a tenir preus més reduïts que els albergs pel fet que no disposen de les mateixes facilitats i serveis així com tampoc ofereixen tallers ni activitats d'oci. La tipologia de client als que s'adrecen són les famílies i hi ha més volum de clients, donat que tenen més places. No es busca la connexió amb l'ecologia ni l'harmonia ni serenitat, sinó que són espais per a gaudir de l'exterior, la piscina i la convivència amb més gent, és per això que no són una gran amenaça pel negoci. Per aquest fet que s'han analitzat els 4 càmpings de la zona a l' **Annex 4** i s'ha arribat a la conclusió que aquests no suposen un gran "enemic" per a l'alberg.

A continuació, després d'haver determinat i analitzat els diferents albergs i càmpings de la zona els quals són la competència més directa per *l'Indret del Montseny*, es farà una petita menció de les altres tipologies de negoci que es troben al parc.

Una de les altres tipologies d'allotjament que es troba dins del parc són les pensions i hostals, aquests allotjaments no tenen un caràcter de competidor en el nostre negoci donat que només ofereixen l'opció d'allotjament, i disposen d'instal·lacions molt bàsiques. La majoria d'aquests establiments són fondes, és a dir allotjaments on tenen servei de restaurant per a persones les quals no estan allotjades.

Aquesta tipologia d'establiment té un públic objectiu el qual busca només poder allotjar-se per estades curtes, com podrien ser per exemple gent que vagi a fer rutes de senderisme, d'un dia o dos, o inclús un cap de setmana. No s'ofereixen serveis ni activitats complementàries. A la **Il·lustració 2** es pot observar el nombre total de pensions en el PN i els seus voltants.

IL·LUSTRACIÓ 2: MAPA DE PENSIONS AL MONTSENY



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA IMATGE EXTRETA DE CATALUNYA.CAT/MAPA

Com es pot observar a la **II·lustració 2**, una de les pensions està ubicada de forma molt propera al que serà l'emplaçament de l'alberg; l'*Indret del Montseny*. Es pot observar a la **II·lustració 2** com l'hostal Santa Fe, està ubicat damunt del Pantà que rep del mateix nom, el qual està a 2 minuts en cotxe des del nostre establiment com es podrà observar en el punt 3.1 del treball.

Aquesta pensió és un restaurant i a la vegada hostel el qual compta amb poques habitacions, només ofereix el servei d'allotjament i restaurant. No compta amb cap altre servei així que com ja s'ha dit, no suposa un gran risc tot i la seva ubicació.

Per acabar amb l'anàlisi de la competència i de les diferents tipologies d'allotjaments que es troben en el PN Massís del Montseny, es pot apreciar a la **II·l·lustració 3** que hi ha 6 hotels al Massís. Aquests són l'hotel Sant Marçal, Sant Bernat, Can Barrina, Els Vimets, Can Cuch i Can Vila.

IL·LUSTRACIÓ 3: MAPA D'HOTELS DEL MASSÍS



FONT: GOOGLE MAPS

D'una manera igual a la dels càmpings i els hostals o pensions, els hotels no es consideren allotjaments competidors, donat a la seva tipologia de client i els serveis que ofereixen. Aquests acostumen a tenir preus més elevats i les seves característiques es diferencien pel confort de les habitacions i les instal·lacions, és per aquest fet que no se'n fa cap anàlisi en profunditat d'aquests. Només cal destacar que els hotels nomenats són hotels categoritzats des d'una estrella com és el cas de l'hotel Sant Marçal fins a 5 estrelles com és l'hotel de luxe Can Cuch. L'hotel Can Bernat és un allotjament de tres estrelles i finalment Can Barrina de dues. També mencionar que cap d'ells es troba pròxim a l'emplaçament del futur negoci, prenent sempre com a punt referència l'estany de Santa Fe.

2.4 MODEL CANVAS

IL·LUSTRACIÓ 4: MODEL CANVAS



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

En aquest apartat es parlarà d'un altre tipus d'anàlisi previ a l'obertura del negoci, similar a l'anàlisi DAFO, anomenat Model *Canvas* a l' **Annex 5** estan cadascun dels 9 apartats que formen el model *Canvas* explicats per a facilitar la comprensió dels mateixos. En aquest apartat doncs es troba la resolució de l'anàlisi, avaluat forma simplificada donat que molts d'ells s'analitzaran més profundament al llarg del treball i d'altres ja s'han mencionat amb anterioritat.

Es comença amb l'apartat u, **els socis estratègics**, en aquest apartat es pot observar que els socis fonamentals seran els diferents proveïdors, igual que en tota empresa de serveis i allotjaments són de vital importància els proveïdors d'aliments, begudes, productes de neteja, etc. D'altra banda seran socis estratègics els que aporten el seu gra d'arena al nostre valor afegit; els professors de ioga, de les diferents activitats de relaxació, la gent experta en l'ecologia, etc. En ser un establiment turístic, tot i que de petita mida, és necessari tenir un anomenat motor de reserves o banc de llits, aquests es veuran el l'apartat dels canals de promoció. Finalment per aquest apartat trobem els socis gestors i administratius, com el banc i la gestoria.

Seguidament hi trobem **les activitats clau**. Per començar trobem les activitats bàsiques de tot allotjament com són el contacte directe amb el client i personal 24 hores al dia disponible, la recepció d'aquests, l'atenció personalitzada... De manera interna, el manteniment i neteja diària de l'establiment, el màrqueting i la comercialització, gestió de reserves, programació de les activitats, etc. I per l'altra banda, les activitats que oferirà l'Indret del Montseny; tallers de modelatge de fusta, de flora i fauna, xerrades, classes de ioga, cursos d'ecologia...

Després tenim **els recursos clau** els quals com a principal tenim el Parc del Montseny, que és on es troba el negoci i pel qual vindran els nostres clients. En segon lloc hi tenim el personal que serà poliglota i podrà atendre així les necessitats de tots els clients sense problema, després hi trobem la importància que tenen les nostres instal·lacions, aquestes tot i estar en una casa rural i antiga, seran totes reformades i modernes, l'interior de la masia tindrà un toc acollidor i amb estil, transmetrà pau. De manera molt relacionada trobem la infraestructura de la qual ens beneficiaríem per fer diferents activitats tant a l'exterior de la masia com en l'interior, la major part s'intentarà sempre realitzar en l'exterior, però si el temps no ho permet, no hi haurà cap inconvenient en desplaçar la programació i activitats a l'interior. El recurs clau més important és que l'empresa serà coneguda per la seva visió empresarial; la de ser l'alberg ecològic i un lloc on poder desconnectar, no un alberg per esportistes o un allotjament on només anar per a descansar després de l'activitat física, sinó on poder apreciar la importància de la vida i la natura i realització de diferents activitats enfocades en el pensament *medi ambientalista*, aquest recurs s'aconsegueix gràcies al personal involucrat amb creences i idees lligades a la visió de l'empresa.

A continuació trobem **la proposta de valor**. Aquesta s'observa al llarg dels punts d'aquest treball de forma reiterada; són els nostres serveis i activitats. Aquestes han sigut ja comentades en l'apartat anterior en els recursos clau, són doncs la conscienciació ambiental de l'empresa, l'agricultura ecològica, l'ús d'energies renovables, reciclatge de materials, tot el repertori d'activitats, tallers i xerrades, també els treballadors subcontractats els quals seran professionals i experts en el sector. I la més important és la creació d'un espai de desconnexió, els clients vindran fatigats de l'estrès diari i sortiran relaxats, amb una altra mentalitat i visió, la proposta de valor és fer valorar als clients l'espai del *Safe Heaven* al qual s'allotjaran.

A més a més tenim la **relació amb els clients** la qual serà contacte directe amb el client des del primer moment; sempre hi haurà algú a l'alberg disposat a atendre els clients, se'ls farà la recepció d'aquests, se'ls ensenyarà les instal·lacions, el programa d'activitats, etc. Qualsevol necessitat o desig que tingui el client se l'intentarà satisfer de la millor manera possible. En les xerrades i tallers, s'intentarà sempre un tracte personalitzat, es sabrà el nom del client per dirigir-s'hi de forma individualitzada i transmetre així una millor sensació, etc. Tindrem un gran contacte amb els clients de forma digital, aquest serà molt important per l'establiment per a poder atraure clients així com fidelitzar-los. Es realitzarà amb l'ús de les xarxes socials, TripAdvisor, Google Opinions, etc. De manera interna s'aconseguiran els correus electrònics dels clients i es faran enviaments massius, perquè els clients rebin ofertes, promocions, felicitacions i ens tinguin sempre presents.

Molt relacionat amb el punt anterior trobem **els canals**. Seran la pròpia pàgina web de l'establiment tant per fer promoció, canal de venda directa, etc. Després trobem les empreses intermediàries per a la venda indirecta de les habitacions i també per la promoció i recepció d'opinions; Booking i TripAdvisor entre d'altres i les xarxes socials ja mencionades. Cal no oblidar-se dels canals directes més tradicionals com el correu electrònic i el telèfon, i finalment una eina de promoció que realment mereix molt la pena és Mailchimp¹⁵.

També tenim els nostres **segments de clients** els quals ja s'han vist definits a l'apartat 2.2 d'aquest treball, els nostres clients seran principalment turistes internacionals, de classe mitjana alta, els quals com ja s'ha dit estiguin fatigats i busquin la relaxació. Parlem doncs de famílies, grups d'amics, individuals, etc. Tots ells tenen en comú la filosofia de vida de l'establiment, valoren l'entorn i l'aprecien, busquen adquirir nous coneixements. El rang d'edat serà majoritàriament adults i joves, tot i que els nens es veuran també agrupats dins de la segmentació formant part de les famílies.

Les despeses; aquestes seran principalment els pagaments a proveïdors, les despeses alimentàries, els salaris al nostre personal i als serveis subcontractats com els professionals, professors i experts, també es tindran en compte les despeses extres derivades del manteniment de les instal·lacions, si algun utensili es trenca o necessita ser canviat, etc. Trobem també els costos fixos i semi fixos com l'aigua, gas, internet i la llum. També s'han de tenir en compte el pagament d'impostos i taxes de forma anual o trimestral que un establiment comporta, així com una quota d'autònoms. El pagament mensual del crèdit inversor a l'entitat bancària, les despeses del gestor de forma mensual en la seva quota i finalment el pagament a les empreses de venda indirecta dels nostres serveis com pot ser *Booking* o els altres associats.

Per acabar es fa menció **als ingressos** els quals a la llarga suposaran ser un benefici però primerament serviran per recuperar la inversió i poder pagar el crèdit concedit per l'entitat bancària, aquests ingressos doncs seran la manutenció, les nits que els clients s'allotgin, tots els ingressos derivats de les classes i tallers i un ingrés extra que no serà constant serà el lloguer dels espais si se sol·licita. Els pagaments es podran realitzar amb efectiu o targetes de crèdit.

¹⁵ Aquesta empresa ofereix un gran ventall de funcionalitats per a promocionar un negoci, tot i que la que més es treballarà en l'empresa és l'enviament massiu de correus, amb ofertes, promocions, felicitacions d'aniversari, etc.

2.5 ANÀLISI DAFO

IL·LUSTRACIÓ 5: MATRIU DAFO

DEBILITATS	AMENACES
- Necessitat de finançament a través de crèdit bancari. - Gerent nova sense experiència en un càrrec similar. - Grans despeses d'obra per crear un lloc idoni. - Necessitat de permisos i llicències.	- Càmpings i turisme rural de la zona. (Competència) - Accés restringit, manca de transport públic. - Futura crisi econòmica. - Desconeixement de l'establiment per part dels consumidors. - Possible reducció dels clients per estacionalitat a causa de les nevades de l'hivern.
FORTALESES	OPORTUNITATS
- Ubicació privilegiada en mig de la natura, dins un PN declarat Patrimoni natural i cultural per la UNESCO. - Millores en la gestió de la localització i transport públic, per facilitar l'accés. - Coneixements de diferents activitats en la natura, diferents tòpics i consciència social i mediambiental. - Establiment amb caràcter innovador dins de la competència actual. - Gerent emprenedora. - Promoció afegida a l'estar dins la marca turística "Costa i Paisatges de Barcelona", comparat amb l'anterior "Catalunya Central". - Possibilitat de lloguer dels espais. - Coneixements de les noves tecnologies, ajudant així a la promoció i la publicitat. - Facilitat a l'hora de vendre experiències ecològiques per a escapades a gent que necessita un "break". - Target group adaptable a diferents grups d'edat i tipologia de clients. - Possibilitat d'obrir l'establiment tot l'any. - Personal amb coneixements de llengües estrangeres; francès, alemany i anglès. I expert en els seus camps. - Oferta de manutenció a part de l'allotjament.	- Increment dels turistes de natura, verd, rural, ecològic... - Més conscienciació climàtica per part de la societat amb la situació que s'està donant actualment amb la crisi climàtica. - Possibles ajudes de la Generalitat pel fet de vendre la marca turística "Barcelona és +". - Esdeveniments, excursions i sortides, tallers, activitats ja creades pel mateix parc del Montseny o altres associacions. - Integració a la web oficial del Parc Natural. - Únic establiment de la zona amb aquesta mentalitat i visió de negoci.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

A forma de resum dels punts anteriors s'analitzarà la situació competitiva del futur negoci amb el mètode DAFO. Aquest mètode analitza els pros i contres de l'establiment; dividit en quatre apartats; dos de negatius i dos de positius els quals corresponen a les sigles de la seva denominació: **Debilitats** i **Amenaces** els negatius i **Fortaleses** i **Oportunitats** els positius. A l'**Annex 6** podem trobar l'explicació de cadascun dels quatre elements.

Després d'elaborar la matriu DAFO. Observem que hi ha un nombre més elevat de fortaleses i oportunitats que debilitats i amenaces. Això vol dir que a primera vista és una anàlisi favorable.

Dins d'aquestes **fortaleses** trobem que el nostre establiment s'enforteix principalment pels aspectes derivats de la natura, el Parc Natural i la seva ubicació i tots els beneficis que aquest aspecte comporta. D'altra banda les altres fortaleses principals es basen en els serveis oferts, la proposta de valor i la visió del negoci que en altres establiments respecte de la competència no es poden trobar. I finalment amb l'equip humà del negoci, coneixements tecnològics, innovadors, equip de professionals en el camp d'ecologia, relaxació, tècniques naturals...

En l'àmbit intern hi trobem les **debilitats**, aquestes són gairebé totes inevitables. Més que res hi trobem la falta d'experiència en ser una gerent nova en el món empresarial i la gran inversió econòmica, que això al llarg dels anys canvia però el primer any és irrefutable. També hi trobem la necessitat de demanar permisos i llicències, fet inevitable en l'obertura de qualsevol negoci.

D'altra banda trobem en l'àmbit extern les **amenaces**, aquestes són: la competència la qual ja s'ha analitzat a l'apartat 2.3, la manca de transport públic, el desconeixement d'un establiment nou com a qualsevol empresa de nova obertura i finalment trobem que a partir de l'any 2020 esdevindrà una crisi econòmica i mundial que afectarà de manera molt significant al turisme a causa de la pandèmia COVID-19, aquesta pandèmia ha afectat i afectarà molts sectors i el turisme serà un dels majors afectats donades les restriccions a l'hora de viatjar.

Per acabar trobem les **oportunitats** externes al negoci, hi trobem doncs l'increment de la conscienciació ambiental i de l'estrès en la societat del segle XXI el qual serà d'ajuda a l'hora d'augmentar els clients potencials de l'empresa. D'altra banda aquesta visió de negoci no es veu en la competència, tenint doncs l'oportunitat de destacar per ser un establiment únic i finalment trobem les oportunitats d'adhesió, la possibilitat de reconeixement per part de la marca turística de "Barcelona és més", per estar localitzats dins de la marca Costa de Barcelona i Paisatges de Barcelona i l'oportunitat també formar part de diferents excursions, tallers, activitats, esdeveniments... organitzats per empreses i associacions del Parc Natural.

Seguidament després d'haver analitzat la matriu i cadascun dels quatre components del DAFO, es buscaran les estratègies a fer per poder reduir en el major nombre les amenaces del negoci i poder aconseguir així el major nombre de clients.

Hi ha quatre estratègies de millora: defensiva, ofensiva, de supervivència i reorientació. En el cas d'aquest establiment l'estratègia escollida serà de caràcter defensiu. Aquesta estratègia doncs serà explicada amb més detall de forma concreta pel nostre establiment en el següent subapartat.

2.5.1 ESTRATÈGIES DE MILLORA

L'estratègia proposada per l'establiment és de caràcter defensiu en els punts *maxi-mini*, que són les fortaleses i les amenaces. També se l'anomena estratègia FA (Fortaleses vs. Amenaces)¹⁶. És difícil lluitar contra les influències del mercat i de l'entorn per això s'ha d'actuar amb molta cura, ens hem d'adaptar utilitzant els avantatges competitius i intentar minimitzar les amenaces.

Les estratègies que es plantegen són les següents:

1. Per poder reduir l'amenaça del desconeixement de l'establiment, es combatrà amb la fortalesa de l'entorn i ubicació ideal, l'únic establiment visió innovadora i ecològica i també amb els coneixements informàtics d'una gerent jove amb bones eines de promoció digital. Ja que altres cases rurals de la zona estan ubicades també en el mateix entorn, però la gerència no gestiona de la mateixa manera les xarxes socials o les eines de promoció en línia com es podrà observar més endavant. Així doncs, gràcies a la promoció insistent en línia per diversos canals l'amenaça que suposa el desconeixement d'un negoci per primera obertura, es veuria minimitzat.
2. L'altre amenaça que es combatria seria la de la crisi en certa manera ficant preus ajustats al mercat, perquè tota mena de clients puguin venir i gaudir dels nostres serveis i tallers. Realment aquesta crisi és una amenaça molt evident que serà difícil de minimitzar, és per això que l'estratègia serà simple adaptació de preus i serveis per a les futures necessitats del sector.
3. L'amenaça de la competència és impossible d'eliminar però es poden crear productes estrella destacant de diferents maneres la proposta de valor de l'establiment com ja s'ha anat destacant al llarg del treball, així doncs l'estratègia seria la diferenciació per serveis minimitzant així el risc que comporten els competidors.
4. L'amenaça que suposa la possible reducció de clients per estacionalitat pel clima de la ubicació, es veurà minimitzada amb la creació d'espais a l'interior de l'establiment com ja s'ha mencionat en la fortalesa sobre les infraestructures, creant així espais polivalents tant a l'exterior com a l'interior del nostre terreny per poder fer front així a l'estacionalitat i al clima, tenint així sempre la fortalesa que sigui quina sigui l'estació, els tallers i d'altres activitats podran seguir en l'agenda de l'establiment.
5. Finalment l'amenaça que hi ha és la de la manca de transport públic, aquest fet podria combatre's amb una fortalesa que fos contractar algun servei tipus *transfer* o crear un conveni amb alguna companyia de taxis de la zona o transports per a la recollida dels clients als nuclis urbans més propers.

¹⁶ Segons Olivera, & Hernández, (2011). L'estratègia FA (Fortaleses vs. Amenaces), es basa en el fet que les fortaleses de la institució poden enfrontar les amenaces de l'entorn. El seu objectiu és maximitzar les primeres mentre es minimitzen les segones. Aquesta situació no significa necessàriament que l'organització hagi de dedicar-se a buscar amenaces per a enfrontar-les sinó tot el contrari, les fortaleses de l'empresa han de ser aplicades oportunament.

3. LOCALITZACIÓ I DISTRIBUCIÓ

En aquest apartat del treball es parlarà de la ubicació i distribució de l'establiment, fins ara s'ha mencionat en tot moment que el negoci estarà ubicat a la comarca del Vallès Oriental dins del Massís del Montseny i molt pròxim al Pantà de Santa Fe, és per aquest motiu que en aquest apartat s'especificarà la ubicació exacta de l'empresa, així com les formes d'arribar-hi i per últim la distribució del mateix en forma de plànols i imatges.

3.1. EMPLAÇAMENT DEL PROJECTE

L'elecció de la localització d'aquest futur negoci prové d'una cerca en diferents Parcs Naturals de Catalunya on un establiment d'aquestes característiques encaixaria perfectament. El motiu principal d'haver escollit aquest Parc és que la zona del Massís del Montseny no està tan explotada com una zona de costa com poden ser la Costa Brava o la Costa Daurada o una zona de muntanya com els Pirineus o la Vall D'Aran...

Un establiment rural i ecològic en un lloc poc explotat (en comparació a altres destinacions) com és el Massís és un emplaçament perfecte per a poder desconnectar en mig de la natura i a més oblidar que estàs fent turisme, ja que com a persona no et sents envoltat d'altres turistes i negocis massificats pel sector. A més en l'elecció també s'ha tingut en compte que estigui ben comunicat com es podrà veure en el següent apartat i també que el PN Massís del Montseny està a la província de Barcelona, la qual té més densitat de població¹⁷ i per aquest fet, hi haurà més públic objectiu que reuneixi les característiques que es busquen en el nostre *target group*.

En primer lloc doncs es mencionarà la ubicació, aquesta serà com ja s'ha dit a la comarca del Vallès Oriental, exactament al terme de Fogars de Montclús, en mig d'una carretera dins del Parc Natural del Massís del Montseny. L'adreça serà la següent: Camí de Fontmartina a Santa Fe de Montseny, 08479, Barcelona. Vegeu a l' **Annex 7** l'emplaçament del projecte.

Per a poder precisar, l'establiment es trobarà a prop del Pantà de Santa Fe, entre els municipis de Santa Fe del Montseny i el Montseny, pujant per Campins, situat a la carretera BV-5114 en una finca que connecta amb dues carreteres comarcals. Vegeu a l' **Annex 7** a la **Il·lustració 10** on es troba localitzat dins del PN Massís del Montseny i la **Il·lustració 11** amb més precisió. Com es pot apreciar en aquestes dues imatges, l'establiment es troba connectat a la carretera secundària del Parc Natural, que connecta Sant Celoni amb Viladrau, la BV-5114.

Actualment aquesta finca és d'ús privat, no hi ha cap negoci ni empresa que en faci un ús turístic. S'ha fet cerca en les pàgines web de reserves *Booking* i *Airbnb* per a comprovar que la masia no s'ofereixi com a habitatge d'ús turístic i tampoc. És per aquest fet que serà un emplaçament idoni per a començar-hi un negoci, ja que actualment només té un ús exclusivament agrari¹⁸.

¹⁷ Dades extretes de l'IDESCAT, densitat de població a Catalunya 2019.

¹⁸ Informació extreta de la Seu Electrònica del Cadastre.

3.2. COM ARRIBAR-HI

Una vegada definida la ubicació de l'emplaçament del negoci, s'han de valorar totes les opcions per a poder arribar-hi. Les rutes principals per arribar des de dos punts principals que envolten el PN com són Vic i Sant Celoni són les següents:

Autopistes:

-  AP-7 Des de València a la Jonquera. Sortida Sant Celoni.
-  AP-2 Des de Saragossa o Lleida fins a Vic.

Carreteres:

-  BV- 5114. Sant Celoni – Massís (Per Campins / Sant Celoni)
-  BV- 5119. Sant Celoni – Massís. (Per Montseny / Vic)

Com es pot apreciar a l'**Annex 8** per accedir a l'establiment amb un vehicle propi es pot venir tant com per carretera nacional com per autopista fins a Sant Celoni, prenent l'AP7 o autopista del Mediterrani o la C-61 o C-35 com carreteres nacionals. Després a Sant Celoni s'ha d'agafar ja la carretera comarcal BV-5114 durant 20 kilòmetres i després entrar 100 metres a mà esquerra a la BV-5119 pel camí de la Font Martina a Santa Fe i es trobarà l'establiment. Vegeu la **II·lustració 13**, per a més detall.

També com informació addicional a la ubicació trobem que l'Indret del Montseny està situat només a una hora i 20 minuts de Barcelona capital. A 50 minuts de Granollers, i 45 minuts de Vic, també s'ha calculat la distància des de l'aeroport la qual és d'1 h 24 minuts.

Una vegada donades les indicacions per arribar-hi amb transport privat, es faran menció als transports públics, aquests s'hauran de complementar amb un servei de recollida, donat que l'establiment està en mig d'una carretera i no en un nucli urbà.

L'accés amb transport públic al Parc Natural del Montseny com ja s'ha comentat és molt limitat, tot i això hi ha diferents opcions que connecten amb els nuclis de població dels petits municipis que es troben dins del parc.

Aquestes opcions són la combinació del servei d'autobús i tren. Per a poder accedir a l'establiment, el nucli de població més pròxim és el municipi de Santa Fe del Montseny.

Si es vol accedir al Parc Natural amb tren, es pot fer a través de les estacions de RENFE que hi ha als municipis d'Aiguafreda, Breda, el Figaró, la Garriga, Riells i Viabrea, Sant Celoni, Santa Maria de Palautordera i Seva (estació de Balenyà). Tots aquests municipis es troben fora del Massís, per a poder accedir completament dins el Parc s'hauria de completar la ruta amb els autobusos de línia que surten des de Sant Celoni i arriben fins a Santa Fe, concretament el número 573.

Des de Santa Fe, s'hauria d'anar amb taxi o amb algun servei de transport privat fins a l'establiment el qual es troba a 1 kilòmetre per carretera fins al nucli de població. Si es volgués anar caminant, no és una distància llarga, ja que aproximadament amb uns 10-12 minuts es podria arribar, però no és recomanable; ja que no hi ha un pas per a vianants en la carretera i seria perillós. Vegeu la **II·lustració 14** de l'**Annex 8** per a més detall.

3.3. DISTRIBUCIÓ DE L'ESTABLIMENT

3.3.1. NOMBRE D'HABITACIONS

El nombre d'habitacions del que disposarà l'establiment serà de cinc habitacions dobles, que podran ser tant com d'ús individual com triples amb l'opció de ficar-hi el llit supletori i/o bressol. Tres d'aquestes cinc habitacions tindran dos llits individuals separats i les altres dues tindran un llit de matrimoni.

Per altra banda hi haurà dues habitacions compartides, seran dues habitacions cadascuna amb vuit llits. Aquestes es poden llogar per grups o també s'oferiran amb només l'opció d'allotjar-se individualment compartint habitació. Finalment també hi haurà una habitació quàdruple.

Cadascuna de les habitacions tindrà el seu propi bany amb una dutxa i una pica. En el cas de les habitacions compartides tindran un quarto de bany compartit però amb dos lavabos i dues dutxes cadascuna.

Així doncs la capacitat màxima de tot l'allotjament serà de 35 persones allotjades, comptant ja les possibles terceres persones o infants de les habitacions dobles.

3.3.2. CAPACITAT I DISTRIBUCIÓ DE LES INSTAL·LACIONS

Per començar amb aquest apartat s'ha de fer menció a què segons les dades de la Seu Electrònica del Cadastre, aquesta finca està dividida en dues referències cadastrals, la de la finca agrària i la masia, la qual és terreny habitable¹⁹.

La finca té una totalitat de terreny d'aproximadament unes 3,6 hectàrees (35.059 m²), les quals avui en dia són totes d'ús agrícola o inutilitzades, en un futur aquestes es condicionaran per a fer-hi activitats a part de l'ús agrícola que ja tenen avui dia. Pel que fa a les infraestructures habitables aquestes tenen 219 metres quadrats per planta²⁰. Es pot observar el mapa cadastral a l'**Annex 9**.

Després d'haver fet menció a les dimensions de l'emplaçament de l'establiment així com al total d'habitacions que l'alberg tindrà a disposició de les persones allotjades, es parlarà de les instal·lacions que seran d'ús comú. Aquestes són: el menjador, la zona exterior de la finca i dues sales d'estar.

Tot l'establiment tindrà un total de tres plantes; totes accessibles amb ascensor i escales. La planta baixa serà on es trobarà l'àrea comuna principal, on hi haurà el menjador, la recepció, la sala de lectura, etc. La segona planta seran les habitacions i finalment a la tercera es trobarà una altra àrea comuna, la qual estarà habilitada per poder fer els tallers i activitats en cas que no es poguessin fer a l'aire lliure.

¹⁹ Informació extreta de les dues referències cadastrals: 08080A005000040000HL i 000616200DG52D0001JD.

²⁰ Informació extreta de les dues referències cadastrals: 08080A005000040000HL i 000616200DG52D0001JD.

Per a poder visualitzar les diferents infraestructures i tipologies d'habitacions s'han creat uns plànols virtuals, en els quals es poden veure a l' **Annex 10** un seguit d'imatges. En aquests plànols s'obté la perspectiva aèria de les 3 plantes de l'establiment, incloent-hi una representació de les diferents tipologies d'habitacions.

A la planta baixa hi haurà una sala d'estar entre la recepció i el menjador, conjuntament amb el punt d'informació del Parc Natural i hi cabran màxim unes 15 persones, serà la primera impressió que tindrà el client en arribar a l'alberg, podrà seure en uns sofàs, podrà llegir...

El menjador serà comú per tots els clients amb una capacitat màxima de 48 persones. Les taules estaran dividides en 8 taules llargues amb capacitat de 6 persones cadascuna, a través de la totalitat del menjador. A l'hora dels àpats depenent de l'ocupació que es tingui en aquell moment, si són grups o no; es muntaran totes les taules juntes o es deixaran separacions entre les taules per deixar més intimitat a les persones allotjades individualment.

A la segona planta com ja s'ha mencionat, es troben les diferents habitacions.

Finalment tindrem una tercera planta, que serà la sala de relaxació i lectura on hi haurà llibreries, prestatges, pufs, sofàs, llum més relaxants inclús s'hi trobarà un piano. Tot aquest mobiliari es podrà desplaçar i quedarà lloc suficient per a poder realitzar les activitats en cas de necessitar un lloc tancat. Aquesta sala tindrà la capacitat màxima de 40 persones.

La capacitat exterior pot arribar a ser de fins i tot mil persones, ja que com s'ha mencionat anteriorment la finca és molt gran, amb un total de 3,6 hectàrees. S'ha de dir però que l'exterior estarà habilitat per a realitzar activitats, però la gran part del terreny seguirà sent d'ús agrícola, així doncs es podran fer activitats a l'exterior amb una capacitat màxima estimada d'unes 120 persones. Tot i que no serà gaire comú donat que les activitats tindran un màxim de participació aproximat d'unes 40 persones.

Un altre punt a tenir en compte són les instal·lacions sanitàries i les que seran d'ús intern de l'empresa com són: els quartos de bany, la cuina, el despatx o *back office* i una habitació per a guardar els utensilis de neteja. Aquestes habitacions i infraestructures que es trobaran repartides en les 3 plantes de l'establiment, estaran disposades de la següent manera:

Dos quartos de bany a la planta baixa, un per dones i un per homes.

Després a la segona planta trobarem que cada habitació té un bany individual per 2 persones o per a 4 hostes en el cas de l'habitació quàdruple, en el cas de les habitacions de grups, com ja s'ha mencionat hi ha dos lavabos, dues piques i dues dutxes en cada habitació.

La recepció tindrà una capacitat de 3 persones com a màxim, i la cuina igual. Que serà el personal que tindrem treballant diàriament 3 o 4 persones.

Disposarem d'un *office* per la cambrera de pisos en la segona planta on cabran un màxim de dues persones, serà una habitació de mida petita on poder deixar tot el material necessari per a la neteja diària.

3.4. CALENDARI D'OBERTURA

Com s'ha mencionat a l'apartat 2.5 sobre l'anàlisi DAFO, l'establiment ofereix l'oportunitat d'estar obert tot l'any gràcies a l'adequació de les infraestructures, donant la possibilitat d'allotjar a clients i realitzar tallers tant als mesos més freds com als més càlids, ja que les infraestructures interiors estaran adequades per estar-hi i també realitzar les activitats que als mesos d'estiu es realitzen a l'exterior. Tot i aquesta adequació de la finca, en la previsió del primer any s'ha establert un calendari d'obertura, en el qual l'alberg romandrà tancat sis setmanes l'any 2021.

Aquesta decisió s'ha pres per diversos motius, després del primer any d'activitat i del seu futur anàlisi, es valorarà l'opció de seguir tancant aquestes setmanes o no tancar. Els motius pels quals s'ha pres la decisió d'establir aquest calendari d'obertura que es pot apreciar a la **Taula 2**, són els següents:

- ✚ Com s'ha analitzat a la **Taula 13** de l'**Annex 1**, el clima al PN Massís del Montseny és molt fred als mesos d'hivern, quedant les carreteres glaçades i els paratges plens de neu, esdevenint així una estacionalitat en els turistes. Aquest fet es veurà reflectit en una baixa ocupació en els mesos més freds sense esdeveniments importants, com són abans i després de les festes de Nadal.
- ✚ Tancant un petit temps l'establiment, s'ofereix la possibilitat de poder posar-lo a punt si es necessita fer qualsevol petita reforma o arranament que s'hagi produït al llarg de l'any i no s'hagi pogut arreglar mentre l'alberg estava obert.
- ✚ A l'apartat 5 sobre els Recursos Humans de l'empresa es farà menció sobre el nombre de treballadors que tindrà l'alberg, aquests com tots els treballadors de qualsevol empresa tenen el seu dret de trenta dies de vacances anuals, així doncs tancant un total de quaranta-dos dies l'alberg, els treballadors tenen l'oportunitat de gaudir d'aquests dies i inclús alguns més.

Tal com s'aprecia a la **Taula 2**, les sis setmanes de tancament del negoci estan repartides en tres setmanes al mes de novembre i tres setmanes al mes de gener. Aquest fet és fruit de la decisió presa perquè els dos són mesos freds i no hi ha cap activitat especial ni festiu que pugui augmentar l'ocupació, així doncs es considera que són mesos on l'ocupació serà molt baixa i que no sortiria a compte tenir obert.

S'observa també al llarg del calendari (**Taula 2**) que hi ha marcades en color verd diferents dates, aquestes dates d'estades especials s'analitzaran amb més detall a l'apartat 4.2 i 4.1.4 quan es parla sobre els preus tàctics i els diferents productes que ofereix l'alberg.

Aquestes dates són dies significants a Catalunya, els quals la majoria de gent no treballa i celebra amb família o amics, són oportunitats doncs de tenir el negoci obert i treure'n una rendibilitat extra. D'igual manera amb les dates assenyalades amb color groc, els dies festius a tota Catalunya; s'han de tenir en compte per si es poden realitzar ofertes puntuals promocionant "ponts" o altres dies especials que no s'hagin tingut en compte en l'apartat 4.1.4 i 4.2.

Finalment totes les dates marcades amb color rosa, són els dies els quals l'establiment estarà obert i tindrà la seva agenda i programació d'activitats i tallers disponible al públic.

TAULA 2: CALENDARI D'OBERTURA, ANY 2021

Gener							Febrer							Març						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	22	23	24	25	26	27	28
25	26	27	28	29	30	31								29	30	31				
Abril							Maig							Juny						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
			1	2	3	4						1	2		1	2	3	4	5	6
5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30	28	29	30				
							31													
Juliol							Agost							Setembre						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
			1	2	3	4							1			1	2	3	4	5
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30			
							30	31												
Octubre							Novembre							Desembre						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26
25	26	27	28	29	30	31	29	30						27	28	29	30	31		

	ESTABLIMENT OBERT
	ESTABLIMENT TANCAT
	FESTIUS A CATALUNYA
	ESTADES ESPECIALS

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

LLEGENDA :

4. ESTRATÈGIA COMERCIAL I PLA DE MÀRQUETING

En aquest apartat s'elaborarà l'anomenat Pla de Màrqueting, aquesta eina és una eina indispensable en qualsevol empresa. Segons Laia Cardona, autora d'un blog en línia sobre el màrqueting (Cyberlinck, 2019) no hi ha una definició 100% correcta del terme, però es pot definir de manera general al conjunt d'activitats i estratègies que les empreses han de desenvolupar per a poder créixer amb l'objectiu de satisfer les necessitats dels clients, assolir els objectius de l'empresa i d'aquesta manera aconseguir un benefici en el negoci.

Aquestes activitats que desenvolupa l'empresa i que s'engloben dins el terme màrqueting són entre altres el fet de vendre un producte, promocionar-lo, dissenyar-lo, etc. És per això que l'any 1960 *E. Jerome McCarthy* va crear el terme de *Màrqueting Mix*, conegut generalment per les 4 P's, aquestes "P" fan referència a: **Product, Price, Place and Promotion**²¹. Així doncs els elements del màrqueting mix de *McCarthy* són els elements que tota empresa ha de conèixer i ha de controlar per a poder tenir una correcta estratègia comercial.

4.1. PRODUCTE

En aquest apartat s'explicarà el producte segons la definició de (Kotler, 1988)²². Aquesta definició és molt útil pel sector serveis com és el cas d'un establiment turístic, ja que el producte en un servei té unes característiques determinades. Segons l'economista i expert en màrqueting, el producte s'ha d'enfocar en les necessitats del consumidor i d'aquestes necessitats es pot descriure qualsevol producte o servei en tres nivells. Vegeu a l'**Annex 11**, una descripció amb exemples dels tres nivells del producte o servei.

4.1.1. PRODUCTE BÀSIC

Per començar es defineix el producte bàsic o nuclear com els serveis o beneficis per part del consumidor, en aquest cas client, que ell mateix cerca. Dit en altres paraules és el motiu pel qual aquest client potencial vindrà al nostre establiment. Aquests motius poden ser molt variats, en el cas d'un establiment turístic per exemple podrien ser qualsevol d'aquests: descansar, rentar-se, relaxar-se, divertir-se, gaudir de l'entorn...

Així doncs **producte bàsic** que ofereix *l'Indret del Montseny*, serà la relaxació i descans en mig de la natura, la diversió i coneixements que s'obtenen fent activitats, aprendre i conèixer més sobre el Parc i sobre la naturalesa i el medi ambient, gaudir del moment, poder alliberar-se de l'estrès diari, viure una experiència única...

²¹ Traduït al català són: el producte, preu, distribució i promoció.

²² Segons *Kotler* la definició de producte és tot allò que s'ofereix a un mercat per a poder ser adquirit, utilitzat o consumit i a la mateixa vegada satisfà un desig o necessitat.

4.1.2. PRODUCTE TANGIBLE

El producte tangible és el que l'establiment ofereix, els seus serveis i instal·lacions, s'ofereix en un determinat preu i en determinats moments. Per dir-ho en altres paraules serien les infraestructures, els mobles, els serveis, les ofertes, les manteniments, etc.

Així doncs el **producte tangible** de l'alberg estarà format per diferents variants, parlant del mobiliari; el disseny de l'establiment serà molt innovador, tot de mobles nous, estil minimalista en colors blanc, gris i vermells, es disposarà de llits de matrimoni com d'individuals i s'oferirà el servei de bressol o llit supletori pels nens.

Per una altra part les nostres instal·lacions seran; pàrquing, una sala on llegir llibres amb uns sofàs per poder parlar amb altres clients si es desitja, els jardins exteriors per a realitzar les activitats i descansar-hi, l'espai menjador i finalment les instal·lacions de dormitoris i banys, tant com compartits com individuals com ja s'han esmentat en el punt anterior.

D'altra banda el producte tangible al qual tindrà un determinat preu seran les diferents estades que s'oferiran, les quals seran les nits amb les diferents tarifes d'allotjament i manutenció, hi ha la possibilitat d'allotjar-se en regim d'allotjament i esmorzar, mitja pensió amb dinar o sopar i amb pensió completa. El servei de restaurant serà sempre pels clients, no per gent que no estigui allotjada. El preu variarà segons la tipologia d'habitació adquirida pel client.

4.1.3. PRODUCTE AUGMENTAT

El producte augmentat és definit com el que ens porta més enllà en l'estada, els detalls, les característiques del personal, regals, etc. Aquests detalls permeten diferenciar-se encara més a part de la diferenciació primordial del producte tangible. Serien els valors afegits, per sobre de les expectatives del client.

El **producte augmentat** en aquest cas es basarà en el fet que els nostres responsables de les activitats seran professionals del sector i amb coneixement de llengües estrangeres, d'altra banda hi haurà servei 24 hores per qualsevol urgència dels clients, aquests serien els punts a destacar parlant del personal deixant clar l'amabilitat que mostraran en tot moment.

En el cas de les habitacions i els petits detalls, si es sap que l'habitació ha estat llogada per alguna ocasió especial s'hi ficaran uns sabons artesanals o un centre amb diferents flors o fruites del jardí, una altra opció de regal; depenent de l'ocasió poden ser unes postres fetes per la casa.

En l'àmbit de les instal·lacions, el fet de poder tenir una sala amb una petita biblioteca on poder intercanviar opinions o fins i tot algun "llibre viatger²³", són detalls que la gent aprecia. També valorar que la infraestructura és adequada tant per l'estiu com per l'hivern. L'entorn, rodejat de natura sense carreteres principals a la vora, s'hi troba una absència de sorolls estridents i es respira pau.

²³ Els anomenats llibres viatgers són llibres que es deixen en llibreries o espais públics a canvi d'agafar-ne un altre, signant-lo amb data i lloc, al final es pot apreciar que gràcies a l'intercanvi entre viatgers, el llibre pot arribar lluny.

4.1.4. SERVEIS RELACIONATS AMB L'ALLOTJAMENT, RESTAURACIÓ, ALTRES.

Després d'haver explicat amb la teoria de *Kotler* els diferents serveis que l'establiment ofereix amb els diferents nivells de "producte", aquests seran explicats de la manera més detallada possible per entendre així tota l'activitat comercial de l'establiment i el seu funcionament. Els serveis que s'oferiran seran resumidament: les estades, les manutencions, els tallers, i les diferents activitats.

De manera més explícita, tenim com allotjament; el servei d'allotjar-se per nits, en els diferents tipus d'habitació. Aquest servei es pot realitzar de forma individual (habitacions dobles, quàdruples o DUI) o en grups de fins a 8 places. Si cap grup ha adquirit l'habitació de vuit places, aquesta serà destinada a turistes que vinguin sols i no els hi importi compartir habitació amb altres hostes.

Fent referència als règims de manutenció, es poden contractar tots menys el tot inclòs. Els clients tenen l'opció d'adquirir l'allotjament més esmorzar, en el qual els clients disposen d'un *self-service* amb torrades, mantega, melmelades casolanes, cereals, llet, sucs, embotit, etc.

Després el règim de mitja pensió amb allotjament, esmorzar i dinar o sopar a triar segons el que el client prefereixi, i finalment la pensió completa amb els 3 àpats del dia inclosos més l'allotjament.

Els dinars i sopars els farà casolanament una treballadora de l'establiment. No hi haurà servei de carta, perquè per la poca quantitat de clients que hi haurà surt més rendible oferir un menú diari amb unes 3 o 4 opcions, es tindran sempre en compte els valors de les persones vegetarianes, veganes, celíaques, menú infantil, etc. Però el dinar i el sopar en cap cas serà servei de bufet. Els productes per a l'elaboració d'aquests plats acostumaran a ser de temporada i sempre intentant adquirir-los el màxim de proximitat possible, s'encarregaran als mercats municipals, carnisseries, verduleries, etc. D'altra banda cal no oblidar que el mateix recinte està dotat d'un hort ecològic al jardí del qual se'n traurà el mateix profit per a reduir la compra de productes a tercers.

També hi haurà la possibilitat que si un client té només allotjament o qualsevol classe de manutenció que no sigui pensió completa podrà adquirir el dinar, l'esmorzar o el sopar a un mòdic preu. Les persones que no estiguin allotjades no podran gaudir d'aquest servei.

Finalment, els serveis que no són els principals de menjar i dormir, són els diferents tallers, xerrades i sortides; en aquest cas aquests serveis dependran de la temporada. Els serveis de tallers s'oferiran per tant a clients com a persones interessades només en la realització d'aquests. Per a poder veure les diferents activitats de l'empresa organitzades per estacions, vegeu l'**Annex 12**. A part de les activitats programades al llarg de l'any, l'establiment oferirà jornades puntuals en dies destacats, aquestes són:

- ✚ Una **estada romàntica per Sant Valentí**.
- ✚ **Nit del foc a Sant Joan**, amb un sopar a la fresca i una foguera, els petards estaran prohibits per mantenir els animals tranquils.
- ✚ Una **tarda de recol·lecció de castanyes amb sopar i animació** ambientada a la tardor.
- ✚ **Nit de reis pels més petits**, s'oferirà la possibilitat de que els pares deixin els regals sota un pi del jardí i els nens al matí surtin i se'ls trobin allí.
- ✚ **Nit de nadal i de cap d'any**, es farà sopar i la de cap d'any es farà concert en directe.
- ✚ Per **Sant Jordi es realitzarà un taller per fer roses** amb llaunes i materials reciclats.
- ✚ **Dia de la Diada es faran diferents rutes a peu** per veure monuments i punts importants del Massís i s'explicarà una mica d'història dels més importants.

4.2. PREU

Després d'haver descrit els serveis que ofereix l'establiment, s'ha de calcular el preu d'aquests. El preu d'un producte o servei és el valor monetari del mateix que el client pagarà per a obtenir aquell producte o servei, aquest valor ve donat normalment del cost del mateix més un marge de benefici, aquest marge de benefici es pot determinar per molts factors, com són la llei de la demanda i de l'oferta, la inflació de costos, l'estacionalitat, la variació de preus de la competència, etc. Aquest marge de benefici ha de permetre a l'empresa recuperar tots els costos i a més generar un benefici.

En aquest pla de negoci els preus han sigut calculats per a tenir un preu similar als de la competència, però agregant-li el valor afegit de les activitats. Així doncs els preus que es llisten en les següents taules es divideixen en preus estratègics (preus publicats) i preus tàctics (promocions puntuals). Per a entendre millor els dos termes, consultar l' **Annex 13**.

Ara doncs s'exposarà el llistat de **preus estratègics** que tindrà l'establiment.

- Els preus de l'allotjament són per habitació i nit i depenen del tipus de règim alimentari. Aquests preus no tenen inclosa la taxa turística, aquesta serà pagada directament pel client una vegada arribi a l'establiment, mai per avançat.

TAULA 3: TAULA DE PREUS, PER TIPOLOGIA D'HABITACIÓ I RÈGIM²⁴

PREUS PER HABITACIÓ PER UNA NIT				
	NA	AE	MP	PC
DOBLE	70,00 €	80,00 €	100,00 €	120,00 €
DOBLE ÚS INDIVIDUAL	40,00 €	45,00 €	55,00 €	65,00 €
DOBLE ÚS TRIPLE (LLIT SUPLETORI)	95,00 €	110,00 €	140,00 €	170,00 €
QUADRUPLE	120,00 €	140,00 €	180,00 €	220,00 €
HAB. COMPARTIDA (8 PAX)	144,00 €	184,00 €	264,00 €	344,00 €
HAB. COMPARTIDA (16 PAX)	240,00 €	320,00 €	480,00 €	640,00 €
HAB. COMPARTIDA (1 PAX)	20,00 €	25,00 €	35,00 €	45,00 €

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

- El servei de bressol és gratuït. El preu del llit supletori, ja està contemplat a la **Taula 3**.
- Les estades a partir de dues nits tenen un 6% de descompte. Els preus calculats amb el descompte aplicat es troben a la **Taula 14** de l'**Annex 14**.
- Les xerrades i les classes de ioga seran gratuïtes sempre pels clients allotjats, l'establiment se'n farà càrrec del sou dels ponents i experts.

²⁴ Les abreviacions signifiquen: **NA**= Només allotjament, **AE**= Allotjament i esmorzar, **MP**= Mitja pensió i **PC**= Pensió completa.

- Els serveis d'esmorzar, dinar i sopar tindran un preu pels clients que han escollit l'opció de només allotjament, aquest serà més car que si es triés el règim amb la manutenció ja afegida en fer la reserva.

TAULA 4: PREUS DELS ÀPATS A L'ALBERG.

PREUS PER PERSONA I ÀPAT	
ESMORZAR BUFFET	7€
DINAR MENÚ	12€
SOPAR MENÚ	12€

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

- D'altra banda els preus dels tallers també tindran uns preus fixats depenent de si és necessari l'ús de la cuina, utensilis i materials o bé el propi client és qui se'n fa càrrec.

TAULA 5: PREUS PER LES ACTIVITATS OFERTES.

PREUS PER TALLER I PERSONA	
EL CLIENT PORTA EL MATERIAL O NO SÓN NECESSARIS	10€
MATERIAL APORTAT PER L'ESTABLIMENT	15€
MATERIAL I ÚS DE LA CUINA	20€

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

Pel que fa als **preus tàctics**, respecte a l'allotjament aquests es definiran per la llei de l'oferta i la demanda; si queden moltes habitacions buides, el preu es reduirà en els nostres canals de venda.

Referent a les dates assenyalades i ofertes, aquests preus estan relacionats amb les activitats citades a l'apartat 4.1.4. Aquests preus tàctics són considerats dins d'aquest grup donat que són preus momentanis per ocasions assenyalades.

TAULA 6: PREUS TÀCTICS DE L'ESTABLIMENT.

PREU PER PERSONA I OCASIÓ ESPECIAL		
Nom del servei:	Descripció del servei:	Preu
Estada romàntica Sant Valentí	Habitació doble (1 nit) + ampolla de cava + Mitja Pensió amb menú romàntic + detall a l'habitació.	75€ adult.*
Nit de Sant Joan	Sopar amb animació i foguera.	20€ adults, 10€ nens*.
Castanyada	Recollir castanyes + sopar amb animació.	20€ adults, 10€ nens*.
Nit de Nadal	Sopar amb ambient nadalenc.	25€ adults, 12€ nens*.
Nit de Cap d'Any	1 nit d'estada + sopar + ball + cotilló + cava.	50€ adults, 25€ nens*.
Diada de Sant Jordi	Taller de roses (material proporcionat per l'establiment) + dinar.	20€ adults, 10€ nens*.
Diada de Catalunya	Ruta guiada històrica pel Massís + dinar.	20€ adults, 10€ nens*.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

*Per l'estada de Sant Valentí els dos adults han de ser majors de divuit anys.

*En tots els casos els nens són des dels dos anys fins als dotze. Menors de dos anys, gratuïts.

4.3. CANALS DE DISTRIBUCIÓ

Per a poder distribuir un producte o en aquest cas un servei són necessaris els anomenats canals, aquests són tots els medis que s'utilitzen per arribar al client i aquest pugui adquirir o comprar el nostre producte o servei. Aquests canals de distribució poden ser directes/propis o externs/indirectes. En el cas de l'*Indret del Montseny* com s'ha comentat anteriorment en l'anàlisi *Canvas* i DAFO es basarà en l'anomenat multicanal, oferint així una combinació d'ambdós.

Pel que fa als **canals propis o directes** aquests són els canals els quals no es necessita un intermediari per arribar al consumidor final, el producte va directament de l'establiment al client final. Els canals directes que tindrà l'empresa seran:

- **Pàgina web pròpia**, senzilla, ràpida, visual i sobretot eficaç, hi haurà l'eina per a poder reservar directament de manera electrònica, trobar disponibilitat, tot el calendari actualitzat d'activitats, ofertes especials, bloc d'opinions, galeria fotogràfica i la nostra informació de contacte entre d'altres.
- **Xarxes socials**, aquestes seran un *Facebook* on poder penjar totes les novetats, fer sortejos, ofertes, etc. I a la vegada, des de la mateixa aplicació mòbil els clients poden trucar, enviar missatges, demanar informació, etc. També es tindrà un perfil d'empresa a *Instagram*, aquesta xarxa social serà de caràcter més visual, però d'igual manera que amb la pàgina web i el *Facebook* els clients potencials tenen la possibilitat de contactar l'establiment.
- **Telèfon de contacte, WhatsApp i correu electrònic**, finalment tindrem un telèfon que serà el telèfon general del negoci on la gent podrà trucar i fer consultes o reservar directament amb el departament de recepció; que serà qui atendrà les trucades. També es treballarà amb l'eina de *WhatsApp* i *WhatsApp Web*, la qual és molt útil si el client prefereix enviar un missatge en comptes trucar i a la vegada servirà per als clients ja allotjats si necessiten qualsevol cosa. No s'enviaran mai missatges per part de l'empresa a números privats, solament es respondran missatges rebuts. Finalment es tindrà un correu electrònic accessible a tota tipologia de clients.

Pel que fa als **canals indirectes** treballarem amb els coneguts "bancs de llits" i "OTA's"; les OTA's són l'acrònim de l'anglès "*online travel agencies*" aquestes agències són l'intermediari entre el consumidor final i l'establiment, ofereixen les habitacions del teu establiment a canvi d'una comissió acordada entre les dues parts. Quant als bancs de llits, ells compren unes places del teu establiment i les venen en diferents portals web amb el preu que ells creuen convenient.

Sempre és millor i s'ha d'intentar minimitzar al màxim l'ús d'aquests intermediaris, reduint així els costos de les comissions que es generen, però no sempre és senzill; ja que molta gent prefereix reservar directament amb les OTAS que directament amb l'alberg. Aquest fet és un error comú entre els consumidors, donat que normalment el preu ofert per l'alberg és menor que al que es pot trobar pel canal de venda indirecte, tot i això molta gent els prefereix. Es treballarà doncs amb les agències en línia més conegudes: *Booking*, *Expedia* i *Hoteles.com*. I amb el banc de llits *Hotelbeds*.

4.4. PROMOCIÓ

Per acabar amb l'apartat d'estratègia comercial i el pla de màrqueting es parlarà sobre la comercialització²⁵ de l'establiment.

Com s'ha analitzat a l'apartat 2.2, el nostre públic objectiu no és cap nínxol de mercat sinó que és un segment molt obert; així que les nostres publicacions promocionals estaran adreçades a tota tipologia de públic, no hi haurà diferència per gendre ni edat. Transmetrem missatges on es vegi la filosofia de l'establiment perquè el client es pugui sentir identificat sense sentir-se discriminat en cap aspecte.

Per arribar a aquests segments s'utilitzaran les xarxes socials *Facebook & Instagram*, tothom podrà visualitzar la informació sobre l'establiment, fotos, així com informació d'interès, etc. Les dues pàgines estaran controlades per la gerent de l'establiment, serà una de les seves tasques mantenir les pàgines actives de forma continuada. A l'**Annex 15** es poden observar els perfils en les dues xarxes socials i exemples de publicacions en cadascuna.

Les dues pàgines seran creades en perfil d'empresa i **s'utilitzarà l'opció de promoció** que la mateixa aplicació incorpora, aquesta opció de promoció que les dues pàgines disposen, facilita la publicitat d'aquestes. Funciona de la següent manera; l'establiment paga una quota a *Facebook & Instagram* per a ser publicitats als murs de gent que encara no segueix la pàgina basant-se amb les cerques i interessos dels diferents usuaris d'aquestes xarxes. D'aquesta forma l'establiment serà donat a conèixer amb més rapidesa. A l'**Annex 16** es pot veure l'acció de promoció de *Facebook*.

També per altra banda hi ha la **pàgina web**, la qual està dissenyada de forma senzilla i visual i s'hi troben continguts essencials com els nostres serveis, com arribar, contacte... també es pot buscar disponibilitat i fer reserves directament. A l'

Annex 17 es pot observar la visió principal de l'aspecte que té la pàgina web i un dels seus apartats, també s'hi troba el link per a poder veure-la completament.

Aquesta pàgina serà potenciada pel servei **Google Ads** el qual es paga mensualment per a ser una de les primeres pàgines web en sortir quan una persona fa una cerca al buscador amb certes paraules, es paga per les paraules clau o per la quantitat de clics que es reben a la pàgina. També s'haurà de pagar el **domini** per a tenir un nom que arribi a més gent. En aquest cas el domini que es comprarà serà: www.lindretdelmontseny.com amb un cost fix anual de 10 €.

Finalment una de les nostres campanyes de promoció en línia seran els **sortejos** en temporada baixa²⁶. Es faran sortejos dels diferents tallers des de les pàgines de *Facebook* i *Instagram*, aquests consistiran a seguir la pàgina, compartir-la, etiquetar a 3 amics i d'entre tots els participants es farà el sorteig. D'aquesta manera s'aconsegueix arribar a coneguts i amics de la gent que ja ens segueix.

Pel que fa al **format tangible**, trobem que la promoció es farà amb el repartiment de targetes de visita, fulletons i anuncis en revistes especialitzades.

²⁵ La comercialització o promoció d'un producte o servei són les accions que es duen a terme amb l'objectiu d'augmentar les vendes d'aquest. Arribant així a més clients potencials, donant a conèixer el producte per a incentivar-ne la futura compra.

²⁶ Es considera temporada baixa de novembre al febrer degut l'estacionalitat del destí.

Pel que fa als fulletons, aquests es repartiran per la zona perquè la gent conegui les activitats, i si el client resulta interessat, se li oferirà un descompte del 10% sobre el taller o activitat que ell desitgi presentant el fulletó a l'hora de fer el taller. Es pot veure un exemple de fulletó a l'**Annex 18**. Aquests fulletons seran impresos a mida A5 i a doble cara.

En últim lloc, però no el menys important; ens centrarem en la **identitat corporativa de l'empresa**. Com ja s'ha dit el nom de l'establiment serà: L'Indret del Montseny i el logotip amb el qual ens mostrarem serà el que es pot veure a l'**Annex 19**.

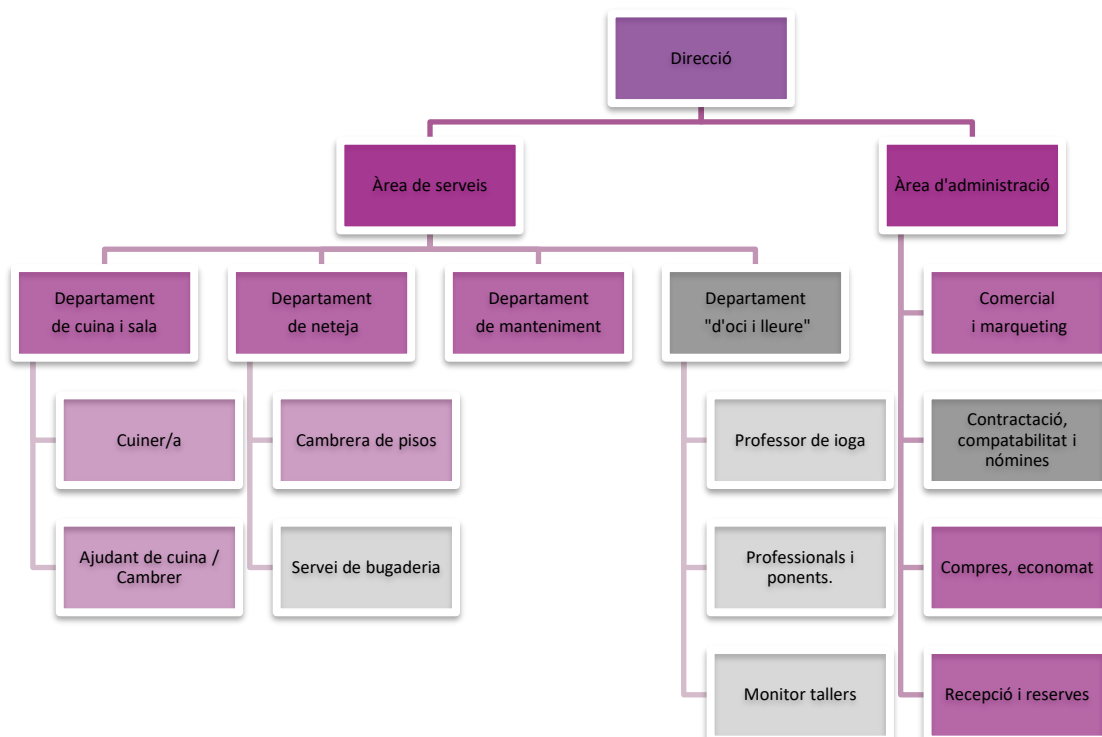
5. ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

El departament de Recursos Humans d'una empresa no sempre està present en aquesta, donat a la quantitat de treballadors moltes vegades si l'empresa és una empresa petita, aquest departament és inexistent. Tot i això s'ha de tenir definida l'estratègia de personal per a tenir clara l'estructura de l'empresa i les funcions de cada una de les parts i departaments que l'integren.

5.1. ORGANIGRAMA

L'organigrama de tota empresa és la representació gràfica d'aquesta, en aquest gràfic es veuen representats tots els departaments que l'empresa tindrà. En ser un negoci de mida petita moltes de les funcions de diferents departaments seran realitzades per la mateixa persona i d'altres seran realitzades per personal extern.

GRÀFIC 5: ORGANIGRAMA DE L'INDRET DEL MONTSENY.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

Com es pot apreciar al **Gràfic 5** els departaments i serveis mostrats en color gris són els serveis externalitzats, això vol dir que es tindran empreses o treballadors subcontractats per a cobrir aquestes funcions de l'empresa. Aquestes són:

- Servei de bugaderia tant de la roba de les habitacions com del menjador.
- Els professionals per a la realització d'activitats.
- Un gestor per a elaborar els contractes, nòmines, portar la compatibilitat de l'empresa, etc.

Tota la resta de departaments i funcionalitats es faran a càrrec dels treballadors propis del negoci.

5.2. DEFINICIÓ DELS LLOCS DE TREBALL

Per a poder entendre correctament cada departament i lloc de treball i comprovar si realment són necessaris per a l'empresa s'ha d'elaborar un llistat de totes les funcions que es duen a terme en cada lloc de treball. Aquestes estan distribuïdes per departaments. A tall de resum s'ha elaborat la **Taula 7**, però a l'**Annex 20** es pot trobar un llistat detallat de cada element de l'organigrama, totes les tasques que s'han de desenvolupar en cada departament i lloc de treball.

TAULA 7: RESUM DE LES FUNCIONS DE CADA DEPARTAMENT DE L'ORGANIGRAMA

Direcció	Portar un control general de l'establiment i de cada departament. Pagaments, tasques administratives, formació i contractació de personal...
Cuina i sala	Cuinar i servir els 3 àpats diaris, preparar el bufet al matí i el menú del dinar i sopar. Netejar i preparar la sala i la cuina en cada torn.
Neteja	Neteja de totes les habitacions i instal·lacions de l'alberg.
Manteniment	Jardineria, condicionament de les zones exteriors, arreglar qualsevol imprevist en les infraestructures, reforç del departament de neteja.
Oci i lleure	Organitzar i realitzar totes les activitats complementàries de l'allotjament.
Comercial i màrqueting	Desenvolupar les tasques derivades del pla de màrqueting. Contactes comercials amb diferents professionals i experts.
Assessoria legal i comptable	Assessoria legal per a la realització de totes les tasques administratives i comptables de l'empresa per part d'una gestoria externa.
Compres	Compres de tots els materials, aliments i utensilis necessaris per al desenvolupament de l'activitat diària a l'establiment.
Recepció i reserves	Tasques de registre dels hostes, entrada i sortida, atendre qualsevol necessitat, atendre al telèfon, correu electrònic i WhatsApp. Realitzar les reserves pertinents, assignar habitacions, etc. Tasques pròpies del departament de <i>front</i> i <i>back office</i> .

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

5.2.1. NECESSITATS DE PERSONAL

Una vegada definits els llocs de treball i organitzada la plantilla de l'empresa en l'organigrama, s'ha de saber quantes persones seran les encarregades de desenvolupar i gestionar cada lloc de treball. Com ja s'ha anat mencionant al llarg del treball, l'alberg serà de mida petita i el volum de clients allotjat no superarà mai el nombre de 35 persones allotjades, així doncs no serà necessari una gran quantitat d'empleats, però sí que se'n necessitarà mínim un per departament.

Així doncs comptarem amb un total de cinc empleats, més la gerent i el personal subcontractat com són els ponents o la gestoria. Com s'ha mencionat a l'apartat 5.1, és comú que en negocis de mida petita, un mateix empleat desenvolupi feines de més d'un departament, aquest serà també el cas del nostre establiment. La llista d'empleats que tindrem serà la següent:

- 1 persona pel departament de recepció.
- 1 cuiner.
- 1 ajudant de cuina, que a la vegada serà el cambrer.
- 1 persona encarregada de la jardineria i el manteniment.
- 1 cambrera de pisos.
- 1 gerent, cap de direcció, administració, etc.

5.3. CONTRACTES I RETRIBUCIONS

Tota plantilla de qualsevol empresa ha d'estar contractada segons els convenis col·lectius aplicables segons la categoria d'establiment el qual es pertany; com es veurà més endavant a l'apartat 7, per a la categorització d'un establiment turístic hi ha diferents lleis i decrets a considerar.

Tal com s'ha mencionat amb anterioritat en aquest mateix punt, tots els temes legals i d'assessorament fiscal i de realització de contractes els portarà una gestoria externa a l'empresa, així doncs és possible que la tipologia dels contractes de treball o detalls de la categoria salarial dels mateixos sigui una diferent de l'hora de portar-los a terme quan s'obri l'empresa. En aquest pla d'empresa s'ha fet una previsió dels contractes segons el *conveni col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya (2017-2019)*.²⁷

Així doncs els treballadors de L'Indret del Montseny estaran contractats tots a jornada completa, per a la totalitat de dies de l'any, i gaudint de les seves vacances en els dies que l'establiment restarà tancat, complint així amb els trenta dies naturals de vacances que el conveni col·lectiu i l'estatut dels treballadors dicten.

Els horaris dels treballadors es realitzaran mensualment considerant sempre l'ocupació real de l'establiment, aquests doncs no estan contemplats encara en aquest pla d'empresa. Es pot apreciar a l'**Annex 21** la tipologia de contracte de cadascun dels treballadors en plantilla, servint de referència com ja s'ha dit les indicacions del conveni col·lectiu a la província de Barcelona.

²⁷ Actualment és el conveni més recent, no s'ha elaborat encara cap conveni per a l'any 2020 i els propers.

6. ESTUDI ECONOMICOFINANCER

Dins del Pla d'Empresa, una de les parts més fonamentals d'aquest, és el pla economicofinancer; aquest ajuda al futur promotor del negoci a valorar el potencial econòmic necessari per a emprendre l'aventura d'obrir un negoci. En ell s'hi han de veure reflectits els costos i despeses que al llarg del treball s'han anat mencionant, així com els ingressos. Principalment el pla economicofinancer ha de resoldre els dubtes de; quin serà el cost inicial del projecte, com es finançarà la idea, quins seran els beneficis futurs, quina serà la viabilitat a llarg i curt termini, etc. És per això que aquesta eina és de gran importància per a valorar si realment la idea de negoci serà factible o no.

6.1. INVERSIÓ INICIAL, COSTOS I DESPESES

Primerament es parlarà dels **costos d'inversió inicial** necessaris per al primer any en l'activitat de l'empresa. Aquests són els següents:

- **Immobilitzat intangible** → Aquest apartat fa referència a inversions immaterials que es tenen a llarg termini; poden ser l'ús de patents, lloguers amb opció a compra o **l'ús de programes informàtics**. Aquest últim serà l'únic que tindrà L'Indret del Montseny. **Es tindrà un PMS²⁸** el qual ajudarà a la gestió de totes les reserves i serà el sistema pel qual es faran tots els processos necessaris en la gestió de l'alberg. El programari contractat serà el PMS d'ACIGrup²⁹, Casablanca. Aquest està enfocat a la gestió d'albergs, ja que facilita la gestió de les reserves plaça a plaça. Es pot veure a l'**Annex 22**, el pressupost real d'aquest PMS. **El cost de la compra i instal·lació del mateix per al primer any serà de 2.779,55 €, a partir del segon any només es pagarà la quota de manteniment.**
- **Immobilitzat material** → En aquest apartat trobem els béns de l'empresa com per exemple el local, els electrodomèstics, el terreny, el mobiliari, etc. Així doncs es desglossen els preus per cadascun d'ells a continuació i a l'**Annex 23** es troba el detall de cada element.
 - **Terrenys i béns naturals + construccions** → El grup promotor comprarà les 3,6 hectàrees que actualment té la totalitat de la finca, incloent-hi l'àrea habitable. Aquesta compra suposarà un cost d'**1.000.000 €**. (El preu d'aquesta compra s'ha estimat basant-nos en preus reals de cases i terrenys en venda de la zona amb les mateixes característiques).
 - **Maquinària** → En les empreses de serveis la maquinària es veu reflectida en els electrodomèstics del restaurant i sala, aquests tindran un cost total de **4.406,17 €**. A la **Taula 16** es troba el detall de cadascun dels productes que sumen aquest total.

²⁸ (*Property Management System*), en català: sistemes de gestió de la propietat. En termes comercials, es poden utilitzar en el sector immobiliari, fabricació, logística..., i també en la gestió de l'allotjament turístic. Aquest ajuda totes les gestions de reserves de l'establiment i les persones allotjades.

²⁹ Empresa situada a la localitat de Reus, experta en programes informàtics de gestió hotelera.

- **Utilitatge** → Els utensilis necessaris tant per la cuina com per les habitacions, com poden ser: els llençols, plats, etc. Aquests han de ser tots comprats de nou, pel fet que la casa actualment no compta amb els suficients recursos. El cost d'aquests serà de: **4.167,43 €**. A la **Taula 17** es pot consultar el detall de cada utensili per habitació.
- **Mobiliari** → El mobiliari de l'alberg estarà principalment compost pels mobles de cadascuna de les habitacions, àrees d'ús comú, etc. **El cost total serà de 24.949,33 €** i a la **Taula 18** se'n pot consultar el detall separat per habitacions i zones de l'alberg.
- **Equips informàtics** → Deixant de banda el mobiliari d'oficina, els elements informàtics de recepció i del despatx de direcció tenen un **cost total de 1.271,08 €**, a la **Taula 19** hi ha el detall d'aquests.
- **Despeses d'establiment** → Com s'observa a l'apartat 7.1 sobre la forma jurídica de l'empresa, aquesta serà la d'empresari autònom, tot i que aquesta forma jurídica no comporta despeses de constitució, sí que hi ha unes despeses relacionades amb la posada en marxa del negoci, com són el cost del permís d'obres, d'obertura, etc. **El cost total aproximat de les gestions d'obertura serà de 2.000 €**, el qual inclou, el permís d'obres major, la llicència d'obertura i l'alta d'autònoms.
- **Condicionament del local** → Actualment la finca està habilitada per l'ús agrícola i només una petita part està en condicions de ser habitable, així doncs es faran reformes per a habilitar el total de les 8 habitacions en l'interior de l'edifici i també la zona exterior, **el cost aproximat de la reforma suposarà una inversió inicial de 228.500 €**.
- **Tresoreria** → Tot establiment ha de tenir líquids suficients per atendre els seus compromisos econòmics, en aquest cas en ser un establiment de nova obertura trobarem només fons al banc el qual ascendirà a un total de **10.000 €**.

Finalment trobem que la inversió inicial necessària per a la posada en marxa del futur negoci és de: **1.278.073,56 €**. Aquesta inversió es veurà reflectida més endavant en el balanç d'obertura de la **Taula 12**. En ell es veuen reflectits els valors monetaris de la inversió inicial en l'actiu i les fonts de finançament en el passiu. Els elements anomenats en l'immobilitzat material i l'intangible, tindran una amortització de fins a quinze anys en el cas de les instal·lacions i construccions, i d'altres com el mobiliari de vuit anys, l'amortització de menys durada serà la de dos anys per l'utilatge i les aplicacions informàtiques. Finalment trobem que els electrodomèstics i els aparells electrònics (EPIS) tindran una amortització de cinc anys cadascun.

6.2. FINANÇAMENT

Una vegada determinades les diferents inversions inicials i el cost que aquestes tindran s'ha de determinar com es finançarà l'empresa per a poder fer front a totes les obligacions econòmiques que se'n deriven. Així doncs les fonts de finançament necessàries per a aquest pla econòmic són:

- **Recursos propis, capital social** → L'aportació inicial de l'equip promotor és fruit dels diners estalviats de la gerent i té un **valor total de 78.073,56 €**
- **Crowdfunding³⁰** → Actualment quan una empresa vol iniciar-se a part de l'ajuda de familiars i amics i del capital de l'emprenedor, es pot optar per l'ajuda de persones desinteressades a ajudar gràcies a Internet. Així doncs es realitzarà una campanya de Crowdfunding a les pàgines web Ulele i Gofundme amb un **objectiu de 20.000 €**.
- **Business Angels³¹** → Els *Business Angels* són professionals de la inversió amb una gran capacitat d'aportació financera. Aquests acostumen a invertir entre 50 i 200 mil euros en empreses que estan començant, a canvi d'una participació en el capital de l'empresa, normalment s'involucren en la gestió de la mateixa aportant coneixements i maneres de gestionar, també es pot donar el cas que qüestionin la presa de decisions de l'empresa, ja que esperen que se'ls hi retorni la inversió inicial en un termini d'entre uns 5 i 7 anys. Així doncs l'inversor interessat en l'empresa **aportarà una inversió inicial de 100.000 €**.
- **Subvencions** → Desafortunadament no s'han trobat subvencions que segueixin obertes al termini 2020, i pel que fa a l'any 2021 encara no n'hi ha cap de publicada. Tot i això, en un futur s'intentarà buscar si la Diputació de Barcelona ofereix qualsevol ajut a emprenedors.
- **Crèdit a llarg termini amb entitat bancària, crèdit "ICO Empreses i Emprenedors 2020"** → Amb les Línies ICO, emprenedors, autònoms i empreses poden finançar les seves activitats empresarials i els seus projectes d'inversió, o potenciar el desenvolupament i l'expansió dels seus negocis tant a Espanya com a tercers mercats. Aquests préstecs se sol·liciten a les entitats bancàries però són una proposta del govern d'Espanya, més exactament de l'Institut de Crèdit Oficial, el qual dóna nom amb les seves sigles a la tipologia de crèdit. Es pot demanar un import de fins a 12,5 milions d'euros i la tipologia d'interès que se li aplica pot ser tant fix com variable i se li ha d'afegir el marge establert per l'entitat de crèdit segons el termini d'amortització. En aquest cas doncs es realitzarà el crèdit amb l'entitat bancària CaixaBank per un import **d'1.080.000 €** amb un interès del 4,2% a deu anys però amb una carència d'un any. Una vegada acabada la carència la quota mensual a pagar serà de 12.026,07 € mensuals.

³⁰ El *Crowdfunding* o micromecenatge, en català, és una xarxa de finançament col·lectiu, normalment online, que a través de donacions econòmiques o d'un altre tipus, aconsegueixen finançar un determinat projecte a canvi de recompenses, participacions o simplement es fan de manera altruista.

³¹ L'anglicisme "*Business Angels*", "inversor angelical" o "inversor de proximitat" fa referència als inversors privats que normalment proveeixen de capital a negocis emergents i *start-ups* a canvi d'una participació en l'accionariat.

6.3. INGRESSOS

Per a poder contemplar uns ingressos mensuals, s'ha de fer una estimació de les vendes. En aquest cas i com es pot veure a la **Taula 8** l'estimació de les vendes s'ha fet de forma setmanal, però la totalització dels costos i ingressos s'han realitzat ja de forma mensual.

TAULA 8: INGRESSOS I COSTOS MENSUALS POTENCIALS

Tipologia d'habitació, preu per nit. & Preu per taller.	Cost directe mitjà unitari	Preu venda mitjà unitari	Quantitat setmanal	Costos mensuals	Ingressos mensuals
Doble en NA	14,00	70,00 €			
Doble en AE	16,00	80,00 €			
Doble en MP	20,00	100,00 €	10	866,00	4.330,00
Doble en PC	24,00	120,00 €	21	2.182,32	10.911,60
Dui NA	8,00	40,00 €			
Dui AE	9,00	45,00 €			
Dui MP	11,00	55,00 €	2	95,26	476,30
Dui PC	13,00	65,00 €			
Triple NA	19,00	95,00 €			
Triple AE	22,00	110,00 €			
Triple MP	28,00	140,00 €			
Triple PC	34,00	170,00 €	2	294,44	1.472,20
Quàdruple en NA	24,00	120,00 €			
Quàdruple en AE	28,00	140,00 €			
Quàdruple en MP	36,00	180,00 €	3	467,64	2.338,20
Quàdruple en PC	44,00	220,00 €	3	571,56	2.857,80
Compartida en NA	4,00	20,00 €			
Compartida en AE	5,00	25,00 €			
Compartida en MP	7,00	35,00 €	52	1.576,12	7.880,60
Compartida en PC	9,00	45,00 €	48	1.870,56	9.352,80
Taller sense material	2,00	10,00 €	40	346,40	1.732,00
Taller amb material	3,00	15,00 €	35	454,65	2.273,25
Taller amb cuina	4,00	20,00 €	15	259,80	1.299,00
Total				8.984,75	44.923,75

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

A la primera columna de la **Taula 8** es poden veure desglossats la major part de tots els serveis que s'ofereixen a l'alberg. Aquests estan ja comentats a l'apartat 4.2 quan s'analitzen els preus del negoci. No s'han contemplat a la **Taula 8** els serveis d'esmorzars, dinars o sopars, ja que s'estima que la major part dels serveis que s'oferiran seran amb mitja pensió i pensió completa i els àpats solts, no seran una font d'ingressos molt elevada. S'inclouen també els serveis dels diferents tallers, ja que aquests sí que seran una font d'ingressos a valorar, degut que tenen un cost molt baix i a vegades depenent del ponent poden no tenir inclús un cost per al negoci però sí que tindran un preu per als clients.

S'han estimat uns costos per habitació (comptant el nombre màxim de persones per tipologia d'habitació) els quals es veuen reflectits a la segona columna, que s'estimen que seran aproximadament un 20% del seu preu de venda. Aquests preus de venda es troben tant a la columna tercera de la **Taula 8** com a la **Taula 3**, tenen ja inclosos el 10% d'IVA que el consumidor ha de pagar; cobreixen en un ~80% els costos, són preus similars als de la competència i a més ens aporten beneficis.

Així doncs una vegada definits els costos i els preus dels serveis que s'estimen que es vendran més, es calculen que aproximadament les vendes de cada setmana a la columna quarta de la **Taula 8**. Aquesta estimació s'ha realitzat de la següent manera:

- Tenim **5 habitacions dobles** a l'establiment, les quals poden passar a ser triples o dobles d'ús individual, així doncs el màxim total setmanal de vendes és 35 vendes (5 habitacions per 7 nits que té la setmana) s'estima que una vegada passades les primeres setmanes d'introducció al mercat, l'ocupació de les habitacions dobles, serà del 100%.
 - La major part d'aquestes vendes seran reserves de les habitacions dobles en règim de pensió completa; amb un total de 21 vendes (3 habitacions x 7 dies), després trobem 10 vendes de la mateixa tipologia d'habitació però amb mitja pensió (2 habitacions x 5 dies). Finalment trobem que la mateixa habitació però amb l'ús individual i en mitja pensió serà venuda dues vegades (1 habitació x 2 nits) i el mateix passarà amb el cas de l'habitació triple en pensió completa (1 habitació x 2 nits).
- A l'alberg trobem solament **una habitació quàdruple**, així doncs aquesta pot ser venuda 7 dies a la setmana, en aquest cas però s'ha estimat que serà venuda durant 3 dies en mitja pensió i durant 3 dies en pensió completa, quedant així un dia sense vendre.
- Finalment trobem **2 habitacions de 8 places cadascuna**, així doncs el màxim de vendes és de 112 places setmanalment (16 places x 7 dies de la setmana). En aquest cas s'espera que el total de vendes plaça a plaça de les habitacions compartides sigui de 100 places setmanalment, quedant aquestes dividides entre 52 persones allotjades en mitja pensió i el 48 restant en pensió completa.
- Pel que fa als tallers, setmanalment es realitzaran dos tallers sense necessitat de material que s'estimarà que tindran una ocupació d'unes 20 persones cada taller, es realitzarà un taller amb necessitats de material el qual s'estima que vinguin unes 35 persones i finalment 15 persones pel taller que s'imparteixi amb necessitat d'utilitzar la cuina.

Podem veure doncs que mensualment hi haurà uns costos estimats de 8.984,74 € i uns ingressos de 44.923,75 € estimats al primer any. Aquests ingressos i costos mensuals variaran anualment degut a l'increment de l'IPC, aquest increment s'ha estimat que serà d'un 0.7% en el segon any i en el tercer d'un 0.4%. S'estimen també que els ingressos augmentin un 3% anualment a partir del tercer any d'activitat.

Els cobraments als clients seran sempre al comptat, abans d'allotjar-se en el moment de l'arribada es cobrarà el 100% de l'estada. En canvi pel que fa als pagaments a proveïdors aquests es faran un 20% a un termini de seixanta dies i un 80% a un termini de trenta dies.

6.4. DESPESES FIXES

Totes les empreses tenen mensualment unes despeses fixes a cobrir, aquestes es veuen desglossades a la **Taula 9** i estan dividides en tres grans grups; les despeses que comporten el personal, els tributs i els serveis exteriors. Dins d'aquest últim grup hi podríem trobar el subgrup de subministraments, serveis de professionals independents i altres serveis.

Com s'observa a la **Taula 9**, l'alberg tindrà unes despeses aproximades de 14 mil euros mensualment (13.860,73 € per ser exactes), aquestes són gran part derivades dels sous al personal, sent aquest un total de 9.500 €. D'altra banda trobem els subministraments de llum, aigua, telèfon i gas, els quals ascendeixen a un total de 2.205 €.

Inclosos també en el mateix grup de serveis exteriors, trobem els serveis ja anomenats amb anterioritat a l'apartat 5 de recursos humans; la gestoria i la bugaderia. Aquests serveis tindran un cost de 665 € mensuals. Es calculen uns 1.200 € de previsions de menjar i material per la neteja de l'establiment. Finalment trobem que anualment s'estimen uns 800 € de tributs, quedant així un pagament mensual de 66,67 €.

Totes aquestes despeses reflectides a la **Taula 9** corresponen a la previsió del primer any, sent aquesta una previsió de 13.860,73 € per mes. Com s'ha mencionat a l'apartat anterior, s'espera que l'IPC augmenti en els dos anys següents de l'obertura de l'establiment, així doncs les despeses mensuals també incrementaran, quedant així unes despeses de 13.957,76 € en el segon any d'activitat i en el tercer unes despeses mensuals de 14.013,59 €.

TAULA 9: DESPESES FIXES MENSUALS

	Import mensual
Despeses de personal:	
Sous i salaris	6.500,00 €
Seguretat social	3.000,00 €
Tributs:	
Tributs	66,67 €
Serveis exteriors:	
Aigua	220,00 €
Gas	350,00 €
Electricitat	1.575,00 €
Telèfon	60,00 €
Serveis generals (menjar pel restaurant, material de neteja...)	1.200,00 €
Quotes i cànons (PMS)	48,07 €
Serveis professionals independents (assessoria)	65,00 €
Empresa de bugaderia	600,00 €
Primes d'assegurances	26,00 €
Publicitat, propaganda i RRPP	150,00 €
Total mensual	13.860,73 €

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

6.5. RESULTATS A 3 ANYS

6.5.1. COMPTE DE RESULTATS

Referent als guanys futurs de l'establiment, aquests s'han calculat tenint en compte els ingressos que s'obtidran de les persones allotjades en els diferents tipus d'habitació i règim i els tallers que s'impartiran setmanalment els quals s'han analitzat a l'apartat 6.3. També s'han tingut en compte les despeses fixes explicades a l'apartat 6.4, les quals es veuen desglossades a la **Taula 10** com despeses de personal, tributs i serveis exteriors. S'inclouen també els costos que es deriven de les vendes així com les comissions que les OTA's com Booking ens cobraran, aquestes ja s'han vist explicades a l'apartat 4.3, quan es parla dels canals de promoció en línia i rebran un 8% de comissió sobre les vendes explicades a l'apartat 6.3.

En forma de recopilació dels dos punts anteriors, es troba el compte de resultats a la **Taula 10**. Una vegada calculat el marge de contribució brut (resultant dels costos i ingressos de les vendes comentats a l'apartat 6.3), restant-li les despeses de personal, els tributs i els serveis externs (comentats a l'apartat 6.4) i finalment calculant el resultat després i abans d'incloure-hi els impostos s'observa com el resultat de l'exercici des del primer any és sempre positiu.

Com es pot observar en l'última fila de la **Taula 10**, en el primer any s'estima un **resultat de l'exercici de 3.403,58 €**, és a dir que serà el benefici real de l'empresa a final d'any, després d'haver restat i tingut en compte tots els costos i despeses, així com tenint en compte els imports de les amortitzacions i els ingressos generats al llarg del primer any d'activitat. En el segon any s'estimen que els beneficis ascendeixin fins a 26.018,39 € i finalment en el tercer any el resultat de l'exercici augmenta gairebé en un 70% arribant als 46.775,08 € de benefici per al negoci.

TAULA 10: COMPTE DE RESULTATS A 3 ANYS

Compte de Resultats			
	1er Any	2º Any	3er Any
Vendes productes/serveis	366.128,56	394.499,86	415.881,76
Cost directe de les vendes	39.712,60	40.310,51	40.876,47
Comissions <i>Booking</i>	29.290,29	31.559,99	33.270,54
Marge contribució brut	297.125,68	322.629,37	341.734,75
Despeses de personal	114.000,00	114.798,00	115.257,19
Tributs	800,00	805,60	808,82
Serveis exteriors	53.181,69	51.889,50	52.097,06
Amortitzacions immobilitzat	79.582,04	79.582,04	76.711,39
Resultat operatiu	49.561,95	75.554,22	96.860,28
Despeses financeres	45.360,00	43.432,76	39.113,27
Resultat abans impostos	4.201,95	32.121,46	57.747,01
Impostos sobre beneficis	798,37	6.103,08	10.971,93
Resultat de l'exercici	3.403,58	26.018,39	46.775,08

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

6.5.2. PLA DE TRESORERIA

Una vegada determinats els resultats de l'exercici dels tres primers anys d'activitat en l'empresa, s'avaluen com la influència dels pagaments i cobraments afecten el flux de tresoreria de l'establiment. És per aquest fet que a la **Taula 11**, trobem el Pla de Tresoreria a tres anys, aquesta taula permet observar la liquiditat anual de l'empresa i la tresoreria final anualment. Aquesta liquiditat és una previsió dels cobraments i pagaments, així com la devolució dels crèdits, pagaments de tributs i inversions que el negoci té i/o preveu que tindrà.

Com es pot observar a la **Taula 11**, no es troba cap influència en els dies de cobrament, perquè com s'ha comentat anteriorment, els clients sempre pagaran al moment de l'arribada, així doncs no es tindran els seus diners abans d'allotjar-se ni una vegada la seva estada hagi estat finalitzada. Per contra, l'establiment sí que podrà demorar els seus pagaments fins a seixanta dies, és per aquest fet que hi ha una influència en el flux de tresoreria derivat dels pagaments realitzats per l'establiment.

D'altra banda, s'observa com en el primer any (sent aquest el resultat de la tresoreria inicial i el conjunt dels primers dotze mesos d'activitat), s'hi troba el crèdit bancari per un valor d'1.080.000 €, en canvi com no es preveu necessitat de demanar més préstecs bancaris en un futur aquesta partida no té cap valor en el segon ni el tercer any, d'igual manera passa amb la inversió de l'immobilitzat i el capital.

De manera oposada, les partides les quals comencen a tenir un valor monetari a partir del segon i tercer any són les partides generades a partir del benefici, com són la devolució del crèdit, els pagaments d'impostos i el benefici repartit. Cal recordar que el pagament del crèdit té una carència d'un any, és per aquest fet que en el primer any no se'n fa cap devolució d'aquest.

TAULA 11: PLA DE TRESORERIA A 3 ANYS

Pla de Tresoreria				
	Inicial	1er Any	2º Any	3er Any
Resultat de l'exercici		3.403,58	26.018,39	46.775,08
Influència dies de cobrament		0,00	0,00	0,00
Influència dies de pagament		3.054,82	976,24	56,60
Flux de tresoreria		86.838,80	112.679,74	134.515,00
Préstecs rebuts	1.080.000,00	1.080.000,00		
Altres ingressos				
Capital	198.073,56	198.073,56		
Inversió en immobilitzat	1.266.073,56	1.266.073,56		
Inversió en existències	0,00	0,00		
IVA despeses establiment		347,11		
Devolució de préstecs		0,00	100.880,09	105.199,58
Pagament impostos any anterior			798,37	6.103,08
Benefici repartit			680,72	6.504,60
Tresoreria generada	12.000,00		147.754,82	16.707,75
Tresoreria inicial			98.491,70	246.246,52
Tresoreria final		98.491,70	246.246,52	262.954,27

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

6.6. BALANÇ DE SITUACIÓ

Finalment trobem la representació gràfica de la situació de l'empresa en el balanç de situació de la **Taula 12**, en ell es veu reflectit l'estat inicial o d'obertura i després la situació al final del primer any d'activitat, el segon i el tercer any.

Pel que fa al balanç inicial, en ell s'engloben tots els elements mencionats als apartats anteriors 6.1 i 0, els equivalents a la inversió inicial es troben en l'actiu i el capital, patrimoni net i el crèdit bancari es troben en el passiu. Seguidament en els tres primers anys podem observar com el valor de l'immobilitzat disminueix, però se suma un nou concepte al balanç el qual és l'amortització.

Podem observar com la tresoreria inicialment està composta pels 12.000 € per fer front a les despeses d'obertura i tenir líquid en el banc, però tal com s'ha mostrat a la **Taula 11** de l'apartat anterior, la tresoreria de l'establiment va en augment any rere any, d'igual manera que ho fan les amortitzacions.

El capital es manté en els tres anys, però trobem que a partir del segon any, una vegada obtinguts prou beneficis s'hi sumen les reserves, aquestes són fruit del repartiment dels beneficis a un 20% en el segon any i un 25% en el tercer, així doncs els imports restants són les reserves que queden per a l'establiment. Finalment veiem com el crèdit bancari es va disminuint a partir del primer any i aquest es va dividint també en crèdit a curt termini. Es tenen en compte també els deutes amb els proveïdors.

TAULA 12: BALANÇ DE SITUACIÓ A 3 ANYS

Balanç de Situació				
	Inicial	1er any	2º any	3er any
Immobilitzat material i intangible brut	1.128.986,41	1.128.986,41	1.128.986,41	1.128.986,41
Amortització acumulada		79.582,04	159.164,09	235.875,48
Actiu NO Corrent	1.128.986,41	1.049.404,37	969.822,33	893.110,93
Hisenda pública deutora	137.087,15	137.434,25		
Tresoreria	12.000,00	98.491,70	246.246,52	262.954,27
Actiu Corrent	149.087,15	235.925,95	246.246,52	262.954,27
Total Actiu	1.278.073,56	1.285.330,32	1.216.068,84	1.156.065,20
Capital	198.073,56	198.073,56	198.073,56	198.073,56
Reserves			2.722,86	22.236,65
Resultat de l'exercici		3.403,58	26.018,39	46.775,08
Patrimoni net	198.073,56	201.477,14	226.814,81	267.085,29
Préstec a llarg termini	1.080.000,00	979.119,91	873.920,33	764.216,32
Passiu NO Corrent	1.080.000,00	979.119,91	873.920,33	764.216,32
Préstec a curt termini		100.880,09	105.199,58	109.704,01
Hisenda pública creditora		798,37	6.103,08	10.971,93
Proveïdors		3.054,82	4.031,05	4.087,65
Passiu corrent		104.733,28	115.333,70	124.763,59
Total passiu i PN	1.278.073,56	1.285.330,32	1.216.068,84	1.156.065,20

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

6.7. VAN i TIR

Finalment una vegada analitzats i estimats tots els conceptes necessaris del pla economicofinancer per a la realització d'aquest pla d'empresa. Per a poder fer realment la valoració de la viabilitat del projecte s'ha calculat el VAN (Valor Anual Net) i la TIR (Taxa Interna de Retorn).

Aquests criteris ens ajuden a entendre realment la viabilitat del projecte que s'està desenvolupant al llarg d'aquest treball, són dos criteris que aporten més fiabilitat de saber de manera certa la viabilitat futura d'una empresa, pel fet que són criteris dinàmics; és a dir, tenen en compte la inflació, l'amortització i els fluxos anuals, ja que aquests desenvolupen una variabilitat dels resultats la qual no s'obté si només es tenen en compte els beneficis anuals mostrats en el compte de resultats, el qual és un criteri estàtic pel contrari del VAN i la TIR.

Començant pel VAN, aquest ens proporciona la informació sobre quina rendibilitat econòmica genera el projecte una vegada s'han cobert les despeses d'inversió inicial. Aquesta informació ve donada de la suma dels fluxos d'efectiu al llarg dels quinze anys que s'espera que durin els béns del projecte segons l'estimació de l'amortització de l'immobilitzat. Aquests han sigut elaborats amb la resta dels ingressos, menys els costos i tenint en compte el valor de les amortitzacions amb un IPC del 19%. Una vegada calculats els fluxos d'efectiu, es té en compte l'interès del crèdit bancari en aquest cas és d'un 4,2% i finalment la inversió inicial sense el valor de l'IVA, la qual ascendeix a -1.128.986,41 €.

Pel que fa al resultat de la fórmula del **VAN**, s'ha calculat que el resultat és de; **429.791,78 €**, sent aquest un resultat favorable. És per aquest motiu que en ser un resultat positiu, es pot valorar com a un resultat factible per a l'execució del projecte i es generaran beneficis després d'haver tingut en compte tots els costos d'explotació i els costos de finançament.

Darrerament trobem la Taxa Interna de Retorn (TIR), aquesta representa la taxa d'interès que iguala la sumatòria dels fluxos descomptats a la inversió inicial, el que indica quina seria la taxa d'interès més elevada que podria pagar l'inversor sense perdre diners si el projecte fos finançat íntegrament per un préstec i es pagaria el deute de capital i interessos financers amb els fluxos generats pel projecte.

Per a poder valorar el projecte com a viable, el resultat de la **TIR** ha de ser igual o major que la taxa d'actualització que en el cas d'aquest projecte és del 4,2% fent referència als interessos del crèdit ICO. Una vegada realitzada la fórmula el resultat de la TIR ha sigut de: **8,708%**, sent aquest un resultat positiu i superior a 4,2%. De manera que, de forma reiterada podem observar que el projecte és viable i amb el resultat de la TIR es mostra que el negoci genera una rendibilitat anual del 8,7%.

Finalment una vegada analitzada la viabilitat del projecte amb aquests dos criteris dinàmics, i veient que els dos han resultat positius, coincidint així amb els resultats dels criteris estàtics (Resultat de l'exercici positiu i no amb pèrdues), es confirma la viabilitat del projecte.

7. ESTRUCTURA LEGAL DE L'EMPRESA

7.1. ESTRUCTURA JURÍDICA

Abans d'obrir qualsevol empresa aquesta ha de tenir una estructura jurídica definida, aquesta estructura es pot diferenciar entre empresari individual (persona física) o una societat (persona jurídica). Actualment a Espanya hi ha un total de vint formes jurídiques reconegudes, així doncs l'elecció de la més encertada a l'hora d'obrir un negoci, és una tasca complicada per al responsable.

En el cas de l'Indret del Montseny, l'elecció ha sigut la d'empresari individual, o sigui **la forma jurídica de l'empresa serà la d'empresari autònom**. Segons la definició del govern d'Espanya i el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç, un empresari individual o autònom és una "persona física que realitza de manera habitual, personal, directa, per compte propi i fora de l'àmbit de direcció i organització d'una altra persona, una activitat econòmica o professional a títol lucratiu, amb o sense treballadors per compte aliena al seu càrrec."

Aquesta elecció ve donada principalment pel nombre de socis de l'empresa, ja que en aquest cas només en serà un, la mateixa gerent i propietària. Aquesta mateixa realitza l'activitat en nom propi, assumint així als drets i obligacions derivats de l'activitat. També respon de forma legal amb tot el seu patrimoni tant present com futur en l'activitat de l'empresa, no hi ha diferencia entre el patrimoni empresarial i el seu individual com a persona física.

Aquesta forma jurídica és la més fàcil de constituir-se, donat que és la forma jurídica amb menys processos necessaris per a la constitució. D'igual manera, és la més recomanada a l'hora d'obrir nous negocis de mida petita. L'empresari té el control total de l'empresa sense dependre de ningú, això és un avantatge, ja que la presa de decisions de l'empresa no és qüestionada per tercers.

Pel que fa als temes fiscals i econòmics d'aquesta estructura jurídica, l'empresari individual ha de tributar a l'IRPF, té l'obligació de portar al dia els llibres comptables i no existeix un mínim legal de capital social. S'han de presentar trimestralment les declaracions de l'IVA i l'IRPF i de forma mensual s'ha de pagar la quota d'autònoms. A l'**Annex 24** s'hi troba la **Taula 20** juntament amb una infografia amb els passos a seguir per a la posada en marxa de l'empresa amb tots els tràmits necessaris.

Finalment l'autònom té un seguit de normatives que sigui quin sigui el sector de la seva empresa, ha de tenir en compte, aquestes són:

- ✚ El **Codi de Comerç** en matèria mercantil i el **Codi Civil** en matèria de drets i obligacions.
- ✚ **Llei 20/2007** de l'estatut del treball autònom.
- ✚ **Llei 6/2017** de Reformes Urgents del Treball Autònom.
- ✚ **Reial decret 197/2009**, pel qual es desenvolupa l'Estatut del Treball Autònom en matèria de contracte del treballador autònom econòmicament dependent i el seu registre i es crea el Registre Estatal d'associacions professionals de treballadors autònoms.
- ✚ **Llei 14/2013** de suport als emprenedors i la seva internacionalització.
- ✚ **Llei 31/2015** per la qual es modifica i actualitza la normativa en matèria d'autoocupació i s'adopten mesures de foment i promoció del treball autònom i de l'Economia Social.

7.2. NORMATIVA I LEGISLACIÓ.

Pel que fa a la normativa i legislació en l'àmbit turístic, Espanya té derivades les funcions i competències turístiques a l'àmbit autonòmic, és a dir, les normatives i regulacions turístiques són competència de cadascuna de les comunitats autònomes, en aquest cas Catalunya.

Al llarg del treball s'ha estat parlant de l'Indret del Montseny com a un alberg, aquest fet és perquè un establiment amb habitacions compartides no és contemplat a la normativa general de turisme de Catalunya³². En aquesta normativa es defineixen els allotjaments turístics només com: hotels, establiments de turisme rural, càmpings i habitatges d'ús turístic. En cap cas fa referència als allotjaments els quals les persones allotjades poden compartir habitació amb més persones, sinó al contrari, s'indica que el nombre màxim de persones en una mateixa habitació és de quatre.

En l'únic cas dins la normativa actual catalana que es fa referència a aquest tipus d'establiment on les persones allotjades poden fer-ho de forma col·lectiva és el cas dels anomenats albergs de joventut. Normalment els albergs de joventut són espais per a grups, escolars i joves en llocs rurals per a excursions i/o sortides educatives, però actualment l'augment del nombre d'establiments anomenats *hostels*³³ en centres urbans ha augmentat considerablement; creant així una confusió entre els termes albergs de joventut i els *hostels*. Aquesta confusió és causada per la visió que es té de cadascun de les dues tipologies d'establiment, però realment els dos estan categoritzats com a alberg i segueixen la mateixa normativa, és aquest doncs el cas de l'Indret del Montseny.

Independentment de l'enfocament que es vulgui donar a l'alberg, vagi o no adreçat a joves i activitats a la natura o simplement el que es busqui sigui un espai on socialitzar amb altres turistes d'arreu del món, la normativa aplicable avui dia en els anomenats albergs, és la normativa per a instal·lacions juvenils. Sent aquesta la **Llei 38/1991** i els seus reglaments, el **Decret 140/2003** per a les instal·lacions en edificis, el **Decret 203/2013** per als campaments juvenils i el **Decret 16/2014** per a instal·lacions destinades a activitats amb infants i joves, aquest últim modifica el ja mencionat Decret 140/2003.

Així doncs com l'Indret del Montseny tindrà habitacions tan compartides com dobles i una quàdruple, les lleis que haurà de seguir són les ja anomenades per a instal·lacions juvenils i el decret 159/2012 d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic, ja que aquest segon decret ens ajudarà a definir els serveis necessaris en el cas de les habitacions d'ús individual i el decret 140/2003 el cas de les habitacions i àrees col·lectives. A l'

Annex 25 s'hi troben els requisits necessaris per a l'obertura d'un alberg els quals es troben dins del **Decret 140/2003**, aquest serà el que servirà de referència principal per a complir els requisits d'obertura i categorització de l'establiment.

³² "DECRET 159/2012, del 20 de novembre de 2012, d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic". Publicat al DOGC número 6268 del 05 de desembre de 2012.

³³ Es tracta del terme anglès per a referir-se a un alberg juvenil que sol caracteritzar-se pel baix preu de les habitacions, llits o lliteres i per promoure l'intercanvi cultural i social entre els hostes. La traducció al català o l'espanyol, seria alberg, però moltes vegades el concepte es confon i es pensa que són tipologies d'allotjaments diferents.

D'altra banda, tot establiment turístic ha de seguir unes normes i lleis relacionades amb l'àmbit de turisme, aquestes són:

- ✚ **Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya.** (Llei de l'ordenació i promoció del turisme a Catalunya, és aplicable a tot recurs turístic dins el territori català, en ella es defineixen també els drets i deures dels turistes i de totes les empreses turístiques).
- ✚ **Decret 159/2012, de 20 de novembre, d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic.** (Decret que complementa la llei anterior, amb la regulació dels establiments d'allotjament turístic (hotels, rural, càmpings) i dels habitatges d'ús turístic, aquest decret està dividit en dos títols, el primer és aplicable a tot establiment turístic, se'n descriuen les característiques a l'hora d'oferir allotjament i després s'aprofundeix en els casos d'hotels, càmpings i establiments de turisme rural, s'hi troba la regulació d'aquests, i a part s'inclouen les definicions dins del marc jurídic de cadascun i també s'inclou la definició dels serveis que s'han de tenir per a la seva categorització, finalment s'estableix una regulació pels habitatges d'ús turístic).
- ✚ **Llei 5/2012, del 20 de març, de mesures fiscals, financeres i administratives i de creació de l'impost sobre les estades en establiments turístics.** (Tot establiment turístic des de l'any 2012 ha de recaptar l'anomenada taxa turística, aquesta és una taxa la qual paguen els majors de disset anys per nit amb un màxim de 7 nits, l'import d'aquesta varia depenent de la categoria d'establiment turístic i l'àrea on es trobi aquest, per exemple un hotel de 4 estrelles a Salou tindrà una taxa turística de 1 € per adult i nit (màxim 7 nits) i un hotel de 5 estrelles a Barcelona l'import serà de 2,5 €. Aquest import no va dirigit en cap cas a l'hotel sinó que és dipositat íntegrament a la Generalitat. La llei també explica els usos que se'n fan del tribut.)
- ✚ **Ordre IRP/418/2010, del 5 d'agost, sobre l'obligació de registre i comunicació a la Direcció General de la Policia de les persones que s'allotgen als establiments d'hostalatge ubicats a Catalunya.** (Aquesta ordre fa referència al registre de passatgers, cada persona que s'allotgi a un establiment turístic ha d'identificar-se amb les seves dades oficials, ja sigui amb el seu carnet d'identitat o amb el seu passaport, l'establiment en recull les dades i cada dia s'envien a la competència policial, en aquest cas als Mossos d'Esquadra. El registre i l'enviament es fan de forma telemàtica diàriament, aquest registre ajuda a controlar tots els viatgers que s'allotgen al país.)

A part d'aquestes normatives enfocades al món del turisme, trobem que tot establiment obert al públic ha de cenyir-se a les normatives de protecció de dades, de la llei antitabac, mesures higièniques en el restaurant, accessibilitat de totes les persones, etc. Aquestes seran pressos en consideració una vegada s'obri l'establiment, però no estan contemplades en aquest pla d'empresa.

8. CONCLUSIONS

Per a concloure aquest treball de final de grau, s'analitzaran breument les conclusions extretes de cadascun dels apartats del pla de negoci que aquest treball tracta així com se'n farà també una breu valoració dels seus punts negatius i limitacions que s'han tingut al llarg de l'elaboració d'aquest treball.

Primerament podem entendre que el sector turístic és un sector amb molt de valor tant a Espanya com a Catalunya, i aquest ho seguirà sent en els pròxims anys, ja que el país està especialitzat i focalitzat en aquesta activitat econòmica. Trobem que el sector fa anys que va a l'alça; i les previsions, tot i la crisi que s'estima que esdevindrà per la COVID-19, són favorables. S'espera doncs que el turisme segueixi creixent, i aquest fet consegüentment és una oportunitat per a desenvolupar nous establiments turístics. Tot i que cal dir que com en tots els sectors econòmics, el futur sempre és incert i pot haver la possibilitat que el turisme s'estanqui.

En segon lloc, en l'àmbit intern; trobem que la idea d'aquest negoci és una idea innovadora en l'emplaçament escollit, i que els problemes de competència no seran de gran rellevància. Tot i que el nombre d'establiments propers no és elevat i cap d'ells té la mateixa visió i concepte que el negoci plantejat; sempre s'hauran de tenir presents. S'hauran de tindre en compte sempre les seves característiques i analitzar-les constantment per veure com milloren o empitjoren i així desenvolupar de manera paral·lela els nostres avantatges competitius. Aquests s'ofereixen per a poder diferenciar-se i ser l'establiment escollit entre els diferents allotjaments que el Parc Natural alberga.

L'anàlisi actual dels competidors de l'alberg així com dels factors externs i interns que afectaran la implementació del negoci, s'ha vist més especificada en els apartats DAFO i Canvas, aquestes dues anàlisis han resultat molt favorables, ja que tot i les diferents amenaces que el negoci haurà de fer front, el potencial d'aquest és una gran fortalesa i oportunitat en el sector. Una vegada el negoci es trobés en marxa s'haurien de tornar a analitzar els diferents avantatges competitius i realitzar les dues anàlisis mencionades, per veure realment quins serien els elements necessaris per a diferenciar-se i fer front a les amenaces canviants del mercat.

El potencial del negoci ha sigut descrit en els diferents punts de l'apartat 3 i l'apartat 4, la localització de l'establiment, és un gran paratge en mig de natura i dins d'un Parc Natural, això el fa que sigui molt característic i a la vegada remot. Pel que fa al producte, aquest és innovador, ja que va lligat a les tendències ecològiques les quals s'estan vivint en el segle XXI i que seran necessàries a la llarga degut al canvi climàtic. L'estrès va en augment, però d'igual manera, afortunadament, ho fan les persones que es preocupen pel medi i busquen un canvi en les seves rutines per a poder col·laborar a pal·liar els efectes del consumisme, el malbaratament i d'altres efectes negatius els quals es podran canviar i millorar gràcies als tallers oferts per l'establiment. Tot i que la conscienciació ambiental està in crescendo, s'hauria de realitzar una anàlisi més profunda de la demanda, ja que malauradament no s'han pogut analitzar les dades de la zona concreta de l'establiment per falta d'elles i l'anàlisi de tota la zona de Barcelona o el Vallès Oriental, podria ser no suficientment concreta.

Finalment l'apartat sisè, on es desenvolupa l'estructura econòmica de la idea de negoci, s'ha realitzat de forma hipotètica i sense tenir en compte tots i cadascun dels factors que faran augmentar els costos o ingressos. És per aquest fet que aquest apartat s'hauria de revisar i estudiar més en detall per alguna persona amb els coneixements oportuns per a la realització d'un estudi de viabilitat i/o un pla econòmic sencer, aquest podria ser un economista o comptable per veure realment si la viabilitat i els resultats d'aquest pla de negoci han estat encertats.

Tot i que no s'ha comptat amb tots els coneixements necessaris i no s'ha aprofundit massa en la seva realització, aquesta anàlisi desglossada en els diferents punts de l'apartat 6 ha resultat viable econòmicament com es pot observar a l'apartat 6.5.1 6.5 del treball pel que fa al compte de resultats. En aquest apartat s'ha pogut observar que des del primer any d'activitat del negoci aquest obtindrà beneficis, fet poc comú. No s'esperen pèrdues ni resultats nuls, sinó que des d'un primer moment s'esperen que inclús tenint una ocupació d'un 60-70% s'obtindran beneficis, podent fer front així a totes les obligacions financeres, podent també obtenir reserves per anys futurs i repartint el benefici en els diferents agents inversors. En darrer lloc per a poder valorar realment si l'obertura del negoci serà factible, a l'apartat 6.7 s'ha demostrat amb les dues anàlisis VAN i TIR que efectivament l'execució d'aquest projecte és viable.

Per a concloure aquest treball, la conclusió general del treball, és que la idea de negoci és factible, i si es reunissin el capital i els diferents finançaments necessaris per a poder dur a terme l'obertura d'aquest establiment, aquest resultaria viable. Al llarg dels anys no tindria pèrdues, seria viable i podria arribar a ser un negoci consolidat fortament en el sector i amb una gran trajectòria.

9. WEBGRAFIA & BIBLIOGRAFIA

9.1. ARTICLES & LEGISLACIÓ

Govern de Catalunya, Departament d'empresa i treball, (05/12/2012). "DECRET 159/2012, del 20 de novembre de 2012, d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic". Publicat al DOGC número 6268 del 05 de desembre de 2012.

Govern de Catalunya, Departament de joventut, (18/06/2003). "DECRET 140/2003, del 10 de juny de 2003, d'aprovació del Reglament d'instal·lacions destinades a activitats amb infants i joves." Publicat al DOGC número 3907 del 18 de juny de 2003.

Govern de Catalunya, Departament de benestar social i família, (13/02/2014). "DECRET 16/2014, d'11 de febrer, d'aprovació del Reglament del Registre d'instal·lacions destinades a activitats amb infants i joves, i de modificació del Reglament d'instal·lacions destinades a activitats amb infants i joves." Publicat al DOGC número 6561 del 13 de febrer de 2014.

Olivera, D., & Hernández, M. (2011). "El análisis DAFO y los objetivos estratégicos". *Contribuciones a la Economía, edición de marzo*.

Kotler, P & Keller, K. (2006), "Dirección de Marketing, Duodécima Edición", McGraw-Hill Interamericana, 2006, Pág. 372.

9.2. WEBS

Ajuntament de Fogars de Montclús, (sense data). Informació del Municipi. Recuperat el 18/03/2020 de: <http://www.fogarsdemontclus.cat/el-municipi/informacio-del-municipi/fogars-de-montclus/>

Alcántara A., (18/08/2017). Bancos de camas ¿Qué son y para qué se utilizan?. Recuperat el 14/04/2020 de: <https://alvaroalcantara.com/bancos-de-camas-que-son-y-para-que-se-utilizan/>

Barcelona és molt més, Diputació de Barcelona, (sense data). La Muntanya Màgica. Recuperat el 27/03/2020 de: <https://www.barcelonaesmoltmes.cat/web/idees-de-viatge/-/la-muntanya-magica>

Buchanan, L. (01/11/2012). How to Achieve Big, Hairy, Audacious Goals. Recuperat el 14/04/2020 de: <https://www.inc.com/leigh-buchanan/big-ideas/jim-collins-big-hairy-audacious-goals.html>

Catalunya.com, (sense data). La guia oficial de càmpings de Catalunya. Recuperat el 08/04/2020 de: <http://www.catalunya.com/on-dormir/campings/la-guia-oficial-de-campings-de-catalunya>

Catalunya.com, (sense data). Parc Natural del Massís del Montseny. Recuperat el 05/04/2020 de: <http://www.catalunya.com/parc-natural-del-massis-del-montseny-17-17001-573535?language=ca>

Col·laboradors de la Viquipèdia, (11/04/2020, darrera modificació). Parc Natural del Montseny. Recuperat el 05/04/2020 de: https://ca.wikipedia.org/wiki/Parc_Natural_del_Montseny

Collins, J., & Porras, J. I., (Setembre/1996). Harvard Business Review - Ideas and Advice for Leaders. Recuperat el 15/04/2020 de: <https://hbr.org/1996/09/building-your-companys-vision>

Cyberclick.es, (13/03/2020, darrera modificació). ¿Qué es marketing? Definición, ventajas y cómo funciona (+vídeos). Recuperat el 13/04/2020 de: <https://www.cyberclick.es/marketing#que-es-marketing>

Departament d'Empresa i Coneixement & Direcció General de Turisme, (sense data). Revista informativa sobre la marca turística Costa de Barcelona. Recuperat el 15/04/2020 de: http://empresa.gencat.cat/web/.content/20_-_turisme/publicacions/documents/arxius/costa_barcelona_catala.pdf

Equipo de colaboradores, (16/05/2017). Hoteles y ventajas competitivas de una gestión sostenible. Recuperat el 20/03/2020 de: <https://www.visionesdelturismo.es/albergues-y-ventajas-competitivas-de-una-gestion-sostenible/>

Equipo de colaboradores, (18/04/2017). Certificaciones sostenibles: sellos a nivel mundial. Recuperat el 20/03/2020 de: <https://www.visionesdelturismo.es/certificaciones-sostenibles-sellos-a-nivel-mundial/>

Equipo de Redacción de Emprendedores.com, (22/11/2019). Cómo se hace un análisis DAFO. Recuperat el 13/04/2020 de: <https://www.emprendedores.es/gestion/a30069/como-hacer-un-dafo2/>

Escudero Cuevas, J., (21/02/2019). Cómo se elabora un modelo Canvas. Recuperat el 13/04/2020 de: <https://www.emprendedores.es/gestion/a27644/modelo-3/>

Espaciosmáscreativos.com, (sense data). Masia de Vallforner. Recuperat el 12/04/2020 de: <https://www.espaciosmascreativos.com/espacios/masia-de-vallforner/>

Generalitat de Catalunya, (sense data). Guia oficial d'establiments turístics. Recuperat el 08/04/2020 de: <https://empresa.extranet.gencat.cat/rtcwebguies/AppJava/Campings.jsp?pst=1&lg=>

Gran enciclopèdia catalana, (01/01/2001). Definició: Estudi de mercat. Recuperat el 30/03/2020 de: <https://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0272599.xml>

Institut d'Estadística de Catalunya, (sense data). Estadístiques relacionades amb el turisme a Catalunya. Recuperat el 30/03/2020 de: <https://www.idescat.cat/tema/turis>

IPYME.org, (sense data), Formas Jurídicas, empresario individual. Recuperat el 18/05/2020 de: [https://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=EIN&nombre=Empresario%20Individual%20\(Aut%C3%B3nomo\)&idioma=es-ES#d1](https://www.ipyme.org/es-ES/ApWeb/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=EIN&nombre=Empresario%20Individual%20(Aut%C3%B3nomo)&idioma=es-ES#d1)

Jorge M., (24/06/2010). EL AUTOR DE LAS 4 P'S. Recuperat el 13/04/2020 de: <http://admincadenadesuministrosjmdc.blogspot.com/2010/06/el-autor-de-las-4-ps.html>

Lazarus, R (19/11/2009). Theory-Based Stress Measurement. Recuperat el 28/03/2020 de: https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/s15327965pli0101_1

Ostelea, blog de turismo, (06/02/2020). Tendencias que marcan el turismo internacional en 2020. Recuperat el 13/04/2020 de: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-que-marcan-el-turismo-internacional-en-2020>

Ostelea, noticias, (09/10/2019). Los ingresos en turismo internacional crecen más rápido que la economía mundial. Recuperat el 13/04/2020 de: <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/los-ingresos-en-turismo-internacional-crecen-mas-rapido-que-la-economia-mundial>

Papió, F. (2016), Llibre de text; Màrqueting Turístic. Recuperat el 13/04/2020 de: <http://www.xtec.cat/~fpapio/Mkgat.pdf>

Parcs de Catalunya & Xarxa de Parcs Naturals, (sense data). Parc Natural i Reserva de la Biosfera del Montseny. Recuperat el 27/03/2020 de: <https://parcs.diba.cat/web/montseny/inici>

Parcs de Catalunya & Xarxa de Parcs Naturals, (sense data). Subvencions a particulars i/o entitats sense ànim de lucre. Recuperat el 14/04/2020 de: <https://parcs.diba.cat/web/informacio-administrativa/subvencions/particulars-entitats>

Sede Electronica del Catastro, (sense data). Consulta y certificación de Bien Inmueble. Recuperat el 28/03/2020 de: <https://www1.sedecatastro.gob.es/CYCBienInmueble/OVConCiud.aspx?del=8&mun=80&UrbRus=R&RefC=08080A005000040000HL&Apenom=&esBice=&RCBice1=&RCBice2=&DenoBice=&from=nuevoVisor&ZV=NO>

Simon Sinek, (Setembre, 2009). How great leaders inspire action. Recuperat el 02/02/2020 de: https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=es

Todomarketing.com, (15/05/2016). ¿Cuáles son los niveles del producto?. Recuperat el 13/04/2020 de: <http://www.todomktblog.com/2013/09/niveles-producto.html>

Vivus Finance, (21/05/2015). Crowdfunding: ¿Qué es? ¿Cómo funciona?. Recuperat el 21/05/2020 de: <https://www.vivus.es/blog/economia-de-hoy/crowdfunding-que-es-como-functiona/>

Wikipedia.com, (05/11/2019, darrera modificació). Lienzo de modelo de negocio, modelo Canvas. Recuperat el 13/04/2020 de: https://es.wikipedia.org/wiki/Lienzo_de_modelo_de_negocio

Zoltar Speaks!, (25/10/2016). Urban Dictionary, Safe Haven Definition. Recuperat el 13/04/2020 de: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Safe%20Haven>

10. ANNEXOS

Annex 1: Descripció dels trets més significatius del Parc Natural i Reserva de la Biosfera Massís del Montseny.

El Parc Natural del Montseny, reserva de la Biosfera declarada per la UNESCO l'any 1978, és un espai natural protegit i amb una totalitat de 30.120 hectàrees situat a la serralada Prelitoral Catalana. Es distribueix entre les províncies de Barcelona i Girona, i inclou divuit municipis que pertanyen a les comarques d'Osona, la Selva i el Vallès Oriental. Aquesta última és la comarca amb més territori dins el parc. I com es pot observar a l'apartat 3.1 "Emplaçament del projecte", el nostre *refugi segur* es trobarà en aquesta mateixa comarca.

Dins del parc trobem que el pic més alt és el Turó de l'Home, un pic de 1.706 metres d'altura. A causa d'aquesta elevació i de les diferències d'humitat i temperatura que presenta, al parc es pot trobar una nombrosa varietat d'hàbitats que defineixen una biodiversitat única a la regió d'igual manera que un seguit de microclimes depenent de l'altitud de les diferents zones del P.N.

Un altre dels cims més coneguts que es troba dins del PN, és el Matagalls amb una altura de 1.697 metres. Deixant de banda els diversos pics que formen el parc, trobem que el PN té una diversitat de paisatge molt abundant; aquesta està formada per boscos mediterranis, centreeuropeus, prats, conreus i també diversos rius el travessen, aquests són el Congost, la Tordera i la riera Major. Trobem també l'estanc de Santa Fe, el qual serà una localització clau per al futur establiment.

El Parc a més de ser ric en naturalesa, té una combinació de flora, vegetació i fauna molt abundant, es poden trobar des de prats fins a rouredes, pinars o alzinars. La seva fauna es destaca pel tritó del Montseny el qual va ser descobert l'any 2005 i va ser declarat una nova espècie.

A part del factor natural el Parc també compta amb patrimoni cultural. A tall d'exemple com a patrimoni cultural i edificat, el qual demostra que en aquell entorn hi ha presència humana des de l'època megalítica. Cal destacar dins el parc diverses construccions megalítiques; com la serra de l'Arca, la vil·la romana de Can Terrers, moltes esglésies medievals, nombrosos castells, els masos fortificats del Bellver o la Sala, el conjunt del Tagamanent i l'ermita de Sant Segimon.

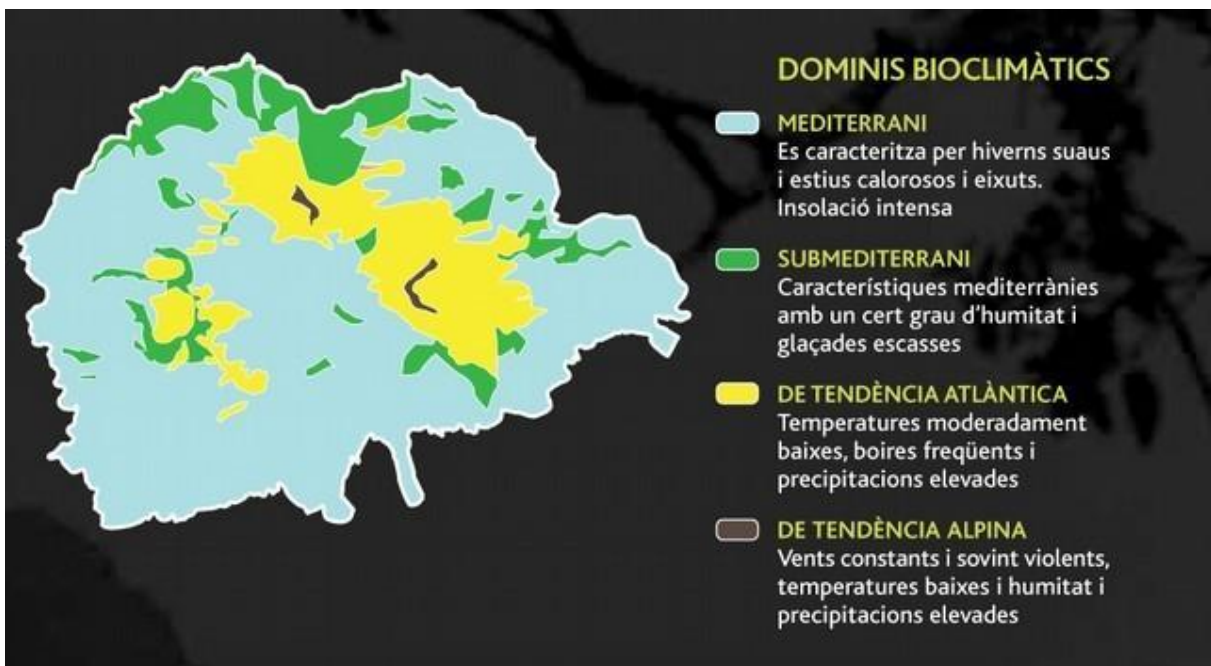
L'activitat econòmica del Parc al llarg dels anys ha sigut principalment l'aprofitament del bosc per a tasques quotidianes com la venda de fusta i llenya o la ramaderia i l'agricultura. Aquesta va estar en la seva plenitud al segle XIX, quan molts dels masos que hi ha actualment al Parc van ser construïts, al segle XX però molts d'aquests queden abandonats i l'activitat agrícola entra en una crisi, arribant fins avui en dia on l'agricultura es troba només present en petites explotacions rurals i d'ús domèstic. Així doncs la principal activitat econòmica són totes aquelles lligades al sector terciari, restaurants, allotjaments rurals, etc.

El Parc està dividit actualment en un seguit de 18 municipis, 13 d'ells pertanyen a la província de Barcelona i 5 d'ells a la de Girona. Dins d'aquests 18 municipis cadascun d'ells té dispersats diferents nuclis de població, és el cas per exemple de Fogars de Montclús, municipi on es trobarà emplaçat el negoci d'aquest pla d'empresa.

del projecte tal com es pot observar a l'apartat 3.1 i a l'**Annex 7**.

pluges, boires i vents constants.

IL·LUSTRACIÓ 6: DOMINIS BIOCLIMÀTICS DEL PN MASSÍS DEL MONTSENY



FONT: EDUCA VILADRAU

temperatures seran una mica més elevades que les que es mostren a la **Taula 13**.

TAULA 13: REGISTRE DE TEMPERATURES I PRECIPITACIONS AL TURÓ DE L'HOME L'ANY 2018

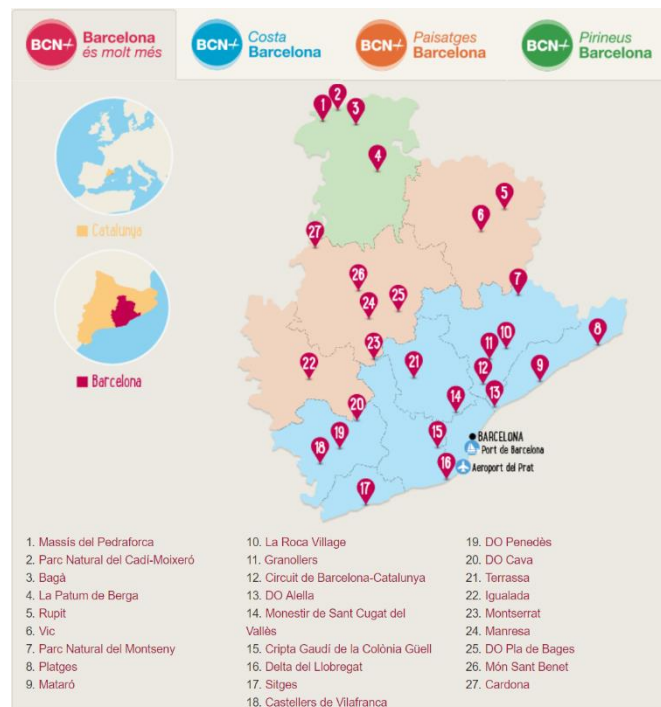
ANY 2018	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Temperatura màxima (Cº)	6,2	1,2	4,9	10,2	10,8	16,1	21,4	19,8	17,2	11,0	6,2	9,2
Temperatura mínima (Cº)	-0,1	-5,2	-1,8	3,1	5,0	9,7	13,2	13,1	10,8	5,7	1,5	2,6
Precipitacions (mm)	87,9	123,4	122,2	161,1	174,3	74,5	57,5	96,9	22,6	383,9	185,0	5,1

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DEL METEOCAT

Si ens preguntem quin òrgan gestiona el parc, ja que aquest es troba en dues províncies i en tres comarques, l'òrgan gestor del mateix és l'àrea de Territori i Sostenibilitat de la Diputació de Barcelona. També es troba promocionat i inclòs dins de la Xarxa de Parcs Naturals de Catalunya.

Parlant sobre la imatge turística que ofereix el Parc, aquesta es veu promocionada dins la marca; *Barcelona és molt més*. Aquesta marca turística creada per la Diputació de Barcelona, compren les diferents marques turístiques “de” Barcelona. Aquestes són: Paisatges de Barcelona, Costa de Barcelona i Pirineus. Es poden observar els diferents punts d'interès dins les divisions de la marca a la **Il·lustració 7**.

IL·LUSTRACIÓ 7: PRINCIPALS ATRACIONS TURÍSTIQUES DE LA MARCA.



FONT: BARCELONAESMOLTMES.CAT

Com s'observa a la **Il·lustració 7**, el Parc Natural del Montseny, es troba dins la marca Costa de Barcelona com ja s'ha mencionat a l'apartat 2.1 del treball. Tot i aquesta indicació a la **Il·lustració 7**, la totalitat del Parc es veu immersa en la marca Paisatges de Barcelona i a la de Costa Brava, la qual no s'aprecia a la imatge.

Annex 2: Perfil de turista per edat a la província de Barcelona.

Edat (%)
Edad (%)
Age (%)



FONT: GRÀFIC EXTRET DE L'INFORME DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA DE BARCELONA 2019.

Annex 3: Fitxes tècniques dels establiments rurals al PN Montseny i comentari de cadascun.

Alberg Casanova de Sant Miquel	
La Casanova de Sant Miquel és un antic mas restaurat per la Diputació de Barcelona i gestionat en règim de concessió administrativa per un matrimoni. Aquest allotjament rural ofereix als visitants un lloc des d'on poder gaudir de la natura del Parc Natural del Montseny en un ambient tranquil i acollidor, oferint també diverses activitats i oferint també servei de mitja pensió (opcional).	
Instal·lacions La Casanova de Sant Miquel disposa de cinc habitacions: una doble, una altra doble amb una llitera sense lavabo i tres dobles amb lavabo. En total, la casa disposa de 12 places.	Activitats educatives • "Pa bo", taller de fer pa al forn de llenya • "Sopant amb els estels": sopar i taller d'astronomia • "Ball a l'era": concert de música folk i taller de balls d'arreu del món • "Fes anar el torn": taller de ceràmica
Altres serveis • Cuina vegetariana • Aventures d'en Miquel (Taller per a nens i nenes) • Excursions guiades al parc	Horari Tancat del 22 de desembre al 31 de gener, i del 15 d'agost al 31 d'agost.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DEL PN MASSÍS DEL MONTSENY.

Després d'haver-ne fet un resum dels serveis i instal·lacions que ofereix aquest establiment, clarament es pot observar com aquesta casa rural denominada en webs com alberg o *hostel*³⁴ en anglès, és un establiment amb una ideologia similar a la de l'establiment proposat en aquest pla d'empresa, així doncs és competència directa perquè s'ofereixen molts serveis de les mateixes característiques. El fet d'organitzar tallers per a elaborar pa, veure els estels, etc. Demostren com en aquest establiment també es busca un valor afegit deixant de banda el simple allotjament.

Indagant per la seva pàgina web es pot veure com l'alberg Casanova de Sant Miquel, està al càrrec d'un matrimoni el qual està allí a la disposició dels clients, aquest fet transmet també una sensació de proximitat com també en el cas del nostre establiment. L'alberg compta també amb una certificació ecològica, la Carta Europea del Turisme Sostenible, la qual el nostre negoci també intentarà adherir-s'hi, sempre que es compleixin els requisits.

Un dels aspectes que poden fer rebaixar el grau de competència seria l'emplaçament d'aquest establiment. Aquest establiment està a la mateixa comarca del Vallès Oriental però està situat al municipi d'Aiguafreda, aquest queda a uns 50 kilòmetres aproximadament del Pantà de Santa Fe, el qual és el punt més pròxim a on estarà situat el nostre alberg.

Analitzant l'estètica i disseny de l'interior de l'establiment, aquest és tradicional i molt rural, no té cap toc de disseny ni modernitat, aquest aspecte podria ser un punt a favor al nostre projecte. Un punt en contra és que en aquest establiment també tenen hort, i d'ell en poden aconseguir els productes denominats kilòmetre zero, aquest és només un petit incís, ja que actualment molts establiments rurals tenen aquesta peculiaritat, encara i aquest increment d'aquesta tendència, sempre s'ha de tenir en compte. Per finalitzar l'anàlisi d'aquest establiment, veiem que tanquen del 15 al 31 d'agost, aquest fet és considerat un punt dèbil per a ells i una oportunitat per als negocis amb intenció de tenir obert tot l'any o gairebé tot l'any com és el nostre cas.

³⁴ Es tracta d'un alberg juvenil que sol caracteritzar-se pel baix preu de les habitacions, llits o lliteres i per promoure l'intercanvi cultural i social entre els hostes. La traducció al català o l'espanyol, seria alberg, però moltes vegades el concepte es confon i es pensa que són tipologies d'allotjaments diferents.

Turisme rural La Morera	
La Morera és una masia propietat de la Diputació de Barcelona situada entre el nucli urbà del Brull i CollFormic a la comarca d'Osona, al nord del Massís. Des de 1993, en la seva qualitat d'equipament del Parc Natural i Reserva de la Biosfera del Montseny, és gestionada en règim de concessió administrativa per la cooperativa de treball associat Calengobi per a ús com a establiment de Turisme rural. Es tracta d'una masia de muntanya, envoltada de prats, boscos d'alzina, castanyers, faigs, arbres de ribera... El Turisme Rural la Morera compta amb la Distinció de Qualitat Turística SICTED des de 2011 i és una de les empreses acreditades amb la Carta Europea de Turisme Sostenible Montseny, l'any 2014.	
<u>Instal·lacions</u> Capacitat màxima per a 27 persones, amb 8 habitacions (dúplex, amb calefacció i bany), menjador amb llar de foc, 2 sales comunes i punt d'informació del Parc Natural del Montseny al rebedor.	<u>Activitats educatives</u> Proposta d'activitats d'interpretació dels voltants (taller i/o passejades per apropar-se als bolets, les plantes remeieres, la història, els boscos, els usos i costums...) per les persones allotjades: mitjançant reserva de l'activitat o participant en caps de setmana especials. Sense allotjament: lloguer d'espais amb possibilitat de serveis de restauració i/o contractació d'aquestes activitats.
<u>Altres serveis</u> • Lloguer amb dret a cuina (reservant tota la casa) o en règim de mitja pensió o pensió completa. Adequació a horaris d'estudis (papallones, ocells...) i esportistes. • Amplia documentació i informació del Parc i la comarca d'Osona. • Col·laboren si s'escau en: localitzacions i dissenys de rutes, organització, contactes i contractacions, continguts... • Activitats pedagògiques i lúdiques a mida.	<u>Horari</u> Obert tot l'any. Reserva prèvia

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DEL PN MASSÍS DEL MONTSENY.

D'igual manera que l'anterior establiment aquest establiment rural està situat lluny de la proposta, però segueix venent i oferint els seus serveis com alberg amb molta oferta complementaria. Les propostes que tenen estan més enfocades a un públic amb nens i a rutes de senderisme i coneixement de l'entorn, es valoren el fet de ser activitats complementàries però la ideologia que es vol transmetre en el nostre establiment és la de coneixement d'un mateix, i la del medi ambient, no està enfocada al senderisme.

Un altre punt a valorar que té aquest establiment és que ofereix l'opció de llogar tota la masoveria per als seus clients, privatitzant així els seus serveis per a un mateix client, aquesta no és la idea del negoci que es vol transmetre en l'*Indret del Montseny*, però es podria valorar-ho si un grup reduït de persones ho sol·licites.

Com ja s'ha dit aquest establiment fa també tallers i xerrades, sortides, etc. Així que la tipologia de clients serà similar a la del nostre establiment, haurem de crear bones eines de diferenciació per atraure més clients. Aquest establiment no té fixat en calendari tancar en cap data, així que serà també un punt a considerar. Un dels punts dèbils és que les activitats que ofereixen només es poden realitzar en català o castellà, d'aquest fet en podem treure avantatge, ja que el nostre personal oferirà les activitats en anglès, francès i alemany com ja s'ha esmentat.

Alberg El Polell	
Antiga masia agrícola, adquirida en el seu moment als anys setanta per la Diputació de Barcelona, que la va habilitar i restaurar a principis dels anys vuitanta. El Polell, actualment, és un alberg rural allunyat de nuclis urbans i carreteres, destinat a tota mena de públic en especial famílies i amants de la natura en general. El Polell és un equipament autosuficient energèticament, totalment equipat amb energies renovables, especialment compromès amb criteris agroecològics.	
<u>Instal·lacions</u> Disposa de 16 places repartides en 5 habitacions, a més d'una aula per realitzar-hi activitats i tallers, amb una cabuda total de 63 places; servei de cuina i dutxes amb aigua calenta, i també calefacció central alimentada amb biomassa.	<u>Activitats educatives i altres serveis</u> Des del Polell el visitant pot fer excursions a peu, bicicleta i amb animals de tir, a punts emblemàtics del Parc com: El Pla de la Calma, les ermites de Sant Elies i Santa Susanna, el Castanyer d'en Cuc, la vall del Cortés, etc.; també es pot iniciar en el coneixement etnològic del Montseny (carboneig, pous de glaç..) i descobrir l'activitat agrícola, ramadera i forestal d'una explotació agrària de muntanya, visitar un taller de baster artesanal o simplement gaudir d'un paratge d'interès natural, paisatgístic i arquitectònic emblemàtic. A més a més es programen estades i jornades temàtiques de cap de setmana per grups organitzats.
<u>Horari</u> Obert tot l'any. Visites concertades.	

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DEL PN MASSÍS DEL MONTSENY.

Donades les seves característiques així com la seva localització, aquest és l'establiment que més competència suposa, ja que per proximitat és el més pròxim a l'emplaçament del futur establiment.

Aquest alberg té una filosofia i un estil molt similar al valor afegit que es vol aconseguir en la nostra empresa. Les activitats que ofereix se centren més en el coneixement del terreny, de l'activitat agrícola o l'etnologia de la zona. Tot i que aquest establiment se sustenta de forma eficient i ecològica, els valors que transmet al client a través de les seves activitats i tallers no són aquests.

S'haurà de tenir realment en consideració aquest establiment a l'hora de marcar estratègies de diferenciació, ja que aquestes es basaran principalment en les activitats ofertes, ja que les característiques per l'aspecte d'allotjament en els dos establiments són molt similars. Un establiment petit, obert tot l'any, amb una mentalitat ecològica i mogut per energies renovables, transmeten els valors de l'apreciació d'estar rodejat de natura. Es farà un seguiment dels preus i activitats ofertes i d'aquest seguiment dependrà remarcar els nostres punts forts i valors, perquè els clients potencials ens escullin a nosaltres i no al Polell.

Alberg Masia de Vallfornés	
Masoveria totalment reformada gestionada pel grup concessionari de Vallforners; La Fada. Es tracta d'un alberg multidisciplinari que ofereix la possibilitat de realitzar estades i activitats, també ofereix l'establiment per a la realització d'esdeveniments. L'alberg Masia de Vallforners ofereix allotjament segons diferents modalitats: lloguer d'habitacions i lloguer de la casa sencera, també inclou el servei de manutenció per als allotjats. El lloc privilegiat que ocupa aquesta masoveria del S. XI, fa d'aquesta una experiència idíl·lica en la qual gaudir de la naturalesa i on també organitzar reunions, trobades d'empresa, cursos i tallers, bodes, celebracions, aniversaris, etc.	
<u>Instal·lacions</u> Consta de cinc habitacions, 3 banys, una cuina d'ús exclusiu per als hostes, un menjador i una sala polivalent, amb capacitat total per a 22 persones. Hi ha calefacció a tota la casa i dues llars de foc.	<u>Activitats educatives i altres serveis</u> Excursions a cavall, rutes a peu i trekkings de muntanya, rutes paisatgístiques i d'història de la vall, etc.) Com ja s'ha esmentat hi ha la possibilitat de llogar tot l'alberg per a realitzar-hi celebracions, bodes, reunions de treball (<i>networking, teambuilding</i>), etc. Ofereixen la possibilitat de manutenció així com menús amb cuina vegetariana.
<u>Horari</u> Obert tot l'any. Visites concertades.	

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DEL PN MASSÍS DEL MONTSENY.

Aquesta masoveria també és considerada competència donada la seva ubicació, pròxima a l'emplaçament del futur allotjament. Pel que fa als serveis, aquest alberg no té el mateix *target group* ni l'enfocament que es busca en l'*Indret del Montseny*.

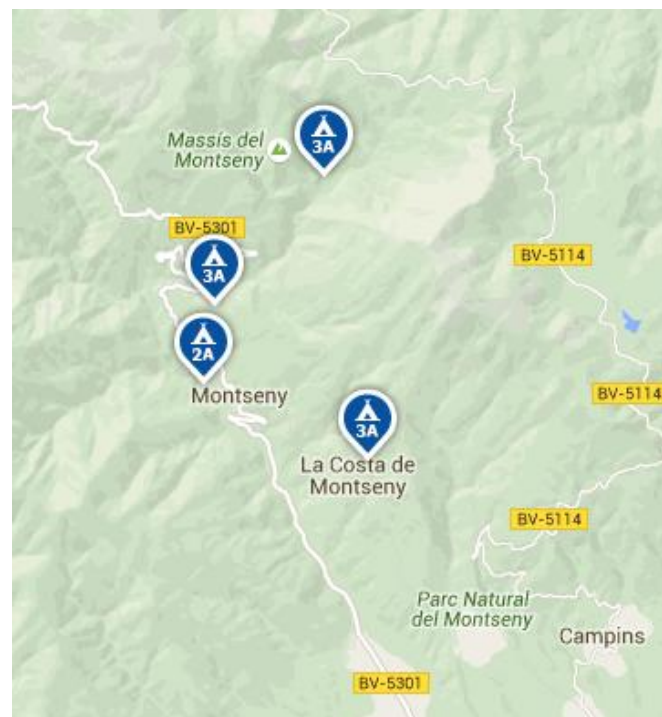
Aquest establiment busca la realització d'esdeveniments socials, multitudinaris, etc. No es ven com un lloc on relaxar-se i gaudir de l'entorn en pau i harmonia amb el medi, sinó que l'únic que reflecteix és que està envoltat de natura però es poden fer activitats com són les diferents reunions de feina o de celebració. És un enfocament totalment diferent de la tipologia de client que es vol treballar en aquest cas, però tot i això com s'ha dit, s'ha de tenir en compte pel fet de la seva situació geogràfica.

Es pot apreciar una falta d'interès per la promoció en línia, donat que no tenen pàgina web pròpia i la informació dels seus serveis s'ha d'extreure de pàgines web de bodes o de lloguers de sales per a esdeveniments. Aquest fet un cop més mostra la diferencia d'enfocament empresarial.

Annex 4: Fitxes tècniques dels càmpings del PN Massís del Montseny i comentari de cadascun.

Com s'ha mencionat en el punt 2.3 del treball, exactament al Massís del Montseny es troben 4 càmpings, 3 d'ells són de 3^a categoria el qual vol dir que tenen la categoria més baixa dins les categories que es troben en la classificació dels càmpings³⁵, i el càmping restant és de 2^a, aquest càmping es diferencia per tenir millors serveis i instal·lacions. A la II·lustració 8 es pot veure que els quatre càmpings estan situats al mig del Massís, tenint així una molt bona ubicació geogràfica.

IL·LUSTRACIÓ 8: MAPA DE CÀMPINGS AL PN MONTSENY



FONT: CATALUNYA.CAT

Per a valorar realment que els càmpings no suposen una gran amenaça pel futur negoci, se'n farà un breu resum de les seves característiques de la mateixa manera que s'ha elaborat pels albergs rurals.

³⁵ Els càmpings es classifiquen d'acord amb les seves edificacions, instal·lacions i serveis en les categories de Portal Jurídic de Catalunya "luxe", "primera", "segona" i "tercera", i els seus corresponents distintius "L" "1a", "2a" o "3a"; aquestes estan publicats al web del departament competent en matèria de turisme. Article 49 del Decret 159/2012.

Càmping les Illes, categoria tercera.
Al càmping ofereixen parcel·les per caravanes i tendes per fer-hi estades de curta o llarga durada. Disposen de parcel·les amples amb sòl d'herba i estan oberts tot l'any. Hi ha grans zones d'acampada, ideals per a grups nombrosos que hi vulguin fer estades de plaer o esportives. També s'hi troben tres cases rurals dins el mateix recinte de places cada una: el Faig, antiga pallissa de la masia; el Grèvol, que era la quadra dels animals; i el Ginebró, usada com a estança dels masovers.
<u>Instal·lacions i serveis</u> • Bar • Cafeteria. • Sala de jocs/reunions. • Barbacoes. • Piscina i riu. • S'admeten gossos. • Rentadores. • Zona infantil i esportiva. Taules de ping-pong. • WC minusvàlids i serveis amb dutxes d'aigua calenta. • Parcel·les amb connexió elèctrica i ombra.
<u>Horari</u> Caps de setmana de tot l'any: divendres 17h – diumenge 20h. Excepte del 15 de desembre al 15 de gener (tancat). Obert festius nacionals, i mesos de juliol i agost tots els dies.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DE L'ESTABLIMENT.

Analitzant la seva pàgina web, el seu *Facebook* i buscant informació sobre l'establiment es pot apreciar com en cap moment es parla de serveis educatius i activitats complementàries com és el cas dels diferents albergs i masies que s'han analitzat fins ara.

No s'ofereixen ni tallers, ni excursions ni cap activitat per l'estil, així que com ja s'ha comentat en el punt 2.3 d'aquest treball, no es considera una competència important.

L'estil d'allotjament en l'àrea de càmping és molt simple, no compten amb bungalows, així que la comoditat i el confort no és una de les qualitats a destacar d'aquest establiment. Tenen tres cases rurals cadascuna amb una capacitat de 5 places, però aquestes es lloguen en concepte de casa sencera, sense oferir cap règim de manutenció o servei extra.

Els preus són econòmics, d'acord amb els serveis que ofereixen, no es considera un càmping car, el preu d'un lloguer d'espai per a caravana oscil·la entre els 12 i els 20 euros la nit.

Càmping Montseny, Masia Can Cervera, categoria tercera.		
La Masia Can Cervera és una finca històrica situada a 2 km del poble del Montseny. Disposen de dues masies per llogar i el càmping sense bungalows. Són unes cases de pagès de pedra, adaptades per al turisme rural. Una és la Masia Can Jubany per cinc persones i l'altra masia La Sala per vuit persones. És un càmping perfectament regulat, amb 50 places, que ofereix uns serveis similars a altres càmpings de muntanya però amb unes característiques que els fan pràcticament únics. El càmping està al voltant de la Masia Can Cervera (aquesta no està disponible per a llogar), tot són parcel·les tant per tendes com per caravanes. A més poden acampar dins del bosc o en prats ben verds.		
Instal·lacions i serveis: Masia «La Sala» Capacitat: 8 persones Habitacions: 1 doble & 2 triples Bany: 2 Cuina: Completament equipada Barbacoa Terrassa Connexió Wi-Fi TV pantalla plana Llar de foc Calefacció Piscina compartida amb el càmping	Turisme Rural «Can Jubany» Capacitat: 5 persones. Llits: 2 dobles & 1 individual Bany: 1 Cuina: Totalment equipada Barbacoa Terrassa Connexió Wi-Fi TV pantalla plana Llar de foc Calefacció Piscina compartida amb el càmping	Càmping Recepció Cafeteria Piscina Piscina infantil Zona de barbacoa (només per a clients) Parcel·les amb electricitat Parc infantil Futbol & Basquet Rentadores Frontó Connexió Wi-Fi
Característiques per al lloguer de les masies: • S'han de llogar tot un cap de setmana el qual s'entén des del divendres fins al diumenge (dues nits). • Els preus són per casa, i poden habitar-les, tanta gent com llits tinguin. • Totes les cases tenen roba de llit i de bany, i tenen la cuina completament equipada amb estris de cuina i parament de taula. • El menjar i la neteja diària van per compte del llogater. • Totes les cases són d'ús independent, no es comparteixen. • Accepten gossos.		
Horari La temporada del càmping va del 15 de febrer, fins al 15 de desembre. El càmping està obert caps de setmana, ponts, festius i vacances escolars.		

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DE L'ESTABLIMENT.

De la mateixa manera que el càmping anterior, cercant informació en la pàgina web pròpia de l'establiment, no es menciona en cap apartat de la mateixa res de tallers, ni excursions.

El seu objectiu de negoci és el del càmping i el lloguer de les dues cases rurals per a gaudir de la tranquil·litat acampant o amb caravana, per a grups reduïts de fins a 8 persones o inclús fins a 14, ja que es poden llogar les dues cases a l'hora i obrir les portes que les connecten.

No tenen cap servei de manutenció, no hi ha restaurant ni bar, així doncs només ofereixen els seus espais per l'oci i lleure en la natura. No tenen un contacte tan pròxim amb el client. Així doncs no es considera tampoc un gran competidor, per la falta del que seria el nostre segell identificatiu en els nostres serveis.

Càmping de Fontmartina, categoria tercera.	
El càmping de Fontmartina és un equipament de la Diputació de Barcelona creat l'any 1974 i gestionat per SENY una empresa d'activitats de lleure i per també per l'empresa Grisalla una empresa que du a terme activitats pedagògiques i de lleure. El càmping, de 3a categoria, disposa de feixes per plantar-hi tendes amb una capacitat de 750 persones i un espai per a caravanes. Està situat al cor del massís del Montseny, al vessant del migjorn del Turó de l'Home i a 900 m d'altitud	
<u>Instal·lacions</u> Recepció Cafeteria Restaurant Parcel·les amb electricitat Parc infantil Rentadores Connexió Wi-Fi	<u>Activitats educatives</u> Grisalla és un equip que treballa al Parc Natural del Montseny des del vessant pedagògic i dels lleure i que dirigeix les seves activitats a l'àmbit escolar. Seny gestiona el càmping de Fontmartina i organitza activitats per als estudiants, infants, adults i grups organitzats.
<u>Altres serveis</u> Propostes d'activitats per a les AMPA (associacions de pares i mares d'alumnes, "Gimcana d'en Tintín", "La màquina del temps", etc.) El càmping ofereix tant acampades col·lectives com familiars en un indret tranquil, ideal per gaudir de la natura. Al llarg de l'any, s'hi organitzen cursos i activitats d'aproximació al coneixement del medi adequats a tots els públics.	<u>Horari</u> Juny, juliol, agost i setembre → obert tots els dies. Març, abril, maig, octubre, novembre i desembre → obert els caps de setmana. Tancat del 16 de desembre a l'1 de març

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DE LA XARXA DE PARCS NATURALS DE CATALUNYA.

El càmping Fontmartina és el més bàsic i d'estil rural de tots els tres càmpings que disposa el Parc Natural de tercera categoria. És el més petit i el que menys serveis disposa, només hi ha parcel·les per a poder acampar amb tenda o caravana, d'igual manera que els altres dos càmpings no hi ha bungalows, però en aquest cas tampoc hi ha cap masia rural per a poder llogar.

En la seva pàgina web no es troba massa informació, solament els preus i tarifes per temporades, així com els horaris en què l'establiment es troba obert i també la normativa de l'establiment per poder conviure en les parcel·les.

D'altra banda podem observar com l'òrgan gestor del negoci són dues associacions culturals, les quals estan enfocades a un públic amb nens, com són les associacions pedagògiques o les associacions de pares i mares. Aquestes fan activitats de reconeixement de natura de manera puntual i també enfocades a l'àmbit escolar. Aquest tipus d'activitats suposen un extra com a oferta complementaria però no ens causa competència perquè el nostre segment de mercat no és l'escolar.

Així doncs una vegada més es creu que aquest càmping no suposa un risc molt elevat en la competència per al futur establiment.

Les piscines de Montseny, categoria segona.	
El Càmping Les Piscines del Montseny, és un càmping de segona categoria situat al municipi de Montseny, aquest càmping disposa de 48 parcel·les per a poder accedir-hi amb tenda o caravana i 11 bungalows. Els bungalows tenen una capacitat de 2 a 4 places i altres bungalows més grans de 4 a 5 places.	
<u>Instal·lacions</u> Recepció Bar Botiga de queviures Piscina, no inclosa en el preu, servei públic. Restaurant Accés al riu Zona de barbacoes Parcel·les amb electricitat Parc infantil Rentadores	<u>Activitats educatives i altres:</u> •Muntar a cavall (instal·lacions alienes al càmping) •Anar amb quad (instal·lacions alienes al càmping) •Esport d'aventura (instal·lacions alienes al càmping) •Espectacles (dins del mateix càmping) •Tallers de pintura i manualitats (dins del mateix càmping)
<u>Horari</u> No s'especifica.	

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DE LA WEB DE L'ESTABLIMENT I VAYACAMPING.NET.

Aquest és el càmping de segona categoria o sigui que és el càmping amb més serveis i en teoria millors infraestructures dins del recinte del PN Massís del Montseny. Aquest càmping està adreçat per passar uns dies descansant i gaudint de la natura i la tranquil·litat, és l'únic càmping que ofereix l'allotjament també en bungalows a part de l'allotjament amb parcel·les per estar-hi amb tenda o caravana.

Aquest càmping dins dels allotjaments d'aquesta mateixa tipologia, seria l'únic que es podria semblar que tingués un cert risc d'atracció als nostres clients potencials pel fet que ofereixen els tallers de pintura i treballs manuals. Aquests tallers però són tallers bàsics adreçats a nens formant part del servei d'animació del càmping, així doncs segueix sent un càmping orientat d'una manera totalment diferent del nostre públic objectiu.

Buscant informació per a poder elaborar la fitxa tècnica, es pot veure com en moltes pàgines web de campistes valoren l'establiment amb molt males puntuacions, cap valoració és positiva. Totes coincideixen en el fet que el càmping està vell, deixat, no hi ha seguretat en cap aspecte, és car pels serveis que ofereix i un llarg etcètera, així doncs aquestes opinions reafirmen la idea que el càmping no és una amenaça.

Annex 5: Definició i explicació del model Canvas.

La definició del model *Canvas* és la d'una plantilla d'un pla de negoci d'una sola pàgina creada per *Ash Maurya* a partir de la proposta inicial d'*Alexander Osterwalder* l'any 2009. Aquesta plantilla és un model de gestió estratègic per al desenvolupament de nous models de negoci o documentar els ja existents. És un gràfic visual amb elements que descriuen propostes de producte o de valor de l'empresa, la infraestructura, els clients i les finances.

En aquesta anàlisi es pot observar una visió de futur de com l'empresa pot capturar clients, com es desenvolupa el negoci, també quins són els clients potencials, els nostres beneficis, les despeses, els punts forts...

Per començar dir que l'anàlisi *Canvas* està dividit en 9 apartats els quals són:

- Socis estratègics.
- Activitats clau.
- Proposta de valor.
- Relació amb els clients.
- Segments de clients.
- Recursos claus.
- Canals.
- Costos.
- Ingressos

Tots aquests apartats són apartats que s'han de tenir clars abans de començar el negoci; se n'ha de fer una estimació i hipòtesis per poder elaborar una idea global de cadascun dels 9 elements que es poden apreciar en aquesta plantilla. La definició de cadascun d'ells, o el que s'ha d'incloure en cadascun dels apartats de la plantilla és la següent:

1. Socis estratègics: Són els socis que es necessiten per poder donar forma a la nostra idea, normalment són de caràcter insubstituïble. Acostumen a ser els proveïdors, empreses subcontractades, ajuntaments o organismes que ens ajuden econòmicament...

2. Activitats clau: En aquest apartat es troben les activitats primordials del negoci, accions importants perquè l'empresa funcioni correctament. També s'inclouen en aquest apartat les activitats estratègiques que tenim en l'empresa per diferenciar-nos.

3. Proposta de valor: Aquí essencialment es valoren els punts diferenciadors de l'empresa. Per exemple, saber perquè el client tria aquest negoci i no a un altre establiment de la competència. Saber què s'ofereix al client que altres establiments no tenen. Aquest apartat tracta de remarcar les activitats diferenciadores, el que seria anomenat també com a avantatge comparatiu, el que diferencia aquest establiment de la resta de negocis.

4. Relació amb els clients: El punt següent tracta de veure de quines formes i mitjans ens comuniquem i relacionem amb els clients reals i potencials. Quin tipus de relació es vol establir amb ells.

5. Segments de clients: Aquest punt, tal com el seu nom indica, ajuda a saber "per a qui" s'està creant l'empresa, a qui es dirigeix, quin serà el client més adient per als serveis que s'ofereixen.

6. Recursos clau: Què es necessita per a poder tenir èxit i quines són les característiques necessàries per a poder desenvolupar la proposta de valor del negoci. Què té l'empresa que creï millor potencial.

7. Canals: Aquí plasmarem amb quins mitjans ens dirigirem als nostres clients, tant potencials com reals. On posarem les nostres ofertes, les nostres xarxes socials...

8. Despeses i/o costos: Com el seu propi nom indica aquest apartat fa relació al que fa perdre diners a l'empresa, o als serveis els quals fan baixar els saldos. També s'ha de tenir clar que hi ha els costos fixos els quals són despeses necessàries.

9. Ingressos: Per acabar trobarem el contrari del punt anterior, on s'exposen els fets que aporten un ingrés de diners, tant amb benefici com sense només per recuperar inversió. Explicar d'on es trauen els diners

Annex 6: Definició i explicació de l'anàlisi DAFO.

Aquest mètode ens permet visualitzar i resumir la situació actual i futura de l'empresa amb els valors i oportunitats que tenim actualment en el negoci, en l'entorn i en la competència. D'aquesta forma es valora la situació externa representant l'entorn i les característiques internes de l'empresa.

El principal objectiu de l'anàlisi DAFO és el d'ajudar a l'establiment a trobar els seus factors estratègics que una vegada estiguin identificats, ajudaran a poder fer els canvis d'organització adients, minimitzant les debilitats i aprofitant els avantatges de les oportunitats i reduir les amenaces.

Aquesta anàlisi es divideix com s'ha mencionat en dos pilars; l'anàlisi intern i l'extern, cadascun amb un factor negatiu i un de positiu.

Anàlisi intern, són els components que poden ser controlats per la pròpia empresa. Segons la pàgina web emprendedores.com, (2019). En l'anàlisi interna s'analitzen els següents factors: producció, màrqueting, organització, personal i les finances de l'empresa. Tots aquests factors ajuden a detectar les fortaleeses i debilitats de l'empresa, les quals originen avantatges o desavantatges competitius.

Fortaleeses; Trobarem en aquest apartat els recursos i habilitats que tenim com empresa i la nostra diferenciació, els nostres productes estrelles, què sabem fer millor... Són els punts forts que poden ser beneficiats per l'entorn i les seves oportunitats. Es troba la imatge que es reflecteix als consumidors, campanyes de publicitat...

Debilitats; Es descriuen els factors els quals fan estar a l'empresa en situació desfavorable respecte la competència. Aquestes debilitats venen denominades per situacions que no es poden aprofitar o no es poden beneficiar de la situació de l'entorn. Per exemple poden ser la falta d'habilitats, els costos i despeses, falta d'experiència...

Anàlisi extern, en la mateixa web emprendedores.com, (2019) menciona que en l'apartat extern s'identifiquen i analitzen els factors que no es poden controlar per l'empresa, aquest són els següents: mercat, sector, competència i entorn.

Oportunitats; En aquest apartat es veuen reflectits els futurs clients potencials, nínxols de mercat, possibles ajudes, ràpid creixement del mercat, etc.

Amenaces; factors externs que no depèn de l'empresa que poden ficar en perill el negoci, aquest factor és el factor que s'analitzarà amb les estratègies per poder evitar-lo i poder reduir totes les possibles amenaces possibles. Alguns exemples són nous competidors, l'evolució del mercat, canvi en els gustos i necessitats dels consumidors, crisis, etc.

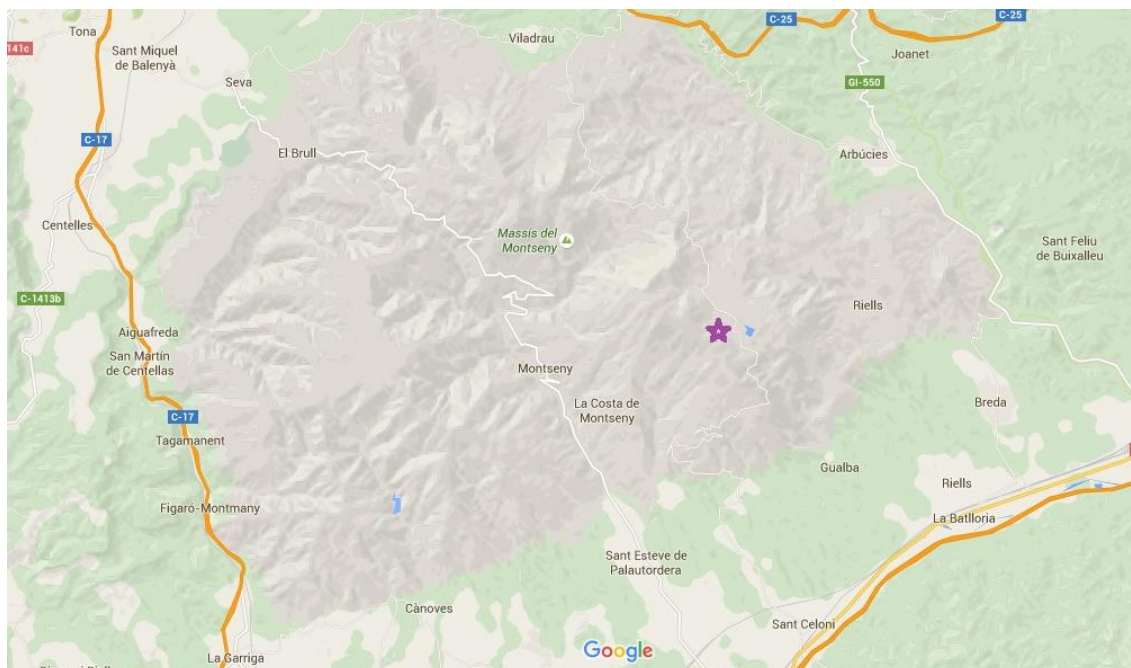
Annex 7: Ubicació de l'emplaçament del futur negoci.

IL·LUSTRACIÓ 9: UBICACIÓ DE L'ESTABLIMENT, VISIÓ PER COMARQUES.



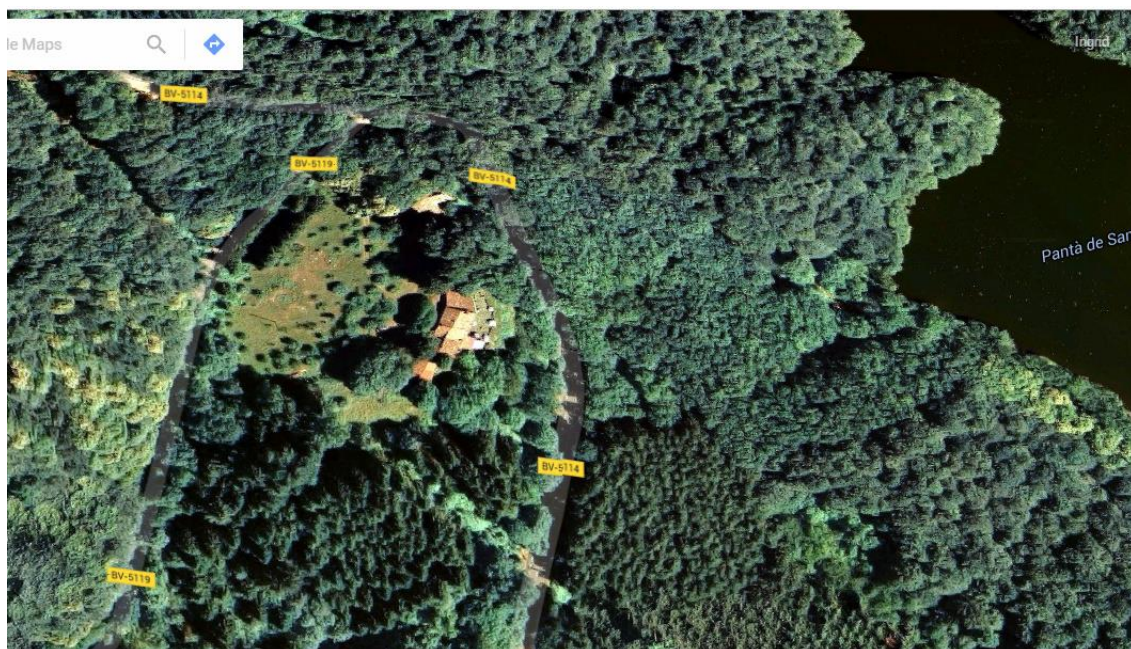
FONT: INSTITUT CARTOGRÀFIC I GEOLÒGIC DE CATALUNYA, 2019.

IL·LUSTRACIÓ 10: UBICACIÓ DE L'ESTABLIMENT, VISTA GENERAL DEL PN.



FONT: GOOGLE MAPS.

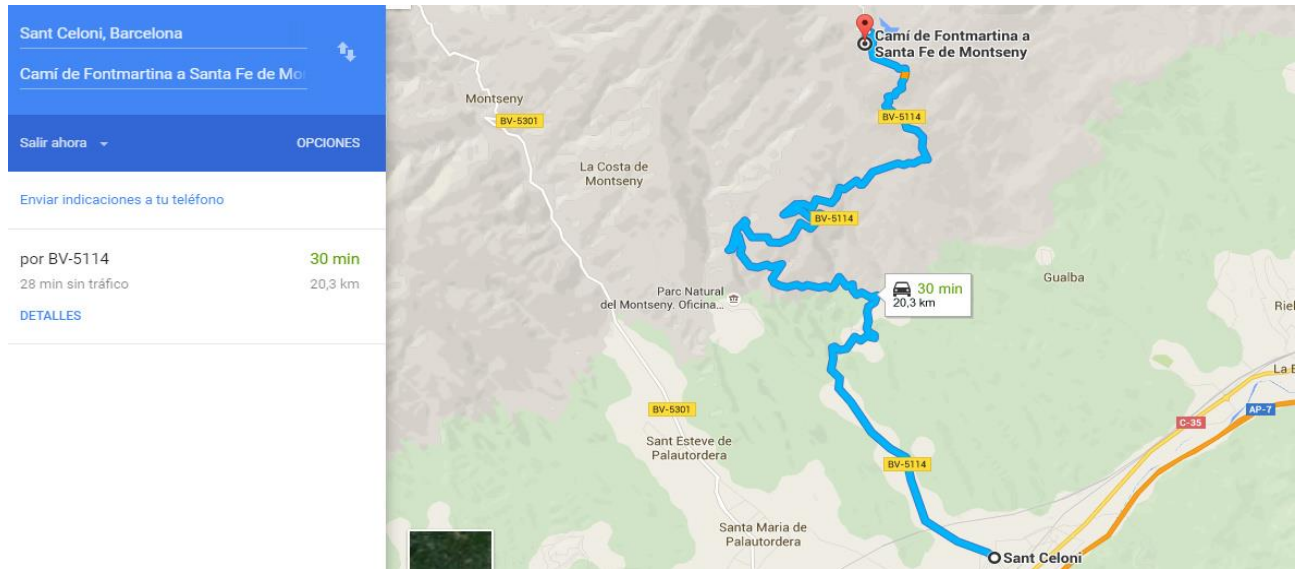
IL·LUSTRACIÓ 11: VISTA PANORÀMICA DE L'ESTABLIMENT AMB LES CONNEXIONS BV-5114 A BV-5119.



FONT: GOOGLE MAPS.

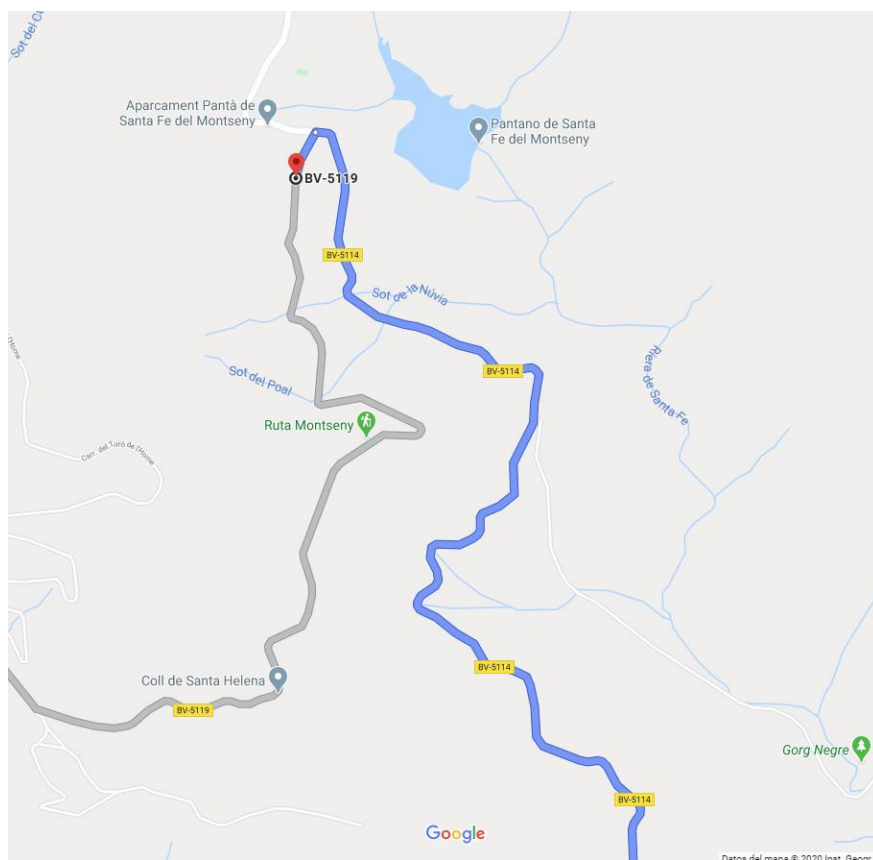
Annex 8: Com arribar a l'emplaçament del negoci.

IL·LUSTRACIÓ 12: COM ARRIBAR A L'ESTABLIMENT AMB COTXE, DES DE SANT CELONI.



FONT: GOOGLE MAPS.

IL·LUSTRACIÓ 13: COM ARRIBAR A L'ESTABLIMENT AMB MÉS DETALL.



FONT: GOOGLE MAPS.

Annex 10: Distribució en planta del futur negoci.

A la **II·lustració 16** es poden apreciar les diferents zones que hi ha a la planta baixa, la qual serà com ja s'ha dit la planta principal. Podem apreciar des de dalt a l'esquerra la cuina, sota el menjador, al costat dret tenim el despatx de direcció, la recepció, el punt d'informació i els lavabos.

II·LUSTRACIÓ 16: PLÀNOL PRIMERA PLANTA.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

Les imatges següents són els diferents tipus d'habitacions que l'establiment tindrà i la zona de lleure de la tercera planta.

IL·LUSTRACIÓ 17: HABITACIÓ DOBLE AMB DOS LLITS INDIVIDUALS.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 18: HABITACIÓ DOBLE AMB LLIT DE MATRIMONI.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 19: HABITACIÓ QUÀDRUPLE.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 20: HABITACIÓ COMPARTIDA.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 21: VISIÓ EN 3D DE L'HABITACIÓ COMPARTIDA, VISIÓ EN DETALL DEL BANY.



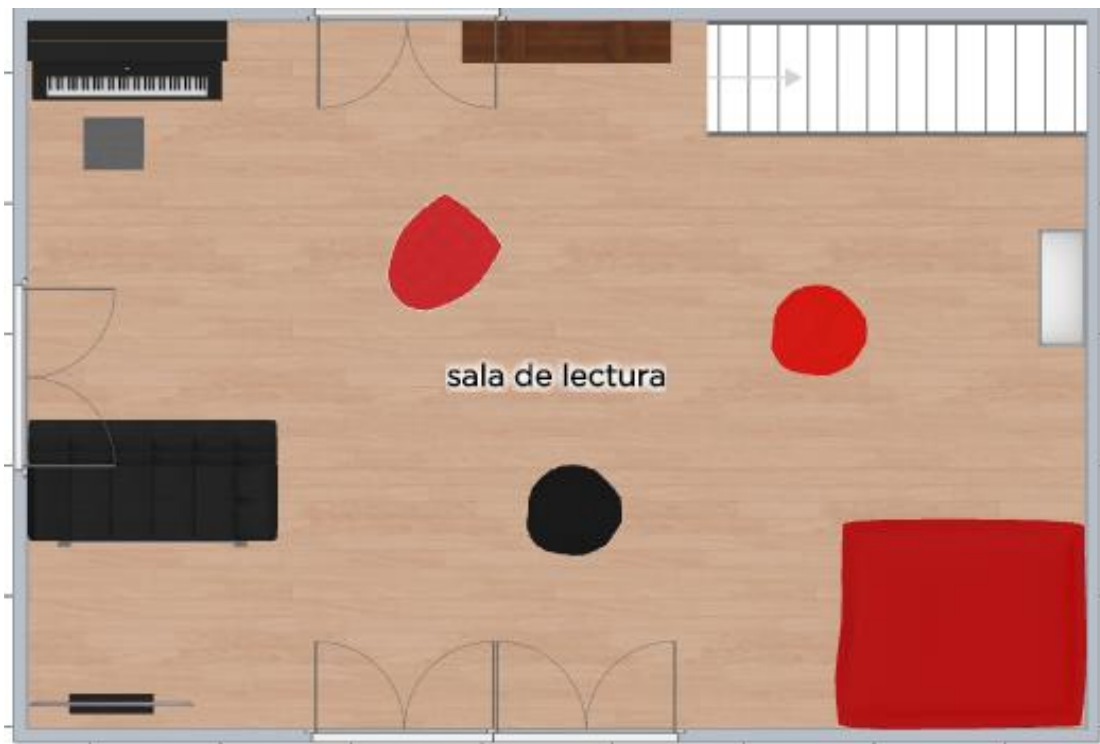
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 22: VISIÓ EN 3D DE L'HABITACIÓ COMPARTIDA, VISIÓ EN DETALL DE L'HABITACIÓ.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 23: TERCERA PLANTA, SALA POLIVALENT.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

IL·LUSTRACIÓ 24: VISIÓ EN 3D DE LA SALA POLIVALENT. ³⁶

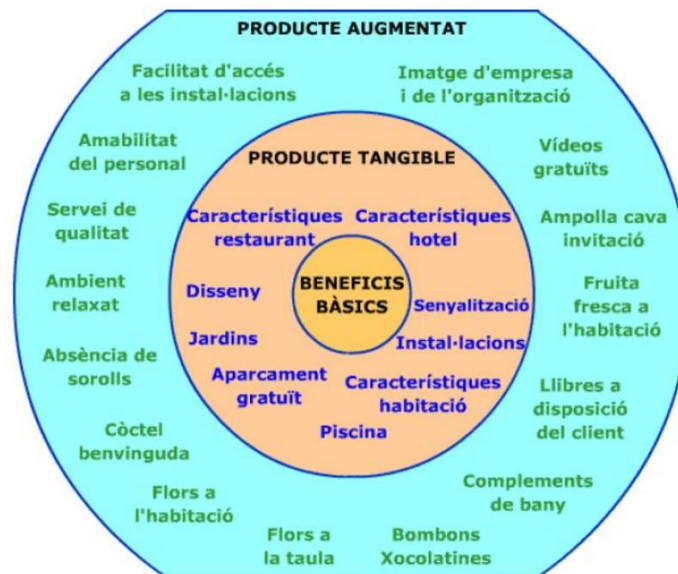


FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB EL PROGRAMA EN LÍNIA: HOME BY ME 3D PLANNER.

³⁶ Les escales són de baixada però el programa no deixava canviar-ho.

Annex 11: Exemple dels tres nivells del producte segons Kotler.

IL·LUSTRACIÓ 25: EXEMPLE DELS TRES NIVELLS DEL PRODUCTE SEGONS KOTLER.



FONT: MÀRQUETING TURÍSTIC, (PAPIÓ, 2016)

Annex 12: Activitats ofertes a l'Indret del Montseny, per temporades.

A l'hivern → S'oferiran diverses xerrades sobre energies renovables, com per exemple: com poder estalviar amb l'ús de calefaccions, quina energia renovable és més recomanable segons cada situació, l'ús de la biomassa en les cases particulars, com reduir l'empremta ecològica, etc. Un dels tallers que es realitzaran també és el taller de modelatge de fusta, el qual es farà tot l'any. Hi haurà tallers culinaris amb productes de temporada, tallers sobre com reduir l'ús de plàstics, sobre la filosofia *zerowaste* per aprendre sobre el malbaratament... Es faran les classes de ioga i tallers de relaxació a les instal·lacions adjacents en la tercera planta. Els caps de setmana es faran lectures comunes a la sala d'estar per a comentar amb els clients diferents llibres.

A la primavera i l'estiu → S'oferiran tota mena de tallers de la mateixa manera que a l'hivern, però s'inclourà el factor del bon temps i que es podran realitzar en les instal·lacions exteriors. Amb l'arribada de les fruites d'estiu es faran tallers de mermelades casolanes que els clients es podran emportar a casa, aquestes es podran fer de fruits recollits al mateix bosc, com són els gerds o d'algun arbre fruïter que es trobi a la finca d'igual manera que en l'hort; com són maduixes, préssecs, etc. Les xerrades seguiran enfocades en la sostenibilitat i el medi ambient. Les classes de ioga es començaran a realitzar a l'exterior sempre que el temps ho permeti. Si es valora positivament l'interès dels clients, hi ha la possibilitat de sortir a recórrer el Parc a fer sortides de reconeixement de flora i fauna autòctona. A la nit es podran fer nits d'astrologia per veure els estels de manera conjunta.

A la tardor → Per acabar a la tardor es faran sortides per recollir fruits secs pel bosc, bolets, tallers de reconeixement de bolets per saber si són tòxics o bons. Seguiran les activitats i les xerrades. El punt màgic serà el fullatge caient dels arbres i la màgia dels seus colors.

Annex 13: Definició de preus estratègics i tàctics.

Segons (Papió, 2016) **els preus estratègics** són els preus publicats, de vegades amb mesos o anys d'antelació al subministrament del servei. Són els preus amb els quals l'empresa vol posicionar els seus productes o serveis davant el mercat objectiu al qual es vol adreçar. Estableixen els objectius de l'empresa a mitjà i llarg termini.

Per contra a curt termini trobem els preus tàctics, la definició d'aquests segons el mateix professor (Papió, 2016) és la següent: **els preus tàctics** són els preus reals amb els quals s'està disposat a operar i/o vendre capacitat a curt termini (franja horària, dia o setmana). Especialment, els preus tàctics intervenen quan s'observa que amb l'aplicació dels preus estratègics quedarà un gran percentatge de capacitat, sense vendre. Reflecteixen les decisions de màrqueting operatiu. Aquests preus constitueixen les ofertes d'última hora que se solen gestionar per canals alternatius. O també ofertes puntuals i destacades en moments i dates puntuals.

Annex 14: Preus amb descompte aplicat per l'allotjament.

TAULA 14: PREUS PER HABITACIÓ I RÈGIM AMB 6% DESCOMPTE.

PREUS PER HABITACIÓ A PARTIR DE DUES NITS				
	NA	AE	MP	PC
DOBLE	65,80 €	75,80 €	95,80 €	115,80 €
DOBLE ÚS INDIVIDUAL	37,60 €	42,60 €	52,60 €	62,60 €
DOBLE ÚS TRIPLE (LLIT SUPLETORI)	89,30 €	104,30 €	134,30 €	164,30 €
QUADRUPLE	112,80 €	132,80 €	172,80 €	212,80 €
HAB. COMPARTIDA (8 PAX)	135,36 €	175,36 €	255,36 €	335,36 €
HAB. COMPARTIDA (16 PAX)	225,60 €	305,60 €	465,60 €	625,60 €
HAB. COMPARTIDA (1 PAX)	18,80 €	23,80 €	33,80 €	43,80 €

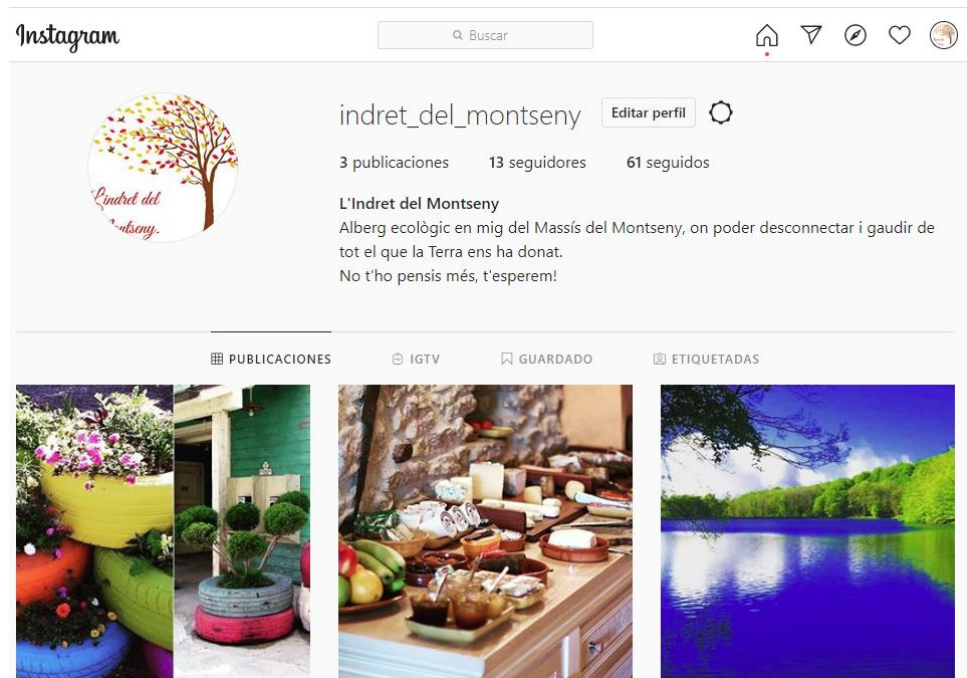
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA

D'igual manera que a la **Taula 3**, les abreviacions corresponen a :

-  **NA** → Només allotjament
-  **AE** → Allotjament i esmorzar
-  **MP** → Mitja Pensió
-  **PC** → Pensió Completa

Annex 15: Xarxes socials de l'establiment: Instagram & Facebook.

IL·LUSTRACIÓ 26: PÀGINA PRINCIPAL DE L'INSTAGRAM DE L'EMPRESA.



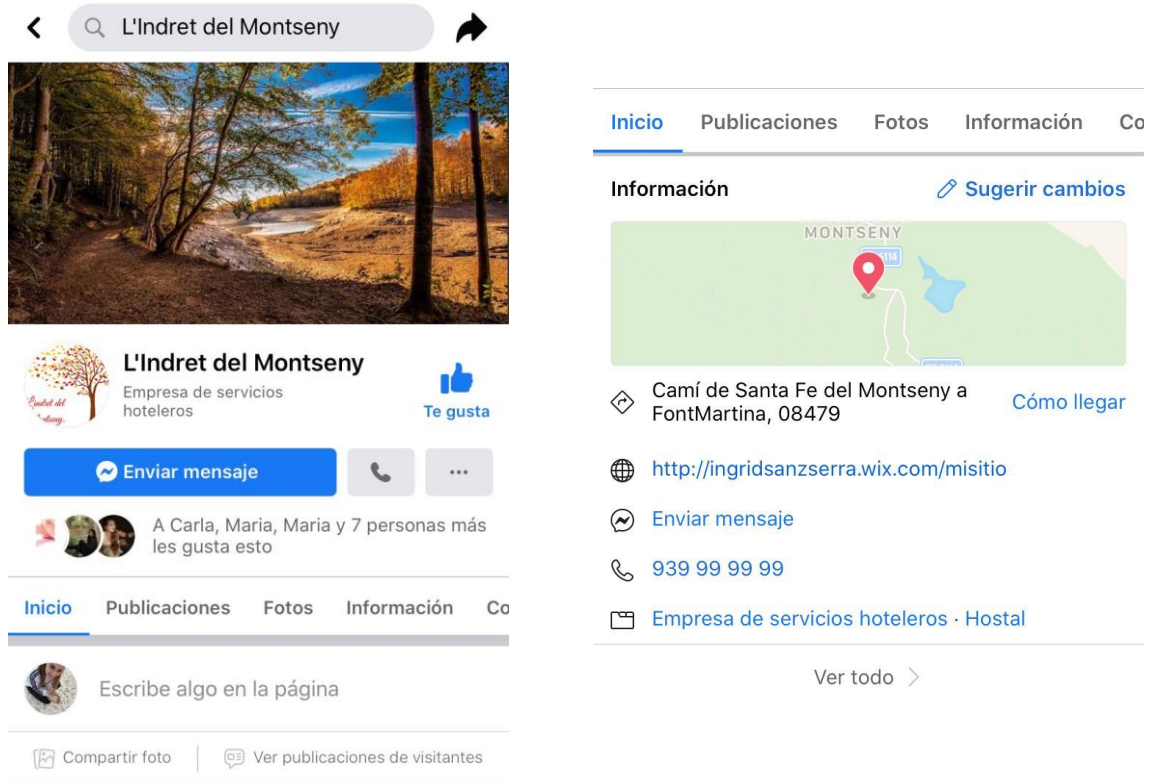
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA XARXA SOCIAL INSTAGRAM.

IL·LUSTRACIÓ 27: EXEMPLE DE PUBLICACIÓ AL PERFIL D'INSTAGRAM



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA XARXA SOCIAL INSTAGRAM.

IL·LUSTRACIÓ 28: PÀGINA PRINCIPAL DEL FACEBOOK DE L'EMPRESA.



The screenshot shows the Facebook profile of 'L'Indret del Montseny', a company of hotel services. The profile picture is a scenic view of a forest stream. The cover photo is a map of Montseny. The page includes navigation tabs: Inicio, Publicaciones, Fotos, Información, and Co. The 'Información' tab is selected, showing the company's location (Camí de Santa Fe del Montseny a FontMartina, 08479), website (http://ingridsanzserra.wix.com/misito), phone number (939 99 99 99), and a link to 'Empresa de servicios hoteleros · Hostal'. There is also a 'Sugerir cambios' link and a 'Ver todo' link.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA XARXA SOCIAL FACEBOOK.

IL·LUSTRACIÓ 29: EXEMPLE DE PUBLICACIÓ AL FACEBOOK DE L'EMPRESA



The screenshot shows a Facebook post from 'L'Indret del Montseny' dated May 20, 2016. The post text is: 'Avui us volem ensenyar un article que hem trobat molt interessant per a tots aquells que tenen el senderisme com el seu esport preferit, i vénen a gaudir-lo al Montseny!'. Below the text are the hashtags '#gaudir #Montseny #natura'. The post features a large image of a hiker in a forest with the text 'Así cambia tu cerebro cuando haces senderismo'. At the bottom, there is a link to 'LA VOZ DEL MURO' with the text 'La ciencia explica cómo cambia tu cerebro cuando haces senderismo, y es fascinante'.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA XARXA SOCIAL FACEBOOK.

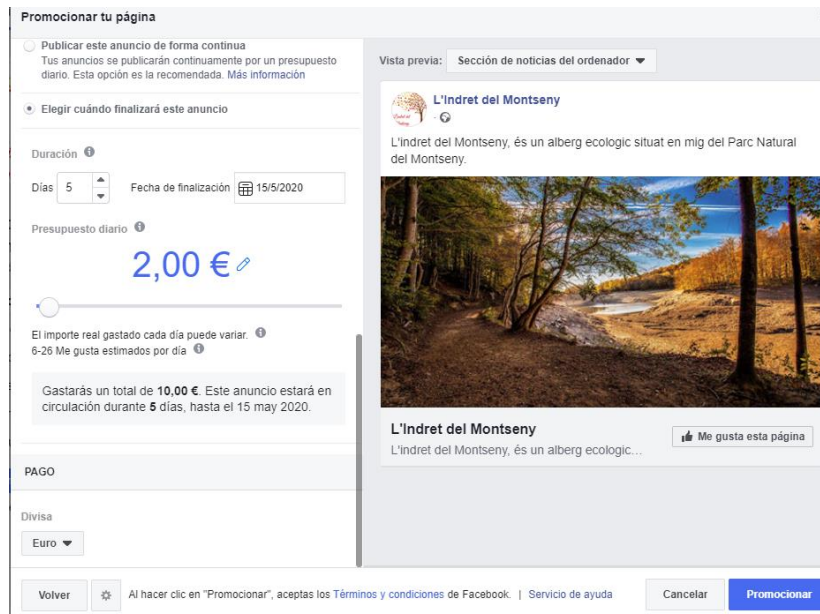
Annex 16: Exemple de promoció per a empreses a Facebook.

IL·LUSTRACIÓ 30: EINA DE PROMOCIÓ PER A EMPRESSES A FACEBOOK



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA XARXA SOCIAL FACEBOOK.

IL·LUSTRACIÓ 31: EXEMPLE DE PROMOCIÓ A FACEBOOK



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA XARXA SOCIAL FACEBOOK.

En aquest cas s'ha seleccionat l'eina de promoció mitjançant el pagament diari per a promocionar l'establiment a través d'un anunci de la pàgina principal d'aquest, la xarxa social Facebook ens assegura com es pot veure a la [il·lustració 31](#), que durant un període de 5 dies, la pàgina podrà aconseguir entre uns 6 i 26 Me Gusta³⁷ diaris, això vol dir que la gent coneixerà la pàgina i així aconseguiríem una promoció de l'establiment a nous clients futurs.

³⁷ Els Me Gusta, o en català M'agrada, fan referència a l'eina que s'utilitza a Facebook per a indicar que es segueix una pàgina, d'aquesta manera si el client o usuari de Facebook, fa clic al botó Me Gusta, veurà les publicacions del perfil del nostre establiment al seu mur.

Annex 17: Pàgina web de l'establiment.

Actualment la pàgina web està activa en aquesta adreça:

<https://ingridsanzserra.wixsite.com/misitio>

Cadascun dels apartats que es poden veure des de l'inici tenen continguts, hi ha l'eina de cerca de disponibilitat i a l'apartat habitacions es pot trobar la mateixa eina per a fer ja la reserva amb la tipologia d'habitació escollida. A la part posterior de l'inici es troben els logotips de les xarxes socials Facebook i Instagram, actualment està activitat l'enllaç d'aquestes, en fer clic al logotip de cadascuna d'elles automàticament s'enllaça als perfils de l'empresa.

IL·LUSTRACIÓ 32: VISTA DE L'INICI DE LA PÀGINA WEB



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA PÀGINA WEB WIX

IL·LUSTRACIÓ 33: EXEMPLE D'UN DELS APARTATS DE LA PÀGINA WEB

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA PÀGINA WEB WIX
Annex 18: Exemple de fulletó que s'entregarà en mà.
IL·LUSTRACIÓ 34: PÀGINA DEL DAVANT DEL FULLETÓ IMPRÈS.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA PÀGINA WEB CANVA

IL·LUSTRACIÓ 35: PÀGINA DEL DARRERA DEL FULLETÓ IMPRÈS



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA PÀGINA WEB CANVA

Annex 19: Logotip de l'empresa.

IL·LUSTRACIÓ 36: IMATGE DEL LOGOTIP DE L'EMPRESA.



FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LA PÀGINA WEB CANVA

Annex 20: Llistat desglossat de les activitats de l'empresa per departaments i lloc de treball.

Direcció:

Les tasques de la direcció general són: la supervisió de la resta de departaments, la presa de decisions dins de l'empresa, la selecció i formació d'empleats, les relacions laborals, l'elaboració dels horaris dels empleats per cada departament, la cerca de noves activitats i tallers, la cerca d'informació general de l'entorn, el pagament als proveïdors, el pagament dels salaris... Totes aquestes tasques seran realitzades per la mateixa persona, la gerent que alhora realitzarà tasques de l'àrea administrativa com es mostrarà més endavant.

Àrea de serveis:

Dins de l'àrea de serveis es troben diferents departaments, dins de tots ells es troben diferents empleats i cadascun tindrà les seves responsabilitats.

Departament de cuina i sala:

Les funcions primordials d'aquest departament són les de cuinar per a poder tenir el bufet d'esmorzars, els dinars i els sopars preparats per a totes les persones allotjades a l'establiment. S'hauran de cuinar els menús diaris amb una rotació diària dels plats a servir, s'han de preparar els elements calents del bufet d'esmorzars com truites, torrades, cafè, etc.

S'hauran de recollir les taules i servir-les, preparar el bufet amb tots els utensilis necessaris, preparar i servir els elements freds del bufet, preparar les begudes, recollir en acabar el servei i deixar les taules parades pel pròxim servei abans d'acabar el torn, atendre els clients en tot moment si tenen qualsevol necessitat o imprevist i prendre nota de l'elecció del menú.

Totes aquestes funcions seran realitzades per un total de 2 treballadors en aquest departament, un cuiner/a el qual el seu lloc de treball serà sempre dins la cuina i un ajudant el qual muntarà l'esmorzar al matí i durant el dinar i sopar estarà a la cuina ajudant a la preparació dels plats i també farà la funció de cambrer. El qual prendrà nota i servirà els plats, el seu lloc de treball serà la sala, finalment una vegada acabat el servei, l'ajudant i la cuinera o cuiner recolliran les instal·lacions i les prepararan per al pròxim servei.

Departament de neteja:

Les funcions d'aquest departament es divideixen en dos grups, la neteja de les instal·lacions de l'establiment i la neteja de la roba tant de llits com de menjador. Pel que fa a la neteja de les infraestructures aquestes seran fetes per una cambrera de pisos, aquestes realitzaran la neteja de les zones comuns i de totes les habitacions tant siguin de sortida, entrada o repàs. Una vegada les habitacions estiguin llestes per a ser ocupades, la cambrera avisarà al recepcionista.

D'altra banda, trobem que el servei de bugaderia serà un servei que el realitzarà una empresa externa, aquest servei serà destinat a la recollida, neteja i entrega dels llençols i roba de llit, així com els tovallons, estovalles i altres robes de l'establiment. Aquest servei vindrà cada matí a recollir la roba bruta del dia anterior i deixar la neta.

Departament de manteniment:

En aquest departament hi trobem un sol empleat, el qual serà un reforç en qualsevol dels altres departaments, però principalment s'encarregarà del manteniment del jardí, regar les plantes, netejar les instal·lacions exteriors; taules, cadires, zona de lleure, etc. S'encarregarà del manteniment de l'interior sempre que sigui necessari; cal recordar que tot l'establiment serà reformat i amb mobiliari nou, així que el manteniment per imprevistos, mobles o objectes trencats serà mínim.

Departament d'activitats d'oci i lleure:

Tal com s'ha recalcat al llarg del treball el punt fort de l'establiment són les diferents activitats que aquest ofereix, aquestes activitats seran donades per personal extern a l'empresa, els torns no seran fixes sinó que aniran depenent de les activitats que es facin en moments puntuals. L'únic que serà fix, serà la persona encarregada de fer les classes de ioga, aquesta vindrà 3 cops per setmana dues hores a oferir les seves classes. Els professionals per a fer xerrades vindran cada cap de setmana i els tallers s'impartiran al llarg de la setmana en dies alterns, depenent de la programació. Les tasques del departament són les de realitzar aquestes diferents activitats, organitzar tallers que siguin interessants i donar vida a l'establiment.

Àrea d'administració:

En aquesta àrea s'aprecien diferents departaments donat a la tipologia de treball que es desenvolupa en cadascun, però és en aquest cas quan la persona encarregada de cada departament en serà la mateixa, la gerent. Només en el cas de recepció es veurà personal contractat i en el cas dels temes fiscals i comptables hi haurà una empresa subcontractada.

Comercial i màrqueting.

Les funcions d'aquest departament són les de diferenciació i promoció de l'empresa, l'actualització de la pàgina web i les xarxes socials, creació de la base de dades dels clients per futurs mailings, tenir actualitzades les eines de promoció, crear diferents ofertes, fer seguiment de les opinions dels viatgers en webs com *TripAdvisor* o *Booking* i donar resposta tant als comentaris positius com als negatius, l'elaboració dels fulletons i les targetes de visita, etc. No hi haurà un horari determinat per a la realització d'aquestes tasques, ja que seran fetes per la gerent i aquesta no té un torn de treball definit pel fet que pot seguir treballant des de casa o subdelegar algunes de les funcions al departament de recepció en algun moment donat.

Deixant de banda les eines de màrqueting i promoció, les funcions comercials seran també la cerca de nous ponents, posada en contacte amb els diferents professionals i proveïdors. Organitzar l'agenda d'activitats...

Contractació, nòmines, comptabilitat...

Les funcions d'aquest departament seran dutes a terme per la gestoria. El servei de la gestoria portarà al dia tots els comptes i llibres anuals de la comptabilitat de l'empresa, elaborarà contractes i altes i baixes a la seguretat social; en el cas d'incorporar o de prescindir d'empleats, realitzarà les nòmines de cadascun dels empleats, qualsevol tràmit administratiu i legal, sobretot en els aspectes laborals se'n farà càrrec l'empresa subcontractada.

Compres, economat.

Aquest departament també anirà a càrrec de la gerent, i com el seu propi nom indica les funcions principals són les compres per a tot el negoci. Les funcions principals doncs seran portar un control de l'estoc amb el departament de cuina i el de neteja i manteniment, fer un seguiment setmanal de forma conjunta i després del control elaborar les comandes, un cop elaborades les comandes es procedirà a la posada en contacte amb el proveïdor i a la sol·licitud de compra dels materials i aliments necessaris. La compra de productes alimentaris serà de forma setmanal i a proveïdors locals com ja s'ha mencionat i la compra de productes de neteja i de manteniment serà a l'engròs per abaratir costos i serà de forma mensual o bimensual depenent de les necessitats i capacitats dels productes i utensilis.

Recepció i reserves.

Finalment trobem que el departament de recepció tindrà 1 recepcionista que cobrirà els torns de matí i tarda, deixant així la recepció buida a partir de les 22 hores. Les funcions d'aquest departament seran moltes i molt variades; quan no hi hagi entrades ajudaran a la gerent amb les diferents tasques que facin falta. Així doncs les diferents funcions d'aquest departament seran entre d'altres, autoritzar i organitzar canvis d'habitacions amb la cambrera de pisos, introduir i modificar qualsevol canvi al sistema de gestió, fer les reserves que arribin per telèfon o correu electrònic, contestar al telèfon, revisar els correus electrònics que arribin i derivar-los a direcció si és necessari, cobrar les taxes turístiques en el moment de l'entrada, fer les entrades i sortides de clients, registrar les dades dels clients per enviar posteriorment als Mossos amb l'informe diari de visitants, fer i quadrar la caixa cada torn en entrar i en sortir, assignar les habitacions pels dies següents sempre amb una previsió setmanal, saludar pel nom als clients ja allotjats cada cop que entrin o surtin de l'establiment, donar la benvinguda a l'arribada dels clients al finalitzar el *check-in* i desitjar un bon viatge a l'acabar amb el *check-out*. Elaborar i preparar tots els documents necessaris pels procediments diaris com els *rooming list*, la llista d'habitacions de sortida i entrada per entregar a la cambrera de pisos, entrar les reserves al sistema que no es bolquin automàticament d'altres portals, controlar les claus de les habitacions, preparar tots els documents per a l'entrega a l'hora de l'entrada d'un client amb antelació, atendre qualsevol imprevist, portal un control de l'ocupació, assegurar-se de què totes les reserves tinguin tots els detalls necessaris, com bressols, clients VIP, detalls per ocasió especial, etc., Mantenir un control de les reserves antigues i arxivar-les, controlar els canvis i cancel·lacions de reserves ja emeses, controlar i avisar dels no-show, portar un control de l'estoc necessari de recepció, com folis, tinta d'impressora, etc., atendre a les queixes i comentaris en qualsevol moment i si és necessari derivar-les a direcció, finalment les funcions conjuntes amb direcció seran les funcions de control de l'estacionalitat i els preus depenent de l'ocupació i canviar aquests preus en els canals de venda (*Yield Management*).

Annex 21: Tipologia de contractes i retribucions de la plantilla de l'establiment.

Com s'ha mencionat a l'apartat 5.3 sobre els contractes i a l'apartat 7 sobre la normativa dels albergs. Aquesta és una mica complexa, ja que no està clarament definit quin decret o llei regeix els establiments amb habitacions compartides, anomenats albergs o *hostels amb anglès*. El que sí que està ben definit a l'article 2 del *conveni col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya (2017-2019)*, és que l'àmbit d'aplicació d'aquest conveni inclou també els albergs i cases de colònies³⁸.

És per aquest fet que s'han definit els següents tipus de contractes i salaris, amb concordança de la categorització dels establiments a la província de Barcelona i Maresme en aquest conveni.

Així doncs, tal com es troba citat en el conveni, els albergs es consideren establiments d'allotjament turístic de Categoria quarta o de grup D, d'igual manera que s'hi consideren bars de 3a, fondes, pensions, entre d'altres.

La retribució de cada treballador estarà constituïda pel salari de cadascun dels nivells depenent del seu càrrec en l'empresa, es pot observar el detall a la **Taula 15**.

TAULA 15: CONTRACTES I RETRIBUCIONS DEL NEGOCI

Càrrec en l'empresa	Quantitat d'empleats	Salari brut mensual	Categoria empleats	Tipus de contracte
Cuiner	1	1.360,02 €	Nivell 3, cuiner.	Contracte indefinit a jornada completa.
Ajudant de cuina	1	1.334,46 €	Nivell 4, ajudant de cuiner.	Contracte indefinit a jornada completa.
Cambrera de pisos	1	1.334,46 €	Nivell 4, cambrera de pisos	Contracte indefinit a jornada completa.
Manteniment i jardineria	1	1.304,08 €	Nivell 5, mosso de neteja.	Contracte indefinit a jornada completa.
Recepcionista	1	1.360,02 €	Nivell 3, recepcionista.	Contracte indefinit a jornada completa.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES DEL CONVENI COL·LECTIU

³⁸ Capítol 2 Àmbit d'aplicació, Article 2 Àmbit funcional.

Annex 22: Pressupost real de la instal·lació del programa de gestió

IL·LUSTRACIÓ 37: PRESSUPOST REAL D'ACIGRUP PER AL PMS DE L'EMPRESA



Presupuesto para:

L'Indret del Montseny
(Fogars de Montclús)

* LICENCIA
8 hab. (22 camas)

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CONCEPTOS	PRECIO TARIFA	OFERTA
CASABLANCA	Gestión Albergues	ALTA	2.937 €	
TOTAL:			2.937 €	2.202,75 €
INSTALACIÓN ON LINE				Gratuita

MANTENIMIENTO ANUAL

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CONCEPTOS	PRECIO TARIFA	OFERTA
CASABLANCA	Gestión Albergues	Mantenimiento	721 €	
TOTAL:			721 €	576,80 €

Ante cualquier duda, póngase en contacto con su **ASESORA COMERCIAL**:
Jacqueline Davi 977 127 515 / jdavi@acigrup.com



VALIDEZ DE LA OFERTA

Esta oferta se considerará vigente durante un periodo de un mes.

ACEPTACIÓN DEL SERVICIO

EL CLIENTE acepta esta propuesta que incluye la compra e instalación de los productos detallados según presupuesto adjunto.

FORMA DE PAGO

Software: 30% a la firma del contrato de compra-venta y cesión. Resto a 30 días fecha factura.

Mantenimiento: Anual. Primera cuota a la instalación del sistema. El mantenimiento también se puede fraccionar en cuotas semestrales, trimestrales o mensuales.

Conexiones mensuales: Recibo mensual (Orden Sepa)

OTRAS CONDICIONES

La instalación, on-line, se incluye en la relación anterior de importes.

Se incluyen 2 horas de formación, on line, gratuitas para enseñar a parametrizar el sistema.

La formación no está incluida en el presupuesto, ésta se facturará a razón de 75€/hora (I.V.A no incluido).

Tras la información inicial, el resto de formación, on-line, durante el 1er. año, tendrá un descuento del 20%.

I.V.A no incluido.

Los mantenimientos se incrementan anualmente con el IPC.

El servicio de mantenimiento incluye atención al cliente las 24 h los 365 días del año.



FONT: PETICIÓ DE PRESSUPOST ONLINE AL COMERCIAL D'ACIGRUP

Annex 23: Preus costos de compra d'immobilitzat material.

TAULA 16: PRESSUPOST MAQUINÀRIA

Pressupost maquinària				
Producte	Nom del producte	Unitats	Preu unitari	Total
Microones	Microondas con grill cecotec proclean 3110	1	55,00 €	55,00 €
Fregidora	Freidora de cecotec cleanfry 3l	1	27,12 €	27,12 €
Extractor	Campana extractora de encastre teka c 6420 inox	1	109,00 €	109,00 €
Forn	Horno pirolítico teka hcb6435p	1	356,00 €	356,00 €
Robot de cuina	Fullmix stylance advance - batidora de mano	1	38,95 €	38,95 €
Congelador industrial	Congelador inox 400 litres edenox mod ans-451i	1	882,00 €	882,00 €
Nevera industrial	Frigorífico inox 460 litres edenox mod aps-451-i	1	780,50 €	780,50 €
Vitroceràmica	Daglig placa vitrocerámica, negro, 59 cm	2	149,00 €	298,00 €
Rentavaixelles	Lavavajillas beko a+++ dfn28432x	1	339,00 €	339,00 €
Barra bufet	Mesa buffet neutra mod mb80ne2	1	1.520,60 €	1.520,60 €
TOTAL PRESSUPOST MAQUINÀRIA				4.406,17 €

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB PREUS D'INTERNET

TAULA 17: PRESSUPOST UTILLATGE

Pressupost utilatge				
Producte	Nom del producte	Unitats	Preu unitari	Total
Cuina				
Joc de coberts	Cubertería de acero inoxidable renberg crete 24pz - inox	9	15,00 €	135,00 €
Ganivets cuina	Set de 5 cuchillos de cocina + tijera multiusos twin® pollux 30752-006-0	1	199,00 €	199,00 €
Taula de tallar	Tabla de cortar serie slim bambú 54x46x3,5 cm	2	12,99 €	25,98 €
Plats	Vajilla vidrio templado arcopal zeline 18 pzas	9	9,99 €	89,91 €
Gots (packs de 6)	Vasos redondos de vidrio luminarc 6 ud	8	2,50 €	20,00 €
Fonts per a servir	Fuente rectangular carrefour home 35x22 cm	15	8,00 €	120,00 €
Paelles (pack de 3)	Juego de 3 sartenes foodie bra	2	44,99 €	89,98 €
Olles (pack de 5)	Batería de cocina de 5 piezas bra efficien	2	151,70 €	303,40 €
Safates pel forn	Juego de 4 bandejas de cocina de vidrio borcam.	3	19,37 €	58,11 €
Bols	Bol bambú taberseo sahara - verde	50	1,50 €	75,00 €
Utensilis cuina (espàtula, cullerot...)	Set de 4 utensilios de cocina de acero inoxidable masterpro gravity	2	17,00 €	34,00 €
Glaçonera	Cubitera hielo 3.5l plástico cru wine expert	5	11,00 €	55,00 €
Estisores	Tijeras acero inoxidable san ignacio easy kitchen toledo 21,5 cm - negro	3	1,20 €	3,60 €
Tasses (packs de 12)	Juego de 12 tazas bicolor	4	10,00 €	40,00 €
Obridor	Abridor botellas 4 en 1	2	9,95 €	19,90 €
Menjador (Sala)				
Estovalles	Tela a metros nova	16	10,15 €	162,40 €
Tovallons (pack de 4)	Servilleta nova	25	18,36 €	459,00 €
Lavabo recepció				
Tovallola mans	Vågsjön, toalla de mano, gris oscuro, 50x100 cm	4	2,50 €	10,00 €
Habitació doble amb llit de matrimoni (2 habitacions)				
Llençols, joc de llit.	Kopparranka (160*200cm)	6	15,00 €	90,00 €
Manta	Indira (230*250cm)	4	15,00 €	60,00 €
Habitació doble amb dos llits individuals (3 habitacions)				
Llençols, joc de llit.	Kopparranka (90*200cm)	18	10,00 €	180,00 €
Manta	Indira (150*250cm)	12	15,00 €	180,00 €
Habitació quàdruple (1 habitació)				
Llençols, joc de llit.	Kopparranka (90*200cm)	12	10,00 €	120,00 €
Manta	Indira (150*250cm)	8	15,00 €	120,00 €
Habitació compartida (2 habitacions de 8 llits)				
Llençols, joc de llit.	Kopparranka (90*200cm)	32	10,00 €	320,00 €
Manta	Indira (150*250cm)	32	15,00 €	480,00 €
Altres (llits supletoris i bressols)				
Llençols, joc de llit	Kopparranka (90*200cm)	5	10,00 €	50,00 €
Llençols bressol	Rörande (60*120cm)	5	15,00 €	75,00 €
Manta	Indira (150*250cm)	5	15,00 €	75,00 €
Manta bressol	Tjärblomster (80*150cm)	5	6,00 €	30,00 €
Quartos de bany de les habitacions.				
Tovallola dutxa	Vågsjön, toalla de baño, gris oscuro, 70x140 cm	50	4,00 €	200,00 €
Tovallola peus	Fintsen, alfombrilla de baño, blanco, 40x60 cm	50	1,50 €	75,00 €
Tovallola mans	Vågsjön, toalla de mano, gris oscuro, 50x100 cm	50	2,50 €	125,00 €
CONTINUACIÓ →				

Habitació neteja, office				
Escombra	Escoba multiusos vigar - surtido	1	3,90 €	3,90 €
Recollidor	Recogedor con palo carrefour - gris	1	1,99 €	1,99 €
Cubell	Cubo de fregar de plástico 14 litros - rosa	1	2,70 €	2,70 €
Fregona	Fregona de tiras super vileda - azul	1	4,60 €	4,60 €
Bayetes	9 bayetas multiusos - colores surtidos	1	1,27 €	1,27 €
Aspiradora	Aspirador de escoba cecotec conga thunderbrush	1	69,99 €	69,99 €
Guants	2 guantes reforzados de látex spontex triple capa	1	2,70 €	2,70 €
TOTAL PRESSUPOST UTILLATGE				4.167,43 €

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB PREUS D'INTERNET (IKEA, CARREFOUR, LEROYMERLIN)

TAULA 18: PRESSUPOST MOBILIARI

Pressupost mobiliari				
Producte	Nom del producte	Unitats	Preu unitari	Total
Cuina				
Moble de cuina	Cocina Delinia en kit Galaxy gris oscuro 3 m.	1	854,51 €	854,51 €
Pica	Fregadero de acero inoxidable DELINIA	1	67,99 €	67,99 €
Armari sota el taulell	Mueble bajo cocina DELINIA 60 x 70 cm	4	33,99 €	135,96 €
Menjador (Sala)				
Cadires	Harry	48	39,00 €	1.872 €
Taules	Skogsta (235*100cm)	8	449,00 €	3.592 €
Trones	Antilop, trona con cinturón de seguridad	5	15,00 €	75,00 €
Lavabos de recepció				
WC	Wc salida dual roca victoria	2	47,99 €	95,98 €
Pica + Moble de bany + Mirall	Fullen + tälleviken + olskär grifo	2	109,00 €	218,00 €
Sabonera	Ekoln	2	2,00 €	4,00 €
Recepció & entrada				
Catifa entrada	Mejls, felpudo, círculos negros, 40x60 cm	2	3,00 €	6,00 €
Catifa decoració	Hundslund, alfombra, beige, 200x250 cm	1	79,00 €	79,00 €
Prestatgeries	Kallax, estantería, negro, 147x147 cm	2	99,00 €	198,00 €
Tauleta	Gladom, mesa/bandeja, negro, 45x53 cm	3	19,99 €	59,97 €
Sofà	KLIPPAN, Sofá 2 plazas, Vissle gris	2	199,00 €	398,00 €
Escriptoris	MICKE, Escritorio, blanco, 142x50 cm	2	69,00 €	138,00 €
Cadires d'oficina	RENBERGET, Silla giratoria, Bomstad negro	2	49,00 €	98,00 €
Classificadors	DOKUMENT, Bandeja para documentos, gris	3	8,00 €	24,00 €
Bolígrafs	BIC Cristal Original - Caja de 50 unidades, bolígrafos punta media (1,0 mm), color azul	1	8,89 €	8,89 €
Reposapeus	Reposapiés ergonómico COSIMO PRO ajustable en altura y ángulo, antideslizante	2	39,90 €	79,80 €
Planta decorativa	FICUS BENJAMINA, Planta, ficus benjamina mezcla de especies de plantas, 24 cm	3	30,00 €	90,00 €
Despatx de direcció				
Prestatgeries	KALLAX, Estantería, negro, 147x147 cm	2	99,00 €	198,00 €
Escriptoris	MICKE, Escritorio, blanco, 142x50 cm	2	69,00 €	138,00 €
Cadires d'oficina	RENBERGET, Silla giratoria, Bomstad negro	2	49,00 €	98,00 €
Classificadors	DOKUMENT, Bandeja para documentos, gris	3	8,00 €	24,00 €
Bolígrafs	BIC Cristal Original - Caja de 50 unidades, bolígrafos punta media (1,0 mm), color azul	1	8,89 €	8,89 €

Reposapeus	Reposapiés ergonómico COSIMO PRO ajustable en altura y ángulo, antideslizante	1	39,90 €	39,90 €
Habitació doble amb llit de matrimoni (2 habitacions)				
Somier làmines + estructura del llit	ASKVOLL (160X200cm) + SULTAN LURÖY	2	165,00 €	330,00 €
Matalàs de molles	HAFSLO (160*200cm)	2	129,00 €	258,00 €
Coixí per dormir	AXAG (40*75cm)	4	6,00 €	24,00 €
Coixí decoratiu, color vermell fosc	ULLKAKTUS (50*50cm)	4	1,50 €	6,00 €
Protector de llit	GÖKÄRT (160*200cm)	2	13,00 €	26,00 €
Tauleta de nit amb dos calaixos	MALM (40*55cm)	4	29,00 €	116,00 €
Llum de lectura, A++	NÄVLINGE	4	14,99 €	59,96 €
Taula escriptori amb armari integrat	LINNMON / ALEX negro-blanco	2	79,00 €	158,00 €
Armari de dues portes, blanc amb prestatgeria interior	BRIMNES	2	79,00 €	158,00 €
Habitació doble amb dos llits individuals (3 habitacions)				
Somier làmines + estructura del llit	ASKVOLL (90*200cm) + LURÖY	6	99,00 €	594,00 €
Matalàs de molles	HAFSLO (90*200cm)	6	69,00 €	414,00 €
Coixí per dormir	AXAG (40*75cm)	6	6,00 €	36,00 €
Coixí decoratiu, color vermell fosc	ULLKAKTUS (50*50cm)	6	1,50 €	9,00 €
Protector de llit	GÖKÄRT (90*200cm)	6	8,00 €	48,00 €
Tauleta de nit amb dos calaixos	MALM (40*55cm)	6	29,00 €	174,00 €
Llum de lectura, A++	NÄVLINGE	6	14,99 €	89,94 €
Taula escriptori amb armari integrat	LINNMON / ALEX negro-blanco	3	79,00 €	237,00 €
Armari de dues portes, blanc amb prestatgeria interior	BRIMNES	3	79,00 €	237,00 €
Habitació quàdruple (1 habitació)				
Somier làmines + estructura del llit	ASKVOLL (90*200cm) + LURÖY	4	99,00 €	396,00 €
Matalàs de molles	HAFSLO (90*200cm)	4	69,00 €	276,00 €
Coixí per dormir	AXAG (40*75cm)	4	6,00 €	24,00 €
Coixí decoratiu, color vermell fosc	ULLKAKTUS (50*50cm)	4	1,50 €	6,00 €
Protector de llit	GÖKÄRT (90*200cm)	4	8,00 €	32,00 €
Tauleta de nit amb dos calaixos	MALM (40*55cm)	4	29,00 €	116,00 €
Llum de lectura, A++	NÄVLINGE	4	14,99 €	59,96 €
Taula escriptori amb armari integrat	LINNMON / ALEX negro-blanco	1	79,00 €	79,00 €
Armari de dues portes, blanc amb prestatgeria interior	BRIMNES	2	79,00 €	158,00 €
Habitació compartida (2 habitacions de 8 llits)				
Somier làmines + estructura del llit	ASKVOLL (90*200cm) + LURÖY	16	99,00 €	1.584,00 €
Matalàs de molles	HAFSLO (90*200cm)	16	69,00 €	1.104,00 €
Coixí per dormir	AXAG (40*75cm)	16	6,00 €	96,00 €

Coixí decoratiu, color vermell fosc	ULLKAKTUS (50*50cm)	16	1,50 €	24,00 €
Protector de llit	GÖKÄRT (90*200cm)	16	8,00 €	128,00 €
Tauleta de nit amb dos calaixos	MALM (40*55cm)	16	29,00 €	464,00 €
Llum de lectura, A++	NÄVLINGE	16	14,99 €	239,84 €
Taula escriptori amb armari integrat	LINNMON / ALEX negro-blanco	4	79,00 €	316,00 €
Armari de dues portes, blanc amb prestatgeria interior	BRIMNES	6	79,00 €	474,00 €
Altres (llits supletoris i bressols)				
Llit supletori	SANDVIKA (80*190cm)	5	59,00 €	295,00 €
Bressol	CUNA DE VIAJE JOY KINDERKRAFT 60*120cm	5	49,90 €	249,50 €
Coixí petit	LEN (35*55cm)	5	4,00 €	20,00 €
Coixí individual	AXAG (40*75cm)	5	6,00 €	30,00 €
Quartos de bany de les habitacions				
Pica + Moble de bany + Mirall	FULLEN + TÄLLEVIKEN + OLSKÄR GRIFO	10	109,00 €	1.090 €
Plat de Dutxa	Plato ducha cuadrado Nerea blanco 80x80	10	40,99 €	409,90 €
Mampara	Mampara corredera Nerea cuadrada serigrafiado	10	98,99 €	989,90 €
Dutxa	VOXNAN, Ducha fija móvil +alternador	10	99,00 €	990,00 €
WC	WC salida dual ROCA Victoria	10	47,99 €	479,90 €
Prestatgeria	VESKEN Estantería, blanco, 36x23x100 cm	10	8,00 €	80,00 €
Sabonera	EKOLN	10	2,00 €	20,00 €
Habitació de la neteja, office				
Armari	Keter Stilo Armario Alto con 3 baldas, Gris Tiradores en Rojo, 173 x 68 x 39 cm	1	59,99 €	59,99 €
Prestatgeries	OMAR, Sección de estantería, 92x36x181 cm	1	60,00 €	60,00 €
Pica	Lavabo Easy blanco 37x12.5x41.5 cm	1	39,95 €	39,95 €
Sala de lectura & activitats, 3ª planta				
Televisió	32LK510BPLD, LG TV LED HD, 80cm/32"	1	193,07 €	193,07 €
Pufs	Puf Super Pera Rojo	4	39,99 €	159,96 €
Sofà	KLIPPAN 2 places	1	199,00 €	199,00 €
Taula per a la TV	BYÅS, Mueble TV, alto brillo blanco.	1	69,00 €	69,00 €
Estanteria	GERSBY (60*180cm)	1	25,00 €	25,00 €
Butaques	POÄNG	5	59,00 €	295,00 €
Piano	Thomann SP-320 Digital Piano Bundle	1	365,00 €	365,00 €
Llums de peu + bombetes A++	NYMÖ / SKAFTET + LED E27	3	81,00 €	243,00 €
Zona exterior				
Taules + cadires de jardí	Vidaxl Set Muebles De Jardín 5 Piezas Y Cojines Ratán Sintético Negro	2	425,99 €	851,98 €
Hamaques	Hamaca Colgante Color Natural	3	28,53 €	85,59 €
Gandules de fusta amb coixí	Tumbona madera de acacia con cojín - Aldaia	5	99,00 €	495,00 €
TOTAL PRESSUPOST MOBILIARI				24.949,33 €

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB PREUS D'INTERNET (IKEA, LG & LEROY MERLÍN)

TAULA 19: PRESSUPOST EPIS

Pressupost equips de processos de la informació (EPIS)				
Producte	Nom del producte	Unitats	Preu unitari	Total
Recepció				
Ordinadors torre	HP Slimline 290-A0006NS AMD A9-9425/8GB/	2	299,00 €	598,00 €
Pantalles d'ordinador	Asus VS197DE 19" LED	2	61,98 €	123,96 €
Ratolí + Teclat	NGS Cocoa Kit Teclado Multimedia + Ratón	2	6,98 €	13,96 €
Impressora amb escàner	Epson Expression Home XP-3100 Multifunción	1	83,60 €	83,60 €
Despatx de direcció				
Ordinador torre	HP Slimline 290-A0006NS AMD A9-9425/8GB/	1	299,00 €	299,00 €
Pantalla d'ordinador	Asus VS197DE 19" LED	1	61,98 €	61,98 €
Ratolí + Teclat	NGS Cocoa Kit Teclado Multimedia + Ratón	1	6,98 €	6,98 €
Impressora amb escàner	Epson Expression Home XP-3100 Multifunción	1	83,60 €	83,60 €
TOTAL PRESSUPOST EPIS				1.271,08 €

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB PREUS D'INTERNET (MEDIAMARKT)

Tots aquests preus detallats en les diferents taules de l'**Annex 23**, s'han elaborat amb les eines de compra en línia dels proveïdors Ikea, MediMarkt & LeroyMerlin, és possible que una vegada establerta l'empresa, amb un CIF d'establiment turístic es puguin trobar millors preus en tendes especialitzades i en venda a l'engròs.

Annex 24: Tràmits necessaris per a donar-se d'alta com autònom.

IL·LUSTRACIÓ 38: INFOGRAFIA DELS PASSOS NECESSARIS PER A L'ALTA D'AUTÒNOMS


FONT: INFOAUTONOMOS.COM

TAULA 20: TRÀMITS NECESSÀRIS PER A L'ALTA D'AUTÒNOMS.

Tràmits generals	Agència Tributària (AEAT): Alta en el Cens d'empresaris, professionals i retenidors. Tresoreria General de la Seguretat Social: Alta en el règim especial de treballadors autònoms (RETA) Registre Mercantil Provincial: Legalització del Llibre Diari i del Llibre d'Inventaris i Comptes anuals. Autoritats de certificació: Obtenció d'un certificat electrònic.
Tràmits segons l'activitat	Ajuntaments: Llicència d'activitat, d'obres i d'obertura. Altres organismes oficials i/o registres: Inscripció en altres organismes oficials i/o registres.
Tràmits en cas de contractar treballadors	Tresoreria General de la Seguretat Social: Inscripció de l'empresa. Afilació de treballadors (en el supòsit de què no estiguin ja afiliats) Alta dels treballadors al Règim de la Seguretat Social. Servicio Público de Trabajo Estatal (SEPE) Alta dels contractes de treball. Conselleria de treball de cada CCAA: Comunicació de l'obertura del centre de treball. Inspecció Provincial de Treball: Obtenció del calendari laboral.
Tràmits complementaris	Oficina Espanyola de Patents i Marques: Registre de signes distintius.

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA AMB LES DADES D'IPYME.ORG

Annex 25: Mesures i requisits per a l'obertura d'un alberg.

A continuació es parlarà sobre els serveis que han de tenir els albergs; per poder veure amb quines característiques haurà d'estar dotat el futur establiment d'aquest pla d'empresa, segons el *Decret 140/2003, de 10 de juny, d'aprovació del Reglament d'instal·lacions destinades a activitats amb infants i joves*. Més exactament a l'article 44 d'aquest.

D'acord amb la definició que es troba dins d'aquest Decret, els albergs de joventut són "instal·lacions que es destinen a donar allotjament, com a lloc de pas, d'estada o de realització d'una activitat a joves en forma individual o col·lectiva i també en determinades condicions a famílies, adults o grups d'infants".

Així doncs tal com es defineix a l'article 44 "Albergs de Joventut" del Decret 140/2003, trobem que aquest, hauran de disposar dels següents espais i característiques:

- ✚ Un **espai destinat a la recepció i informació de les persones usuàries**, amb un horari d'atenció al públic adequat a les seves necessitats i la informació suficient sobre l'entorn de l'alberg i els mitjans de transport existents.
- ✚ Un **espai d'ús comú** que, per les seves característiques i mobiliari, faciliti la relació humana entre les persones que s'allotgen a l'alberg.
- ✚ Un espai **per a ús dels alberguistes**, dotat dels equipaments necessaris per **preparar i conservar els aliments, i per rentar els estris de cuina**. (Queden exclosos del compliment d'aquest apartat els albergs que ofereixen serveis complets de manutenció, el que seria el cas de l'Indret del Montseny).
- ✚ Els albergs oferiran a les persones que s'hi allotgen la **possibilitat de guardar els seus objectes valuosos en un lloc segur**.
- ✚ Els blocs de **serveis higiènics** de la zona d'ús nocturn estaran **separats en funció del sexe** de les persones que els han d'utilitzar.
- ✚ Els albergs disposaran, en els seus blocs de serveis higiènics, **d'un rentamans per cada sis persones o fracció**.
- ✚ Als dormitoris dels albergs de joventut **la distància entre els laterals longitudinals dels llits o les lliteres no podrà ser inferior a 75 cm**.
- ✚ La superfície útil mínima del conjunt de les sales d'ús comú de la instal·lació, comptant-hi únicament menjadors, sales d'estar, sales taller i equivalents, serà la que resulti d'aplicar la proporció d'1 m² de sòl per plaça autoritzada.
- ✚ **Hi haurà en tot moment una persona responsable** que vetlli per la seguretat i la convivència dels i les alberguistes.
- ✚ Els albergs **oferiran la possibilitat d'escollir lliurement el règim d'estada** desitjat entre les opcions que s'ofereixen.
- ✚ La inscripció d'una instal·lació com a alberg de joventut és compatible amb el seu ús, durant el curs escolar i de forma total o parcial, com a residència d'estudiants, sempre que aquest fet estigui degudament especificat en la comunicació prèvia.

