

ESTUDI DE LA VIABILITAT DE L'ESTABLIMENT HOTELER "EL RIGOLER"



Treball Final de Grau
Universitat de Girona

Autora: Anna Junyent i Serra

Tutor: Yassine Bouallala Lechheb

Facultat de Turisme

31 de maig de 2021

Agraïments

Al meu tutor pels consells, per la dedicació i per demostrar-me que amb esforç i constància tot s'aconsegueix.

A la meva família, per l'amor incondicional que em demostreu cada dia i per simplement, deixar-me ser.

Als companys i companyes de vida que heu aparegut en aquesta aventura, i que us dec tant.

A totes i tots els que heu estat partícips i m'heu acompanyat en aquest projecte des del primer dia.

Gràcies a totes, per fer-ho realitat.

Sense vosaltres res d'això seria possible.

RESUM

El treball presentat es tracta d'un Pla d'Empresa, d'un nou establiment hotel·ler en un entorn rural, a la comarca del Ripollès. La finalitat del projecte és analitzar la viabilitat econòmica, mitjançant les diferents variables associades al model de negoci.

El principal propòsit de l'establiment és donar l'oportunitat als turistes d'allotjar-se en mig del medi rural, potenciar el comerç local i donar valor als productes de proximitat.

Per dur a terme aquest estudi, s'ha fet una anàlisi de l'entorn i de la competència. A partir d'aquesta informació s'han determinat les estratègies de màrqueting, el pla de producció, l'entorn legal i les projeccions econòmiques de l'establiment dels tres primers anys.

PARAULES CLAU

Establiment hotel·ler, proximitat, natura, turisme rural, Pirineu de Girona i Ripollès.

ABSTRACT

The work presented is a business plan of a new hotel establishment in a rural setting, in the region of Ripollès. The aim of the project is to analyse the economic viability, through the different variables associated with the business model.

The main purpose of the establishment is to give tourists the opportunity to stay in the countryside, enhance local trade and give value to local products.

To conduct this study, an analysis of the environment and competition has been carried out. Based on this information, the marketing strategies, the production plan, the legal environment and the economic projections of the establishment of the first three years have been determined.

KEY WORDS

Hotel establishment, proximity, nature, rural tourism, Pyrenees of Girona and Ripollès.

ÍNDEX

1.	Introducció	8
1.1.	Presentació de l'estudi	8
1.2.	Objectius	9
1.3.	Metodologia	9
1.4.	Estructura del treball	10
2.	Marc teòric	12
2.1.	Turisme rural	12
2.1.1.	Turisme rural a Catalunya i el paisatge	13
2.2.	L'ecoturisme i la sostenibilitat en espais rurals	14
2.3.	Evolució del turisme rural i l'actualitat	15
3.	Pla d'empresa	17
3.1.	Anàlisi de l'entorn	17
3.1.1.	Anàlisi del macroentorn	18
3.1.1.1.	Factors politicolegals	18
3.1.1.2.	Factors econòmics	18
3.1.1.3.	Factors socioculturals i demogràfics	19
3.1.1.4.	Factors tecnològics	20
3.1.1.5.	Factors geogràfics	20
3.1.1.6.	Factors ambientals	21
3.1.2.	Anàlisi del microentorn	22
3.1.2.1.	La demanda	22
3.1.2.2.	Perfil de turista dels Pirineus	23
3.1.2.3.	Oferta complementària	25
3.1.2.4.	Anàlisi de la competència	27
3.1.3.	DAFO	31
3.2.	Pla de màrqueting	32
3.2.1.	Política de producte	32
3.2.1.1.	Definició de l'empresa	32
3.2.1.2.	Missió	32
3.2.1.3.	Visió	33
3.2.1.4.	Valors	33
3.2.1.5.	Objectius de l'empresa	33
3.2.1.6.	El logotip	34
3.2.1.7.	El públic objectiu	34
3.2.1.8.	Localització de l'allotjament	36
3.2.1.9.	Definició dels serveis	37
3.2.1.10.	Avantatge respecte a la competència	37
3.2.2.	Política de preus	38
3.2.3.	Política de distribució	39

3.2.4. Política de comunicació	40
3.2.4.1. Promoció de vendes	43
3.3. Pla de recursos i operacions	44
3.3.1. Procés productiu	44
3.3.2. Logística	45
3.3.2.1. Immobilitzat immaterial i material	45
3.3.3. Estratègia i gestió dels Recursos Humans	47
3.3.3.1. Disseny organitzatiu	47
3.3.4. Descripció i funcions dels llocs de treball	49
3.3.5. Procés de selecció	50
3.3.6. Retribucions	50
3.3.7. Horaris i torns de treball	54
3.3.8. Ocupació prevista de l'allotjament	55
3.4. Pla legal	57
3.4.1. Forma jurídica	57
3.4.1.1. Societat Limitada	57
3.4.2. Constitució de l'empresa	58
3.4.3. Normativa	58
3.4.4. Assegurances	59
3.5. Pla econòmic i financer	61
3.5.1. Inversió inicial	61
3.5.2. Pla d'inversions i finançament	61
3.5.3. Ingressos	62
3.5.4. Compte de pèrdues i guanys	67
3.5.5. Pla de tresoreria	68
3.5.6. Balanç de situació	70
3.5.7. Anàlisi de la rendibilitat	71
4. Riscos i limitacions	73
5. Conclusions	74
Bibliografia	76
Annexos	79

ÍNDEX D'IL·LUSTRACIONS

TAULES

Taula 1: Àrees del turisme rural segons la OMT	13
Taula 2: Taula resum del model PESTEL.....	21
Taula 3: Turisme rural. Marques Turístiques. (2019)	22
Taula 4: Perfil de turistes dels Pirineus segons país d'origen.....	24
Taula 5: Oferta natural i cultural del Ripollès.....	25
Taula 6: Establiments i places hoteleres dels Pirineus (2015-2019)	27
Taula 7: Taula de competidors de l'Hotel Rigoler.....	29
Taula 8: DAFO de l'Hotel Rigoler.....	31
Taula 9: Preus de les habitacions	39
Taula 10: Immobilitzat material de l'Hotel Rigoler	46
Taula 11: Tasques a realitzar segons el lloc de treball	49
Taula 12: Salaris mensuals i anuals de cada lloc de treball.....	52
Taula 13: Horaris d'obertura dels espais	55
Taula 14: Ocupació mitjana dels Pirineus de Girona l'any 2019	55
Taula 15: Ocupació prevista de l'establiment.....	56
Taula 16: Inversió inicial.....	61
Taula 17: Finançament	62
Taula 18: Ingressos de l'Hotel Rigoler	62
Taula 19: Nombre d'habitacions registrades i preu mig de les habitacions	62
Taula 20: Ingressos mensuals i anuals de les habitacions.....	63
Taula 21: Nombre d'esmorzars registrats i preu dels esmorzars	64
Taula 22: Ingressos esmorzars	64
Taula 23: Ingressos experiències.....	65
Taula 24: Ingressos F&B i Experiències	66
Taula 25: Compte de pèrdues i guanys de l'Hotel Rigoler.....	67
Taula 26: Pla de tresoreria	69
Taula 27: Balanç de situació	70
Taula 29: Càlcul de la VAN.....	72

IMATGES

Imatge 1: Mapa del Ripollès dividit en les tres unitats geogràfiques	17
Imatge 2: Despesa declarada dels turistes estrangers a Catalunya (02/2016 – 02/2021)	19
Imatge 3: Marca identificativa "Producte del Ripollès"	27
Imatge 4: Logotip de l'Hotel Rigoler	34
Imatge 5: Ubicació de l'establiment	36
Imatge 6: Exemple revista Turisme Catalunya	42
Imatge 7: Gamma de colors de l'Hotel Rigoler	43

Imatge 8: Organigrama de l'Hotel Rigoler	49
Imatge 9: Salaris mínims de la província de Girona del Conveni Col·lectiu d'Hostaleria	51
Imatge 10: Calendari setmanal dels treballadors	54
Imatge 11: Càlcul de la TRI	72
Imatge 12: Compte de pèrdues i guanys any 1	80
Imatge 13: Compte de pèrdues i guanys any 2	81
Imatge 14: Compte de pèrdues i guanys any 3	82
Imatge 15: Pla de tresoreria any 1	83
Imatge 16: Pla de tresoreria any 2	84
Imatge 17: Pla de tresoreria any 3	85
Imatge 18: Balanç de situació any 1	86
Imatge 19: Balanç de situació any 2	87
Imatge 20: Balanç de situació any 3	88
Imatge 21: Préstec	89

1. Introducció

En aquest apartat, es donarà a conèixer el motiu pel qual es porta a terme aquest treball i quins són els objectius que es volen aconseguir amb el projecte. Seguidament, s'exposarà la metodologia que s'ha seguit per desenvolupar del treball i la seva estructura.

1.1. Presentació de l'estudi

La motivació per aquest treball neix arran de la fusió de l'entorn natural que posseeix el Ripollès i la meua passió pel sector dels allotjaments. Un dels principals motius per fer aquest projecte ha estat per conèixer quins passos s'han de seguir per a crear un negoci des de zero, en l'àmbit dels allotjaments turístics. A més de descobrir tot el que no es veu del món empresarial, però que s'ha de tenir en compte en tot moment.

L'elecció d'aquesta ubicació no ha estat en va, ja que jo he viscut tota la meua vida a Ripoll, capital de la comarca que m'ha vist créixer i m'ha acollit durant tots aquests anys. Així doncs, aprofitant que la comarca té un entorn natural d'ensomni en el qual se li pot treure un gran potencial, considero que és una bona manera de poder donar l'oportunitat als turistes; el gaudi de la riquesa natural que envolta la comarca.

Tenint en compte la meua motivació i que, actualment, ens trobem en mig d'una pandèmia; ens toca viure una nova realitat on els turistes mostren un gran interès per visitar llocs nous, que estiguin poc massificats i que siguin de gran interès. Així doncs, amb aquest treball vull proposar la creació d'un hotel que permeti gaudir d'una estada als afores del centre del poble amb tots els punts d'interès a menys de 10 minuts en cotxe.

Per desenvolupar aquesta proposta empresarial, duré a terme un Pla d'Empresa per tal d'estudiar si l'allotjament hoteler en qüestió resultarà viable econòmicament i financerament o no.

En primer lloc, amb aquest Pla d'Empresa podré analitzar el procediment que s'ha de seguir per a la creació d'un hotel, que la comarca necessita per desenvolupar-se, per créixer i per atraure a nous turistes. I en segon lloc, per poder posar en pràctica els coneixements adquirits al llarg del grau a través dels diferents apartats que conformen un Pla d'Empresa.

Considero que és un territori amb molt de potencial i que no arriba a grans públics. És per això, que penso que una bona manera d'intentar atraure a turistes és creant i innovant en l'àmbit del turisme. D'aquesta manera, amb la creació de l'hotel es podria intentar augmentar el nombre de turistes al Ripollès i aconseguir que la gent conegui el territori, en tingui un bon record, i repeteixi la visita.

1.2. Objectius

El principal objectiu d'aquest treball és determinar la viabilitat econòmica i financera de la creació d'un hotel a Les Llosses, comarca del Ripollès; i així poder analitzar si portar endavant aquest projecte resultaria rendible per l'empresa.

A part d'aquest objectiu també n'existeixen de secundaris com ara:

- Realitzar una anàlisi de l'entorn que permeti determinar l'oferta i la demanda existents per poder ser un establiment competitiu al mercat.
- Cercar les estratègies de màrqueting apropiades per arribar al nombre màxim de públic.
- Determinar les estratègies de gestió més adequades en funció de l'anàlisi proposada.
- Cercar la forma jurídica idònia per a l'empresa i establir la normativa que cal seguir, en cada àmbit que es vegi afectat per la creació de l'establiment.
- Realitzar projeccions econòmiques acurades dels elements necessaris per a l'inici de l'activitat empresarial.

Així doncs, partint dels propòsits del projecte de l'Hotel Rigoler, s'intentarà donar resposta a les noves tendències turístiques, nascudes arran de la COVID-19, que es basen en l'aïllament i la desconexió a peu de la natura. També, es permetrà crear nous llocs de treball i posar en valor productes de proximitat, de la mà dels petits negocis de la comarca; així com incrementar les places hoteleres de la destinació i promoure un turisme rural de qualitat al territori del Ripollès.

1.3. Metodologia

Un Pla d'Empresa és una eina de treball per desenvolupar una activitat empresarial, aleshores, pel que fa a la metodologia, s'ha emprat els següents mètodes i tècniques per a conèixer els diferents factors que intervenen en una idea de negoci.

En primer lloc, s'ha portat a terme una recerca teòrica per desenvolupar el marc teòric del treball i exposar els diferents conceptes que es treballaran al llarg del projecte. Aquí, s'ha portat a terme una investigació de tot el que engloba el turisme rural i de proximitat, s'ha fet una explicació dels principals temes els quals es tractaran posteriorment, i s'ha fet un breu resum de l'evolució que ha tingut aquesta tipologia de turisme a Espanya. A partir d'aquí s'ha començat a crear els diferents apartats que conformen el Pla d'Empresa.

En segon lloc, s'ha fet una recerca tècnica a internet per tal d'examinar l'estructura que segueix un Pla d'Empresa, així com per obtenir dades tant quantitatives com qualitatives del turisme als Pirineus de Girona i al Ripollès. Per fer-ho, s'ha portat a terme una cerca a fonts oficials com

l'IDESCAT i l'INE; i alguns documents oficials de la destinació, com ara l'Estudi de Revisió Estratègica Turística del Ripollès.

Finalment, s'ha considerat que era important crear un apartat on poder contrarestar els resultats obtinguts i fer-ne un resum valoratiu per conèixer els pros i els contres. Per desenvolupar aquest treball, s'ha seguit el model de Pla d'Empresa de la Generalitat de Catalunya (2012).

1.4. Estructura del treball

Pel que fa a l'estructura del treball, aquest està format per una primera part, que conté la introducció i els objectius proposats, on s'explica la motivació per dur a terme aquest treball i l'elecció del tema. També s'hi parla del que tractarà el treball i del que es vol aconseguir un cop s'hagin extret les conclusions i s'hagi finalitzat el treball.

A diferència d'altres treballs, un Pla d'Empresa té una estructura molt marcada, la qual s'ha de seguir obligatòriament. Per tant, a partir d'aquesta estructura s'ha desenvolupat el projecte i s'ha dividit en dos grans blocs. El primer d'aquests es tracta del marc teòric, on s'ha fet una explicació dels conceptes i de les tipologies de turisme que ens podem trobar en un entorn rural.

I el segon d'ells, que és el principal, són els diferents apartats que formen el Pla d'Empresa. En aquest, hi trobem els següents:

- L'anàlisi de l'entorn, on es porta a terme un estudi del mercat i de l'entorn el qual l'hotel competeix.
- El pla de màrqueting, on es pot conèixer el perfil del consumidor i donar a conèixer l'allotjament.
- El pla d'operacions, on es pot veure la planificació dels equipaments i les infraestructures per dur a terme l'activitat. També és on es defineix la manera en què aquesta s'organitza i la gestió del personal.
- El pla legal, que determina la forma jurídica de l'empresa, les normatives a seguir i les assegurances que cal tenir en compte.
- El pla econòmic i financer, un dels més essencials del Pla d'Empresa per conèixer la viabilitat econòmica i financera de l'empresa. Dins aquest, s'hi troba el Pla d'inversions i finançament, el Compte de pèrdues i guanys, el Pla de tresoreria i el Balanç de situació.

Per acabar, el treball finalitza amb una valoració i unes conclusions, que expliquen de manera resumida els resultats que s'han extret després de fer el treball i algunes reflexions que s'han

fet al llarg projecte. Tanmateix, es farà una anàlisi dels punts forts i febles del negoci, per conèixer els límits de l'empresa i per veure si la seva creació resultaria viable o no.

2. Marc teòric

Abans d'endinsar-nos en el contingut del treball cal mencionar i donar a conèixer, de manera resumida, els principals punts que es tractaran al marc teòric.

Primerament es farà un breu resum conceptual per a posar en situació al lector, i perquè pugui entrar en contacte amb els diferents temes que es tractaran al llarg del treball. També, s'explicarà què és el turisme de proximitat, la importància de la sostenibilitat en un entorn turístic i l'evolució que ha tingut el turisme rural en els darrers anys.

2.1. Turisme rural

Segons la UNWTO (2019) el turisme rural és un tipus d'activitat turística on l'experiència del visitant està relacionada amb un gran ventall de productes vinculats amb la naturalesa, l'agricultura, la cultura i les diferents formes de vida.

Així doncs, a diferència d'altres tipologies de turisme, podríem dir que es distingeix per la seva forta vinculació a l'espai rural. Compta també amb el paisatge, un element imprescindible que identifica el territori integrant el patrimoni natural i cultural en el seu conjunt.

Fraguell (2019), expressa que aquesta tipologia de turisme contribueix al desenvolupament local i a la diversificació econòmica. En un inici aporta rendes complementàries a l'agricultura, tot i que actualment es tracta d'una estratègia de desenvolupament local i de fre al despoblament, mostrant-se com una forma de recuperar el patrimoni i les tradicions.

L'agricultura i la ramaderia han arrelat al territori català durant tant de temps i amb tanta força que ha acabat esdevenint un dels principals atractius de les terres de l'interior català.

D'acord amb Cors (s.d.), tal com expressa a l'Atles del Turisme a Catalunya, per tal que es produeixi un desenvolupament del turisme rural, de qualitat i competitiu, és imprescindible entendre el context social i econòmic del moment, ja que el turisme rural no implica la compra d'un producte, va més enllà. Aquest tipus de turisme es converteix en un paisatge el qual el turista compra i consumeix, i a partir d'aquí s'impregna de la cultura i simbologia del territori.

Són diferents els factors que defineixen la percepció turística dels espais rurals. Per exemple, trobem els paisatges poc transformats, lluny de l'activitat humana; trobem també el predomini de l'activitat agrària, els petits nuclis de població, etc.

Dins el turisme rural s'hi engloben diferents àrees. A cadascuna d'aquestes s'hi troben diverses activitats i descobertes per dur a terme, com ara: identificar la gastronomia local, conèixer les

tradicions i la cultura d'un territori o simplement, contemplar nous entorns. Segons l'OMT, citat per Cánoves, Herrera i Villarino (2005), les quatre àrees de turisme rural que podem trobar són:

Taula 1: Àrees del turisme rural segons la OMT

CAMP	PATRIMONI RURAL	VIDA RURAL	ACTIVITATS RURALS
Muntanyes, llacs, rius, escenaris naturals, forestals...	Arquitectura industrial, patrimoni, prehistòria, castells, esglésies, pobles...	Artesania, actes locals, gastronomia, agroturisme, música tradicional...	Muntar a cavall, anar en bicicleta, pescar, caminar, caçar...

Font: Elaboració pròpia a partir de Cánoves, Herrera i Villarino (2005) sobre la OMT.

Dins aquesta tipologia de turisme, existeixen algunes de les iniciatives que donen valor al patrimoni rural i que per tant, ajuden al desenvolupament turístic del territori en qüestió. Per exemple, podem trobar museus dedicats a la vida rural, festes tradicionals, rutes temàtiques, entre molts d'altres.

Una de les iniciatives més conegudes durant els darrers anys es tracta de l'agroturisme, que, com expliquen (Ramsey i Schaumleffel, 2006) és un concepte híbrid que combina el turisme amb l'agricultura. L'agroturisme és també una eina de coneixement per establir un contacte directe amb l'estil de vida tradicional. Gràcies a aquesta iniciativa entra en valor el món de la pagesia, generant un benefici mutu, ja que per una banda l'agricultor genera una font d'ingressos per part del turisme i alhora s'ajuda a mantenir i preservar el paisatge.

A més, actualment els turistes mostren un gran interès pels llocs poc massificats i lluny dels grans centres urbans, ja que la situació actual ens ha fet adaptar a una nova realitat on s'han d'evitar les aglomeracions en la mesura possible. És per això que, tot i les circumstàncies mundials, pot ser un punt de partida pel turisme rural.

2.1.1. Turisme rural a Catalunya i el paisatge

El turisme rural català està format per una gran quantitat de recursos etnològics, paisatgístics, monumentals i gastronòmics; entre d'altres. Tots ells conformen l'espai rural, esdevenint gran part de l'oferta turística dels Pirineus de Catalunya (Cors, s.d.).

Llurdés et al. (2009), consideren de vital importància destacar, que, malgrat que aquest turisme representa una petita part del total català, es tracta d'un producte molt important per a la seva oferta natural, d'aventura i cultural.

Tal com expressa de Bolòs (2004), un dels principals elements que identifica el territori integrant el patrimoni natural i cultural en el seu conjunt es tracta del paisatge.

El paisatge rural inclou importants riqueses paisatgístiques i moltes possibilitats de rendibilitat si s'utilitza de manera intel·ligent i amb moderació, com poden ser els paisatges agraris o els camins ramaders. Tanmateix, de Bolòs (2004) explica que cal fer un gran esforç per a conservar els paisatges, sobretot perquè continuïn essent la gran reserva de paisatge que necessitaran les generacions futures del país.

Actualment, cada vegada hi ha més interès per a la preservació d'aquests, sobretot per aquells que s'han construït al llarg dels segles i que s'han convertit en patrimoni de la destinació. Com a element comú en tots els autors, queda clara doncs la importància cabdal del paisatge en el valor turístic de les zones rurals.

Fent referència a la conservació del medi natural i del paisatge, una tipologia de turisme molt interessant és el turisme de proximitat. Díaz i Llurdés (2013), declaren que des dels mateixos municipis s'han impulsat diverses iniciatives turístiques, que aposten per tornar a posar en valor el patrimoni. Aquestes serviran per a poder desenvolupar-se econòmicament i ser més competitius al mercat al qual es troben. Un dels seus principals objectius és potenciar i introduir el turisme com a part d'un procés de desenvolupament local, eliminant els transports de llargues distàncies, per a aconseguir un major coneixement del territori i un creixement sostenible.

Díaz i Llurdés (2013), també expliquen que la motivació principal del turista pot ser descobrir els entorns més propers, ja que si estem parlant d'un territori desconegut; familiarment, no forma part de l'entorn habitual.

La dinàmica turística dels darrers anys, ha facilitat les connexions internacionals i democratitzat els viatges per una gran part de la població, generant nodes turístics per tot el planeta. Això ha fet que en molts casos, el coneixement de destinacions globals sobrepassi el de les destinacions locals menys conegudes.

2.2. L'ecoturisme i la sostenibilitat en espais rurals

La Unió Internacional per a la Conservació de la Natura [UICN], citat per Basora i Roca et al. (2009), defineix l'ecoturisme com una forma ambientalment responsable de viatjar o visitar àrees naturals poc alterades. El seu objectiu és gaudir i apreciar els atractius naturals i culturals a través d'un procés que promou la conservació. Aquesta tipologia de turisme genera un baix impacte ambiental i propicia una implicació econòmica i social beneficiosa per a les poblacions locals.

Si apliquem aquesta terminologia al turisme rural, constaria d'una activitat duta a terme a l'espai rural, estructurada per una oferta integrada d'oci, dirigida a una demanda motivada pel contacte amb l'entorn autòcton i amb una interrelació amb la societat local (Cánoves, 2007).

Tal com expressa Cánoves (2007), l'ecoturisme als espais rurals genera una sèrie de beneficis com ara una estreta vinculació dels allotjaments de turisme rural amb els productes que s'ofereixen; així com nou model que aposta per la qualitat i per la diversificació del turisme rural, noves fórmules per a potenciar, valorar i donar a conèixer els productes amb denominació d'origen i de qualitat, entre d'altres. Amb la finalitat d'aconseguir crear un bon sistema per a generar sinergies i transmetre als consumidors la importància de mantenir l'agricultura en els territoris rurals.

D'altra banda, Manoel et al. (2012), destaquen que s'ha de tenir present el concepte de sostenibilitat en tot moment, considerant-lo com un model de desenvolupament sociocultural, mediambiental, econòmic i de participació de la comunitat local; tant amb la finalitat de buscar la satisfacció dels visitants com de conservar el medi ambient per permetre la seva continuïtat a llarg termini.

Si anem més enllà, es podria considerar com una nova filosofia, ja que com diuen Manoel et al. (2012), per a poder oferir un territori sostenible als visitants s'ha de mantenir la qualitat mediambiental del destí turístic, així com preservar els seus valors socioculturals. D'aquesta manera, la destinació podrà obtenir benefici d'aquesta activitat turística.

2.3. Evolució del turisme rural i l'actualitat

Segons Cánoves, Herrera, i Blanco (2005), pels volts dels anys seixanta, a Espanya es va produir una important emigració de les àrees rurals cap a les zones urbanitzades, ja que el món rural tant estava associat amb la pobresa com amb paisatges verges i idíl·lics. Aquest èxode rural es va produir paral·lelament amb el desenvolupament del turisme de sol i platja, causant una massificació dels hotels de la costa i de les segones residències.

També, són Cánoves, Herrera, i Blanco (2005) qui expliquen que aquesta tipologia de turisme existeix a Espanya des del 1960, amb l'objectiu d'acollir als visitants rurals i obtenir petits ingressos extres pels agricultors.

El model actual del turisme rural, només fa vint anys que existeix, tot i que durant els darrers deu anys ha tingut un fort creixement. Un dels principals motius pel qual s'ha produït aquest creixement ha estat per intentar frenar el despoblament de les zones rurals. Per impedir-ho han

contribuït programes com LEADER I i LEADER II (la seva continuació), orientats a donar suport i fer front als objectius del turisme rural.

Tal com assenyalen Llurdés et al. (2009), al llarg dels anys es van produir diversos alt i baixos al món del turisme rural, però va ser a partir dels anys noranta, que aquesta tipologia de turisme va augmentar notablement, fins i tot multiplicant el nombre d'establiments rurals. Evidentment, això va succeir a totes aquelles comarques on hi havia la presència de l'activitat agrària o de muntanya; com podrien ser les del Pirineu, Prepirineu i algunes de l'interior.

A causa de les noves tendències i de les preferències dels turistes, darrerament s'han produït certs augments en les estades curtes, provocant un increment a la demanda. És cert, però, que en relació amb l'oferta, segueix existint una mancança de sinergies entre productes i ofertes estructurades (Llurdés et al., 2009).

3. Pla d'empresa

En aquest punt del treball es donarà a conèixer tots els plans que s'han de tenir en compte a l'hora de desenvolupar una idea de negoci, com és ara l'Hotel Rigoler. Aquest Pla estarà format per:

1. Anàlisi de l'entorn.
2. Pla de màrqueting.
3. Pla de recursos i operacions.
4. Pla legal.
5. Pla econòmic i financer.

Cadascun d'ells contindrà la informació i dades necessàries perquè el pla d'empresa sigui el més detallat possible. Al llarg del pla d'empresa es mostraran taules, imatges i gràfics que exemplificaran de manera visual part del contingut de la idea de negoci.

3.1. Anàlisi de l'entorn

El Ripollès és una comarca situada al Pirineu de Girona. Acull una població de 25.087 (2019) i té una superfície de 956,6 km². La comarca "limita amb la Cerdanya i les comarques franceses del Conflent i el Vallespir; a l'oest amb el Berguedà; a l'est amb la Garrotxa, i pel sud amb la comarca d'Osona" (Estudi de Revisió Estratègica Turística del Ripollès, s. d., p. 9).

Tal com s'indica en aquest estudi, el turisme al Ripollès es classifica en tres unitats geogràfiques: La Vall de Ribes, la Vall de Camprodon i el Baix Ripollès. Cadascuna d'elles inclou diferents municipis en el seu àmbit territorial. L'any 2013, un 71% de la població es reunia al Baix Ripollès i només la capital de la comarca, Ripoll, superava els 10.000 habitants.

Imatge 1: Mapa del Ripollès dividit en les tres unitats geogràfiques



Font: Estudi de Revisió Estratègica Turística del Ripollès.

3.1.1. Anàlisi del macroentorn

Per conèixer quins són els principals factors que poden afectar en l'àmbit extern el desenvolupament de l'empresa, sigui positivament o negativament, cal fer una anàlisi del macroentorn. En aquest apartat, s'ha seguit el model de PESTEL:

3.1.1.1. Factors politicolegals

Amb la situació actual de Catalunya i d'Espanya, on la situació política es troba en un canvi constant, fa que no es pugui determinar un sistema governamental en concret i que les lleis i les normes es modifiquin freqüentment. Aquest fet afecta directament al sector turístic i dels allotjaments.

El passat 6 d'agost de 2020 es va publicar el nou Decret de Turisme de Catalunya, on es troben especificades les diferents normatives en l'àmbit del Turisme i els requisits que han de complir els allotjaments turístics. Tot i això, aquestes normatives canvien constantment, provocant que les empreses hagin de realitzar diversos canvis de manera immediata.

3.1.1.2. Factors econòmics

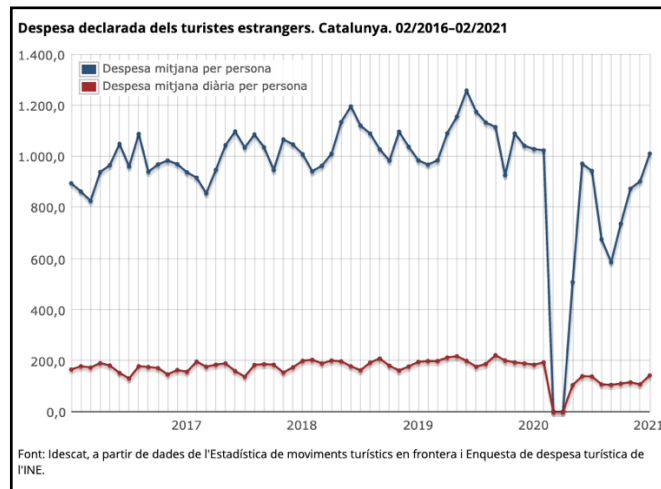
Actualment, un dels principals factors que afecten directament a l'economia mundial és, sens dubte, la pandèmia de la COVID-19. No només ha afectat en termes econòmics, però ha estat un dels que s'ha vist més afectats directament, sobretot en el sector turístic i de la restauració.

El sector turístic és un dels més importants quan parlem d'economia a Espanya. D'acord amb l'Institut Nacional de Estadística (2020), l'aportació del turisme a l'economia l'any 2019 fou un 12,4% del PIB espanyol, simbolitzant, un valor total de 154.487 milions d'euros. Clarament, a causa dels efectes ocasionats per la pandèmia sobre la indústria turística, els volums de producció econòmica han disminuït substancialment durant els darrers mesos des de l'inici de la pandèmia, i continuen encara reprimits fins que no es pugui restaurar la mobilitat per complet.

El 2019, Espanya ocupava la segona posició mundial al rànquing d'ingressos per turisme, sumant un total de 74.000 milions de dòlars. Aquest rànquing es trobava encapçalat pels Estats Units, que liderava amb un total de 214.000 milions de dòlars (Comunicatur, 2019).

Pel que fa a les despeses dels turistes estrangers, s'ha presenciat una forta davallada des del primer moment que va començar a expandir-se la pandèmia. Seguidament es pot veure una gràfica on es pot presenciar el canvi que hi ha hagut des de principis de 2016 fins a principis de 2021 a Catalunya.

Imatge 2: Despesa declarada dels turistes estrangers a Catalunya (02/2016 – 02/2021)



Font: IDESCAT.

Tot i això, com podem veure a la imatge anterior, extreta d'IDECAT sembla que la situació evoluciona favorablement, fent que les despeses dels turistes internacionals, reprenguin de nou arribant a igualar les dades dels primers anys.

3.1.1.3. Factors socioculturals i demogràfics

Darrerament, s'ha creat noves tendències que es basen a viure el moment i gaudir cada vegada més de les experiències. El sector del turisme canvia constantment i procura ajustar-se a tots aquells afers que la societat i l'entorn demana.

En aquest apartat, cal mencionar també la mentalitat i les necessitats dels turistes fruit de la COVID-19. Aquests, han començat a canviar i adaptar-se a la nova realitat, fent viatges més breus i cercant noves experiències lluny de les zones massificades, com ara els espais rurals. En aquest aspecte, una de les principals amenaces serien l'augment de controls de salut i la rapidesa amb què es produeixen els canvis d'hàbits de consum.

Aquestes tendències les podríem vincular amb el turisme responsable i de proximitat, amb la finalitat de potenciar els productes del territori i cercar experiències úniques en un entorn d'ensomni. En gran manera, aquestes ajuden a posar en valor tots aquells recursos de la destinació, com poden ser el paisatge i el patrimoni, o simplement, les persones. També, gràcies a aquestes tendències s'acostumaran a fer desplaçaments més curts i per tant, reduir les emissions de CO2, posar en valor els productes ecològics, consumir la cultura local, entre d'altres. En un entorn rural, és de vital importància mostrar-se respectuós i sostenible amb el medi que ens envolta.

3.1.1.4. Factors tecnològics

Pel que fa als factors tecnològics, avui dia ens trobem en una societat molt desenvolupada quant a la tecnologia. En ple segle XXI, totes les empreses procuren en la manera possible, mantenir-se actualitzats tecnològicament, ja que és imprescindible pel funcionament actual de la societat.

Dos dels principals elements que s'han de tenir presents són: les xarxes socials i les pàgines web. Aquestes són dues fonts oficials on l'empresa es pot promocionar i publicar contingut actualitzat de l'establiment. Anteriorment, es realitzaven diferents tipus de congressos i fires turístiques per a promocionar-se i donar-se a conèixer, però amb la situació actual aquestes han anat desapareixent, ja que la situació no ho permet. Tanmateix, gràcies a la tecnologia, s'ha pogut agilitzar el procés de reserva i compra de productes i serveis; així com crear noves formes de producció i distribució que anys enrere eren impensables.

Avui dia, arran de la pandèmia, la tecnologia s'ha convertit en el millor aliat de les persones i les empreses, ja que la trobem present a tot arreu. És també gràcies a les noves tecnologies que ha augmentat la participació dels diferents actors, s'han especialitzat alguns mercats de distribució com ara les pàgines especialitzades en productes i serveis rurals, entre d'altres.

3.1.1.5. Factors geogràfics

El Ripollès està situat entre els Prepirineus i els Pirineus de Girona, un dels principals atractius del territori català. És una zona amb un clima agradable durant la primavera i l'estiu, amb temperatures més baixes a la tardor i l'hivern.

La comarca fa frontera amb la Cerdanya, el Berguedà, la Garrotxa i Osona. Aquesta es troba en un punt clau per a accedir a les pistes d'esquí durant l'hivern i a les comarques de l'interior durant tot l'any. És per això que durant la temporada alta d'esquí, la comarca rep una gran afluència de turistes.

Generalment, hi podem trobar una oferta molt variada i tradicional del territori. Un dels principals elements a destacar és el patrimoni i els paisatges naturals que envolten la comarca, juntament amb la riquesa gastronòmica i els costums que aquesta ofereix. Alguns d'aquests elements que posseeix el Ripollès són: la Vall de Núria, Molló Parc, el Monestir de Santa Maria de Ripoll i la Fonda Xesc; entre d'altres.

Pel que fa a les infraestructures de la comarca, aquesta disposa d'una línia de tren (R3), una estació d'autobusos a la capital i molt bones carreteres per accedir a qualsevol dels municipis del Ripollès. També, la comarca compta amb l'Aeroport de Girona – Costa Brava i l'Aeroport de Barcelona El Prat a uns 90 km i 120 km respectivament.

3.1.1.6. Factors ambientals

A Catalunya existeix una gran riquesa paisatgística i natural que requereix una gran preservació. Generalment, els impactes al medi ambient solen ser negatius, però amb una bona gestió i planificació, es poden arribar a crear dinàmiques per a mantenir tots aquests recursos. L'objectiu principal de les destinacions turístiques és contribuir al fet que el turisme sigui sostenible.

Des d'un vessant mediambiental, cada vegada es mostra més interès per a dur a terme bones pràctiques de turisme. Gràcies al turisme sostenible, es poden oferir noves experiències als turistes, donant l'oportunitat de gaudir del territori i a l'hora de fer un bon ús dels recursos naturals i locals que aquest posseeix.

Al Ripollès, s'hi troben una gran quantitat d'elements patrimonials i naturals que manquen d'una gran preservació. No obstant això, s'està treballant cada vegada més per a aconseguir ser una destinació de turisme sostenible.

A continuació es presenta una taula resum del model PESTEL que s'ha detallat anteriorment.

Taula 2: Taula resum del model PESTEL

FACTORS POLITICOLEGALS	FACTORS ECONÒMICS	FACTORS SOCIOCULTURALS I DEMOGRÀFICS
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema governamental indefinit. • Normativa i legislació en canvi constant. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectes negatius de la COVID-19 a l'economia. • PIB de 12,4% l'any 2019. • Disminució de la despesa dels turistes arran de la pandèmia. • Evolució favorable de la situació econòmica de cara als següents anys. 	<ul style="list-style-type: none"> • Noves tendències. • Interès per entorns poc massificats i a l'aire lliure. • Canvis d'hàbits a la societat. • Interès per a la sostenibilitat de les destinacions.
FACTORS TECNOLÒGICS	FACTORS GEOGRÀFICS	FACTORS AMBIENTALS
<ul style="list-style-type: none"> • Gran desenvolupament tecnològic a la societat. • Evolució digital. • Facilitat i agilització a nivell productiu. • Participació de nous actors. • Especialització d'alguns mercats. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicació estratègica a l'hivern (esquí). • Presència d'elements naturals i culturals únics. • Bones infraestructures. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interès per a bones pràctiques de turisme sostenible. • Riquesa paisatgística. • Preservació d'elements patrimonials i naturals.

Font: Elaboració pròpia.

3.1.2. Anàlisi del microentorn

Després de conèixer de forma general els factors externs que intervenen a la nostra idea de negoci, cal aprofundir i analitzar els més propers a aquesta. Seguidament, es farà un estudi de la demanda, el perfil de turista dels Pirineus, l'oferta complementària i la competència.

3.1.2.1. La demanda

Les tendències de la demanda han patit un canvi constant en els darrers mesos fruit de la COVID-19. Avui dia els turistes busquen noves experiències a l'aire lliure i lluny dels grans nuclis urbans. Tanmateix, aquests tendeixen més a organitzar-se els seus propis viatges que assistir a Agències de Viatges, sobretot durant els darrers anys.

Abans que el SARS-CoV-2 afectés mundialment a tots els nivells, el nombre d'arribades de turistes estrangers a Catalunya i Espanya era molt alta. Aquest fet ha causat que la demanda al Ripollès sigui generalment de turistes locals i del territori català, amb escapades de caps de setmana i festius.

A continuació es vol mostrar una taula amb les dades més recents que es troben publicades a l'Institut d'Estadística de Catalunya en relació amb el turisme rural. Cal dir, però, que s'han agafat les dades més recents d'abans que arribés la pandèmia.

Seguidament, es mostra una taula que conté les dades del nombre de viatgers i de pernoctacions que van practicar turisme rural a les diferents marques turístiques de Catalunya l'any 2019.

Taula 3: Turisme rural. Marques Turístiques. (2019)

	Viatgers (milers)	Pernoctacions (milers)
Barcelona	-	-
Costa Brava	138,4	370,3
Costa Daurada	35,8	90,0
Costa Barcelona	47,7	110,0
Paisatges Barcelona	71,6	171,3
Pirineus	171,1	436,7
Terres de Lleida	22,1	41,2
Terres de l'Ebre	-	-
Vall d'Aran	-	-
Catalunya	503,8	1.260,9

Font: Elaboració pròpia a partir d'Idescat.

Com es pot veure a la taula anterior, extreta de l'IDESCAT (2019a), pel que fa als viatgers que practiquen turisme rural a Catalunya, destaca per sobre de tot el territori dels Pirineus, seguit de la Costa Brava i els Paisatges de Barcelona.

Quant a les pernoctacions, l'ordre és el mateix que al nombre de viatgers, però amb més quantitat. Amb això podem veure que els turistes que practiquen aquesta tipologia de turisme generalment hi pernocten, com a mínim, una nit.

També, es pot observar com hi ha alguna marca turística, com és ara Barcelona, les Terres de l'Ebre i la Vall d'Aran que no disposen d'aquesta informació. Certament, són territoris on el turisme rural ha anat desapareixent al llarg dels anys, ja que les tendències turístiques d'aquests territoris han anat canviant.

3.1.2.2. Perfil de turista dels Pirineus

Per poder oferir productes i serveis adreçats pel nostre públic, cal que prèviament en tinguem tota la informació necessària per adaptar-los al màxim. És cert que generalment els turistes estan influenciats per dos grans factors; ja que d'una banda trobem que hi ha persones que viatgen per a evadir-se de la rutina i la monotonia, i de l'altra, n'hi ha que viatgen per l'oferta del territori i per tant, escullen la destinació perquè realment mostren interès a conèixer tot el que aquesta ofereix.

Tot i això, per descobrir quin és el perfil de turista ideal en un entorn rural, caldrà fer una anàlisi dels següents paràmetres:

- La motivació principal.
- La procedència.
- Les preferències del turista.
- L'entorn amb qui viatgen.
- Llocs d'interès.
- L'època de l'any.
- Durada de l'estada

Així doncs, partint dels punts mencionats anteriorment, s'aconseguirà detallar al màxim el perfil de turista ideal per l'Hotel Rigoler, i per tant, adaptar en la mesura possible totes les activitats i serveis que ofereix l'establiment.

Seguidament es mostrarà una taula, on s'especificaran les motivacions i interessos dels turistes que visiten els Pirineus; així com l'època de l'any i la durada del seu viatge en funció del país d'origen. Per fer-ho, s'han consultat les dades del Programa Pirineus Catalunya (2018).

Taula 4: Perfil de turistes dels Pirineus segons país d'origen

	ALEMANYA	BÈLGICA	CATALUNYA	RESTA D'ESPANYA	FRANÇA	PAÏSOS BAIXOS	REGNE UNIT
Motiu viatge	Entorn natural	Entorn natural/ bon clima	Entorn natural	Entorn natural	Bon clima	Entorn natural	Entorn natural/ bon clima
Motivacions	Bon clima/ toca viatjar	Bon clima/ toca viatjar	Tranquil·litat i gaudir/ desconnectar	Tranquil·litat i gaudir/ desconnectar	Tranquil·litat/ desconnectar	Tranquil·litat/ natura	Bon clima i gastronomia/ desconnectar i conèixer llocs
Època de l'any	Estiu	Estiu	Estiu	Estiu	Estiu	Estiu	Primavera i estiu
Durada de l'estada	1 setmana o més	1 setmana o més	3 dies	1 setmana o més	1 setmana o més	1 setmana o més	1 setmana o més
Amb qui viatgen	Parella	Parella	Parella/ família	Família	Família	Parella/ família	Parella
Activitats	Caminades per espais naturals	Caminades per espais naturals	Visitar pobles rurals/ caminades per espais naturals	Gastronomia/ Caminades per espais naturals	Caminades per espais naturals	Caminades per espais naturals	Caminades per espais naturals
Satisfacció	Bona	Bona	Bona	Correcta	Bona	Bona	Bona

Font: Elaboració pròpia a partir del Programa Pirineus 2018.

Partint de les dades de la taula anterior, es pot veure com generalment els turistes que visiten els Pirineus viatgen per descobrir l'entorn natural i pel bon clima. A més, els motiva el fet de poder desconnectar de la monotonia i viure durant uns amb total tranquil·litat. Aquests tendeixen a viatjar durant l'estiu i la primavera, sobretot quan el clima és immillorable; i solen passar-hi una mitjana de 7 o 8 dies amb la família o la parella. Els elements culturals i naturals són molt importants pels turistes que visiten en territori, ja que es mostren grans amants de les caminades per la natura.

Finalment, després de fer una breu anàlisi de les preferències i tendències de viatge d'alguns països, es pot observar la diferència d'interessos que tenen els visitants de la resta d'Europa amb els de Catalunya i l'estat espanyol.

3.1.2.3. Oferta complementària

La comarca del Ripollès disposa d'una gran quantitat d'elements patrimonials de caràcter cultural i natural. A cada unitat geogràfica del Ripollès hi predominen unes activitats i una tipologia de turisme diferent.

Primerament, la Vall de Ribes, que es troba en una zona d'alta muntanya on destaquen principalment les activitats agrícoles i ramaderes, i el turisme de muntanya. A continuació, la Vall de Camprodon, on predomina el turisme actiu i s'hi practica gran part de les activitats ramaderes. Finalment, la zona del Baix Ripollès, que reuneix els municipis més grans de la comarca, i és on es troba la capital. Hi predominen les activitats industrials i la majoria de serveis de la comarca. També, és la zona que acull més turistes durant tot l'any, exceptuant l'època d'esquí, ja que els turistes acostumen a visitar la Vall de Núria (Ribes de Freser) i Vallter 2000 (Setcases).

A continuació es pot veure una taula amb els elements naturals i culturals del Ripollès.

Taula 5: Oferta natural i cultural del Ripollès

ELEMENTS NATURALS	ELEMENTS CULTURALS
<ul style="list-style-type: none"> • Zones d'interès natural protegides a la Xarxa Natura 2000. • Parc Natural de les Capçaleres del Ter i del Freser. • Muntanyes i cims del Ripollès. • Excursions i rutes senyalitzades. • Parcs d'aventures i d'animals. • Rutes ideals per senderisme 	<ul style="list-style-type: none"> • Monestir de Santa Maria de Ripoll (romànic). • Museu Etnogràfic. • Farga Palau. • Ermites i esglésies. • Monuments històrics. • Plaça de l'Abat Oliba.

Font: Elaboració pròpia.

Com s'ha pogut veure a la taula anterior, pel que fa als elements naturals, la comarca compta amb 32.000 hectàrees de zones d'interès natural protegides dins la Xarxa Natura 2000. Gran part del patrimoni natural i immaterial que posseeix la comarca és el Parc Natural de les Capçaleres del Ter i del Freser, declarat des del setembre de 2015. Aquest té una extensió de 14.500 hectàrees i està situat entre uns quants municipis del Ripollès, com ara Queralbs, Ribes de Freser, Planoles, Pardines, Setcases, Vilallonga de Ter i Molló. Les muntanyes del Ripollès són un gran atractiu natural per a molts dels turistes que s'apropen a la comarca. Algunes de les excursions i rutes més concorregudes per les muntanyes ripolleses són: el Puigmal, el Taga o el Pic de Bastiments.

En relació amb la natura, al Ripollès s'hi troben diversos llocs d'interès pels més petits, com ara Estiulaventura, un parc de tirolines al peu de la natura; o bé Molló Parc, un Parc d'animals situat en un Parc Natural, ideal per conèixer la fauna i la flora dels Pirineus.

Existeixen també, diversos tipus de rutes per fer amb bicicleta, a peu, amb 4x4, etc. Una de les vies més concorregudes és la Ruta del Ferro i del carbó; així com la ruta del Ter o la ruta de la Transhumància, formada per 7 trams.

Entre tota l'oferta del Ripollès, l'oferta cultural no deixa de ser una de les parts més importants de la regió. A la comarca s'hi troben una gran quantitat de béns immobles de caràcter cultural, com ara:

- Monestir de Santa Maria de Ripoll (Ripoll).
- Museu Etnogràfic de Ripoll (Ripoll).
- Farga Palau (Ripoll).
- Pont Nou (Camprodon).
- Església de Sant Pol (Sant Joan de les Abadesses).

Les tradicions i la cultura popular del Ripollès es podrien arribar a considerar l'esperit de la vila. Cada vegada que se celebra un esdeveniment a qualsevol dels municipis de la comarca, s'hi reuneix una gran quantitat de gent, tant residents del Ripollès com turistes. Algunes de les tradicions populars més destacades són:

- Festa Nacional de la Llana i Casament a Pagès.
- Processó dels Sants Misteris.
- Ball dels Pabordes.
- Dansa de la Gala.

Trobem també que part de l'oferta turística del Ripollès, és la seva gastronomia local. La comarca compta amb una gran quantitat d'establiments gastronòmics que ofereixen productes locals i d'alta qualitat. Per tal de proporcionar al client un producte autòcton s'ha creat una imatge de marca per identificar que aquell producte és un *Producte del Ripollès* (s.d.).

Imatge 3: Marca identificativa "Producte del Ripollès"



Font: Pàgina web Producte del Ripollès.

També, és una manera de donar a entendre que cap d'aquells productes passa per intermediaris; directament del camp a la taula. D'entre tots els restaurants de la comarca, trobem que la Fonda Xesc de Gombrèn posseeix una estrella Michelin.

En definitiva, podríem dir que el turisme rural català disposa d'una oferta diferent i complementària que permet la diversificació de rendes als espais rurals.

3.1.2.4. Anàlisi de la competència

Per tenir una idea dels establiments hotelers que hi ha al Pirineu, s'ha fet una cerca a la web d'IDESCAT (2019b), i s'han extret les dades tant del nombre total de places hoteleres com del nombre d'establiments que hi ha hagut als Pirineus durant els darrers cinc anys.

A continuació es podrà contemplar una taula dels establiments hotelers i de les places hoteleres dels Pirineus des del 2015 fins al 2019.

Taula 6: Establiments i places hoteleres dels Pirineus (2015-2019)

	2015	2016	2017	2018	2019
Establiments hotelers	405	407	409	413	411
Places hoteleres	15.194	15.312	15.290	15.513	15.176

Font: Elaboració pròpia a partir d'IDESCAT.

Després d'analitzar les dades anteriors, s'ha pogut veure com ha anat augmentant el nombre d'establiments i per tant, el nombre de places turístiques. Aquestes dades demostren que el nombre d'hotels als Pirineus és cada vegada més gran i per tant, també ho és pel que fa als competidors. Això no obstant, com podem observar a la taula, l'any 2019 van desaparèixer dos establiments hotelers als Pirineus, provocant una disminució del 2,17% de les places hoteleres

del 2018 en aquesta marca turística. Pel que fa a les estadístiques, es pot contemplar com hi ha poca fluctuació i que no es preveu un creixement quant a establiments i places hoteleres als Pirineus.

Ara bé, després de veure la quantitat d'establiments hotelers que existeixen al Pirineu de Catalunya, cal descobrir quins són els principals competidors de l'Hotel Rigoler. Per fer-ho, s'ha estudiat aquells que compartissin les característiques més similars i que tinguessin una filosofia molt semblant a la de l'Hotel Rigoler. Per escollir els competidors, s'ha mirat el tipus de servei i productes que ofereix cadascun d'ells, els preus, la qualitat i l'entorn de l'establiment. Tots els allotjaments són de caràcter rural i acostumen a acollir el mateix perfil de turista.

A continuació es presenten els principals establiments d'allotjament turístic que es consideren competència per a la nostra idea de negoci:

Taula 7: Taula de competidors de l'Hotel Rigoler

	HOTEL RIGOLER	HOTEL GRÈVOL SPA	HOTEL – SPA RESGUARD DELS VENTS	HOTEL SOLANA DEL TER	LA TROBADA HOTEL BOUTIQUE
Categoria	***	****	****	***	**
Ubicació	Les Llosses	Llanars	Ribes de Freser	Ripoll	Ripoll
Habitacions	25	36	17	38	18
SERVEIS					
Restaurant	Cuina catalana i de proximitat	Cuina catalana i d'autor	Cuina tradicional	Cuina de proximitat	Cuina local. Esmorzar Tradicionals, Orígen i Continental
Bar/ Cafeteria	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
Terrassa ext.	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	NO
Gimnàs	NO	NO	NO	NO	NO
Piscina ext.	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
Spa	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
Bike rental	SÍ	NO	NO	NO	NO
Parking	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
WIFI gratuït	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Altres	Centre termal, venda de productes locals	Sala de jocs i sala de lectura	Buffet i zona de jocs	Complex esportiu, espais d'oci, zones de passeig i jardins	Venda de paquets de productes locals
PUNTS DE DIFERENCIACIÓ					
Unique Selling Points	Entorn natural, degustació de productes km 0,	A prop de Vallter 2000, entorn ideal per practicar ciclisme i	Entorn natural i Spa	Equipaments esportius i oferta de	Ubicat al centre de la ciutat, instal·lacions noves

	visites al Mas el Lladré, instal·lacions	descobrir entorns naturals		productes d'alta categoria	
Target	Parelles, famílies, escapades de relax, sortides rurals	Parelles i gent interessada en turisme rural o de muntanya	Parelles i gent amb ganes de relaxar-se en mig de la natura	Parelles, famílies i persones interessades en l'esport i el ciclisme	Parelles, famílies i persones interessades en la cultura
CRM					
Booking	8,2	8,8	9,2	7,9	8,4
TripAdvisor	4,3	4,5	4,5	3,0	4,0
COMERCIALIZACIÓ					
Canals de venda online	Directe, caixes regal, OTA (Booking i Atrápalo)	Directa, OTA (Booking...)	Directa, OTA (Booking, Trivago, Atrápalo...)	Directa, OTA (Booking, Trivago...)	Directa, OTA (Booking...)
Rang de preus	97-160€	106-190€	140-200€	55-100€	65-140€

Font: Elaboració pròpia a partir de les pàgines webs oficials dels hotels competidors.

3.1.3. DAFO

Tot seguit es presenta l'anàlisi DAFO del Pla d'Empresa, a partir del qual es podrà estudiar la situació de l'empresa, fent una anàlisi tant de les característiques internes, com de les externes.

Taula 8: DAFO de l'Hotel Rigoler

DEBILITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Producte sense implementació en el mercat. • Inversió inicial elevada. • Ubicació molt dependent de la mobilitat. • Elevada estacionalitat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemes econòmics i socials arran de la COVID-19. • Competència al sector. • Canvis de gustos constants dels clients.
FORTALESES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none"> • Situació geogràfica excepcional. • Entorn natural. • Instal·lacions i servei d'alta qualitat. • Promoció dels petits negocis. • Allotjament adaptat a tota mena de públic. • Diversitat de serveis. • Personal cordial i atent amb els clients. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolupament del turisme rural i de proximitat. • Augment del comerç local. • Augment del flux turístic de la comarca. • Creació de noves experiències. • Augment de turistes potencials. • Àmplia oferta complementària de la zona.

Font: Elaboració pròpia.

3.2. Pla de màrqueting

Dins el pla de màrqueting s'hi troben les diferents polítiques que s'han de tenir en compte a l'hora de fer un pla d'empresa. Aquestes són: la política del producte, la política de preus, la política de distribució i la política de comunicació.

3.2.1. Política de producte

En aquest apartat es presenten les característiques de l'Hotel Rigoler i dels seus serveis. Aquí es podrà conèixer l'empresa al detall i tots els serveis que ofereix l'establiment; així com descobrir el significat del logotip, el públic objectiu de l'hotel, la localització i l'avantatge respecte a la competència.

3.2.1.1. Definició de l'empresa

La idea de negoci que es porta a terme, neix de la necessitat de crear flux turístic i de crear experiències a la comarca del Ripollès. L'hotel es troba ubicat a Les Llosses, municipi del Baix Ripollès, i té com a funció principal, proporcionar allotjament i experiències rurals i gastronòmiques als turistes que visitin la comarca.

L'objectiu principal de l'empresa és fer sentir el turista com a casa, envoltat de natura i nous entorns; així com descobrir les tradicions ripolleses, la cultura i gastronomia catalana. Un dels principals propòsits de l'establiment és oferir un servei de qualitat i de km0, ja que un valor fonamental de l'empresa és posar en valor els productes de proximitat. Per fer-ho, l'Hotel Rigoler ha creat diverses activitats d'interès per a cada públic, que es podran gaudir durant tot l'any.

L'Hotel Rigoler és un negoci situat just al costat del Mas el Lladré, una empresa especialitzada en làctics, on també fan visites guiades a les seves granges. Aquestes visites són ideals per conèixer de primera mà com es treballa i quins són els productes amb què tracten des del Mas. Així doncs, per a poder oferir noves experiències dins l'entorn rural, l'establiment col·laborarà amb el Mas el Lladré.

3.2.1.2. Missió

La principal missió de l'Hotel Rigoler és proporcionar espais on la humanitat pugui connectar amb la natura i la cultura dels territoris rurals.

3.2.1.3. Visió

La visió de l'Hotel Rigoler és ser un referent al sector dels allotjaments rurals i de la cuina tradicional catalana, oferint els millors productes i serveis als seus clients. Així com mostrar-se com un negoci sostenible i de proximitat.

3.2.1.4. Valors

- **Proximitat:** Es podria considerar un dels valors principals de l'empresa, ja que un dels aspectes que caracteritzen al Rigoler és el consum de productes locals i de proximitat. L'objectiu de l'empresa és que tothom pugui descobrir el Ripollès i els seus productes en estat pur.
- **Productes i serveis de qualitat:** Oferir productes i serveis d'alta qualitat és fonamental, sobretot per proporcionar una experiència única al visitant i amb ganes de repetir-la.
- **Sostenibilitat i respecte al medi ambient:** La preservació del medi que ens envolta es considera un dels valors més importants. En tots els atributs de l'hotel es tindrà present la petjada ecològica, pensant en el paisatge natural del qual podran gaudir les generacions futures.

3.2.1.5. Objectius de l'empresa

Els objectius de l'hotel vindrien a ser totes aquelles coses que l'establiment vol aconseguir amb el pas del temps. Alguns dels objectius són d'àmbit local, és a dir, són els propòsits de l'hotel en l'àmbit municipal i comarcal; i d'altres que són a escala nacional.

Objectius d'àmbit local:

- Oferir allotjament en un entorn rural.
- Donar a conèixer la gastronomia autòctona i la cuina catalana.
- Proporcionar satisfacció i ganes de repetir l'estada als clients.
- Potenciar el comerç i els productes locals.
- Oferir productes i serveis ecològics i de qualitat.
- Donar a conèixer el turisme rural del Ripollès.

Objectius d'àmbit global:

- Promocionar la comarca en l'àmbit nacional.
- Donar a conèixer el turisme de proximitat en un espai rural.
- Oferir llocs de treball.

Els objectius esmentats anteriorment són propòsits amb la intenció de complir-se a curt termini, tot i que hi ha objectius d'àmbit global que requereixen més temps. Amb l'assoliment d'aquests propòsits es permetrà donar resposta a noves pràctiques d'un turisme responsable i de proximitat.

3.2.1.6. El logotip

La imatge de l'empresa trobem que és el nom de l'hotel amb una espiga i una muntanya a la part superior. El nom de l'establiment ve donat del terme "rigoler" en francès, que simbolitza riure, diversió. És una manera de remarcar que les vacances a l'interior també poden ser molt emocionants i divertides.

Imatge 4: Logotip de l'Hotel Rigoler



Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa al disseny del logotip, la muntanya simbolitza l'entorn natural del Ripollès, una comarca envoltada per muntanyes, mentre que l'espiga es troba en mig del nom, simbolitzant la zona de l'interior de Catalunya, lloc on es troba l'Hotel Rigoler. A més, l'espiga es troba al medi rural i és la manera en què es categoritzen tant els allotjaments rurals, com els establiments d'agroturisme.

Quant als colors del logotip, aquests fan referència al medi natural en un entorn rural, fusionant una gamma de colors verds i ocres.

3.2.1.7. El públic objectiu

Per descobrir quin és el públic objectiu de l'Hotel Rigoler, es durà a terme un mapa de l'empatia per conèixer quin és el perfil de client ideal per a l'allotjament. El mapa de l'empatia analitza 6 aspectes relacionats amb els sentiments dels éssers humans, permetent a l'empresa conèixer com és el client en qüestió i com relacionar-se.

Tot i ser un allotjament ideal per a parelles i famílies, amb el mapa de l'empatia es podrà perfilar més el públic objectiu de l'hotel i quines són les seves preferències.

MAPA DE L'EMPATIA

La Roser, és una dona de 44 anys que viu a Vic, Osona. Va estudiar el grau d'Història i treballa en un centre cultural al mateix municipi on viu. Està casada amb en Dani des de fa 15 anys i tenen 2 fills, de 9 i 12 anys. La Roser té un estil de vida molt rutinari i de tant en tant li agrada evadir-se de tot el que és quotidià i viure noves experiències. És amant de la natura i li agrada passar estones amb el seu entorn proper; així com formar-se dia a dia per a créixer al món empresarial.

- **Què pensa i sent?** La Roser pensa que la vida canvia d'un moment per l'altre i que cal viure cada instant al 100%. El seu principal objectiu a la vida és gaudir de les petites coses i veure com el seu entorn creix sa i feliç.
- **Què escolta?** La Roser escolta totes les opinions de la gent, però només dóna importància a aquelles que li poden resultar útils, com ara les de la seva família o dels seus amics.
- **Què diu i què fa?** La Roser li encanta parlar de temes relacionats amb la història i l'evolució de la societat. És una dona molt solidària i altruista, sempre es preocupa per la gent que té al voltant, ja que veure al seu entorn feliç, la fa feliç a ella.
- **Què veu?** La Roser veu que té un cercle d'amistats molt sa i que afortunadament viu en un món amb moltes facilitats. Acostuma a veure les notícies i *vlogs* de viatges.
- **Esforços:** A la Roser li preocupa no poder viure moments inoblidables amb la seva família i estancar-se a la rutina. També, la frustra el fet de pensar que la gent no lluita per un món sostenible i de qualitat.
- **Resultats:** Per la Roser, l'èxit personal seria continuar treballant del que li agrada però amb més disponibilitat per a passar estones amb la companyia de la seva gent; així com deixar de banda l'estrès en certes situacions i ser capaç de lluitar pels seus somnis.

De manera resumida, hem pogut veure com el perfil de client de la nostra empresa són les famílies i les parelles, que volen evadir-se de la vida rutinària i gaudir amb la gent que estimen. Solen ser persones d'entre 25 i 60 anys, que el seu dia a dia es basa en la rutina i que acostumen a viatjar en parella o amb el seu nucli familiar. A més, els agrada viatjar amb totes les facilitats i viure noves experiències a l'aire lliure.

El turisme rural, generalment presenta una demanda de perfil heterogeni i de proximitat, ja que valoren el paisatge, la gastronomia autòctona, la tranquil·litat i les tradicions. Els turistes rurals solen fer estades curtes, sigui de dos o tres dies, i acostumen a practicar turisme de retorn.

Aquesta tipologia de turistes valoren i mostren interès en el desenvolupament local, posseeixen un nivell cultural alt, i busquen una bona relació quant a qualitat-preu.

Així doncs, l'Hotel Rigoler s'adreça generalment a dos públics:

- **Parelles:** L'allotjament es troba en un espai ideal per poder desconnectar i per evadir-se de les preocupacions durant un període de temps. El Rigoler disposa d'un Spa i d'un centre termal per a gaudir durant l'estada a l'allotjament. També tenen l'oportunitat de fer degustacions de la gastronomia ripollesa, així com l'opció de fer descobertes culturals i naturals en un entorn rural.
- **Famílies:** L'Hotel Rigoler és una molt bona opció per a les famílies, ja que aquest disposa d'habitacions familiars, adaptades als infants i amb un munt d'activitats per dur a terme. A més se'ls ofereix totes les facilitats perquè la seva estada sigui excepcional i immillorable.

3.2.1.8. Localització de l'allotjament

L'establiment està situat just al costat del Mas el Lladré, que tal com indica el cadastre (Ministerio de Hacienda, 2021) és un terreny agrari. Tot i això, l'establiment s'ha posat en contacte amb l'Ajuntament per sol·licitar un canvi de llicència del terreny per poder ubicar l'hotel a l'esplanada que es troba just al davant del Mas. Els principals motius pels quals ha valorat positivament la proposta ha estat perquè, la creació d'un establiment hotelier a Les Llosses, aportaria beneficis econòmics a la destinació i al mateix moment, augmentaria el flux turístic de la comarca.

Imatge 5: Ubicació de l'establiment



Font: Google Maps.

Així doncs, partint que l'ajuntament autoritza el canvi de llicència, serà necessari sol·licitar la llicència d'obres a l'Ajuntament de Les Llosses. Finalment, una vegada s'accepti la sol·licitud i tots els tràmits estiguin complets; es procedirà a comprar el terreny, valorat en 60.000,00 € per tal de poder iniciar les obres i desenvolupar l'activitat de l'empresa.

3.2.1.9. Definició dels serveis

L'establiment disposa d'una gran varietat de serveis i d'activitats per dur a terme durant l'estada a l'allotjament. La majoria de serveis tenen cabuda tant pels adults com pels més menuts. Per poder gaudir plenament de l'estada al Ripollès, l'hotel ofereix diversos serveis addicionals per a millorar encara més la visita. Els serveis en qüestió són:

- **Centre termal i tractaments:** Per poder gaudir d'un circuit *wellness* entorn de les muntanyes del Ripollès. L'Spa inclou un jacuzzi, una sauna i una zona de relaxació amb hamaques. Pel que fa als tractaments, n'hi ha de diferents tipus i requereixen reserva prèvia; trobem tractaments antiestrès, massatges, hidroteràpia, entre d'altres.
El centre termal obra cada dia de l'any, de 8:00 a 21:00 h pels adults; i de 10:00 a 18:00 h pels nens. Els tractaments només es fan de dijous a diumenge de 16:00 a 21:00 h.
- **Visita al Mas Lladré:** La visita al Mas el Lladré és el servei exclusiu de l'hotel que no s'ofereix a cap altre establiment de la comarca. Es realitzaran tallers i es podrà observar quin és el procés que tenen els productes amb els quals treballen al Mas; des que n'obtenen la llet fins que comercialitzen el producte.
- **Restaurant L'Espiga:** El restaurant de l'establiment ofereix plats de cuina catalana i locals. Tots els productes són de proximitat i d'alta qualitat per a proporcionar els millors plats als clients que s'allotgin a l'hotel. El restaurant oferirà esmorzars i sopars, els quals s'hauran de reservar a la recepció de l'hotel; al migdia no s'oferirà servei al públic.
- **Lloguer de bicicletes:** L'hotel compta amb el servei de lloguer de bicicletes per a tots els públics. L'establiment també disposa de diferents rutes, amb diferents nivells de dificultat i dissenyades per a professionals, per gaudir i descobrir el territori del Ripollès.
- **Cistella de degustació de productes locals:** Un dels productes únics de l'Hotel Rigoler és la cistella de degustació de productes locals, ja que aquest només es troba en aquest establiment. Consta d'una cistella completa amb diversos productes locals, fets per productors del Ripollès. Aquesta es pot comprar a recepció i és per a dues persones.

3.2.1.10. Avantatge respecte a la competència

Pel que fa a la competència, l'Hotel Rigoler és l'únic establiment de la comarca que ofereix la possibilitat d'entrar en contacte directe amb la natura i amb la fauna del Ripollès, mitjançant el

circuit *wellness*. Així com les rutes amb bicicleta que permeten descobrir nous entorns del Ripollès i l'experiència de fer una visita al Mas el Lladré.

També, tot i tenir una gran quantitat de restaurants gastronòmics a la comarca, és l'únic que realitza degustacions de productes locals als seus clients, per tal que puguin presenciar el gust dels productes autòctons i de les terres ripolleses.

Per satisfer les necessitats dels clients, l'Hotel Rigoler ofereix una gran diversitat de serveis als seus clients, i procura adaptar-se a les seves necessitats en tot moment. Quant a sostenibilitat, és un negoci responsable que lluita per la preservació del medi ambient i la conservació de la flora i la fauna natural.

La ubicació de l'empresa és immillorable, ja que es troba rodejat de muntanyes en mig del medi rural; i compta amb el centre de la ciutat a menys de 10 minuts amb cotxe.

L'hotel ofereix un servei personalitzat, on cada client pot optar per diversos serveis, com ara les cistelles de degustació de productes del Ripollès, el centre termal al peu de la natura, la visita al Mas, etc.

3.2.2. Política de preus

La variable del preu és un dels principals factors que influeix en la presa de decisions dels consumidors, ja que és el cost econòmic que li suposa el nostre servei. Per establir el preu, cal tenir en compte els competidors de l'empresa, la demanda i els costos que suposen per l'hotel la prestació dels seus serveis.

L'hotel disposa de 4 tipus d'habitacions diferents; aquestes són:

- **Habitació doble:** Habitació per a dues persones, amb opció de dos llits individuals o un de doble i bany privat.
- **Habitació doble superior:** Habitació per a dues persones, amb vista al jardí de l'hotel i bany privat.
- **Habitació familiar:** Habitació espaiosa, amb un llit doble, dos llits individuals i bany privat.
- **Habitació Suite:** Habitació de luxe i de grans dimensions, llit King Size, vistes al jardí de l'hotel i bany privat.

En total, l'establiment compta amb 25 habitacions, les quals estaran distribuïdes de la següent manera:

- 8 habitacions dobles

- 7 habitacions dobles superiors
- 6 habitacions familiars
- 4 suites

A continuació, es mostren els preus de cadascuna de les habitacions.

Taula 9: Preus de les habitacions

TIPUS D'HABITACIÓ	PREUS
HABITACIÓ DOBLE	Des de 70,00 €
HABITACIÓ DOBLE SUPERIOR	Des de 85,00 €
HABITACIÓ FAMILIAR	Des de 95,00 €
HABITACIÓ SUITE	Des de 120,00 €

Font: Elaboració pròpia.

Cal dir que els preus variaran en funció de la demanda, és per això que no es pot determinar un preu exacte per a cada tipus d'habitació. No obstant això, a la taula anterior es pot observar el preu que pot tenir cada habitació quan la demanda és mínima.

3.2.3. Política de distribució

La distribució del servei es farà generalment a través de canals directes, és a dir, sense utilitzar intermediaris. Els canals que s'utilitzaran són:

- Mitjançant la pàgina web oficial de l'establiment.
- Per via telefònica.
- A través del correu electrònic.
- Al mateix establiment (presencial).

D'altra banda, existeixen altres punts de venda indirecta que també donen lloc a adquirir el servei de l'Hotel Rigoler, com ara:

- OTA (*Booking* i *Atrápalo*): Només s'han seleccionat dues Agències de Viatges Online, ja que en un inici l'establiment no es pot permetre unes comissions molt elevades i per tant, s'ha optat per a treballar amb aquestes dos grans plataformes.
- Agències de Viatges físiques.
- Capses Regal (Fent País): En ser un establiment nou, en un inici només es contactarà amb una empresa catalana de capses regal, ja que aquesta treballa amb petits establiments de Catalunya i pot resultar molt interessant per a l'hotel.

Sigui de manera directa o a través d'intermediaris, l'Hotel Rigoler distribuirà el seu servei en diversos punts de venda. Mitjançant els diferents canals de distribució, es permetrà als clients un major ventall de possibilitats per obtenir la seva reserva de l'establiment.

3.2.4. Política de comunicació

L'Hotel Rigoler emprarà diferents estratègies de comunicació per a donar-se a conèixer mitjançant la publicitat. L'objectiu d'aquesta promoció és persuadir als turistes per tal que s'allotgin a l'hotel i puguin gaudir d'una experiència inoblidable entre les muntanyes del Ripollès. Alguns dels mitjans publicitaris que s'utilitzaran són:

- **Tríptics:** Els fulletons es trobaran a l'oficina de turisme, al Mas el Lladré i al mateix establiment. És un format més extens, el qual contindrà la informació més detallada de l'allotjament; fins i tot, apareixeran fotos.
- **Targetes de visita:** Estaran disponibles a la recepció de l'hotel i a l'empresa amb la qual l'hotel col·labora. Aquestes targetes s'han fet des d'un punt de vista pràctic, ja que són més petites i fàcils de guardar que un fulletó. Les targetes contindran la informació essencial de l'establiment, com ara: el nom de l'allotjament, l'adreça, el logotip i les dades de contacte.
- **Campanyes locals:** L'establiment també es donarà a conèixer amb la seva participació a les campanyes locals que s'impulsin des de l'ajuntament. Gràcies a iniciatives com aquestes, es permetrà una dinamització del comerç, serveis i del turisme.

Per arribar al públic objectiu, caldrà emprar una política de comunicació idònia per crear un desig al client i que aquest esculli l'Hotel Rigoler respecte a la competència. El màrqueting digital és un element essencial durant el procés de compra del client, ja que és una eina imprescindible amb la qual s'ha d'aconseguir cridar la seva atenció.

En l'àmbit digital, la publicitat es farà a través de:

1. Pàgina web

Una de les principals accions que es poden trobar a internet són les pàgines web. Una vegada es busca al cercador, normalment acostumen a sortir les webs oficials dels establiments en qüestió. La web sol ser el primer contacte que rep el client, és per això que és de vital importància donar a conèixer tota la informació necessària perquè siguem la seva prioritat. Per tant, ha de ser una eina clau per a transmetre la informació de manera intuïtiva.

La web de l'hotel s'actualitzarà diàriament i serà molt senzilla de comprendre, ja que aquesta eina no ha de suposar un impediment durant la tria del client. A més, la web de l'hotel serà apte per tota classe de dispositius.

La web disposarà de diferents apartats, que seran:

- Informació de l'hotel: serveis, oferta, entorn.
- Gastronomia.
- Spa i centre termal.
- Esdeveniments.
- Reserves: preus, disponibilitat, calendari.
- Contacte.

Pel que fa a la usabilitat de la web, aquesta es trobarà amb diferents idiomes (català, castellà, anglès i francès), i tindrà disponibles els preus de cada habitació i la seva disponibilitat en funció de la data seleccionada.

A la mateixa web, s'hi trobarà un apartat pels clients, on podran deixar les seves opinions i compartir les seves experiències amb la resta d'usuaris que accedeixin a la pàgina web. També, hi haurà un apartat amb l'enllaç directe a les xarxes socials de l'establiment i les dades de contacte per tal que els usuaris puguin contactar i informar-se directament amb l'allotjament.

2. Xarxes socials

D'entre totes les plataformes de comunicació, una de les més essencials avui dia són les xarxes socials. La participació en aquesta plataforma donarà molta visibilitat i ajudarà a fer difusió de l'establiment.

L'Hotel Rigoler disposarà d'un perfil d'Instagram, un a Facebook i un a Twitter. També comptarà amb un *hashtag* per a recopilar totes les imatges en una mateixa etiqueta, que serà: #hotelrigoler.

La utilització de les xarxes socials permetrà a l'establiment una millor posició en l'àmbit empresarial, ja que aquestes permeten arribar a nous clients. També, la presència a les xarxes socials farà que els diferents usuaris puguin compartir imatges i experiències amb gent del seu entorn, siguin amics o familiars, i, al mateix moment, promocionar l'allotjament.

3. Revistes de turisme

Una altra via pel que fa a la publicitat serà mitjançant les revistes de Turisme Catalunya. Aquestes es publiquen de manera mensual i van dedicades a diferents municipis. S'ha considerat

que és una bona opció el fet de donar-se a conèixer mitjançant aquestes revistes, ja que és molt important donar visibilitat als petits municipis com és ara Les Llosses. (Turisme Catalunya, s.d.)

Imatge 6: Exemple revista Turisme Catalunya



Font: Extreta de la pàgina web de Turisme Catalunya

4. Empresa col·laboradora

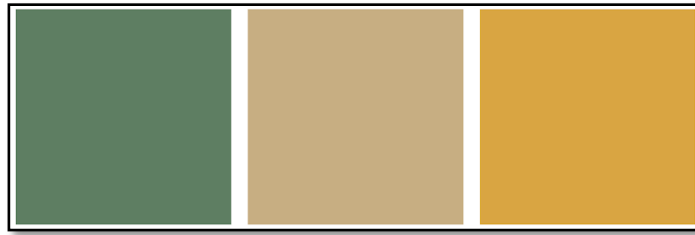
Una de les activitats que s'ofereixen a l'Hotel Rigoler és una col·laboració, ja que l'establiment treballa de la del Mas el Lladré, empresa de làctics. La col·laboració es basarà en el fet que des de l'hotel s'oferiran visites a la granja, mentre que per part del Mas, es farà promoció de l'hotel a tots els clients que accedeixin a les seves instal·lacions.

Així doncs, mitjançant aquest compromís de promoció, l'establiment es podrà donar a conèixer a nous públics gràcies a la col·laboració amb el Mas el Lladré.

Fent referència als diferents mitjans de comunicació que disposarà l'hotel, cal dir que tots ells seguiran el mateix estil, tant de colors com de disseny i tipologia de lletra. L'hotel comptarà amb un manual d'estil on especificarà el significat dels colors i la simbologia de la lletra, tant per la publicitat digital com en format paper.

La imatge que es mostra a continuació és la gamma de colors que tindrà tot el que estigui relacionat amb l'Hotel Rigoler. Aquests es trobaran als elements de promoció, decoracions, petits detalls, entre d'altres.

Imatge 7: Gamma de colors de l'Hotel Rigoler



Font: Elaboració pròpia.

3.2.4.1. Promoció de vendes

A l'hora de promocionar l'establiment, es realitzaran diferents accions, com ara descomptes, sortejos i participacions en fires.

Als clients més fidels, se'ls farà un 10% de descompte a la seva estada. A més, durant les dates assenyalades com ara Nadal, Sant Valentí, Setmana Santa, etc., l'Hotel Rigoler farà un sorteig d'un cap de setmana a l'establiment amb la visita al Mas el Lladré i una cistella de degustació de productes locals.

Finalment, una altra manera de promocionar les vendes de l'empresa, serà mitjançant la participació en fires i congressos relacionats amb el turisme i el món rural. L'assistència a aquests grans esdeveniments, permetran un millor posicionament i una bona promoció de l'establiment.

3.3. Pla de recursos i operacions

En aquest apartat del treball es definirà la manera en què s'organitzarà l'empresa, es determinaran els diferents llocs de treball que tindrà el personal de l'establiment i s'explicarà quin serà el procés de selecció dels treballadors. Al pla organitzatiu també es planificaran els equipaments i les infraestructures necessàries per poder oferir els seus serveis.

3.3.1. Procés productiu

L'Hotel Rigoler ofereix un servei principal, que és el de proporcionar allotjament i oferir una estada als seus clients; tot i això, l'establiment també disposa d'altres serveis i experiències aptes per a tota mena de clients. A continuació es mostraran els serveis que identifiquen a l'hotel:

- **Allotjament:** El servei d'allotjament és el principal de l'empresa, és a dir, tots els clients que entrin a l'establiment hauran de tenir una reserva prèvia d'aquest servei, sigui mitjançant via electrònica o de manera presencial. Aquest servei inclou la neteja i l'accés a les instal·lacions comunes. També s'ofereix el servei d'atenció al client per qualsevol petició o necessitat que es pugui resoldre per part de l'establiment.
- **Restauració:** El servei de restauració estarà disponible a l'hora dels esmorzars i sopars pels clients que s'allotgin a l'establiment. El restaurant de l'hotel rep el nom de Restaurant L'Espiga, i serà l'espai on es proporcionaran els àpats als clients. Els clients tindran la possibilitat de fer reserva al restaurant sempre que vulguin mentre sigui amb antelació.
- **Activitats i experiències:** Alguns serveis que ofereix l'Hotel Rigoler es porten a terme fora l'hotel, és per això que a continuació s'especificaran les activitats que es poden trobar a l'establiment, siguin dins o fora el recinte.
 - **Experiències dins l'hotel:** A l'interior de l'hotel es duran a terme activitats com:
 - Cistella de degustació de productes locals. Tindrà un preu de 10 €, estaran disponibles de dilluns a diumenge i és per a dues persones.
 - Spa i centre termal, disponible cada dia de l'any, de 8:00 h a 21:00 h pels adults; i de 10:00 h a 18:00 h pels nens. L'entrada a l'Spa va inclosa amb la reserva, únicament caldrà fer una reserva a l'establiment si es vol gaudir d'un massatge o d'un tractament en concret.
 - Lloguer de bicicletes, per fer ciclisme i descobrir rutes del Ripollès. Per executar aquesta activitat caldrà fer una reserva prèvia i estarà

disponible de 7:00 h a 19:00 h. El preu del lloguer de les bicicletes serà de 25 €/dia pels adults i de 18 €/dia pels nens.

- **Experiències fora l'hotel:** L'Hotel Rigoler també porta a terme una experiència fora del seu recinte que és la següent.
 - Visita guiada al Mas el Lladré, disponible divendres, dissabtes i diumenges a les 11:00 h i amb reserva prèvia. Aquesta visita té una durada de 2 hores i inclou una visita a les instal·lacions del Mas i un tastet dels seus propis productes. El preu de la visita és de 8 € pels adults, 4 € pels nens de 6 a 12 anys i gratuït pels menors de 6 anys. El Mas el Lladré és una empresa col·laboradora de l'establiment, és per això que aquestes vendes no aportarien beneficis econòmics a l'empresa, ja que l'ingrés de la visita se'l queda el Mas el Lladré.

3.3.2. Logística

Per tal de poder oferir tots els serveis, l'Hotel Rigoler disposarà d'una sèrie de proveïdors locals, els quals li proporcionaran totes les compres i l'aprovisionament necessari per al bon funcionament de l'establiment. Tot el material de l'hotel s'ha obtingut d'empreses del Ripollès, ja que la prioritat de l'hotel és ajudar als comerços locals i consumir productes de proximitat, els quals no generen petjada ecològica.

3.3.2.1. *Immobilitzat immaterial i material*

Per poder emprendre aquest negoci, es considera important fer un llistat de tot l'immobilitzat que serà necessari per a l'Hotel Rigoler. Si prèviament al pla econòmic, tenim comptabilitzat tot l'immobilitzat, resultarà molt més fàcil a l'hora de fer tots els càlculs i les compres necessàries.

Pel que fa a l'immobilitzat immaterial, l'Hotel Rigoler haurà de tenir en compte:

- La creació de la pàgina web i les aplicacions informàtiques. La despesa total d'aquest immobilitzat serà de 2.700,00 €.
- El manteniment de la pàgina web i dels programes informàtics tindran un cost de 1.150,00 € mensuals.

Ara bé, quant a l'immobilitzat material, a continuació es mostrarà una taula de tot el que s'haurà de tenir en compte a l'hora de crear l'allotjament, juntament amb el seu preu corresponent. Aquesta està dividida entre els diferents espais de l'hotel i el material que requereix cadascuna de les zones.

Taula 10: Immobilitzat material de l'Hotel Rigoler

	Material necessari	Preu sense IVA
Mobiliari zones comunes	Taulell recepció	3.500 €
	Cadires recepció	150 €
	Estanteries recepció	750 €
	Taules restaurant	2.400 €
	Cadires restaurant	1.800 €

	Material necessari	Preu sense IVA
Equipament habitacions	Llits	8.500 €
	Matalassos	9.700 €
	Coixins	3.800 €
	Tauletes de nit	3.100 €
	Taules	3.300 €
	Cadires	2.200 €
	Mobiliari terrassa	4.800 €
	Butaques	2.700 €
	Armaris	11.000 €
	Papereres	170 €
	Làmpades tauleta de nit	310 €
	Roba de llit	1.900 €
	Televisions	3.200 €
	Cortines	850 €
	Caixes fortes	2.100 €
	Neveres	2.220 €
	Assecador de bany	710 €
Roba de bany	1.700 €	
Material de bany	580 €	

	Material necessari	Preu sense IVA
Equipament zones comunes	Jacuzzi	4.000 €
	Sauna	3.000 €
	Lliteres massatge	1.200 €
	Bicicletes	2.250 €
	Fogons	2.900 €

	Forns	2.450 €
	Extractor	680 €
	Microones	300 €
	Nevera	1.700 €
	Congelador	1.200 €
	Rentaplats	1.300 €
	Material de cuina	1.500 €
	Coberteria	350 €
	Vaixella	725 €
	Estovalles	320 €
	Tovallons	200 €
	Safates	50 €
	Carret de la neteja	200 €
	Productes de neteja	150 €
	Material d'oficina	200 €

	Material necessari	Preu sense IVA
Equips de processos d'informació	Ordinadors	3.100 €
	Impressora	550 €
	Datàfon	150 €

Font: Elaboració pròpia.

3.3.3. Estratègia i gestió dels Recursos Humans

Per un bon desenvolupament de l'empresa és necessari realitzar una bona estratègia de Recursos Humans. L'Hotel Rigoler és una empresa molt propera i familiar, que crea un fort vincle tant amb els seus treballadors com amb els clients.

3.3.3.1. Disseny organitzatiu

Pel bon funcionament de l'establiment, aquest comptarà amb un petit equip que es trobarà distribuït en diversos departaments. En total, l'equip el formaran 18 membres i tindran les següents tasques assignades:

- **Direcció:** Al càrrec de l'empresa s'hi trobarà una persona, que serà qui tindrà la potestat de prendre les decisions i de dirigir l'empresa. La seva feina serà a jornada completa i treballarà de manera presencial de dilluns a divendres.

- **Personal de recepció:** De cara al públic s’hi trobaran un cap de recepció i tres recepcionistes. Pel que fa a les jornades del personal de recepció, el cap i dos recepcionistes estaran a jornada completa i un recepcionista estarà a mitja jornada. Tots ells tindran torns rotatius.
- **Personal del restaurant:** A la cuina de l’hotel s’hi trobarà un cap de cuina i quatre cuiners/es que treballaran a jornada completa fent torns rotatius. Pel que fa als cambrers/es del restaurant l’Espiga, l’hotel comptarà amb un cap de restaurant i 4 cambrers/es que cobriran el servei d’esmorzars i sopars de l’hotel Rigoler. Totes estaran a jornada completa excepte un/a cuiner/a i un/a cambrer/a que treballaran a mitja jornada.
- **Personal de neteja:** Quant al personal de neteja, estarà format per un/ governant/a i dues persones encarregades de la neteja. Aquestes treballaran de matins, ja que és quan es produeixen els canvis de clients i per tant, han de netejar les habitacions i tots els espais de l’hotel.
- **Personal de manteniment:** L’Hotel Rigoler contractarà al seu equip a un membre de manteniment, el qual es farà càrrec dels desperfectes i de les avaries que es produeixen a l’allotjament. Treballarà presencialment 5 dies a la setmana i si en algun cas hagués d’assistir urgentment a la feina, se li pagarien les hores extres.
- **Massatgista:** Aquesta es trobarà a l’Spa de l’Hotel i treballarà les tardes de dijous a diumenge i festius; i estarà a mitja jornada.

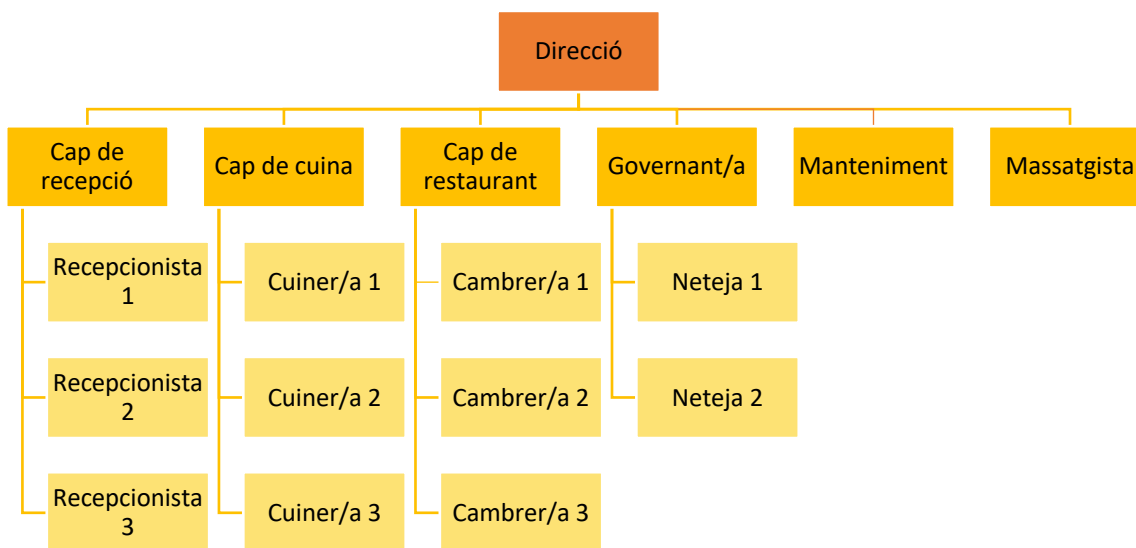
A les nits la recepció romandrà tancada, però es proporcionarà un telèfon de contacte a tots els clients per si hi hagués algun problema o inconvenient. Aquest telèfon el tindrà un recepcionista que estarà de guàrdia durant els torns de nit, el qual tindrà unes hores fixes mensuals per atendre les trucades en cas que sigui necessari. Es considera que aquesta persona tindrà entre 15 h i 25 h extres al mes, que variaran en funció de l’ocupació mensual.

Generalment, tot el personal de l’Hotel Rigoler estarà a jornada completa, excepte les persones corre-torns, que treballaran a mitja jornada i es faran càrrec de substituir els membres de l’equip que facin el seu descans setmanal. Aquests seran: un/a recepcionista, un/a cuiner/a, un/a cambrer/a i una professional de neteja.

Per tal de poder oferir tots els serveis, el personal de recepció es farà càrrec del lloguer de bicicletes, de programar les visites al Mas el Lladre i d’oferir les cistelles de degustació de productes locals.

En l'àmbit organitzatiu, es durà a terme un organigrama on s'especificaran els diferents llocs de treball que hi haurà a l'hotel.

Imatge 8: Organigrama de l'Hotel Rigoler



Font: Elaboració pròpia.

Com s'ha pogut observar, l'Hotel Rigoler és una empresa adhocràtica, amb una organització generalment horitzontal; és a dir, tot el personal podrà opinar a l'hora de prendre decisions, encara que hi hagi un cap en cadascun dels àmbits de l'empresa.

3.3.4. Descripció i funcions dels llocs de treball

Una vegada s'han establert els càrrecs a l'empresa, cal descriure quines són les tasques i les obligacions que ha de dur a terme cada membre de l'equip. Per fer-ho, s'explicarà breument les tasques que realitzaran cada persona en funció dels llocs de treball de l'empresa.

Taula 11: Tasques a realitzar segons el lloc de treball

LLOC DE TREBALL	TASQUES
Direcció	Gestionar i contractar el personal, determinar els objectius, establir les normes, motivar i incentivar al personal de l'equip, coordinar les activitats i les tasques de l'equip, contactar amb els proveïdors, prendre les decisions estratègiques i operatives.
Personal de recepció	Fer els <i>check-in</i> i els <i>check-out</i> dels clients, processar les dades dels clients, promoure les instal·lacions i els serveis de l'hotel, fer la promoció de l'establiment mitjançant les xarxes socials i la pàgina web, oferir informació de la zona turística, gestionar els ingressos, atendre al públic i

	proporcionar els productes i la informació de l'hotel als clients.
Personal de cuina	Cuinar i elaborar els plats, proporcionar menjar als clients, controlar i supervisar la cuina, netejar els plats, fer el llistat del material necessari i enviar-lo a direcció i programar els menús setmanals.
Personal del restaurant	Acollir i atendre als clients, prendre nota de les taules, servir els clients a taula, netejar les taules, organitzar i gestionar les reserves de les taules.
Personal de neteja	Netejar i desinfectar les zones comunes, les habitacions diàriament i cada vegada que es canviïn els clients, exteriors, terrasses i el restaurant quan no s'ofereixi servei.
Personal de manteniment	Fer-se càrrec dels desperfectes de l'establiment, mantenir els jardins i l'entorn de l'hotel, fer els controls de l'Spa i del centre termal.
Massatgista	Realitzar tots els tractaments del centre termal, rituals de relaxació i circuits termals.

Font: Elaboració pròpia.

El servei de gestoria se subcontractarà a càrrec d'una empresa externa. Aquesta portarà a terme totes les tasques administratives de l'establiment.

3.3.5. Procés de selecció

Per a la cerca del personal, l'establiment seguirà el mateix procés de selecció pels diferents àmbits i llocs de treball que s'han de cobrir. Per fer-ho, l'Hotel Rigoler es basarà en:

1. Anàlisi dels CV rebuts.
2. Selecció dels millors candidats.
3. Entrevista presencial als 5 candidats seleccionats.
4. Resolució del reclutament.

Durant les entrevistes se'ls farà un recorregut per les instal·lacions, per tal d'entrar en contacte amb l'establiment i amb l'entorn el qual potser treballaran en un futur no molt llunyà.

3.3.6. Retribucions

Les retribucions seran el sistema que els treballadors veuran reflectida la seva feina, ja que és el pagament que es fa als treballadors pel seu servei dins l'empresa. A l'Hotel Rigoler els treballadors disposaran d'un sou fix que s'establirà partint dels mínims indicats al Conveni Col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya.

Per establir els sous de cada lloc de treball, l'Hotel es basarà en la taula de salaris de la Generalitat de Catalunya. Concretament, els sous s'establiran a partir dels de la segona categoria (B), ja que és on es troben els establiments hotelers de 3 estrelles; i del nivell (I, II, III, IV, V, VI, VII) corresponent en funció el lloc de treball.

Els salaris mínims per cada lloc de treball segons el conveni, són els següents:

- **Direcció** (Nivell I): 1.525,59 €
- **Cap de recepció** (Nivell I): 1.525,59 €
- **Recepcionistes** (Nivell III): 1.367,74 €
- **Cap de cuina** (Nivell I): 1.525,59 €
- **Cuiners** (Nivell IV): 1.273,17 €
- **Cap de restaurant** (Nivell I): 1.525,59 €
- **Cambrers** (Nivell IV): 1.273,17 €
- **Governanta** (Nivell II): 1.446,68 €
- **Personal de neteja** (Nivell V): 1.170,88 €
- **Personal de manteniment** (Nivell IV): 1.273,17 €
- **Massatgista** (Nivell IV): 1.273,17 €

A continuació es presenta una imatge que es troba al Conveni Col·lectiu pel que fa als salaris de la província de Girona. Als punts anteriors s'ha detallat quin és el salari mínim corresponent a cada lloc de treball a partir d'aquestes dades.

Imatge 9: Salaris mínims de la província de Girona del Conveni Col·lectiu d'Hostaleria

NIVELL	Ai	A	B	C	D	E
I	1.767,81 €	1.564,50 €	1.525,59 €	1.483,09 €	1.483,09 €	1.525,59 €
II	1.607,89 €	1.461,00 €	1.446,68 €	1.353,12 €	1.339,44 €	1.446,68 €
III	1.451,32 €	1.388,71 €	1.367,74 €	1.304,10 €	1.304,10 €	1.362,22 €
IV	1.357,33 €	1.303,86 €	1.273,17 €	1.210,76 €	1.201,92 €	1.268,51 €
V	1.246,19 €	1.223,81 €	1.170,88 €	1.170,88 €	1.170,88 €	1.170,88 €
VI	1.157,07 €	1.157,07 €	1.157,07 €	1.134,93 €	1.134,93 €	1.157,07 €
VII	1.113,96 €	1.113,96 €	1.113,96 €	1.113,96 €	1.113,96 €	1.113,96 €
VII Bis (ant. IV B)	903,57 €	903,57 €	903,57 €	903,57 €	903,57 €	903,57 €
VIII (menor 18 anys)	712,17 €	712,17 €	712,17 €	712,17 €	712,17 €	712,17 €

Font: Extreta del Conveni Col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya.

El conveni d'on s'han extret aquestes dades té validesa des de l'1 de gener del 2017 fins al 31 de desembre de 2019, però és el que actualment està en vigor. És cert que existeix el Conveni del 2021, però encara no està aprovat.

Quant a l'augment dels salaris, s'ha establert un increment de l'1% d'un any per l'altre; és per això que els salaris augmenten lleugerament respecte a l'any anterior.

Seguidament es presenta una taula amb les retribucions de cada lloc de treball de l'Hotel Rigoler.

Taula 12: Salaris mensuals i anuals de cada lloc de treball

LLOC DE TREBALL	QUANT.	CONCEPTE DESGLOSSAT	RETRIBUCIONS MENSUALS	SALARI MENSUAL TOTAL	SALARI ANUAL TOTAL
DIRECCIÓ					
Direcció JC	1	Salari + paga	2.100 €/ 40h	2.112,55 €	25.350,6 €
		Roba de treball	12,55 €		
RECEPCIÓ					
Cap de recepció JC	1	Salari + paga	1.808,33 €/ 40h	1.820,88 €	21.850,56 €
		Roba de treball	12,55 €		
Recepcionistes JC	2	Salari + paga	1.633,33 €/ 40h	1.645,88 €	19.750,56 €
		Roba de treball	12,55 €		
Recepcionistes MJ	1	Salari + paga	816,67 €/ 20h	829,22 €	9.950,64 €
		Roba de treball	12,55 €		
CUINA					
Cap de cuina JC	1	Salari + paga	1.808,33 €/ 40h	1.820,88 €	21.850,56 €
		Roba de treball	12,55 €		
Cuiners/es JC	2	Salari + paga	1.516,66 €/ 40h	1.529,21 €	18.350,52 €
		Roba de treball	12,55 €		
Cuiners/es MJ	1	Salari + paga	758,33 €/ 20h	770,88 €	9.250,56 €
		Roba de treball	12,55 €		
RESTAURANT					
Cap de restaurant JC	1	Salari + paga	1.808,33 €/ 40h	1.820,88 €	21.850,56 €
		Roba de treball	12,55 €		
Cambrers/es JC	2	Salari + paga	1.516,66 €/ 40h	1.529,21 €	18.350,52 €
		Roba de treball	12,55 €		
Cambrers/es MJ	1	Salari + paga	758,33 €/ 20h	770,88 €	9.250,56 €

		Roba de treball	12,55 €		
--	--	-----------------	---------	--	--

PERSONAL DE NETEJA					
Governant/a JC	1	Salari + paga	1.691,66 €/ 40h	1.704,21 €	20.450,52 €
		Roba de treball	12,55 €		
Personal neteja JC	1	Salari + paga	1.376,66 €/ 40h	1.389,21 €	16.670,52 €
		Roba de treball	12,55 €		
Personal neteja MJ	1	Salari + paga	688,33 €/ 40h	700,88 €	8.410,56 €
		Roba de treball	12,55 €		

PERSONAL EXTRA					
Manteniment JC	1	Salari + paga	1.493,33 €/ 40h	1.505,88 €	18.070,56 €
		Roba de treball	12,55 €		
Massatgista MJ	1	Salari + paga	746,67 €/ 20h	759,22 €	9.110,64 €
		Roba de treball	12,55 €		
Recepcionista On Duty	1	Preu/ hora	15,00 €/h	Aprox. 300 €	3.435,00 €

TOTAL SALARIS ANUALS HOTEL RIGOLER					308.405,04 €
---	--	--	--	--	---------------------

Font: Elaboració pròpia.

A les dues primeres columnes es pot observar el lloc de treball, la jornada laboral i la quantitat de persones que es necessiten per a cada lloc. Després, trobem de manera desglossada el què forma la retribució mensual i el cost de cadascun dels conceptes. Aquest salari és definit pel sou, la paga i la roba de treball, la qual s'ha de proporcionar des de l'empresa.

Tal com indica al conveni, la compensació regulada per l'article 41, es fixa en 12,55 €/mes per la roba de treball que serà necessària per al personal de l'establiment. Finalment, a les dues darreres columnes es troba detallat quin és el salari mensual i anual en funció del departament i del lloc que ocupi cada persona a l'empresa.

3.3.7. Horaris i torns de treball

A continuació es mostren els horaris i els torns que tindran l'equip de l'Hotel Rigoler. A la part superior es pot veure la taula amb els torns i les hores que treballa cada persona en funció del departament. Com indica la llegenda, cada color significa o bé que tenen festiu, sigui per descans setmanal o perquè treballen en un altre moment del dia, o bé la quantitat d'hores que treballen cada dia.

Imatge 10: Calendari setmanal dels treballadors

	DILLUNS MATÍ	DILLUNS TARDA	DIMARTS MATÍ	DIMARTS TARDA	DIMECRES MATÍ	DIMECRES TARDA	DIJOUS MATÍ	DIJOUS TARDA	DIVENDRES MATÍ	DIVENDRES TARDA	DISSABTE MATÍ	DISSABTE TARDA	DIUMENGE MATÍ	DIUMENGE TARDA	Hores setmanals
DIRECTOR/A	de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16						40h
CAP DE RECEPCIÓ	de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16						40h
RECEPCIONISTA 1															40h
RECEPCIONISTA 2		de 14 a 22		de 14 a 22						de 14 a 22	de 8 a 16		de 8 a 16		40h
RECEPCIONISTA 3	de 9 a 14								de 9 a 14		de 9 a 14		de 9 a 14		20h
CAP DE CUINA	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23					40h
CUINER/A 1					de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	40h
CUINER/A 2	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23					de 7 a 11		de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	40h
CUINER/A 3										de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	de 7 a 11	de 19 a 23	20h
CAP DE RESTAURANT	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24					40h
CAMBRER/A 2					de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	40h
CAMBRER/A 3	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24					de 8 a 12		de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	40h
CAMBRER/A 4										de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	de 8 a 12	de 20 a 24	20h
GOVERNANT/A					de 7 a 15		de 7 a 15		de 7 a 15		de 7 a 15		de 7 a 15		40h
NETEJA 2	de 7 a 15		de 7 a 15						de 7 a 15		de 7 a 15		de 7 a 15		40h
NETEJA 3	de 7 a 12		de 7 a 12		de 7 a 12		de 7 a 12								20h
MANTENIMENT			de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16		de 8 a 16				40h
MASSATGISTA							de 16 a 21		de 16 a 21		de 16 a 21		de 16 a 21		20h

Font: Elaboració pròpia.

FESTA SETMANAL
8h al dia
5h al dia
4h al dia
2h al dia
No treballa

Font: Elaboració pròpia.

Tal com es pot veure a la imatge anterior, els horaris i torns varien en funció del lloc de treball i de cada departament. Els horaris estan establerts de manera que durant els divendres i els caps de setmana, que és quan l'establiment tindrà més ocupació, tingui més personal en funcionament que durant la resta de setmana.

L'Hotel Rigoler obrirà durant tot l'any de dilluns a diumenge. A continuació es podran observar els horaris d'obertura de cadascun dels espais de l'establiment.

Taula 13: Horaris d'obertura dels espais

ESPAI	HORARI	DIES
Recepció	8:00 a 22:00 h	Dilluns a diumenge
Cuina	7:00 a 11:00 h – 19:00 a 23:00 h	
Restaurant L'Espiga	8:00 a 12:00 h -20:00 a 24:00 h	
Spa	8:00 a 21:00 h	

Font: Elaboració pròpia.

Respecte als horaris de l'Spa, es considera important destacar que els tractaments només es faran de dijous a diumenge de 16:00 a 21:00 h.

3.3.8. Ocupació prevista de l'allotjament

Per conèixer l'ocupació prevista de l'Hotel Rigoler, s'ha fet una mitjana de l'ocupació hotelera dels Pirineus i de l'ocupació hotelera de Girona l'any 2019.

Taula 14: Ocupació mitjana dels Pirineus de Girona l'any 2019

MESOS	OCUPACIÓ HOTELERA PIRINEUS 2019	OCUPACIÓ HOTELERA GIRONA 2019	OCUPACIÓ HOTELERA PIRINEUS DE GIRONA
Gener	26,4%	29,86%	28,13%
Febrer	32,1%	36,73%	34,41%
Març	26,9%	39,82%	33,36%
Abril	28,7%	51,57%	40,13%
Maig	21,4%	46,81%	34,10%
Juny	31,4%	60,14%	45,77%
Juliol	37,0%	70,08%	53,54%
Agost	61,2%	80,08%	70,64%
Setembre	31,8%	60,94%	46,37%
Octubre	28,7%	50,12%	39,41%

Novembre	25,9%	32,41%	29,15%
Desembre	31,0%	34,76%	32,88%

Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, com s'ha pogut observar, l'ocupació mitjana dels Pirineus de Girona el 2019 ronda al voltant del 30% i 40% durant tot l'any; exceptuant els mesos d'estiu que oscil·len entre un 50% i 70% d'ocupació, concretament els mesos de juliol i agost.

Es considera important destacar que per dur a terme el treball s'ha agafat les dades del 2019, ja que durant el darrer any les dades no eren prou realistes a conseqüència de la COVID-19 i per tant, no tenien la mateixa validesa.

A partir d'aquí, s'ha generat l'ocupació prevista de l'establiment dels tres primers anys.

Taula 15: Ocupació prevista de l'establiment

MESOS	OCUPACIÓ PREVISTA ANY 1	OCUPACIÓ PREVISTA ANY 2	OCUPACIÓ PREVISTA ANY 3
Gener	20,70%	24,56%	27,29%
Febrer	25,33%	30,04%	33,38%
Març	24,55%	29,12%	32,36%
Abril	29,54%	35,03%	38,93%
Maig	36,08%	29,77%	33,08%
Juny	33,69%	39,96%	44,40%
Juliol	39,41%	46,74%	51,93%
Agost	51,99%	61,67%	68,52%
Setembre	34,13%	40,48%	44,98%
Octubre	29,01%	34,40%	38,23%
Novembre	21,45%	25,45%	28,28%
Desembre	24,20%	28,70%	31,89%

Font: Elaboració pròpia.

Durant el primer any, l'establiment tindrà un 80% d'ocupació real; el segon any, un 90%; i el tercer any, un 100%. Es considera que l'establiment estarà integrat al mercat com la resta de competidors i que tindrà una ocupació similar a partir del tercer any. S'ha fixat que l'ocupació augmenti un 10% d'un any per l'altre, tenint en compte que l'establiment cada vegada tindrà un millor posicionament al mercat.

3.4. Pla legal

En aquest apartat es determinarà la forma jurídica de l'Hotel Rigoler i s'explicaran els passos que cal seguir per a constituir l'empresa. També, hi haurà un punt on s'explicarà la normativa que s'ha de tenir en compte en cada àmbit i les diferents assegurances que disposarà l'establiment.

3.4.1. Forma jurídica

Per a escollir la forma jurídica de l'empresa, cal analitzar diferents variables per descobrir quina és la que s'adapta millor a les característiques del projecte en qüestió. En el cas de l'Hotel Rigoler, s'escollirà segons:

- El **tipus d'activitat**, ja que en funció de l'activitat que es porti a terme s'haurà de seguir una normativa o una altra.
- La **responsabilitat**, la qual s'haurà d'optar entre la responsabilitat limitada o la il·limitada.
- El **nombre de socis**, que seran les persones que formaran l'empresa.
- El **capital social**, un fet clau que condicionarà a la forma jurídica de l'empresa.
- Els **aspectes fiscals**, una variable a tenir en compte durant l'activitat empresarial.

Per fer-ho, s'ha consultat la guia de tràmits i formes jurídiques de la Generalitat de Catalunya (2014). Després de fer una breu anàlisi i d'estudiar el quadre resum de les diferents formes jurídiques, la que més s'apropia a l'Hotel Rigoler és la Societat Limitada (S.L.).

3.4.1.1. Societat Limitada

Aquesta tipologia de forma jurídica és de responsabilitat limitada, és a dir, els socis limiten la seva responsabilitat al capital que han aportat. Les principals característiques d'aquest tipus de responsabilitat són:

- El nombre mínim de socis per a poder constituir una societat d'aquest tipus és d'una persona; i la responsabilitat d'aquest soci es limita al capital aportat.
- Per a la seva constitució és necessari un capital inicial mínim de 3.000 €, sigui una aportació monetària o una aportació en espècies.
- En l'àmbit fiscal, les empreses amb Societat Limitada declaren mitjançant l'impost de societats; el qual és un tribut personal, directe, periòdic i proporcional, és a dir, es tracta d'un gravamen fix amb independència de la renda.

L'Hotel Rigoler compta amb quatre socis/es, els quals faran una aportació inicial de 43.000 € cadascun; aquests limitaran la seva responsabilitat al capital que hagin aportat. El principal

avantatge de la Societat Limitada, és la limitació del risc i de la inversió necessària. Així doncs, des de l'establiment, es considera que d'entre totes les formes jurídiques, per a les petites i mitjanes empreses com és ara el cas de l'Hotel Rigoler, la S.L. és la millor opció.

3.4.2. Constitució de l'empresa

Per a constituir una empresa amb la forma jurídica de Societat Limitada, cal seguir una sèrie de passos. A continuació es detallaran els passos necessaris per a crear una S.L, ja que seran els tràmits que haurà de dur a terme l'Hotel Rigoler:

1. Registrar el nom de l'empresa i sol·licitar un certificat al Registre Mercantil.
2. Obrir un compte bancari a nom de l'empresa per poder fer l'ingrés del capital inicial, necessari per a poder crear la S.L.
3. Redactar els Estatus Socials.
4. Presentar els Estatuts al notari i fer una escriptura pública.
5. Realitzar els tràmits necessaris amb hisenda: donar d'alta l'import d'activitats econòmiques, el número d'identificació fiscal, etc.
6. Fer la inscripció definitiva al Registre Mercantil.
7. Obtenir el N.I.F. definitiu.

3.4.3. Normativa

Pel que fa a nivell legal, quan és el moment de crear una empresa, cal seguir la normativa i les lleis establertes en tot moment. En el cas de l'Hotel Rigoler, aquest haurà de tenir en compte els decrets i les normes que afectin els diferents àmbits en què es veurà implicada l'empresa, com són:

- **En l'àmbit turístic:** En primer lloc, un dels decrets més importants a nivell de turisme pels establiments d'allotjament turístic és el Decret 75/2020, de 4 d'agost, de turisme de Catalunya. En aquest s'hi troba un recull dels requisits i exigències que han de seguir totes les empreses de caràcter turístic, com és ara l'Hotel Rigoler.
Tanmateix, una de les lleis que també cal tenir presents és la Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya; la qual s'hi expliquen els conceptes, les classificacions i les categories dels establiments hotelers. Concretament a la secció primera del capítol 3, és on es fa referència a les característiques que tenen els diferents establiments d'allotjament turístic.
- **En l'àmbit urbanístic:** Un dels àmbits molt importants a l'hora de crear un establiment és l'urbanisme. Així doncs, una de les normatives que s'han de tenir presents en aquest

àmbit és l'article 47 del Decret legislatiu 1/2010, de 3 d'agost, amb les modificacions introduïdes per la Llei 3/2012, de 22 de febrer, on s'explica el règim d'ús dels sòls no urbanitzables.

- **En l'àmbit mediambiental:** Pel que fa a l'àmbit mediambiental, l'establiment seguirà la resolució MAH/2151/2009, de 15 de juliol, per la qual s'estableixen els criteris mediambientals per l'atorgament del distintiu de garantia de qualitat ambiental en els establiments de turisme rural. En aquesta resolució, disponible al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, s'hi especifiquen els diferents criteris ambientals que ha de tenir en compte l'Hotel Rigoler.
- **En l'àmbit laboral:** En aquest àmbit, l'hotel haurà de tenir en compte el Conveni Col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya, disponible en el DOGC Núm. 7589.

A més, al sector laboral, l'establiment també haurà de seguir la llei de riscos laborals, extreta de la Llei 31/1995, de 8 de novembre. Mitjançant aquestes dues normatives l'Hotel Rigoler podrà vetllar per la seguretat i la protecció de la salut dels treballadors als seus llocs de treball.

3.4.4. Assegurances

Pel que fa a les assegurances, l'hotel comptarà amb tres tipus de pòlisses:

- **Assegurança de responsabilitat civil:** La qual tindran tots els treballadors de l'hotel, ja que en cas que es produeixin danys, aquests estiguin en mans de l'asseguradora. És una cobertura molt interessant pels professionals, ja que cobreix tota classe de danys que es puguin causar a tercers, com és ara el cas de l'Hotel Rigoler.
A més, gràcies a aquesta pòlissa, la persona que ha causat el dany no haurà d'assumir les despeses provocades, ja que el cost dels perjudicis pot ser traslladat per l'asseguradora.
- **Assegurança patrimonial:** Aquest tipus de pòlissa és molt important a l'hora d'assegurar tant l'immobilitzat com el local, ja que en cas que es produeixi un incendi, robatori, inundació, etc., i es produïssin danys als elements patrimonials de l'empresa, l'asseguradora es faria càrrec de les despeses. Amb aquesta cobertura, l'empresa protegiria tot el que vindria a ser béns i mobiliari de l'establiment en cas que es produís algun risc.
- **Assegurança de responsabilitat civil mediambiental:** Com que l'establiment es trobarà en un entorn natural; partint de la Llei 26/2007, de 23 d'octubre de responsabilitat civil

mediambiental, es considera que l'allotjament ha de contractar aquesta pòlissa per cobrir la possibilitat de danys mediambientals que es puguin produir a l'entorn fruit de la seva activitat.

3.5. Pla econòmic i financer

En aquest punt del Pla d'Empresa es realitzarà un estudi econòmic i financer de l'establiment per tal de veure si el projecte en qüestió serà viable. Aquest constarà de 7 apartats, els quals es desenvoluparan en els següents punts.

3.5.1. Inversió inicial

La inversió inicial de l'Hotel Rigoler està formada per tot l'immobilitzat material i immaterial mencionat al pla d'operacions, el cost del terreny i les construccions de l'establiment.

D'entrada, el fet de ser un establiment que parteix des de zero, caldrà fer una inversió inicial important, ja que el cost de tots els materials, productes i serveis que requereix la creació de l'hotel és molt alt.

Taula 16: Inversió inicial

CONCEPTE	INVERSIÓ INICIAL	IVA 21%	TOTAL
Terrenys	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Construccions	350.000,00 €	73.500,00 €	423.600,00 €
Mobiliari zones comunes	8.600,00 €	1.806,00 €	10.406,00 €
Equipament habitacions	62.840,00 €	13.196,40 €	76.036,40 €
Equipament zones comunes	24.675,00 €	5.181,75 €	29.856,75 €
Equips de processos d'informació	3.800,00 €	798,00 €	4.598,00 €
Immobilitzat Immaterial	2.300,00 €	483,00 €	2.783,00 €
TOTAL	512.215,00 €	107.565,15 €	619.780,15 €

Font: Elaboració pròpia.

Com s'ha pogut observar a la taula, trobem el cost de cada inversió amb el seu IVA corresponent. A la columna final apareix el total de cada cost amb l'IVA afegit, sumant un total de 619.780,15€.

3.5.2. Pla d'inversions i finançament

Pel que fa al pla d'inversions, l'establiment comptarà amb quatre socis, els quals faran una aportació igualitària de 43.000,00 € cadascun. Per tant, el capital social de l'empresa sumarà un total de 172.000,00 €.

Per fer front a la inversió inicial i a les despeses que es generen a l'establiment, s'ha sol·licitat un préstec de 540.000,00 €.

Taula 17: Finançament

IMPORT PRÉSTEC	540.000,00 €
TIPUS D'INTERÈS	0,025
PERÍODES AMORTITZACIÓ	50
DESPESES FORMALITZACIÓ	5.400,00 €

Font: Elaboració pròpia.

Anteriorment s'ha pogut contemplar l'import del préstec que se sol·licita i el tipus d'interès. Tanmateix, s'ha calculat que aquest es pagaria amb 50 quotes i que les despeses de formalització serien de 5.400,00 €.

A l'annex 10 es pot observar de manera detallada cadascun dels períodes d'amortització.

3.5.3. Ingressos

A continuació es presenten els ingressos de les habitacions, esmorzars, F&B i experiències de l'Hotel Rigoler durant els tres primers anys.

Taula 18: Ingressos de l'Hotel Rigoler

	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Ingressos habitacions	335.366,00 €	389.150,38 €	436.511,94 €
Ingressos esmorzars	57.096,00 €	74.714,05 €	83.869,24 €
Ingressos F&B i Experiències	359.633,78 €	370.422,79 €	378.942,52 €
TOTAL INGRESSOS	752.095,78 €	834.287,23 €	899.323,69 €

Font: Elaboració pròpia.

Per saber d'on venen els ingressos de les habitacions, cal conèixer el nombre d'habitacions registrades i el seu preu de venda. Per obtenir aquestes dues dades, cal basar-se en l'ocupació prevista de cada mes, disponible al punt 3.3.8. del treball, anomenat "Ocupació prevista de l'allotjament".

Taula 19: Nombre d'habitacions registrades i preu mig de les habitacions

	ANY 1		ANY 2		ANY 3	
	Hab. reg.	Preu mig	Hab. reg.	Preu mig	Hab. reg.	Preu mig
Gener	160	97,00 €	190	98,00 €	211	99,00 €
Febrer	177	97,00 €	210	98,00 €	234	99,00 €
Març	190	97,00 €	226	98,00 €	251	99,00 €

Abril	222	100,00 €	263	101,03 €	292	102,07 €
Maig	280	125,00 €	231	126,29 €	256	127,58 €
Juny	253	125,00 €	300	126,29 €	333	127,58 €
Juliol	305	140,00 €	362	141,44 €	402	142,89 €
Agost	403	160,00 €	478	161,65 €	531	163,30 €
Setembre	256	125,00 €	304	126,29 €	337	127,58 €
Octubre	225	97,00 €	267	98,00 €	296	99,00 €
Novembre	161	97,00 €	191	98,00 €	212	99,00 €
Desembre	188	100,00 €	222	101,03 €	247	102,07 €

Font: Elaboració pròpia.

Respecte a les dades anteriors, s'ha pogut demostrar que any rere any es va augmentant tant el nombre d'habitacions registrades com el preu mig de venda. Per determinar el preu mig, s'ha fet una mitjana dels preus de venda dels establiments hotelers que es consideren competència per l'Hotel Rigoler. L'IPC (Índex de Preu al Consumidor) de l'hotel varia d'un 1,030 el segon any i d'un 1,025 el tercer.

A continuació es pot conèixer el nombre total d'ingressos mensuals i anuals de les habitacions de l'Hotel Rigoler, dels tres primers anys.

Taula 20: Ingressos mensuals i anuals de les habitacions

	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Gener	15.520,00 €	18.619,83 €	20.889,76 €
Febrer	17.169,00 €	20.579,81 €	23.166,84 €
Març	18.430,00 €	22.147,80 €	24.849,90 €
Abril	22.200,00 €	26.570,89 €	29.803,14 €
Maig	35.000,00 €	29.172,41 €	32.660,98 €
Juny	31.625,00 €	37.886,25 €	42.484,79 €
Juliol	42.700,00 €	51.202,00 €	57.442,50 €
Agost	64.480,00 €	77.267,74 €	86.714,90 €
Setembre	32.000,00 €	38.391,40 €	42.995,12 €
Octubre	21.825,00 €	26.165,76 €	29.305,06 €
Novembre	15.617,00 €	18.717,83 €	20.988,76 €
Desembre	18.800,00 €	22.428,66 €	25.210,19 €
TOTAL	335.366,00 €	389.150,38 €	436.511,94 €

Font: Elaboració pròpia.

Els ingressos de les habitacions sumen un total de 335.366,00 € el primer any, 389.150,38 € el segon i 436.511,94 € el tercer.

Ara bé, cal fer el mateix procediment per conèixer els ingressos però pel que fa als esmorzars.

Taula 21: Nombre d'esmorzars registrats i preu dels esmorzars

	ANY 1		ANY 2		ANY 3	
	Esm. Reg.	Preu	Esm. Reg.	Preu	Esm. Reg.	Preu
Gener	257	12,00 €	362	12,12 €	402	12,25 €
Febrer	301	12,00 €	400	12,12 €	444	12,25 €
Març	323	12,00 €	429	12,12 €	476	12,25 €
Abril	377	12,00 €	499	12,12 €	555	12,25 €
Maig	475	12,00 €	438	12,12 €	487	12,25 €
Juny	430	12,00 €	569	12,12 €	633	12,25 €
Juliol	519	12,00 €	688	12,12 €	765	12,25 €
Agost	685	12,00 €	908	12,12 €	1.009	12,25 €
Setembre	435	12,00 €	577	12,12 €	641	12,25 €
Octubre	382	12,00 €	507	12,12 €	563	12,25 €
Novembre	274	12,00 €	363	12,12 €	403	12,25 €
Desembre	300	12,00 €	423	12,12 €	470	12,25 €

Font: Elaboració pròpia.

Una vegada sabem que els ingressos s'obtenen del nombre d'esmorzars que es registren cada mes i del preu de venda, a continuació es mostren els resultats dels tres primers anys.

Taula 22: Ingressos esmorzars

	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Gener	3.084,00 €	4.388,53 €	4.923,40 €
Febrer	3.612,00 €	4.849,20 €	5.437,78 €
Març	3.876,00 €	5.200,77 €	5.829,70 €
Abril	4.524,00 €	6.049,38 €	6.797,23 €
Maig	5.700,00 €	5.309,87 €	5.964,42 €
Juny	5.160,00 €	6.897,99 €	7.752,52 €
Juliol	6.228,00 €	8.340,62 €	9.369,15 €
Agost	8.220,00 €	11.007,68 €	12.357,49 €
Setembre	5.220,00 €	6.994,97 €	7.850,49 €
Octubre	4.584,00 €	6.146,36 €	6.895,21 €

Novembre	3.288,00 €	4.400,65 €	4.935,65 €
Desembre	3.600,00 €	5.128,03 €	5.756,21 €
TOTAL	57.096,00 €	74.714,05 €	83.869,24 €

Font: Elaboració pròpia.

Després de calcular els ingressos mensuals dels esmorzars, podem conèixer els ingressos anuals. Així doncs, els tres primers anys de l'Hotel Rigoler obtindran uns ingressos de 57.096,00 € el primer any, 74.714,05 € el segon i 83.869,24 € el tercer pel que fa als esmorzars.

Per obtenir els ingressos totals de F&B, s'ha fet un càlcul de l'aforament total del restaurant, l'ocupació mensual i el preu del sopar; a partir d'aquí, s'ha dividit pel nombre de dies de cada mes. El preu del sopar és de 18,00 € el primer any, 18,54 € el segon i 19,00 € el tercer.

D'altra banda, pel que fa a les experiències s'ha calculat el nombre de cistelles que es preveuen vendre i de bicicletes que es preveuen llogar cada mes, i s'ha afegit als ingressos de l'establiment. A continuació es mostra la previsió dels ingressos d'aquestes experiències.

Taula 23: Ingressos experiències

	Venda de cistelles de degustació	Lloguer de bicicletes	Total ingressos mensual	Total ingressos diaris
Gener	10,00 € x 15= 150,00 €	25,00 € x 12= 300,00 € 18,00 € x 8= 144,00 €	594,00 €	19,16 €
Febrer	10,00 € x 15= 150,00 €	25,00 € x 12= 300,00 € 18,00 € x 8= 144,00 €	594,00 €	21,21 €
Març	10,00 € x 15= 150,00 €	25,00 € x 12= 300,00 € 18,00 € x 8= 144,00 €	594,00 €	19,16 €
Abril	10,00 € x 17= 170,00 €	25,00 € x 13= 325,00 € 18,00 € x 9= 164,00 €	657,00 €	21,90 €
Maig	10,00 € x 15= 150,00 €	25,00 € x 12= 300,00 € 18,00 € x 8= 144,00 €	594,00 €	19,16 €
Juny	10,00 € x 18= 180,00 €	25,00 € x 14= 350,00 € 18,00 € x 10= 180,00 €	710,00 €	23,66 €
Juliol	10,00 € x 21= 210,00 €	25,00 € x 17= 425,00 € 18,00 € x 13= 234,00 €	869,00 €	28,03 €
Agost	10,00 € x 26= 260,00 €	25,00 € x 22= 550,00 € 18,00 € x 18= 324,00 €	1.134,00 €	36,58 €
Setembre	10,00 € x 19= 190,00 €	25,00 € x 15= 375,00 € 18,00 € x 11= 198,00 €	763,00 €	25,43 €

Octubre	10,00 € x 17= 170,00 €	25,00 € x 13= 325,00 € 18,00 € x 9= 164,00 €	657,00 €	21,19 €
Novembre	10,00 € x 15= 150,00 €	25,00 € x 12= 300,00 € 18,00 € x 8= 144,00 €	594,00 €	19,80 €
Desembre	10,00 € x 15= 150,00 €	25,00 € x 12= 300,00 € 18,00 € x 8= 144,00 €	594,00 €	19,16 €
TOTAL	2.080,00 €	6.274,00 €	8.354,00 €	

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa als ingressos de les experiències, es preveu obtenir uns 2.080,00 € de la venda de cistelles de productes de degustació, i uns 6.274,00 € del lloguer de bicicletes. Quantitativament, seria una mitjana de 12-15 experiències mensuals, exceptuant els mesos on hi ha més ocupació que es preveurien unes 20 - 25 experiències.

El cost de compra dels productes de les cistelles es considerarà una despesa de mercaderies, amb un import de 850,00 €.

Taula 24: Ingressos F&B i Experiències

	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Gener	20.847,50 €	21.472,93 €	21.966,80 €
Febrer	25.369,12 €	26.130,19 €	26.731,19 €
Març	24.613,07 €	25.351,46 €	25.934,55 €
Abril	29.550,60 €	30.437,12 €	31.137,17 €
Maig	25.145,96 €	25.900,34 €	26.496,05 €
Juny	33.664,20 €	34.674,13 €	35.471,63 €
Juliol	39.417,74 €	40.600,27 €	41.534,08 €
Agost	51.994,75 €	53.554,59 €	54.786,35 €
Setembre	34.149,30 €	35.173,78 €	35.982,78 €
Octubre	29.032,12 €	29.903,08 €	30.590,85 €
Novembre	21.582,00 €	22.229,46 €	22.740,74 €
Desembre	24.267,42 €	24.995,44 €	25.570,34 €
TOTAL	359.633,78 €	370.422,79 €	378.942,52 €

Font: Elaboració pròpia.

Finalment, pel que fa als ingressos de F&B i de les experiències, l'empresa disposaria d'un total de 359.633,78 € el primer any, 370.422,79 € el segon i 378.942,52 € el tercer.

3.5.4. Compte de pèrdues i guanys

Per tal de comptabilitzar les despeses i els ingressos que rebrà l'establiment, i poder descobrir si al cap de l'any l'empresa obtindria beneficis, caldrà dur a terme un compte de pèrdues i guanys.

Amb aquesta eina podrem conèixer els ingressos totals, el marge de contribució, els costos fixos totals, el benefici d'exploració, el benefici d'abans d'impostos i el benefici net dels tres primers anys de l'Hotel Rigoler.

Tot seguit es pot observar els comptes de pèrdues i guanys dels tres primers anys des de l'obertura de l'establiment (vegeu taules completes als annexos I, II i III).

Taula 25: Compte de pèrdues i guanys de l'Hotel Rigoler

CONCEPTE	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Ingressos habitacions	335.366,00 €	389.150,38 €	436.511,94 €
Ingressos esmorzars	57.096,00 €	74.714,05 €	83.869,24 €
Ingressos F&B i Experiències	359.633,78 €	370.422,79 €	378.942,52 €
TOTAL INGRESSOS	752.095,78 €	834.287,23 €	899.323,69 €
Cost de vendes habitacions	57.012,22 €	66.155,57 €	74.207,03 €
Cost de vendes esmorzars, F&B i Experiències	137.520,83 €	146.895,16 €	152.727,88 €
MARGE DE CONTRIBUCIÓ	557.562,73 €	621.236,50 €	672.388,78 €
Publicitat i propaganda	7.520,96 €	8.342,87 €	8.993,24 €
Manteniment web i programes informàtics	13.800,00 €	13.938,00 €	14.077,38 €
Serveis professionals independents	53.475,62 €	45.936,01 €	46.395,37 €
Reparacions i conservació	9.000,00 €	9.090,00 €	9.180,90 €
Subministraments	40.000,00 €	45.000,00 €	47.000,00 €
Telèfon	3.600,00 €	3.636,00 €	3.672,36 €
Altres impostos	1.125,00 €	1.136,25 €	1.147,61 €
Sous i salaris	308.405,04 €	310.746,74 €	313.854,21 €
Seguretat Social	70.933,16 €	71.471,75 €	72.186,47 €
Primes d'assegurances	4.200,00 €	4.242,00 €	4.284,42 €
Amortització. Desp. Form. deutes	270,00 €	270,00 €	270,00 €
Amortització immobilitzat immaterial (33%)	759,00 €	759,00 €	759,00 €
Amortització construccions (3%)	10.500,00 €	10.500,00 €	10.500,00 €

Amortització equipaments i mobiliari (15%)	14.417,25 €	14.417,25 €	14.417,25 €
Amortització altre immobilitzat material (25%)	950,00 €	950,00 €	950,00 €
Total Costos Fixos	538.956,03 €	540.435,87 €	547.688,21 €
BENEFICI D'EXPLOTACIÓ	18.606,71 €	80.800,63 €	124.700,58 €
Despeses financeres	11.942,66 €	8.828,19 €	5.635,85 €
BENEFICI ABANS IMPOST SOCIETATS	6.664,04 €	71.972,44 €	119.064,73 €
Impost sobre societats	1.999,21 €	21.591,73 €	35.719,42 €
BENEFICI NET	4.664,83€	50.380,71 €	83.345,31 €

Font: Elaboració pròpia.

Tal com s'ha pogut demostrar a la taula anterior, l'establiment obtindria beneficis econòmics durant els tres primers anys, ja que totes les dades donen positiu. Això significa que l'hotel podria fer front a tots els costos des del primer any. No obstant això, el primer any els beneficis són menors que el segon i el tercer any, ja que els ingressos són menors.

Fent referència a les amortitzacions, cal dir que l'immobilitzat disposa d'una vida útil que, un cop s'esgota, cal renovar-lo. Tant les construccions com el mobiliari requereixen una actualització constant, ja que amb el pas del temps aquest es deteriora. De la mateixa manera que els sistemes informàtics canvien constantment i per tant, cal renovar-los freqüentment.

A la taula anterior es pot trobar especificat els càlculs prevists per l'amortització de tot el que vindria a ser l'immobilitzat de l'empresa.

3.5.5. Pla de tresoreria

Una altra eina molt necessària en un Pla econòmic és el compte de tresoreria, ja que amb aquest podem saber la liquiditat que té l'empresa.

Aquest està format per la tresoreria corrent, la tresoreria no corrent i la tresoreria de l'IVA. Cadascun d'aquests apartats conté els pagaments i els cobraments que van relacionats amb l'empresa, sigui directament o no, i amb l'IVA.

A continuació es presenten els resultats totals de tresoreria (vegeu taules completes als annexos IV, V i VI).

Taula 26: Pla de tresoreria

CONCEPTE	ANY 1	ANY 2	ANY 3
SALDO INICIAL	84.192,35 €	101.584,58 €	71.625,61 €
Cobraments corrents	752.095,78 €	834.287,23 €	899.323,69 €
Ingressos habitacions	335.366,00 €	389.150,38 €	436.511,94 €
Ingressos esmorzars	57.096,00 €	74.714,05 €	83.869,24 €
Ingressos F&B i Experiències	359.633,78 €	370.422,79 €	378.942,52 €
Pagaments Corrents	706.592,82 €	728.589,56 €	769.318,60 €
Cost de vendes habitacions	57.012,22 €	66.155,57 €	74.207,03 €
Cost de vendes esmorzars, F&B i Experiències	137.520,83 €	146.895,16 €	152.727,88 €
ALTRES DESPESES (-)	-	-	-
Publicitat i propaganda	7.520,96 €	8.342,87 €	8.993,24 €
Manteniment web i programes informàtics	13.800,00 €	13.938,00 €	14.077,38 €
Serveis professionals independents	53.475,62€	45.936,01 €	46.395,37 €
Reparacions i conservació	9.000,00 €	9.090,00 €	9.180,90 €
Subministraments	40.000,00 €	45.000,00 €	47.000,00 €
Telèfon	3.600,00 €	3.636,00 €	3.672,36 €
Altres impostos	1.125,00 €	1.136,25 €	1.147,61 €
Sous i salaris	308.405,04 €	310.746,74 €	313.854,21 €
Seguretat socials	70.933,16 €	71.471,75 €	72.186,47 €
Primes d'assegurances	4.200,00 €	4.242,00 €	4.284,42 €
TOTAL TRESORERIA CORRENT	45.502,96 €	105.697,67 €	130.005,09 €
Cobraments no corrents	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Pagaments no corrents	136.521,72 €	136.521,72 €	136.521,72 €
Interessos préstec	11.942,66 €	8.828,19 €	5.635,85 €
Quota amortització capital	124.579,06 €	127.693,54 €	130.885,87 €
TOTAL TRESORERIA NO CORRENT	-136.521,72 €	-136.521,72 €	-136.521,72 €
Cobraments IVA repercutit	75.209,58 €	83.428,72 €	89.932,37 €
Pagaments IVA suportat	52.477,93 €	55.030,19 €	58.013,31 €
Cobraments IVA HP	107.565,15 €	0,00 €	0,00 €
Pagaments IVA HP	19.163,30 €	27.533,45 €	31.295,76 €
TOTAL TRESORERIA IVA	111.133,50 €	865,09 €	623,31 €

TOTAL TRESORERIA PERÍODE	20.114,73 €	-29.958,97 €	-5.893,32 €
SALDO FINAL TRESORERIA	101.584,58 €	71.625,61 €	65.732,29 €

Font: Elaboració pròpia.

Després de conèixer el resultat final del pla de tresoreria, es pot observar com els tres primers anys d'obertura de l'hotel donen resultats positius. Per tant, es pot dir que els cobraments són superiors als pagaments i que l'empresa serà viable econòmicament. Aquestes dades demostren que l'establiment no patiria cap problema en relació amb la liquiditat.

Tal com s'ha pogut observar, el primer any de la tresoreria és favorable a causa de la devolució de l'IVA per les inversions realitzades referents a la construcció, mobiliari, equipaments, etc. Aquest fet es veu demostrat en què a partir del segon any, la tresoreria va disminuint.

3.5.6. Balanç de situació

Finalment, per conèixer la situació de l'empresa, i per tant, els resultats que ha obtingut al llarg de l'any, es considera interessant realitzar un balanç de situació. Per fer-lo, caldrà basar-se en la tresoreria i el compte de pèrdues i guanys realitzats anteriorment.

El balanç de situació és molt útil per conèixer quin és l'actiu i el passiu amb què compta l'empresa cada any. Conceptualment, l'actiu vindria a ser els béns que disposa l'empresa; el passiu, les fonts de finançament; i el patrimoni net, el capital propi.

Seguidament es pot observar el balanç de situació de l'Hotel Rigoler dels tres primers anys (vegeu taules completes als annexos VII, VIII i IX).

Taula 27: Balanç de situació

CONCEPTE	BALANÇ INICIAL ANY 1	BALANÇ FINAL ANY 1	BALANÇ FINAL ANY 2	BALANÇ FINAL ANY 3
Immobilitzat immaterial	2.300,00 €	2.300,00 €	2.300,00 €	2.300,00 €
AAll	0,00 €	-759,00 €	-1.518,00 €	-2.277,00 €
Terrenys	60.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €	60.000,00 €
Construccions	350.000,00 €	350.000,00 €	350.000,00 €	350.000,00 €
Mobiliari zones comunes	8.600,00 €	8.600,00 €	8.600,00 €	8.600,00 €
Equipament habitacions	62.840,00 €	62.840,00 €	62.840,00 €	62.840,00 €
Equipament zones comunes	24.675,00 €	24.675,00 €	24.675,00 €	24.675,00 €

Equips processos d'informació	3.800,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €	3.800,00 €
AAIM	0,00 €	-25.867,25 €	-51.734,50 €	-77.601,75 €
Despeses formalització de préstecs	5.400,00 €	5.130,00 €	4.860,00 €	4.590,00 €
Existències mercaderies	5.350,00 €	5.350,00 €	5.350,00 €	5.350,00 €
HP deutora IVA	107.565,15 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
HP, IVA suportat	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Tresoreria	81.469,85 €	101.584,58 €	71.625,61 €	65.732,29 €
TOTAL ACTIU	712.000,00 €	597.653,33 €	540.798,11 €	508.008,54 €
Capital social	172.000,00 €	172.000,00 €	172.000,00 €	172.000,00 €
Resultats exercicis anteriors	0,00 €	0,00 €	4.664,83 €	55.045,54 €
Pèrdues i guanys	0,00 €	4.664,83 €	50.380,71 €	83.345,31 €
Deutes a ll/t entitats financeres	415.420,94 €	415.420,94 €	287.727,40 €	156.841,53 €
Deutes a c/t entitats financeres	124.579,06 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
HP Creditora IVA	0,00 €	3.568,35 €	4.433,43 €	5.056,74 €
HP, IVA repercutit	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
HP Creditora Impost sobre societats	0,00 €	1.999,21 €	21.591,73 €	35.719,42 €
TOTAL PASSIU	712.000,00 €	597.653,33 €	540.798,11 €	508.008,54 €

Font: Elaboració pròpia.

3.5.7. Anàlisi de la rendibilitat

Per comprovar si la inversió inicial de l'empresa és rendible, s'ha calculat la VAN i la TRI.

Amb la TRI es pot determinar el rendiment que se li està traient a l'empresa, fent una mitjana dels vint primers anys.

Imatge 11: Càlcul de la TRI

N	0	1	2	3	4	5	6	7 al 20
VALORS	-512.215,00	45.502,96	105.697,67	130.005,09	94.285,68	94.285,68	94.285,68	69.285,68

Font: Elaboració pròpia.

Respecte a les dades de la taula anterior, es fa el supòsit que a partir del tercer any els fluxos es mantindran, i a partir del sisè any es destinaran 25.000,00 € anuals per reinversions de l'immobilitzat. Una vegada s'ha determinat els fluxos, cal calcular la VAN.

Taula 28: Càlcul de la VAN

TRI	16,22%		
VAN (7%)	1.445.910,07 €	-512.215,00 €	933.695,07 €

Font: Elaboració pròpia.

Després de conèixer aquestes dades, es pot veure com el negoci haurà generat un total de 933.695,07 € amb vint anys i que per tant, la inversió serà rendible.

4. Riscos i limitacions

Un dels principals riscos actuals, a causa de la situació que està vivint la societat en aquest moment ve relacionada amb la COVID-19. En situacions com aquestes, els tràmits i els procediments són molt més lents, ja que no tot es porta a terme amb total normalitat. Amb això, cal tenir en compte que a l'hora d'obrir un establiment i fer les operacions necessàries, suposa un problema en diversos àmbits.

Fent referència a la COVID-19, tal com expressa Allepuz Capdevila (2020), un 19,1% de persones s'han vist afectades pels ERTO (Expedients de Regulació Temporal d'Ocupació) durant aquests darrers mesos. Per seccions d'activitat, el sector de l'hostaleria encapçala la llista, seguit de les indústries manufactureres amb un 18,8%.

A més, una pandèmia mundial afecta a tothom tant econòmicament com socialment, fet que repercuteix directament al sector del turisme. Per tant, una altra problemàtica amb la qual es podria trobar l'Hotel Rigoler, és que una vegada s'obri l'establiment, no vinguin clients. Avui dia, donada la situació que s'està vivint, és molt probable que l'ocupació sigui menor que la que estava prevista. Si es donés el cas en què l'establiment no tingués gent, seria interessant adaptar-se al màxim possible a la demanda, tenint en compte la competència; així com llençar fortes campanyes de màrqueting i promoció, per tal d'atraure a nous turistes i donar-se a conèixer a un públic més ampli.

Tanmateix, l'establiment es pot trobar amb alguns problemes relacionats amb els socis. Per exemple, es podria donar la situació en què no es trobessin socis per a formar la Societat Limitada i per tant, que no es pogués dur a terme la seva creació. També, podria passar que un dels socis fes una aportació excessiva i tingués més responsabilitat que la resta; i per tant, més poder de decisió.

Finalment, un altre cas en què es podria trobar l'establiment seria que l'ajuntament li denegüés la proposta pel que fa al canvi de llicència i que per tant, no es pogués desenvolupar el projecte. En aquest cas s'haurien de buscar alternatives, ja que si la creació d'aquest hotel és una bona proposta per la destinació, i l'únic impediment és el canvi de llicència d'aquell terreny, s'hauria de trobar un altre lloc on es pogués dur a terme l'activitat sense cap mena de problema.

5. Conclusions

Finalment, després de realitzar aquest estudi, es pot comprovar que la creació de l'Hotel Rigoler resultaria un projecte viable tant en l'àmbit econòmic com financer. Afortunadament, l'establiment compta amb tots els serveis necessaris per cobrir les mancances de la societat d'avui dia, la qual cerca tranquil·litat, desconexió i la possibilitat de gaudir amb la gent del seu entorn. Tot i això, sempre es poden fer millores i propostes per afegir valor al negoci i per tant, ser més competitius al mercat on es competeix.

Fent referència al perfil de turista que visita els Pirineus, la majoria d'ells ho fan amb motiu de descobrir nous entorns i poder evadir-se de la monotonia. Per sort, una de les principals intencions de l'empresa és donar l'oportunitat al turista de desconnectar i perdre's en mig de la natura i el món rural. Un dels factors primordials que donen lloc a la creació de l'establiment és la seva ubicació, ja que el Ripollès compta amb unes vistes i uns paisatges excepcionals. Tanmateix, la quantitat d'elements naturals i culturals que donen valor a l'oferta del territori són una part fonamental de la destinació.

Les tendències actuals es basen a dur a terme tota mena d'activitats a l'aire lliure i lluny dels centres urbans. La principal raó d'aquest fet neix arran de la COVID-19, que ha suposat un canvi tant en l'àmbit personal com laboral, amb la qual tant s'han hagut d'adaptar les persones com els negocis.

Després de fer l'anàlisi DAFO de l'hotel, s'ha pogut conèixer alguns punts forts i febles de l'empresa. Generalment, es poden observar algunes debilitats com ara l'elevada inversió inicial o l'estacionalitat, que són factors que afecten negativament a l'establiment. Tot i això, l'hotel compta amb diverses fortaleses, com la seva situació geogràfica o la qualitat dels seus serveis, que intenten fer front a aquestes debilitats.

D'altra banda, existeixen factors externs a l'empresa que també la fan més dèbil, com és ara l'impacte que ha tingut la COVID-19 al sector i la competència que hi ha al territori. No obstant això, la creació de l'hotel permetria un desenvolupament del turisme rural i de proximitat molt necessari per a créixer com a destinació.

Per tal d'arribar a nous públics, l'Hotel Rigoler es dona a conèixer mitjançant el màrqueting digital, sobretot a través de la pàgina web i les xarxes socials. Amb aquestes eines de promoció i comunicació, s'exposaran els serveis i activitats que es porten a terme a l'hotel, les novetats i el contacte directe amb l'establiment. Quan s'inicia un projecte com és ara l'Hotel Rigoler, es

necessita una molt bona política de comunicació i promoció, ja que al principi ningú coneix l'establiment.

Una part molt important a l'hora de crear una empresa és el personal i la gestió d'aquest, ja que són el motor del negoci, juntament amb els turistes. Pel que fa al personal, l'Hotel Rigoler compta amb 18 membres que tenen la següent estructura: direcció (1), recepció (4), cuina (4), restaurant (4), neteja (3), manteniment (1) i massatgista (1).

Pel que fa al pla econòmic i financer, la idea de negoci que s'està estudiant compta amb una tresoreria favorable, ja que els cobraments superen en tot moment als pagaments. A més, tot i tenir una inversió inicial elevada, l'empresa obté els suficients ingressos per a cobrir aquesta despesa. Cal dir, però, que a partir del segon any, la tresoreria disminueix a causa de les amortitzacions del préstec, i que per tant, a mesura que l'hotel es posicioni i augmenti els seus ingressos, podrà anar fent front a aquesta despesa.

Si ho traslладem amb dades numèriques, l'establiment requereix una inversió inicial de 512.215,00 €. Tot i haver de fer una gran inversió inicial per fer front al projecte, amb el compte de pèrdues i guanys s'ha pogut comprovar com al llarg dels tres primers anys l'empresa obté uns beneficis de 4.664,83 € el primer any, 50.380,71 € el segon i 83.345,31 € el tercer.

Partint de les projeccions que s'han realitzat dels tres primers anys, es pot veure com l'establiment aconsegueix donar resposta a les noves tendències turístiques, basades en l'aïllament i la descoberta de nous entorns. També, s'ha pogut comprovar com gràcies a la seva creació es generarien nous llocs de treball, es donarien valor als productes de proximitat i s'aconseguiria potenciar el comerç local.

Tot i tenir presents algunes de les limitacions amb les quals es pot trobar l'hotel, amb aquesta anàlisi, s'ha demostrat que l'obertura de l'establiment provocaria un increment de les places hoteleres de la comarca i un augment del flux turístic de la destinació.

Una vegada determinades totes aquestes qüestions, i amb uns resultats econòmics positius, s'arriba a la conclusió que el projecte en qüestió és viable i que de cara al futur es preveuen resultats favorables.

Bibliografia

- Allepuz Capdevila, R. (2020). *La COVID-19 i el seu impacte en l'ocupació*. 1, 28-35.
https://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/70069/zoom_a2020n1p28.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Basora i Roca, X., Romero-Lengua, J., Huguet, P., i Sabaté, X. (2009). *Ecoturisme a Catalunya: Una alternativa de turisme sostenible a la natura*.
https://ajuntament.barcelona.cat/lafabricadelsol/sites/default/files/Ecoturismecatalunya_CADS_2009.pdf
- Cánoves, G. (2007). Turisme sostenible: experiències europees aplicables a Catalunya. En *Informes del CADS 4* (p. 12, 27, 31, 32).
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30859143/doc_11192499_1.pdf?1362581935=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTurisme_sostenible_Experiencies_europees.pdf&Expires=1621195447&Signature=CIsN7tbyod08XctmAskKWOj6rCjx2UU4oKZowjNB8B112AeligP8O
- Cánoves, G., Herrera, L., i Blanco, A. (2005). Turismo rural en España : Un análisis de la evolución. *Cuadernos de Geografía*, 77, 41-58. file:///C:/Users/Administrateur/Downloads/Dialnet-TurismoRuralEnEspana-2091297 (12).pdf
- Cánoves, G., Herrera, L., i Villarino, M. (2005). *Turismo rural en España: Paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones*. 63-79.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/18511/17861>
- Catalunya. Decret 75/2020, de 4 d'agost, de Turisme de Catalunya. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*. Departament d'empresa i coneixement, núm. 8195. (2020). Recuperat de <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/8195/1808612.pdf>
- Catalunya. Llei 13/2002, de 21 de juny, de turisme de Catalunya. *Bulletí Oficial del Parlament de Catalunya*, núm 316. (2002). Recuperat de <https://www.parlament.cat/document/nom/TL 21In.pdf>
- Catalunya. Resolució MAH/2151/2009, de 15 de juliol, per la qual s'estableixen els criteris ambientals per a l'atorgament del distintiu de garantia de qualitat ambiental en els establiments de turisme rural. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 5431, 60093-60103. Departament de Medi Ambient i Habitatge. (2009). Recuperat de https://dibaaps.diba.cat/vnis/temp/CIDO_dogc_2009_07_20090729_09181114.pdf

Conveni col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya 2017-2019. DOGC Núm. 7589, 79000275011992. Federación de Servicios de Comisiones Obreras. (2018). Recuperat de <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/catalunya/conveni-hostaleria-2017-2019.pdf>

Comunicatur. (2019). *Espanya es manté en el segon lloc mundial del rànquing d'arribades de turistes internacionals i d'ingressos per turisme*. Comunicatur.info. <http://www.comunicatur.info/espanya-es-mante-en-el-segon-lloc-mundial-del-ranquing-darribades-de-turistes-internacionals-dingressos-per-turisme/>

Cors, M. (s.d.). *Atles del Turisme a Catalunya: Patrimoni rural i turisme*. Recuperat 1 febrer 2021, de <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/116.html>

de Bolòs, M. (2004). Els valors del paisatge rural. *Estudis d'Història Agrària*, 17, 169-178. <http://www.raco.cat/index.php/EHA/article/viewFile/99951/145684>

Díaz, I., i Llurdés, J. C. (2013). Vista de reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de Turismo*, 65-88. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/177421/149141>

Espanya. Decreto Legislativo 1/2010, de 3 de agosto, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de urbanismo. *Boletín Oficial del Estado*, de 8 de septiembre de 2010, núm. 218, pp. 77011 a 77125. Recuperat de <https://www.boe.es/eli/es-ct/dlg/2010/08/03/1/dof/spa/pdf>

Espanya. Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental, núm 255. *Boletín Oficial del Estado*. (2007). Recuperat de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-18475-consolidado.pdf>

Espanya. Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales. *Boletín Oficial del Estado*, 10 de noviembre de 1995, núm. 269. Recuperat de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-24292-consolidado.pdf>

Fraguell, R. M. (2019). *Tipologies i estratègies de destinacions turístiques. El Turisme Rural. [Apunts acadèmics]*. UdG Moodle.

Generalitat de Catalunya. (2012). *Guia del pla d'empresa*. http://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/fes_pla_empresa/fitxers/Guia_Pla_empresa_en_linia_cat_tcm124_53843.pdf

Generalitat de Catalunya. (2014). *Guia de tràmits i formes jurídiques*. <http://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu->

[negoci/passes_crear_empresa/Guia_formes_juridiques_catDEF_tcm124_53839.pdf](https://www.govern.cat/negoci/passes_crear_empresa/Guia_formes_juridiques_catDEF_tcm124_53839.pdf)

IDESCAT. (2019a). *Anuari estadístic de Catalunya. Establiments hotelers. Per categories. Marques turístiques*. Recuperat 5 febrer 2021, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=542>

IDESCAT. (2019b). *Anuari estadístic de Catalunya. Turisme rural. Marques turístiques*. Recuperat 5 febrer 2021, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=556>

Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE). Revisión estadística 2019*. https://www.ine.es/prensa/cst_2019.pdf

Llurdés, J. C., Priestley, G. K., i Romagosa, F. (2009). *Informe del sector del turisme*. <https://www.researchgate.net/publication/270120485>

Manoel, J., Fraiz, J. A., i Elisa, A. (2012). *Hoteles sostenibles para destinos sostenibles. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad*. 1-11.

Ministerio de Hacienda. (2021). *Sede Electrónica del Catastro*. Recuperat 15 març 2021, de <https://www.sedecatastro.gob.es/>

Pirineus Catalunya. (2018). *Perfil de turistes als Pirineus*. http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2018/04/06_Programa-Pirineus_2018_Baixa.pdf

Producte del Ripollès. (s.d.). Ripollès Desenvolupament i Diputació de Girona. Recuperat 6 març 2021, de http://www.productesdelripolles.com/producte_del_ripolles/

Ramsey, M., i Schaumleffel, N. A. (2006). Agrotourism and rural economic development. *Leveraging the Potential of Argentine Cities: A Framework for Policy Action*, 6-9. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0840-1_ch10

Turisme Catalunya. (s.d.). *Edicions de Turisme a Catalunya*. Recuperat 5 abril 2021, de <https://turismeacatalunya.cat/edicions-de-turisme-a-catalunya/>

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Annexos

ÍNDEX D'ANNEXOS

ANNEX I: Compte de pèrdues i guanys any 1	80
ANNEX II: Compte de pèrdues i guanys any 2	81
ANNEX III: Compte de pèrdues i guanys any 3	82
ANNEX IV: Pla de tresoreria any 1	83
ANNEX V: Pla de tresoreria any 2.....	84
ANNEX VI: Pla de tresoreria any 3	85
ANNEX VII: Balanç de situació any 1.....	86
ANNEX VIII: Balanç de situació any 2	87
ANNEX IX: Balanç de situació any 3	88
ANNEX X: Préstec	89

ANNEX I: Compte de pèrdues i guanys any 1

Imatge 12: Compte de pèrdues i guanys any 1

CONCEPTE	%	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Ingressos habitacions		15.520,00	17.169,00	18.430,00	22.200,00	35.000,00	31.625,00	42.700,00	64.480,00	32.000,00	21.825,00	15.617,00	18.800,00	335.366,00
Ingressos emorzars		3.084,00	3.612,00	3.876,00	4.524,00	5.700,00	5.160,00	6.228,00	8.220,00	5.220,00	4.584,00	3.288,00	3.600,00	57.096,00
Ingressos F&B i Experiències		20.847,50	25.369,12	24.613,07	29.550,60	25.145,96	33.664,20	39.417,74	51.994,75	34.149,30	29.032,12	21.582,00	24.267,42	359.633,78
Total ingressos		39.451,50	46.150,12	46.919,07	56.274,60	65.845,96	70.449,20	88.345,74	124.694,75	71.369,30	55.441,12	40.487,00	46.667,42	752.095,78
-Cost de vendes habitacions	17%	2.638,40	2.918,73	3.133,10	3.774,00	5.950,00	5.376,25	7.259,00	10.961,60	5.440,00	3.710,25	2.654,89	3.196,00	57.012,22
-Cost de vendes esmorzars, F&B i Experiències	33%	7.897,40	9.563,77	9.401,39	11.244,62	10.179,17	12.811,99	15.063,09	19.870,87	12.991,87	11.093,32	8.207,10	9.196,25	137.520,83
Marge Contribució		28.915,71	33.667,62	34.384,58	41.255,98	49.716,79	52.260,96	66.023,65	93.862,28	52.937,43	40.637,55	29.625,01	34.275,17	557.562,73
-Lloguer		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-Publicitat i propaganda		394,52	461,50	469,19	562,75	658,46	704,49	883,46	1.246,95	713,69	554,41	404,87	466,67	7.520,96
-Manteniment web i programes inform.		1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	13.800,00
-Serveis professionals independents		3.586,40	3.701,83	3.790,10	4.054,00	4.950,00	4.713,75	5.489,00	7.013,60	4.740,00	4.027,75	3.593,19	3.816,00	53.475,62
-Reparacions i conservació		750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00
-Subministres		2.306,26	2.821,13	2.735,04	3.290,09	2.795,71	3.752,49	4.389,51	5.791,47	3.801,68	3.231,06	2.389,88	2.695,69	40.000,00
-Telèfon		300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
-Altres impostos		1.125,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.125,00
-Sous i salaris		25.639,17	25.639,17	25.639,17	25.714,17	25.639,17	25.744,17	25.789,17	25.864,17	25.744,17	25.714,17	25.639,17	25.639,17	308.405,04
-Seguretat Social empresa		5.897,01	5.897,01	5.897,01	5.914,26	5.897,01	5.921,16	5.931,51	5.948,76	5.921,16	5.914,26	5.897,01	5.897,01	70.933,16
-Primes d'assegurances		350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
-Dot. Amort. Desp. Form.deutes		22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	270,00
-Dot. Amort. Immob. Immat.	33%	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	759,00
-Dot. Amort. Construccions	3%	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	10.500,00
-Dot. Amort. Equipaments i Mobiliari	15%	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	14.417,25
-Dot. Amort. Altre Immob. Material	25%	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	950,00
Total Costos Fixos		43.739,71	43.311,99	43.321,87	44.326,62	44.731,71	45.627,41	47.274,00	50.656,30	45.712,05	44.233,00	42.715,48	43.305,90	538.956,03
BENEFICI D'EXPLOTACIÓ		-14.824,00	-9.644,37	-8.937,29	-3.070,63	4.985,09	6.633,55	18.749,64	43.205,98	7.225,38	-3.595,45	-13.090,47	-9.030,73	18.606,71
-Despeses financeres		1.112,31	1.091,17	1.069,98	1.048,75	1.027,48	1.006,16	984,80	963,39	941,94	920,45	898,91	877,33	11.942,66
BENEFICI ABANS IMPOST SOCIETATS		-15.936,31	-10.735,54	-10.007,27	-4.119,38	3.957,61	5.627,39	17.764,84	42.242,59	6.283,44	-4.515,90	-13.989,38	-9.908,05	6.664,04
-Impost sobre societats														1.999,21
BENEFICI NET														4.664,83

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX II: Compte de pèrdues i guanys any 2

Imatge 13: Compte de pèrdues i guanys any 2

CONCEPTE	%	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Ingressos habitacions		18.619,83	20.579,81	22.147,80	26.570,89	29.172,41	37.886,25	51.202,00	77.267,74	38.391,40	26.165,76	18.717,83	22.428,66	389.150,38
Ingressos emorzars		4.388,53	4.849,20	5.200,77	6.049,38	5.309,87	6.897,99	8.340,62	11.007,68	6.994,97	6.146,36	4.400,65	5.128,03	74.714,05
Ingressos F&B i Experiències		21.472,93	26.130,19	25.351,46	30.437,12	25.900,34	34.674,13	40.600,27	53.554,59	35.173,78	29.903,08	22.229,46	24.995,44	370.422,79
Total ingressos		44.481,28	51.559,20	52.700,03	63.057,39	60.382,63	79.458,36	100.142,90	141.830,02	80.560,15	62.215,20	45.347,94	52.552,13	834.287,23
-Cost de vendes habitacions	17%	3.165,37	3.498,57	3.765,13	4.517,05	4.959,31	6.440,66	8.704,34	13.135,52	6.526,54	4.448,18	3.182,03	3.812,87	66.155,57
-Cost de vendes restaurant cafeteria	33%	8.534,28	10.223,20	10.082,24	12.040,54	10.299,37	13.718,80	16.150,50	21.305,55	13.915,69	11.896,32	8.787,94	9.940,75	146.895,16
Marge Contribució		32.781,63	37.837,44	38.852,66	46.499,79	45.123,94	59.298,90	75.288,06	107.388,95	60.117,92	45.870,71	33.377,97	38.798,51	621.236,50
-Altres despeses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-Publicitat i propaganda		444,81	515,59	527,00	630,57	603,83	794,58	1.001,43	1.418,30	805,60	622,15	453,48	525,52	8.342,87
-Manteniment web i programes inform.		1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	13.938,00
-Serveis professionals independents		3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	45.936,01
-Reparacions i conservació		757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	9.090,00
-Subministres		2.594,54	3.173,77	3.076,92	3.701,35	3.145,18	4.221,55	4.938,20	6.515,40	4.276,89	3.634,94	2.688,62	3.032,65	45.000,00
-Telèfon		303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	3.636,00
-Altres impostos		1.136,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.136,25
-Sous i salaris		25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	310.746,74
-Seguretat Social empresa		5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	71.471,75
-Primes d'assegurances		353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	4.242,00
-Dot. Amort. Desp. Form.deutes		22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	270,00
-Dot. Amort. Immob. Immat.	33%	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	759,00
-Dot. Amort. Construccions	3%	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	10.500,00
-Dot. Amort. Equipaments i Mobiliari	15%	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	14.417,25
-Dot. Amort. Altre Immob. Material	25%	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	950,00
Total Costos Fixos		44.672,00	44.185,76	44.100,32	44.828,32	44.245,40	45.512,53	46.436,03	48.430,10	45.578,88	44.753,49	43.638,49	44.054,57	540.435,87
BENEFICI D'EXPLOTACIÓ		-11.890,37	-6.348,32	-5.247,65	1.671,47	878,55	13.786,38	28.852,04	58.958,85	14.539,04	1.117,22	-10.260,52	-5.256,05	80.800,63
-Despeses financeres		855,70	834,03	812,31	790,55	768,74	746,89	725,00	703,06	681,07	659,04	636,96	614,84	8.828,19
BENEFICI ABANS IMPOST SOCIETATS		-12.746,07	-7.182,35	-6.059,97	880,92	109,80	13.039,48	28.127,04	58.255,80	13.857,97	458,18	-10.897,48	-5.870,89	71.972,44
-Impost sobre societats														21.591,73
BENEFICI NET														50.380,71

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX III: Compte de pèrdues i guanys any 3

Imatge 14: Compte de pèrdues i guanys any 3

CONCEPTE	%	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Ingressos habitacions		20.889,76	23.166,84	24.849,90	29.803,14	32.660,98	42.484,79	57.442,50	86.714,90	42.995,12	29.305,06	20.988,76	25.210,19	436.511,94
Ingressos emorzars		4.923,40	5.437,78	5.829,70	6.797,23	5.964,42	7.752,52	9.369,15	12.357,49	7.850,49	6.895,21	4.935,65	5.756,21	83.869,24
Ingressos F&B i Experiències		21.966,80	26.731,19	25.934,55	31.137,17	26.496,05	35.471,63	41.534,08	54.786,35	35.982,78	30.590,85	22.740,74	25.570,34	378.942,52
Total Ingressos		47.779,96	55.335,81	56.614,14	67.737,54	65.121,44	85.708,94	108.345,73	153.858,73	86.828,39	66.791,13	48.665,14	56.536,74	899.323,69
-Cost de vendes habitacions	17%	3.551,26	3.938,36	4.224,48	5.066,53	5.552,37	7.222,41	9.765,22	14.741,53	7.309,17	4.981,86	3.568,09	4.285,73	74.207,03
-Cost de vendes restaurant cafeteria	33%	8.873,77	10.615,76	10.482,20	12.518,35	10.711,95	14.263,97	16.798,07	22.157,47	14.464,98	12.370,40	9.133,21	10.337,76	152.727,88
Marge Contribució		35.354,93	40.781,69	41.907,46	50.152,66	48.857,12	64.222,55	81.782,44	116.959,73	65.054,24	49.438,86	35.963,85	41.913,25	672.388,78
-Altres despeses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-Publicitat i propaganda		477,80	553,36	566,14	677,38	651,21	857,09	1.083,46	1.538,59	868,28	667,91	486,65	565,37	8.993,24
-Manteniment web i programes inform.		1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	14.077,38
-Serveis professionals independents		3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	46.395,37
-Reparacions i conservació		765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	9.180,90
-Subministres		2.709,85	3.314,83	3.213,68	3.865,85	3.284,96	4.409,17	5.157,68	6.804,98	4.466,97	3.796,49	2.808,11	3.167,44	47.000,00
-Telèfon		306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	3.672,36
-Altres impostos		1.147,61	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.147,61
-Sous i salaris		26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	313.854,21
-Seguretat Social empresa		6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	72.186,47
-Primes d'assegurances		357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	4.284,42
-Dot. Amort. Desp. Form.deutes		22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	270,00
-Dot. Amort. Immob. Immat.	33%	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	63,25	759,00
-Dot. Amort. Construccions	3%	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	875,00	10.500,00
-Dot. Amort. Equipaments i Mobiliari	15%	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	1.201,44	14.417,25
-Dot. Amort. Altre Immob. Material	25%	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	79,17	950,00
Total Costos Fixos		45.214,21	44.747,13	44.658,76	45.422,17	44.815,12	46.145,21	47.120,08	49.222,51	46.214,20	45.343,35	44.173,71	44.611,75	547.688,21
BENEFICI D'EXPLOTACIÓ		-9.859,28	-3.965,44	-2.751,30	4.730,48	4.042,00	18.077,35	34.662,35	67.737,22	18.840,04	4.095,52	-8.209,86	-2.698,50	124.700,58
-Despeses financeres		592,67	570,46	548,20	525,89	503,54	481,15	458,70	436,21	413,68	391,09	368,47	345,79	5.635,85
BENEFICI ABANS IMPOST SOCIETATS		-10.451,95	-4.535,90	-3.299,50	4.204,59	3.538,46	17.596,20	34.203,65	67.301,01	18.426,36	3.704,42	-8.578,33	-3.044,29	119.064,73
-Impost sobre societats														35.719,42
BENEFICI NET														83.345,31

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX IV: Pla de tresoreria any 1

Imatge 15: Pla de tresoreria any 1

CONCEPTE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL	81.469,85	58.329,43	40.666,57	23.756,83	10.039,75	115.544,84	115.289,79	122.060,66	160.898,71	161.278,35	139.961,19	118.602,26	81.469,85
Cobraments corrents	39.451,50	46.150,12	46.919,07	56.274,60	65.845,96	70.449,20	88.345,74	124.694,75	71.369,30	55.441,12	40.487,00	46.667,42	752.095,78
Ingressos habitacions	15.520,00	17.169,00	18.430,00	22.200,00	35.000,00	31.625,00	42.700,00	64.480,00	32.000,00	21.825,00	15.617,00	18.800,00	335.366,00
Ingressos emorzars	3.084,00	3.612,00	3.876,00	4.524,00	5.700,00	5.160,00	6.228,00	8.220,00	5.220,00	4.584,00	3.288,00	3.600,00	57.096,00
Ingressos F&B i Experiències	20.847,50	25.369,12	24.613,07	29.550,60	25.145,96	33.664,20	39.417,74	51.994,75	34.149,30	29.032,12	21.582,00	24.267,42	359.633,78
Pagaments corrents	52.034,15	53.553,14	53.615,01	57.103,88	58.619,52	61.574,29	67.354,74	79.247,41	61.902,57	56.795,22	51.336,11	53.456,79	706.592,82
Cost de vendes habitacions	2.638,40	2.918,73	3.133,10	3.774,00	5.950,00	5.376,25	7.259,00	10.961,60	5.440,00	3.710,25	2.654,89	3.196,00	57.012,22
Cost de vendes esmorzars, F&B i Experiències	7.897,40	9.563,77	9.401,39	11.244,62	10.179,17	12.811,99	15.063,09	19.870,87	12.991,87	11.093,32	8.207,10	9.196,25	137.520,83
-Altres despeses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-Publicitat i propaganda	394,52	461,50	469,19	562,75	658,46	704,49	883,46	1.246,95	713,69	554,41	404,87	466,67	7.520,96
-Manteniment web i programes inform.	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	13.800,00
-Serveis professionals independents	3.586,40	3.701,83	3.790,10	4.054,00	4.950,00	4.713,75	5.489,00	7.013,60	4.740,00	4.027,75	3.593,19	3.816,00	53.475,62
-Reparacions i conservació	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	9.000,00
-Subministres	2.306,26	2.821,13	2.735,04	3.290,09	2.795,71	3.752,49	4.389,51	5.791,47	3.801,68	3.231,06	2.389,88	2.695,69	40.000,00
-Telèfon	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
-Altres impostos	1.125,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.125,00
-Sous i salaris	25.639,17	25.639,17	25.639,17	25.714,17	25.639,17	25.744,17	25.789,17	25.864,17	25.744,17	25.714,17	25.639,17	25.639,17	308.405,04
-Seguretat Social empresa	5.897,01	5.897,01	5.897,01	5.914,26	5.897,01	5.921,16	5.931,51	5.948,76	5.921,16	5.914,26	5.897,01	5.897,01	70.933,16
-Primes d'assegurances	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
-Impost sobre societats													
TOTAL TRESORERIA CORRENT	-12.582,65	-7.403,02	-6.695,94	-829,28	7.226,44	8.874,91	20.991,00	45.447,34	9.466,73	-1.354,10	-10.849,11	-6.789,37	45.502,96
Cobraments no corrents	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Prèstec a llarg termini													
Pagaments no corrents	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	136.521,72
Interessos préstec	1.112,31	1.091,17	1.069,98	1.048,75	1.027,48	1.006,16	984,80	963,39	941,94	920,45	898,91	877,33	11.942,66
Quota amortització capital	10.264,50	10.285,64	10.306,83	10.328,06	10.349,33	10.370,65	10.392,01	10.413,42	10.434,87	10.456,36	10.477,90	10.499,48	124.579,06
TOTAL TRESORERIA NO CORRENT	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-136.521,72
Cobraments IVA repercutit	3.945,15	4.615,01	4.691,91	5.627,46	6.584,60	7.044,92	8.834,57	12.469,48	7.136,93	5.544,11	4.048,70	4.666,74	75.209,58
Pagaments IVA suportat	3.126,11	3.498,05	3.528,90	4.039,44	4.494,29	4.798,06	5.752,71	7.701,95	4.847,21	3.991,26	3.181,70	3.518,24	52.477,93
Cobraments IVA HP	0,00	0,00	0,00	0,00	107.565,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	107.565,15
Pagaments IVA HP	0,00	0,00	0,00	3.099,01	0,00	0,00	5.925,18	0,00	0,00	10.139,10	0,00	0,00	19.163,30
TOTAL TRESORERIA IVA	819,04	1.116,97	1.163,01	-1.510,99	109.655,45	2.246,86	-2.843,32	4.767,53	2.289,72	-8.586,25	867,00	1.148,50	111.133,50
TOTAL TRESORERIA PERÍODE	-23.140,42	-17.662,86	-16.909,74	-13.717,08	105.505,09	-255,05	6.770,86	38.838,06	379,64	-21.317,16	-21.358,93	-17.017,68	20.114,73
SALDO FINAL TRESORERIA	58.329,43	40.666,57	23.756,83	10.039,75	115.544,84	115.289,79	122.060,66	160.898,71	161.278,35	139.961,19	118.602,26	101.584,58	101.584,58

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX V: Pla de tresoreria any 2

Imatge 16: Pla de tresoreria any 2

CONCEPTE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL	101.584,58	78.011,62	63.881,48	50.942,14	41.632,44	35.284,61	42.833,06	57.824,42	114.005,23	122.364,87	102.912,95	84.574,40	101.584,58
Cobraments corrents	44.481,28	51.559,20	52.700,03	63.057,39	60.382,63	79.458,36	100.142,90	141.830,02	80.560,15	62.215,20	45.347,94	52.552,13	834.287,23
Ingressos habitacions	18.619,83	20.579,81	22.147,80	26.570,89	29.172,41	37.886,25	51.202,00	77.267,74	38.391,40	26.165,76	18.717,83	22.428,66	389.150,38
Ingressos emorzars	4.388,53	4.849,20	5.200,77	6.049,38	5.309,87	6.897,99	8.340,62	11.007,68	6.994,97	6.146,36	4.400,65	5.128,03	74.714,05
Ingressos F&B i Experiències	21.472,93	26.130,19	25.351,46	30.437,12	25.900,34	34.674,13	40.600,27	53.554,59	35.173,78	29.903,08	22.229,46	24.995,44	370.422,79
Pagaments corrents	54.130,29	55.666,17	55.706,33	59.144,56	57.262,72	63.430,63	71.048,72	80.629,81	63.779,76	58.856,63	53.367,11	55.566,83	728.589,56
Cost de vendes apartaments	3.165,37	3.498,57	3.765,13	4.517,05	4.959,31	6.440,66	8.704,34	13.135,52	6.526,54	4.448,18	3.182,03	3.812,87	66.155,57
Cost de vendes restaurant cafeteria	8.534,28	10.223,20	10.082,24	12.040,54	10.299,37	13.718,80	16.150,50	21.305,55	13.915,69	11.896,32	8.787,94	9.940,75	146.895,16
-Altres despeses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-Publicitat i propaganda	444,81	515,59	527,00	630,57	603,83	794,58	1.001,43	1.418,30	805,60	622,15	453,48	525,52	8.342,87
-Manteniment web i programes inform.	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	1.161,50	13.938,00
-Serveis professionals independents	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	3.828,00	45.936,01
-Reparacions i conservació	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	757,50	9.090,00
-Subministres	2.594,54	3.173,77	3.076,92	3.701,35	3.145,18	4.221,55	4.938,20	6.515,40	4.276,89	3.634,94	2.688,62	3.032,65	45.000,00
-Telèfon	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	303,00	3.636,00
-Altres impostos	1.136,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.136,25
-Sous i salaris	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	25.895,56	310.746,74
-Seguretat Social empresa	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	5.955,98	71.471,75
-Primes d'assegurances	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	353,50	4.242,00
-Impost sobre societats							1.999,21						
TOTAL TRESORERIA CORRENT	-9.649,01	-4.106,97	-3.006,30	3.912,83	3.119,90	16.027,73	29.094,18	61.200,21	16.780,39	3.358,58	-8.019,17	-3.014,70	105.697,67
Cobraments no corrents	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pagaments no corrents	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	136.521,72
Interessos préstec	855,70	834,03	812,31	790,55	768,74	746,89	725,00	703,06	681,07	659,04	636,96	614,84	8.828,19
Quota amortització capital	10.521,11	10.542,78	10.564,50	10.586,26	10.608,07	10.629,92	10.651,81	10.673,75	10.695,74	10.717,77	10.739,85	10.761,97	127.693,54
TOTAL TRESORERIA NO CORRENT	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-136.521,72
Cobraments IVA repercutit	4.448,13	5.155,92	5.270,00	6.305,74	6.038,26	7.945,84	10.014,29	14.183,00	8.056,02	6.221,52	4.534,79	5.255,21	83.428,72
Pagaments IVA suportat	3.426,92	3.802,29	3.826,22	4.332,84	4.129,18	5.048,31	5.960,78	7.825,59	5.099,96	4.288,24	3.477,36	3.812,49	55.030,19
Cobraments IVA HP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pagaments IVA HP	3.568,35	0,00	0,00	3.818,62	0,00	0,00	6.779,51	0,00	0,00	13.366,97	0,00	0,00	27.533,45
TOTAL TRESORERIA IVA	-2.547,14	1.353,64	1.443,78	-1.845,72	1.909,08	2.897,53	-2.726,00	6.357,41	2.956,05	-11.433,69	1.057,43	1.442,72	865,09
TOTAL TRESORERIA PERÍODE	-23.572,96	-14.130,14	-12.939,33	-9.309,70	-6.347,83	7.548,45	14.991,36	56.180,81	8.359,64	-19.451,92	-18.338,55	-12.948,79	-29.958,97
SALDO FINAL TRESORERIA	78.011,62	63.881,48	50.942,14	41.632,44	35.284,61	42.833,06	57.824,42	114.005,23	122.364,87	102.912,95	84.574,40	71.625,61	71.625,61

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX VI: Pla de tresoreria any 3

Imatge 17: Pla de tresoreria any 3

CONCEPTE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
SALDO INICIAL	71.625,61	49.389,69	37.838,21	27.600,54	21.025,48	18.097,17	30.277,73	31.098,64	96.739,46	109.741,85	92.029,98	75.913,45	71.625,61
Cobraments corrents	47.779,96	55.335,81	56.614,14	67.737,54	65.121,44	85.708,94	108.345,73	153.858,73	86.828,39	66.791,13	48.665,14	56.536,74	899.323,69
Ingressos habitacions	20.889,76	23.166,84	24.849,90	29.803,14	32.660,98	42.484,79	57.442,50	86.714,90	42.995,12	29.305,06	20.988,76	25.210,19	436.511,94
Ingressos emorzars	4.923,40	5.437,78	5.829,70	6.797,23	5.964,42	7.752,52	9.369,15	12.357,49	7.850,49	6.895,21	4.935,65	5.756,21	83.869,24
Ingressos F&B i Experiències	21.966,80	26.731,19	25.934,55	31.137,17	26.496,05	35.471,63	41.534,08	54.786,35	35.982,78	30.590,85	22.740,74	25.570,34	378.942,52
Pagaments corrents	55.397,88	57.059,90	57.124,09	60.765,71	58.838,09	65.390,23	93.033,75	83.880,15	65.747,00	60.454,26	54.633,65	56.993,89	769.318,60
Cost de vendes apartaments	3.551,26	3.938,36	4.224,48	5.066,53	5.552,37	7.222,41	9.765,22	14.741,53	7.309,17	4.981,86	3.568,09	4.285,73	74.207,03
Cost de vendes restaurant cafeteria	8.873,77	10.615,76	10.482,20	12.518,35	10.711,95	14.263,97	16.798,07	22.157,47	14.464,98	12.370,40	9.133,21	10.337,76	152.727,88
-Altres despeses	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-Publicitat i propaganda	477,80	553,36	566,14	677,38	651,21	857,09	1.083,46	1.538,59	868,28	667,91	486,65	565,37	8.993,24
-Manteniment web i programes inform.	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	1.173,12	14.077,38
-Serveis professionals independents	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	3.866,28	46.395,37
-Reparacions i conservació	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	765,08	9.180,90
-Subministres	2.709,85	3.314,83	3.213,68	3.865,85	3.284,96	4.409,17	5.157,68	6.804,98	4.466,97	3.796,49	2.808,11	3.167,44	47.000,00
-Telèfon	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	306,03	3.672,36
-Altres impostos	1.147,61	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.147,61
-Sous i salaris	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	26.154,52	313.854,21
-Seguretat Social empresa	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	6.015,54	72.186,47
-Primes d'assegurances	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	357,04	4.284,42
-Impost sobre societats							21.591,73						
TOTAL TRESORERIA CORRENT	-7.617,92	-1.724,09	-509,95	6.971,84	6.283,35	20.318,70	15.311,98	69.978,58	21.081,39	6.336,87	-5.968,51	-457,15	130.005,09
Cobraments no corrents	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pagaments no corrents	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	11.376,81	136.521,72
Interessos préstec	592,67	570,46	548,20	525,89	503,54	481,15	458,70	436,21	413,68	391,09	368,47	345,79	5.635,85
Quota amortització capital	10.784,14	10.806,35	10.828,61	10.850,92	10.873,27	10.895,67	10.918,11	10.940,60	10.963,13	10.985,72	11.008,34	11.031,02	130.885,87
TOTAL TRESORERIA NO CORRENT	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-11.376,81	-136.521,72
Cobraments IVA repercutit	4.778,00	5.533,58	5.661,41	6.773,75	6.512,14	8.570,89	10.834,57	15.385,87	8.682,84	6.679,11	4.866,51	5.653,67	89.932,37
Pagaments IVA suportat	3.585,75	3.984,16	4.012,33	4.553,09	4.346,99	5.332,22	6.324,35	8.346,82	5.385,03	4.503,96	3.637,73	4.000,87	58.013,31
Cobraments IVA HP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pagaments IVA HP	4.433,43	0,00	0,00	4.390,75	0,00	0,00	7.624,48	0,00	0,00	14.847,08	0,00	0,00	31.295,76
TOTAL TRESORERIA IVA	-3.241,19	1.549,43	1.649,09	-2.170,09	2.165,15	3.238,67	-3.114,26	7.039,05	3.297,81	-12.671,93	1.228,79	1.652,80	623,31
TOTAL TRESORERIA PERÍODE	-22.235,92	-11.551,47	-10.237,67	-6.575,06	-2.928,31	12.180,56	820,91	65.640,82	13.002,39	-17.711,87	-16.116,53	-10.181,16	-5.893,32
SALDO FINAL TRESORERIA	49.389,69	37.838,21	27.600,54	21.025,48	18.097,17	30.277,73	31.098,64	96.739,46	109.741,85	92.029,98	75.913,45	65.732,29	65.732,29

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX VII: Balanç de situació any 1

Imatge 18: Balanç de situació any 1

CONCEPTE	BALANÇ INICIAL	31/01/X1	28/02/X1	31/03/X1	30/04/X1	31/05/X1	30/06/X1	31/07/X1	31/08/X1	30/09/X1	31/10/X1	30/11/X1	31/12/X1
ACTIU													
B) Immobilitzat													
II. Immobilitzat immaterial	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00
AAII	0,00	-63,25	-126,50	-189,75	-253,00	-316,25	-379,50	-442,75	-506,00	-569,25	-632,50	-695,75	-759,00
III. Immobilitzat material													
Terrenys	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Construccions	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00
Mobiliari zones comunes	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00
Equipament habitacions	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00
Equipament zones comunes	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00
Equips de processos d'informació	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
AAIM	0,00	-2.155,60	-4.311,21	-6.466,81	-8.622,42	-10.778,02	-12.933,63	-15.089,23	-17.244,83	-19.400,44	-21.556,04	-23.711,65	-25.867,25
C) Despeses formalització préstecs	5.400,00	5.377,50	5.355,00	5.332,50	5.310,00	5.287,50	5.265,00	5.242,50	5.220,00	5.197,50	5.175,00	5.152,50	5.130,00
D) Actiu corrent													
II. Existències mercaderies	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00
III. Deutors													
Clients													
HP deutora IVA	107.565,15	107.565,15	107.565,15	107.565,15	107.565,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
HP, IVA suportat	0,00	3.126,11	6.624,16	0,00	4.039,44	8.533,73	0,00	5.752,71	13.454,66	0,00	3.991,26	7.172,97	0,00
VI. Tresoreria	81.469,85	58.329,43	40.666,57	23.756,83	10.039,75	115.544,84	115.289,79	122.060,66	160.898,71	161.278,35	139.961,19	118.602,26	101.584,58
TOTAL ACTIU	712.000,00	689.744,34	673.338,17	647.562,92	635.643,92	635.836,80	624.806,67	635.088,89	679.387,54	664.071,16	644.503,91	624.085,33	597.653,33
PASSIU													
A) Fons Propis													
I. Capital social	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00
IV. Reserves													
V. Resultats exercicis anteriors													
VI. Pèrdues i guanys	0,00	-15.936,31	-26.671,85	-36.679,12	-40.798,51	-36.840,90	-31.213,50	-13.448,66	28.793,93	35.077,37	30.561,47	16.572,09	4.664,83
D) Creditors a llarg termini													
Deutes a llarg termini entitats financeres	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94	415.420,94
E) Creditors a curt termini													
Proveïdors													
Deutes a curt termini entitats financeres	124.579,06	114.314,56	104.028,92	93.722,09	83.394,03	73.044,70	62.674,05	52.282,03	41.868,62	31.433,75	20.977,38	10.499,48	0,00
Altres deutes a curt termini													
HP Creditora IVA				3.099,01		5.925,18				10.139,10			3.568,35
HP, IVA repercutit	0,00	3.945,15	8.560,16	0,00	5.627,46	12.212,06	0,00	8.834,57	21.304,05	0,00	5.544,11	9.592,81	0,00
HP Creditora Impost sobre societats													1.999,21
TOTAL PASSIU	712.000,00	689.744,34	673.338,17	647.562,92	635.643,92	635.836,80	624.806,67	635.088,89	679.387,54	664.071,16	644.503,91	624.085,33	597.653,33

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX VIII: Balanç de situació any 2

Imatge 19: Balanç de situació any 2

CONCEPTE	BALANÇ INICIAL	31/01/X2	28/02/X2	31/03/X2	30/04/X2	31/05/X2	30/06/X2	31/07/X2	31/08/X2	30/09/X2	31/10/X2	30/11/X2	31/12/X2
ACTIU													
B) Immobilitzat													
II. Immobilitzat immaterial	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00
AAII	-759,00	-822,25	-885,50	-948,75	-1.012,00	-1.075,25	-1.138,50	-1.201,75	-1.265,00	-1.328,25	-1.391,50	-1.454,75	-1.518,00
III. Immobilitzat material													
Terrenys	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Construccions	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00
Mobiliari zones comunes	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00
Equipament habitacions	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00
Equipament zones comunes	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00
Equips de processos d'informació	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
AAIM	-25.867,25	-28.022,85	-30.178,46	-32.334,06	-34.489,67	-36.645,27	-38.800,88	-40.956,48	-43.112,08	-45.267,69	-47.423,29	-49.578,90	-51.734,50
C) Despeses formalització préstecs	5.130,00	5.107,50	5.085,00	5.062,50	5.040,00	5.017,50	4.995,00	4.972,50	4.950,00	4.927,50	4.905,00	4.882,50	4.860,00
D) Actiu corrent													
II. Existències mercaderies	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00
III. Deutors													
Clients													
HP deutora IVA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
HP, IVA suportat	0,00	3.426,92	7.229,21	0,00	4.332,84	8.462,02	0,00	5.960,78	13.786,38	0,00	4.288,24	7.765,60	0,00
VI. Tresoreria	101.584,58	78.011,62	63.881,48	50.942,14	41.632,44	35.284,61	42.833,06	57.824,42	114.005,23	122.364,87	102.912,95	84.574,40	71.625,61
TOTAL ACTIU	597.653,33	575.265,93	562.696,72	540.286,83	533.068,61	528.608,61	525.453,69	544.164,48	605.929,53	598.261,43	580.856,40	563.753,86	540.798,11
PASSIU													
A) Fons Propis													
I. Capital social	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00
IV. Reserves													
V. Resultats exercicis anteriors	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83	4.664,83
VI. Pèrdues i guanys	0,00	-12.746,07	-19.928,41	-25.988,38	-25.107,46	-24.997,65	-11.958,17	16.168,87	74.424,67	88.282,64	88.740,82	77.843,34	50.380,71
D) Creditors a llarg termini													
Deutes a llarg termini entitats financeres	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40	287.727,40
E) Creditors a curt termini													
Proveïdors													
Deutes a curt termini entitats financeres	127.693,54	117.172,42	106.629,64	96.065,14	85.478,88	74.870,82	64.240,90	53.589,09	42.915,33	32.219,59	21.501,82	10.761,97	0,00
Altres deutes a curt termini													
HP Creditora IVA	3.568,35			3.818,62			6.779,51			13.366,97			4.433,43
HP, IVA repercutit	0,00	4.448,13	9.604,05	0,00	6.305,74	12.344,00	0,00	10.014,29	24.197,29	0,00	6.221,52	10.756,31	0,00
HP Creditora Impost sobre societats	1.999,21	1.999,21	1.999,21	1.999,21	1.999,21	1.999,21	1.999,21	1.999,21					21.591,73
TOTAL PASSIU	597.653,33	575.265,93	562.696,72	540.286,83	533.068,61	528.608,61	525.453,69	544.164,48	605.929,53	598.261,43	580.856,40	563.753,86	540.798,11

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX IX: Balanç de situació any 3

Imatge 20: Balanç de situació any 3

CONCEPTE	BALANÇ INICIAL	31/01/X2	28/02/X2	31/03/X2	30/04/X2	31/05/X2	30/06/X2	31/07/X2	31/08/X2	30/09/X2	31/10/X2	30/11/X2	31/12/X2
ACTIU													
B) Immobilitzat													
II. Immobilitzat immaterial	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00
AAII	-1.518,00	-1.581,25	-1.644,50	-1.707,75	-1.771,00	-1.834,25	-1.897,50	-1.960,75	-2.024,00	-2.087,25	-2.150,50	-2.213,75	-2.277,00
III. Immobilitzat material													
Terrenys	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Construccions	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00	350.000,00
Mobiliari zones comunes	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00	8.600,00
Equipament habitacions	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00	62.840,00
Equipament zones comunes	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00	24.675,00
Equips de processos d'informació	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
AAIM	-51.734,50	-53.890,10	-56.045,71	-58.201,31	-60.356,92	-62.512,52	-64.668,13	-66.823,73	-68.979,33	-71.134,94	-73.290,54	-75.446,15	-77.601,75
C) Despeses formalització préstecs	4.860,00	4.837,50	4.815,00	4.792,50	4.770,00	4.747,50	4.725,00	4.702,50	4.680,00	4.657,50	4.635,00	4.612,50	4.590,00
D) Actiu corrent	0,00												
II. Existències mercaderies	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00	5.350,00
III. Deutors	0,00												
Clients	0,00												
HP deutora IVA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
HP, IVA suportat	0,00	3.585,75	7.569,91	0,00	4.553,09	8.900,08	0,00	6.324,35	14.671,17	0,00	4.503,96	8.141,69	0,00
VI. Tresoreria	71.625,61	49.389,69	37.838,21	27.600,54	21.025,48	18.097,17	30.277,73	31.098,64	96.739,46	109.741,85	92.029,98	75.913,45	65.732,29
TOTAL ACTIU	540.798,11	519.906,59	510.097,92	490.048,98	485.785,65	484.962,99	486.002,11	490.906,01	562.652,30	558.742,16	543.292,90	528.572,74	508.008,54
PASSIU													
A) Fons Propis													
I. Capital social	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00	172.000,00
IV. Reserves													
V. Resultats exercicis anteriors	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54	55.045,54
VI. Pèrdues i guanys	0,00	-10.451,95	-14.987,85	-18.287,35	-14.082,76	-10.544,30	7.051,90	41.255,55	108.556,57	126.982,93	130.687,35	122.109,02	83.345,31
D) Creditors a llarg termini													
Deutes a llarg termini entitats financeres	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53	156.841,53
E) Creditors a curt termini													
Proveïdors													
Deutes a curt termini entitats financeres	130.885,87	120.101,74	109.295,38	98.466,77	87.615,85	76.742,59	65.846,92	54.928,81	43.988,21	33.025,08	22.039,37	11.031,02	0,00
Altres deutes a curt termini													
HP Creditora IVA	4.433,43			4.390,75			7.624,48			14.847,08			5.056,74
HP, IVA repercutit	0,00	4.778,00	10.311,58	0,00	6.773,75	13.285,90	0,00	10.834,57	26.220,45	0,00	6.679,11	11.545,63	0,00
HP Creditora Impost sobre societats	21.591,73	21.591,73	21.591,73	21.591,73	21.591,73	21.591,73	21.591,73	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	35.719,42
TOTAL PASSIU	540.798,11	519.906,59	510.097,92	490.048,98	485.785,65	484.962,99	486.002,11	490.906,01	562.652,30	558.742,16	543.292,90	528.572,74	508.008,54

Font: Elaboració pròpia.

ANNEX X: Préstec

Imatge 21: Préstec

PERÍODE	QUOTA INTERESSOS	QUOTA AMORTIZ.	QUOTA TOTAL	CAPITAL PENDENT
0	0,00	0,00	0,00	540.000,00
1	1.112,31	10.264,50	11.376,81	529.735,50
2	1.091,17	10.285,64	11.376,81	519.449,86
3	1.069,98	10.306,83	11.376,81	509.143,03
4	1.048,75	10.328,06	11.376,81	498.814,97
5	1.027,48	10.349,33	11.376,81	488.465,64
6	1.006,16	10.370,65	11.376,81	478.094,99
7	984,80	10.392,01	11.376,81	467.702,98
8	963,39	10.413,42	11.376,81	457.289,56
9	941,94	10.434,87	11.376,81	446.854,69
10	920,45	10.456,36	11.376,81	436.398,33
11	898,91	10.477,90	11.376,81	425.920,42
12	877,33	10.499,48	11.376,81	415.420,94
13	855,70	10.521,11	11.376,81	404.899,83
14	834,03	10.542,78	11.376,81	394.357,05
15	812,31	10.564,50	11.376,81	383.792,55
16	790,55	10.586,26	11.376,81	373.206,29
17	768,74	10.608,07	11.376,81	362.598,22
18	746,89	10.629,92	11.376,81	351.968,30
19	725,00	10.651,81	11.376,81	341.316,49
20	703,06	10.673,75	11.376,81	330.642,74
21	681,07	10.695,74	11.376,81	319.947,00
22	659,04	10.717,77	11.376,81	309.229,22
23	636,96	10.739,85	11.376,81	298.489,38
24	614,84	10.761,97	11.376,81	287.727,40
25	592,67	10.784,14	11.376,81	276.943,27
26	570,46	10.806,35	11.376,81	266.136,91
27	548,20	10.828,61	11.376,81	255.308,30
28	525,89	10.850,92	11.376,81	244.457,39
29	503,54	10.873,27	11.376,81	233.584,12
30	481,15	10.895,67	11.376,81	222.688,45
31	458,70	10.918,11	11.376,81	211.770,34
32	436,21	10.940,60	11.376,81	200.829,75
33	413,68	10.963,13	11.376,81	189.866,61
34	391,09	10.985,72	11.376,81	178.880,90
35	368,47	11.008,34	11.376,81	167.872,55
36	345,79	11.031,02	11.376,81	156.841,53
37	323,07	11.053,74	11.376,81	145.787,79
38	300,30	11.076,51	11.376,81	134.711,28
39	277,48	11.099,33	11.376,81	123.611,95
40	254,62	11.122,19	11.376,81	112.489,76
41	231,71	11.145,10	11.376,81	101.344,66
42	208,75	11.168,06	11.376,81	90.176,60
43	185,75	11.191,06	11.376,81	78.985,54
44	162,70	11.214,11	11.376,81	67.771,43
45	139,60	11.237,21	11.376,81	56.534,22
46	116,45	11.260,36	11.376,81	45.273,86
47	93,26	11.283,55	11.376,81	33.990,31
48	70,01	11.306,80	11.376,81	22.683,51
49	46,72	11.330,09	11.376,81	11.353,42
50	23,39	11.353,42	11.376,81	0,00

Font: Elaboració pròpia.