

Annexos: CàmpDog “La Nou de Berguedà”

Ana Celia Ramos Ramos

aram7804@uoc.edu

12/06/2023

Treball Final de Grau

Àmbit d'especialització: Pla d'empresa

Nom del consultor: David Serrat Vidal

ANNEXOS

1. ANNEX 1 – CARACTERÍSTIQUES PER OBTENIR L'AVANTATGE COMPETITIU.....	9
2. ANNEX 2 – OBJECTIUS ESPECÍFICS.....	10
3. ANNEX 3 – PUNTS FORTS I FEBLES DE L'EQUIP FUNDACIONAL.....	11
4. ANNEX 4 – PROGRAMA FUNCIONAL DE CÀMPDOG.....	11
5. ANNEX 5 – SERVEIS AFEGITS DE CÀMPDOG.....	12
6. ANNEX 6 – DIFERENTS ELEMETS DE L'ENTORN ON OPERA UNA EMPRESA.....	12
7. ANNEX 7 – ANÀLISI PESTEL.....	13
8. ANNEX 8 – VARIACIÓ INTERANUAL DE L'IPC.....	13
9. ANNEX 9 – PREVISIONS DE VARIACIÓ ANUAL DE PIB.....	14
10. ANNEX 10 – RENDA MITJA 2021 (EUROS).....	14
11. ANNEX 11 – DETERMINANTS DE L'EVOLUCIÓ DEL CONSUM.....	15
12. ANNEX 12 – PREVISIONS MACROECONÒMIQUES ESPANYA.....	15
13. ANNEX 13 – GESTIONS ADMINISTRATIVES I LEGALS QUE HAURÀ DE REALITZAR L'EMPRESA.....	16
14. ANNEX 14 – PROJECCIÓ DE LLARS I % DE LLARS AMB MASCOTES A ESPANYA 2021.....	16
15. ANNEX 15 – PERSONES QUE VIATGEN AMB MASCOTES.....	16
16. ANNEX 16 – PREFERÈNCIES DE LLOCS ON ANAR DE VACANCES AMB LA TEVA MASCOTA.....	17

17.	ANNEX 17 – DISTRIBUCIÓ DE LA POBLACIÓ QUE TÉ GOS PER TIPUS DE LLAR (2019).....	17
18.	ANNEX 18 – DESCRIPCIÓ DE LA COMPETÈNCIA DIRECTA I INDIRECTA	18
19.	ANNEX 19 – MAPES DE POSICIONAMENT DE CÀMPDOG	19
20.	ANNEX 20 – LES CINQ FORCES DE PORTER.....	20
21.	ANNEX 21 – POLÍTICA DE PREUS DELS ALLOTJAMENTS RURALS	20
22.	ANNEX 22 – ANÀLISI DAFO	20
23.	ANNEX 23 – POLÍTICA RSC DE CÀMPDOG	21
24.	ANNEX 24 – PUNTS CLAU DEL NEGOCI.....	21
25.	ANNEX 25 – ALTRES AVANTATGES COMPETITIVS	22
26.	ANNEX 26 – DIVISIÓ EN SEGMENTS DEL TIPUS DE CLIENT EN FUNCIÓ DE 4 VARIABLES.....	23
27.	ANNEX 27 – DIVISIÓ EN SEGMENTS DEL TIPUS DE CLIENT EN FUNCIÓ DE 4 VARIABLES.....	24
28.	ANNEX 28 – COL·LECTIUS DE CLIENTS CAP A ON ANIRÀ LA OFERTA DE CÀMPDOG.....	25
29.	ANNEX 29 – FACTORS QUE AJUDARAN A DEFINIR MOLT MÉS LA PROPOSTA DE VALOR	25
30.	ANNEX 30 – PROPOSTA I CORBA DE VALOR DE CÀMPDOG I BERGA RESORT.....	26
31.	ANNEX 31 – MATRIU ERIC	27
32.	ANNEX 32 – MATRIU KRALJIC.....	27
33.	ANNEX 33 – MAPA DE CLIENT DE CÀMPDOG	28
34.	ANNEX 34 – ETAPES DE LA RELACIÓ AMB EL CLIENT	29

35.	ANNEX 35 – PREU PER TIPUS DE SERVEI I TEMPORADA.....	29
36.	ANNEX 36 – ACTIVITATS CLAU (CADENA DE VALOR DE PORTER).....	29
37.	ANNEX 37 – ASSOCIACIONS CLAU REQUERIDES	30
38.	ANNEX 38 – PRINCIPALS PARTIDES DE DESPESES.....	30
39.	ANNEX 39 – MODEL CANVAS DETALLAT	31
40.	ANNEX 40 – SITUACIONS QUE PLANTEJA L'ANÀLISI CAME	32
41.	ANNEX 41 – MATRIU DE RISCOS	32
42.	ANNEX 42 – PLA DETALLAT D'ACCIONS DE PREVENCIÓ DE RISCOS	32
43.	ANNEX 43 – VALORS DE CÀMPDOG.....	34
44.	ANNEX 44 – OBJECTIUS I METES DE CÀMPDOG	34
45.	ANNEX 45 – CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI	35
46.	ANNEX 46 – CARACTERÍSTIQUES DE L'EMPRESA.....	35
47.	ANNEX 47 – DESCRIPCIÓ DELS COMPETIDORS DIRECTES DE LA ZONA I INDIRECTES.....	36
48.	ANNEX 48 – DESCRIPCIÓ DEL PRODUCTE DE CÀMPDOG.....	37
49.	ANNEX 49 – OBJECTIUS BASICS DE L'ESTRATEGIA DE PRODUCTE.....	37
50.	ANNEX 50 – ESTRUCTURA PRINCIPAL DE LA WEB DE CÀMPDOG	38
51.	ANNEX 51 – ESTRATÈGIA DE PROMOCIÓ DE CÀMPDOG DETALLADA...	39
52.	ANNEX 52 – DETALL DE 4 VARIABLES MÉS DEL MÀRQUETING MIX	39
53.	ANNEX 53 – PLANS D'ACCIÓ EN FUNCIO DE L'ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING MIX.....	40

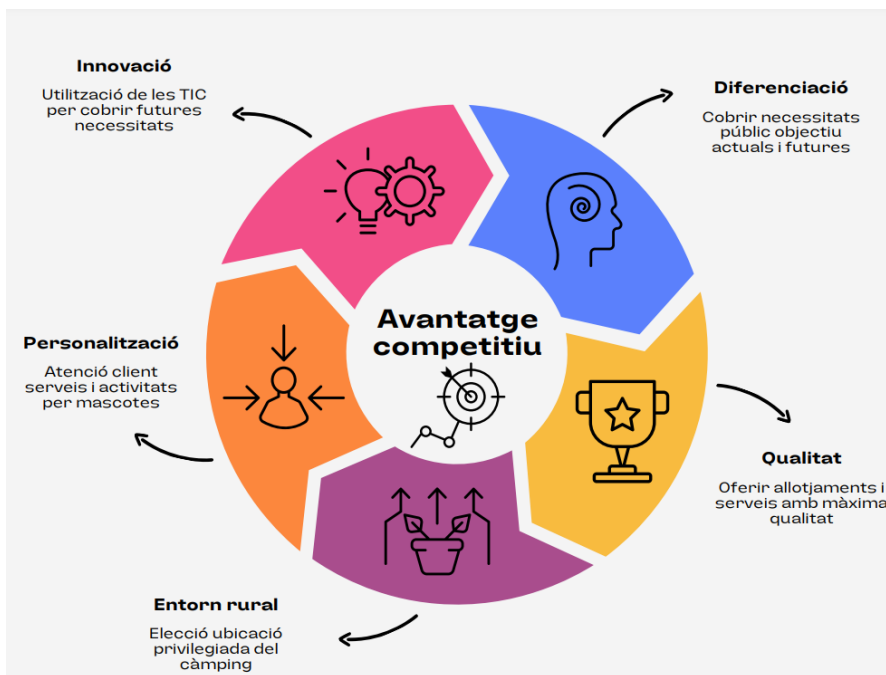
54. ANNEX 54 – FUNNEL DE VENDES PER LA GENERACIÓ MILLENNIAL I GENERACIÓ X.....	41
55. ANNEX 55 – PLA D'ACCIONS DE L'ESTRATEGIA DIGITAL A PARTIR DE LES 4PS DE L'ERA DIGITAL	42
56. ANNEX 56 – DETALL DE L'ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ	43
57. ANNEX 57 – PROCÉS PRODUCTIU DE L'ETAPA DE RESERVA.....	44
58. ANNEX 58 – PROCÉS PRODUCTIU DE L'ETAPA GAUDIR DEL SERVEI	45
59. ANNEX 59 – PROCÉS PRODUCTIU D'ENSINISTRAMENT I AGILITY	46
60. ANNEX 60 – DETALL DE L'ESTRATÈGIA DE RECURSOS MATERIALS PRODUCTIUS – INSTAL·LACIONS I EQUIPAMENTS.....	47
61. ANNEX 61 – DETALL DE L'ESTRATÈGIA DE RECURSOS MATERIALS PRODUCTIUS – MAQUINARIA, MOBILIARI, EQUIPS INFORMÀTICS I UTENSILIS 49	49
62. ANNEX 62 – DETALL DE L'ESTRATÈGIA DE RECURSOS MATERIALS PRODUCTIUS – SEURETAT I HIGIENE	50
63. ANNEX 63 – ELEMENTS DEL PLA LOGÍSTIC DE CÀMPDOG	50
64. ANNEX 64 – DIAGRAMA DE GANTT DE LA PLANIFICACIÓ TEMPORAL... 	51
65. ANNEX 65 – CRONOGRAMA AMB LA PLANIFICACIÓ DE TASQUES	52
66. ANNEX 66 – ORGANIGRAMA DE CÀMPDOG	53
67. ANNEX 67 – TASQUES MÉS RELLEVANTS DE CÀMPDOG	53
68. ANNEX 68 – CONDICIONS, TASQUES, HORARIS DE CADA LLOC DE FEINA ESPECIFIC	54
69. ANNEX 69 – PASSOS A SEGUIR EN LA SELECCIÓ DE PERSONAL.....	55
70. ANNEX 70 – OBJECTIUS SOBRE MECANISME DE GÈNERE INCORPORATS AL PLA D'ORGANITZACIÓ.....	56

71. ANNEX 71 – OBJECTIUS ESPECÍFICS FINANCERS PER ACONSEGUIR L’OBJECTIU GENERAL DE CÀMPDOG	56
72. ANNEX 72 – PRESSUPOST DE LA POSADA EN FUNCIONAMENT DEL CÀMPING.....	57
73. ANNEX 73 – DISTRIBUCIÓ DE LA INVERSIÓ INICIAL I AMORTITZACIÓ ANUAL	58
74. ANNEX 74 – HIPÒTESIS A LA VIDA ÚTIL I DOTACIÓ ANUAL.....	59
75. ANNEX 75 – PERIODE DE COBRAMENTS I PAGAMENTS DE CÀMPDOG .	59
76. ANNEX 76 – DETALL DEL FINANÇAMENT A CURT I LLARG TERMINI	60
77. - ANNEX 77 – FINANÇAMENT I TRESORERIA A 3 ANYS ESCENARI PREVISIBLE	61
78. ANNEX 78 – DISTRIBUCIÓ DE BENEFICIS DE CÀMPDOG.....	61
79. ANNEX 79 – DETALL DELS INCENTIUS ANUALS QUE REBRAN ELS TREBALLADORS	62
80. ANNEX 80 – GRAU D’OCUPACIÓ A PARCEL·LES EN CAP DE SETMANA A CÀMPING AL PIRINEU CATALÀ	62
81. ANNEX 81 – ESTIMACIÓ DE LES DIFERENTS TEMPORADES EN UN ANY COMPLET	62
82. ANNEX 82 – DETALL DELS GRAUS D’OCUPACIÓ DELS DIFERENTS ESCENARIS.....	63
83. ANNEX 83 – DETALL DE LES VENDES AMB IVA DE L’ESCENARI PREVISIBLE	64
84. ANNEX 84 –DETALL DE LES DESPESES DE L’ESCENARI PREVISIBLE... 	65
85. ANNEX 85 – PREVISIÓ DELS INGRESSOS I DESPESES DE L’ESCENARI PREVISIBLE	65
86. ANNEX 86 – COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS A 3 ANYS DE L’ESCENARI PREVISIBLE	66

87.	ANNEX 87 – CÀLCUL DEL PUNT MORT DELS DIFERENTS ESCENARIS ..	67
88.	ANNEX 88 – PREVISIÓ DE LA TRESORERIA A 3 ANYS DE L'ESCENARI PREVISIBLE	68
89.	ANNEX 89 – DETALL DE LES VENDES AMB IVA DE L'ESCENARI PESSIMISTA	69
90.	ANNEX 90 – DETALL DE LES DESPESES DE L'ESCENARI PESSIMISTA .	70
91.	ANNEX 91 – PREVISIÓ DELS INGRESSOS I DESPESES DE L'ESCENARI PESSIMISTA	70
92.	ANNEX 92 – COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS A 3 ANYS DE L'ESCENARI PESSIMISTA	71
93.	ANNEX 93 – PREVISIÓ DE LA TRESORERIA A 3 ANYS DE L'ESCENARI PESSIMISTA	72
94.	ANNEX 94 – DETALL DE LES VENDES AMB IVA DE L'ESCENARI OPTIMISTA	73
95.	ANNEX 95 – DETALL DE LES DESPESES DE L'ESCENARI OPTIMISTA....	74
96.	ANNEX 96 – PREVISIÓ DELS INGRESSOS I DESPESES DE L'ESCENARI OPTIMISTA	74
97.	ANNEX 97 – COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS A 3 ANYS DE L'ESCENARI OPTIMISTA	75
98.	ANNEX 98 – PREVISIÓ DE LA TRESORERIA A 3 ANYS DE L'ESCENARI OPTIMISTA	76
99.	ANNEX 99 – BALANÇ A 3 ANYS DE L'ESCENARI PREVISIBLE	77
100.	ANNEX 100 – ANÀLISI DETALLAT DE LES PARTIDES DEL BALANÇ	78
101.	ANNEX 101 – DETALL PER MESOS DEL PUNT MORT PELS DIFERENTS ESCENARIS.....	78
102.	ANNEX 102 – ACCIONS PER INCREMENTAR LES UNITATS VENUDES A L'ESCENARI PESSIMISTA.....	79

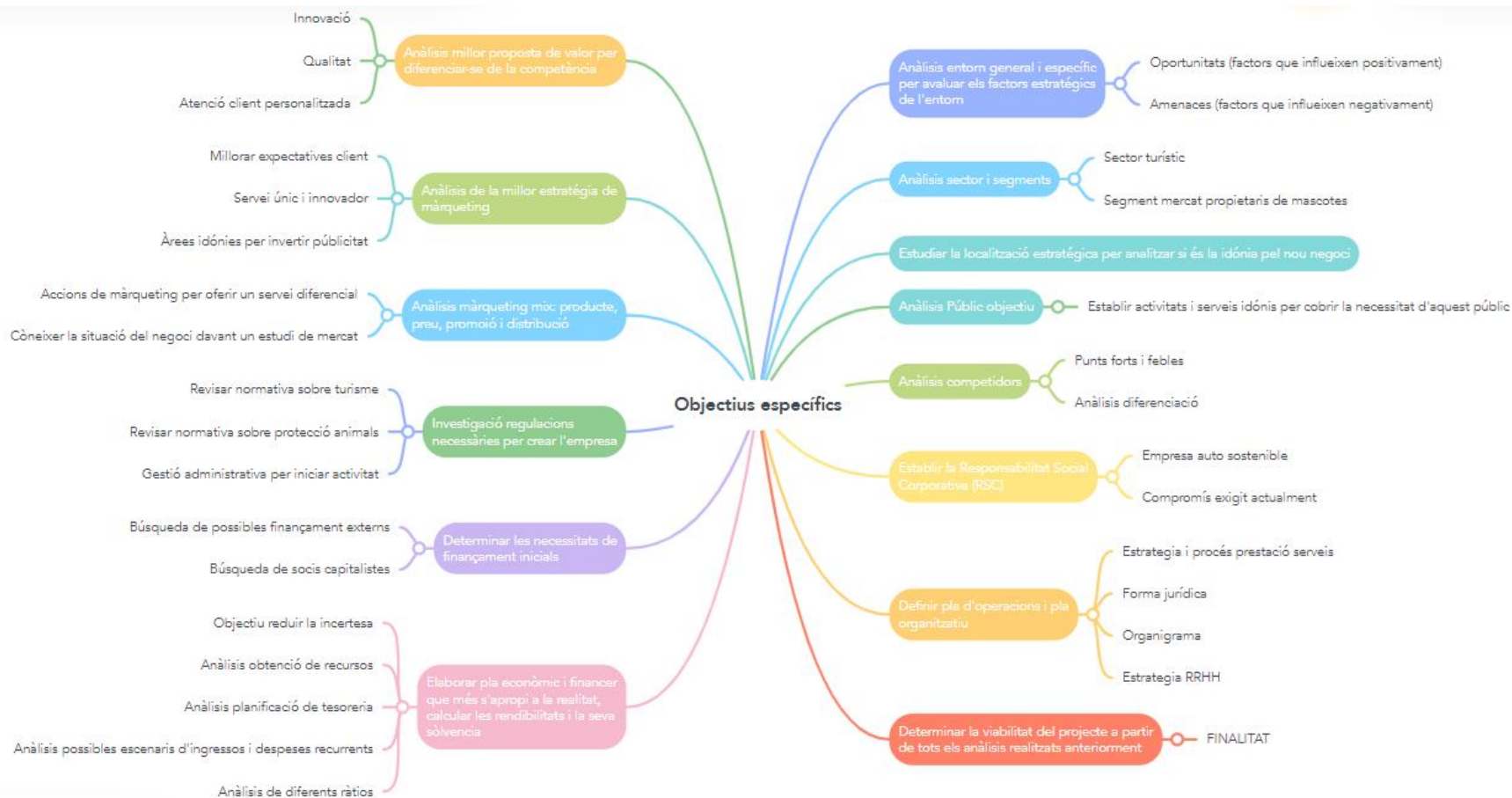
103.	ANNEX 103 – ANÀLISI DE RÀTIOS DE L’ESCENARI PREVISIBLE	80
104.	ANNEX 104 – GRÀFIC DE L’ANÀLISI D’UN CREIXEMENT EQUILIBRAT	82
105.	ANNEX 105 – LIQUIDACIÓ D’IVA A 3 ANYS ESCENARI PREVISIBLE	82
106.	ANNEX 106 – CONDICIONS PRÉSTEC BANCARI	83
107.	ANNEX 107 – QUADRE D’AMORTITZACIÓ DE LA INVERSIÓ	84
108.	ANNEX 108 – LIQUIDACIÓ IMPOST SOBRE BENEFICIS ESCENARI PREVISIBLE	84

1. ANNEX 1 – CARACTERÍSTIQUES PER OBTENIR L'AVANTATGE COMPETITIU



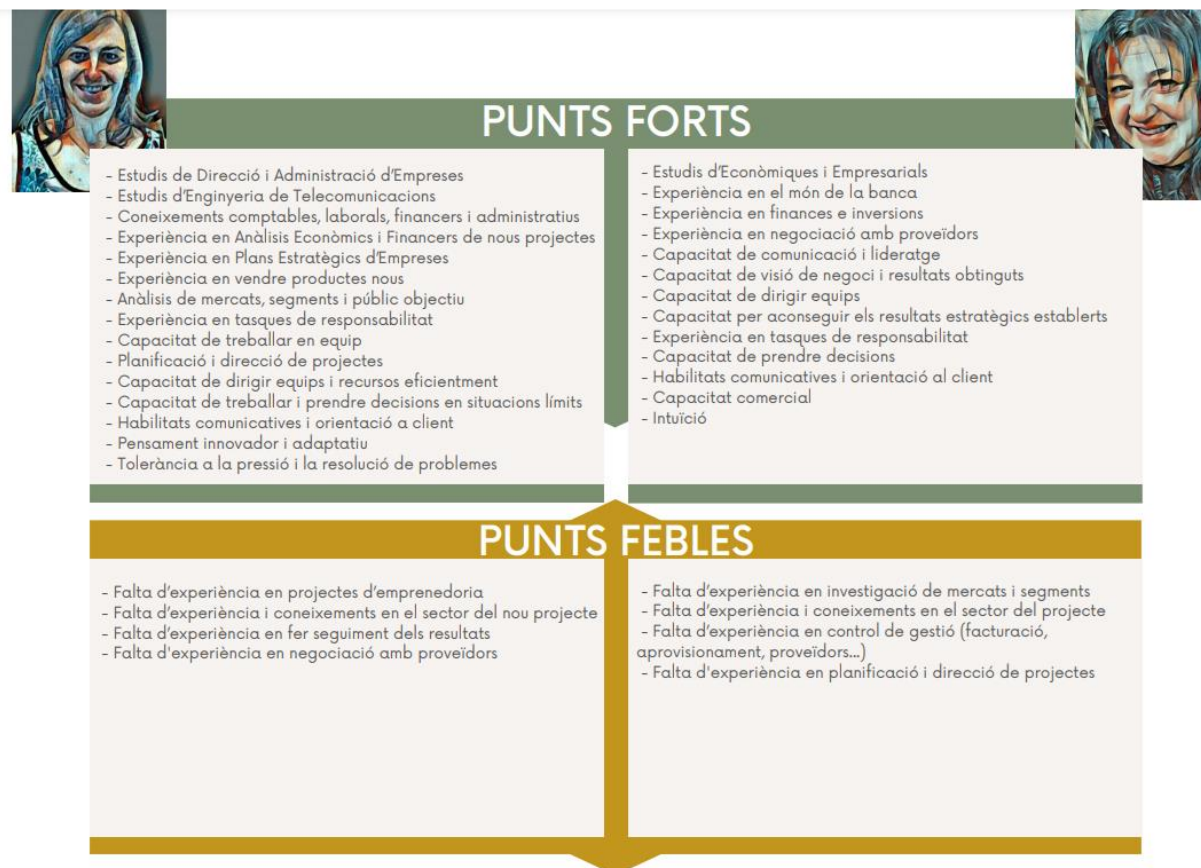
Font: Elaboració pròpia. www.Canva.com [1]

2. ANNEX 2 – OBJECTIUS ESPECÍFICS



Font: Elaboració pròpia

3. ANNEX 3 – PUNTS FORTS I FEBLES DE L'EQUIP FUNDACIONAL



Font: Elaboració pròpia. www.Canva.com [1]

4. ANNEX 4 – PROGRAMA FUNCIONAL DE CÀMPDOG

PROGRAMA FUNCIONAL DE CÀMPDOG		
	UNITATS	SÒL (m²)
ACAMPADA		39.051
Parcel·les	175	28.787
Bungalows	16	4.661
Apartaments	6	480
Zona per serveis a animals		3.030
Zona verda		2.093
EQUIPAMENTS I SERVEIS		14.747
Aparcament		5.301
Turisme	132	
Caravanes	28	
Bar/Restaurant/Supermercat/Terrasses/Piscina		2.000
Instal·lacions comuns: Dutxes, wc, bugaderia...		300
Dipòsit d'abastament d'aigua		355
Instal·lacions esportives		6.791
Deixalleria		100
VIABILITAT I CAMINS		5.317
TOTAL		59.115

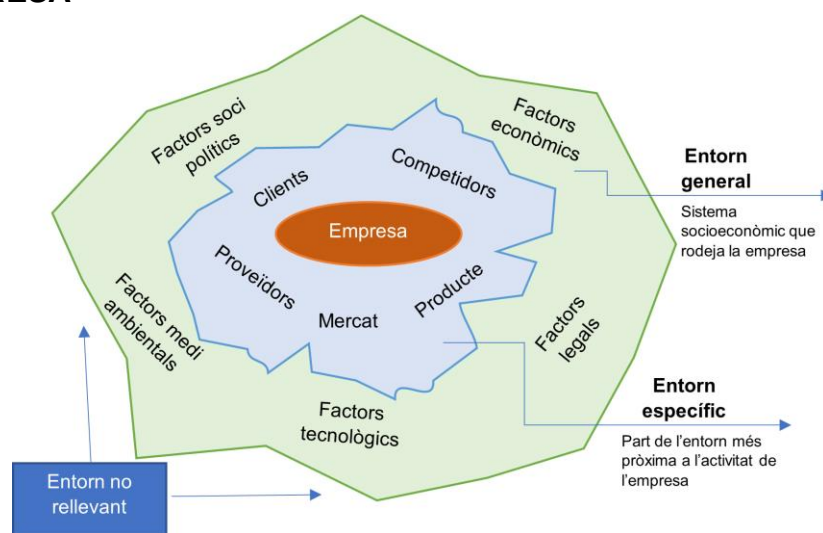
Font: Elaboració pròpia

5. ANNEX 5 – SERVEIS AFEGITS DE CÀMPDOG

Serveis afegits de CàmpDog	
Parcel·les	Algunes parcel·les Premium tindran piques d'aigua.
Bungalows i apartaments	Pack regal amb capsules de cafè, sabó per rentar plats i sabó a les dutxes. Pack complet de tovalloles i drap de cuina que es renovaran cada setmana per a clients de més llarga durada. Pack regal amb galetes i bosses d'excrements per gossos. Entrada a l'allotjament via telèfon mòbil. Wifi. Televisió amb SMART TV. Opció d'hamaques i caseta per a gossos. Cada setmana es canviaran els llençols.
Zona d'esbarjo per a gossos	Piscina per a gossos. Fonts d'aigua. Elements d'agility. Zona per netejar els gossos. Es posaran a disposició dels clients cursos d'educació i/o cursos d'agility per a gossos realitzats per professionals.
Aparcament	Aparcament gratuït per clients. Zona neteja de vehicles. Zona especial per caravanes amb punts de llum, residus i aigua.
Bar, Restaurant, Piscina i Terrasses	Zones especials per persones amb animals. Zones especials per a nens. Menús diaris. Menjar per emportar. Productes del dia al supermercat. Es disposaran pels clients jocs de taula al bar.
Serveis addicionals	Perruqueria per a persones i animals. Serveis d'acollida de persones i animals. Serveis d'ensinistrament i agility per a gossos. Servei personalitzat d'atenció al client. Guies per realitzar rutes i activitats a l'entorn rural per persones i animals.

Font: Elaboració pròpia

6. ANNEX 6 – DIFERENTS ELEMETS DE L'ENTORN ON OPERA UNA EMPRESA



Font: Elaboració pròpia

7. ANNEX 7 – ANÀLISI PESTEL



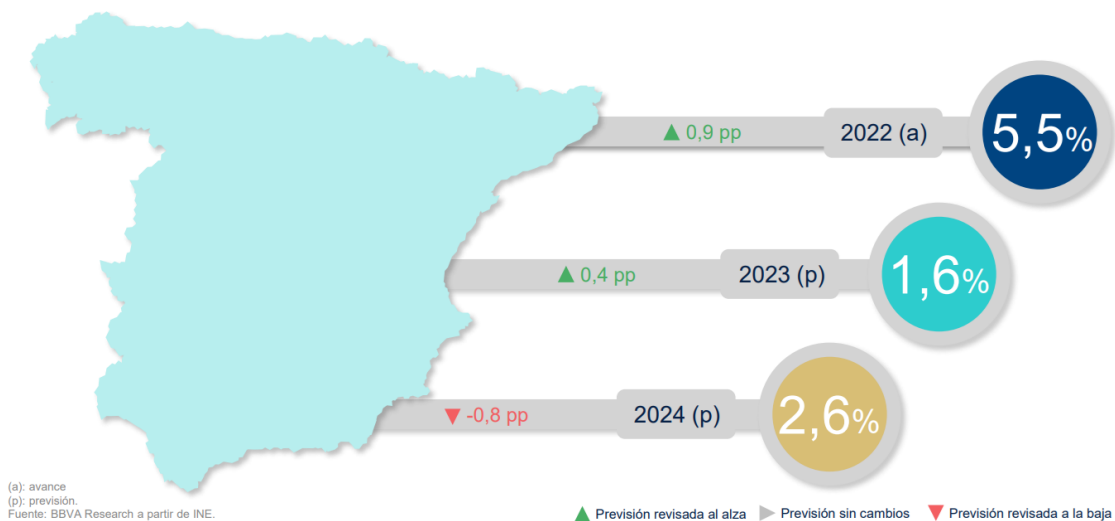
Font: Elaboració pròpia. www.Canva.com [1]

8. ANNEX 8 – VARIACIÓ INTERANUAL DE L'IPC



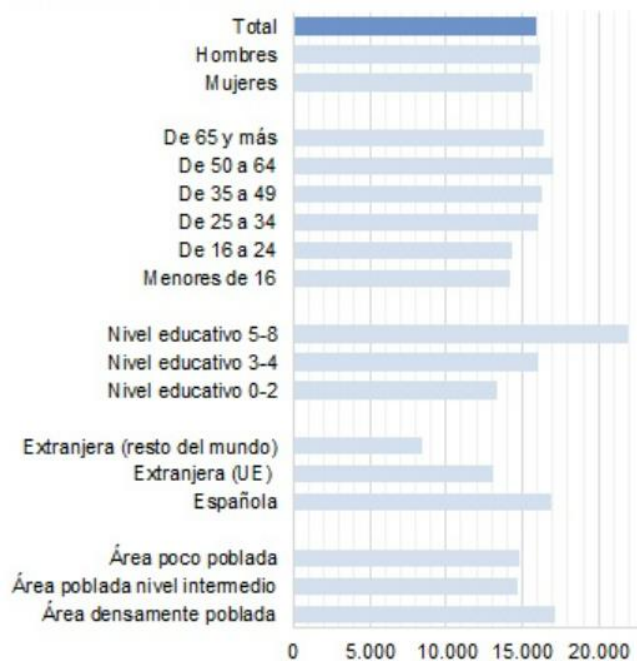
Font: www.funcas.es

9. ANNEX 9 – PREVISIONS DE VARIACIÓ ANUAL DE PIB



Font: BBVA Research a partir de INE

10. ANNEX 10 – RENDA MITJA 2021 (euros)

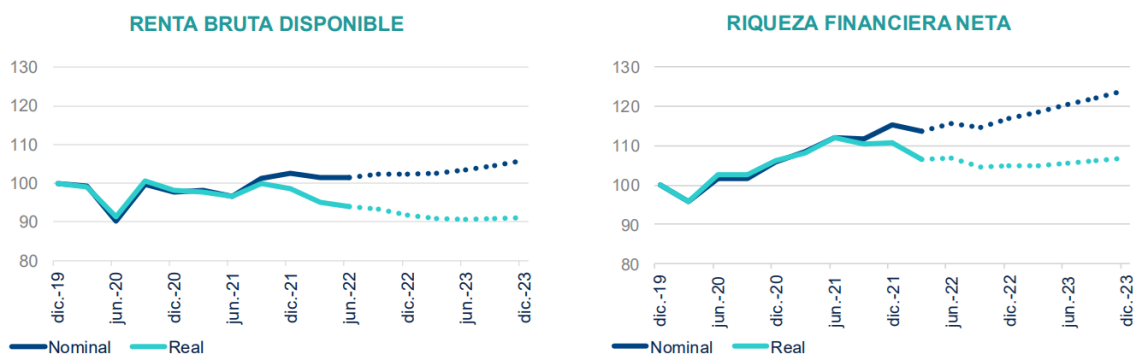


Font: Encuesta de condiciones de vida. INE [8]

11. ANNEX 11 – DETERMINANTS DE L'EVOLUCIÓ DEL CONSUM

RENDA DISPONIBLE Y RIQUEZA FINANCIERA NETA DE LOS HOGARES

(CUARTO TRIMESTRE DE 2019 = 100, DATOS CVEC)



Font: BBVA Research a partir de INE

12. ANNEX 12 – PREVISIONS MACROECONÒMIQUES ESPANYA

(Promedio anual, %)	2020	2021	2022	2023	2024
Actividad					
PIB real	-11,3	5,5	5,5	1,6	2,6
Consumo privado	-12,2	6,0	4,3	1,0	2,8
Consumo público	3,5	2,9	-0,9	2,0	2,4
Formación Bruta de Capital Fijo	-9,7	0,9	4,3	3,0	10,5
Equipo y Maquinaria	-13,3	6,3	3,8	0,9	9,9
Construcción	-10,2	-3,7	4,2	3,3	11,1
Vivienda	-11,4	-4,8	2,7	0,9	10,6
Demanda Interna (contribución al crecimiento)	-9,1	5,2	2,8	1,9	4,2
Exportaciones	-19,9	14,4	14,9	3,2	5,3
Importaciones	-14,9	13,9	7,7	3,8	9,4
Demanda Externa (contribución al crecimiento)	-2,2	0,3	2,6	-0,2	-1,6
PIB nominal	-10,2	7,9	10,1	6,9	5,6
(Miles de millones de euros)	1118,0	1206,8	1328,9	1420,6	1500,1
Mercado de trabajo					
Empleo, EPA	-2,9	3,0	3,1	1,2	2,2
Tasa de paro (% población activa)	15,5	14,8	12,9	12,6	11,5
Empleo CNTR (equivalente a tiempo completo)	-6,8	6,6	3,8	1,1	1,7
Productividad aparente del factor trabajo	-4,5	-1,1	1,7	0,5	0,9
Precios y costes					
IPC (media anual)	-0,3	3,1	8,4	3,9	2,8
IPC (fin de periodo)	-0,5	5,8	5,7	4,4	2,6
Deflactor del PIB	1,1	2,4	4,6	5,2	3,0
Remuneración por asalariado	2,5	-0,8	2,0	4,7	4,2
Coste laboral unitario	7,0	0,3	0,3	4,2	3,3
Sector exterior					
Balanza por Cuenta Corriente (% del PIB)	0,4	0,9	0,8	0,4	-1,3
Sector público (*)					
Deuda (% PIB)	120,4	118,3	111,3	108,0	105,6
Saldo AA.PP. (% PIB)*	-9,9	-6,8	-3,9	-3,9	-3,3
Hogares					
Renta bruta disponible	-2,0	3,1	4,1	6,4	5,7
Tasa de ahorro (% renta bruta disponible)	17,6	13,7	7,2	9,0	8,5

Font: BBVA Research [9]

13. ANNEX 13 – GESTIONS ADMINISTRATIVES I LEGALS QUE HAURÀ DE REALITZAR L'EMPRESA

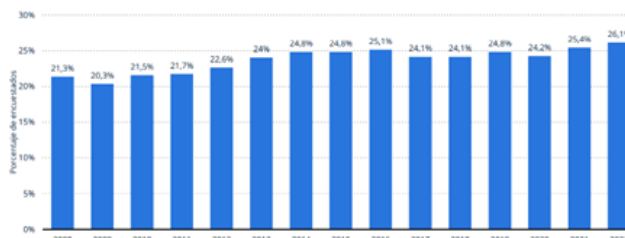
Gestions administratives i legals que haurà de realitzar l'empresa	
1)	Sol·licitar un certificat al Registre Mercantil de que el nom no existeix.
2)	Acordar que tipus de personalitat tindrà l'empresa.
3)	Presentar el Model 036 per obtenir un NIF provisional.
4)	Obrir un compte bancari per depositar el Capital Social i part de la inversió inicial.
5)	Anar al notari per constituir la Societat on es detallarà l'aportació de Capital, Òrgan d'Administració, Denominació Social i Objecte Social.
6)	Inscriure la escriptura notarial en el Registre Mercantil.
7)	Obtenció del certificat digital FNMT de Persona Física per vincular al subscriptor- amb unes dades de verificació de firma i confirmació de la seva identitat.
8)	Presentar el Model 036 per donar d'alta l'activitat, direcció fiscal i social, membres de l'òrgan d'administració i obligacions fiscals.
9)	Donar d'alta els treballadors a la Seguretat Social.
10)	Trimestralment es presentarà els models referents a l'IVA, IRPF i altres tipus de retencions.
11)	Al finalitzar l'exercici fiscal es legalitzaran llibres comptables, es presentaran Comptes Anuals e Impost de Societats.
12)	S'haurà de complir amb el RGPD, el nou reglament general de protecció de dades que regula el tractament que realitzen persones, empreses u organitzacions de les dades personals relacionades amb persones en la UE.
13)	S'haurà de complir amb la llei de prevenció de Riscos Laborals i la llei de prevenció de Blanqueig de capitals.

Font: Elaboració pròpia

14. ANNEX 14 – PROJECCIÓ DE LLARS I % DE LLARS AMB MASCOTES A ESPANYA 2021

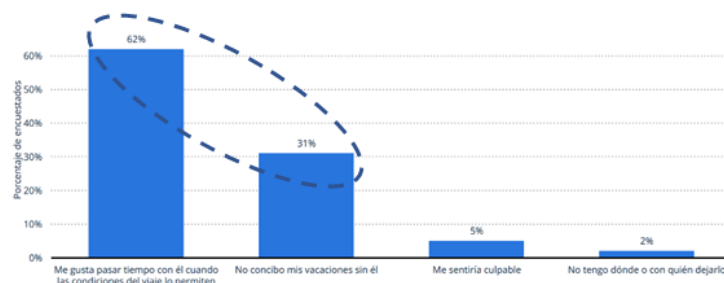
Proyección de Hogares en España (2022-2037)

Año	Número de hogares a 1 de enero	Crecimiento absoluto en cinco años
2022	18.916.118	1.083.948
2027	20.000.066	960.127



Font: Los Viajes con perro en España. (Statista) i Proyección de hogares 2022-2037. (INE) [14]

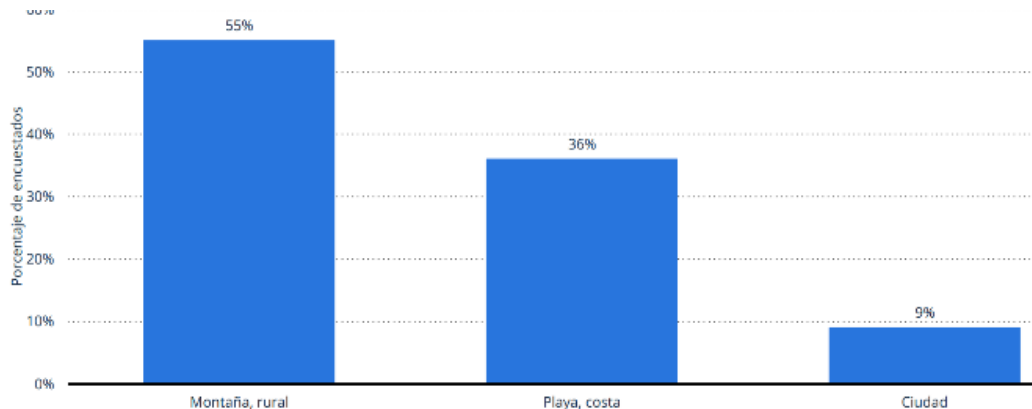
15. ANNEX 15 – PERSONES QUE VIATGEN AMB MASCOTES



	Total
2020	
Barcelona	
Total (tipo de hogar)	2.237,9 ¹
Girona	
Total (tipo de hogar)	294,5 ¹
Lleida	
Total (tipo de hogar)	175,5 ¹
Tarragona	
Total (tipo de hogar)	321,4 ¹
TOTAL	3.029.3 milers llars

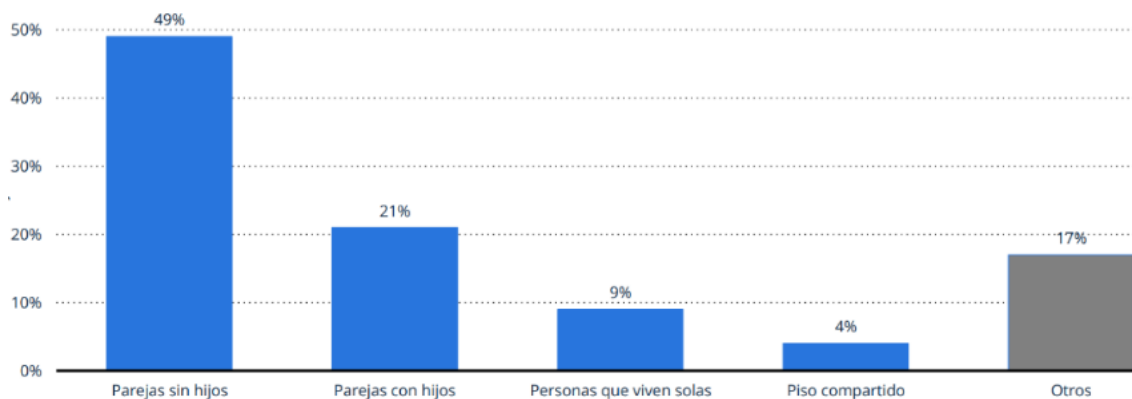
Font: Los Viajes con perro en España. (Statista) i INE [15]

16. ANNEX 16 – PREFERÈNCIES DE LLOCS ON ANAR DE VACANCES AMB LA TEVA MASCOTA









Font: Los Viajes con perro en España. (Statista) i INE [15]

17. ANNEX 17 – DISTRIBUCIÓ DE LA POBLACIÓ QUE TÉ GOS PER TIPUS DE LLAR (2019)



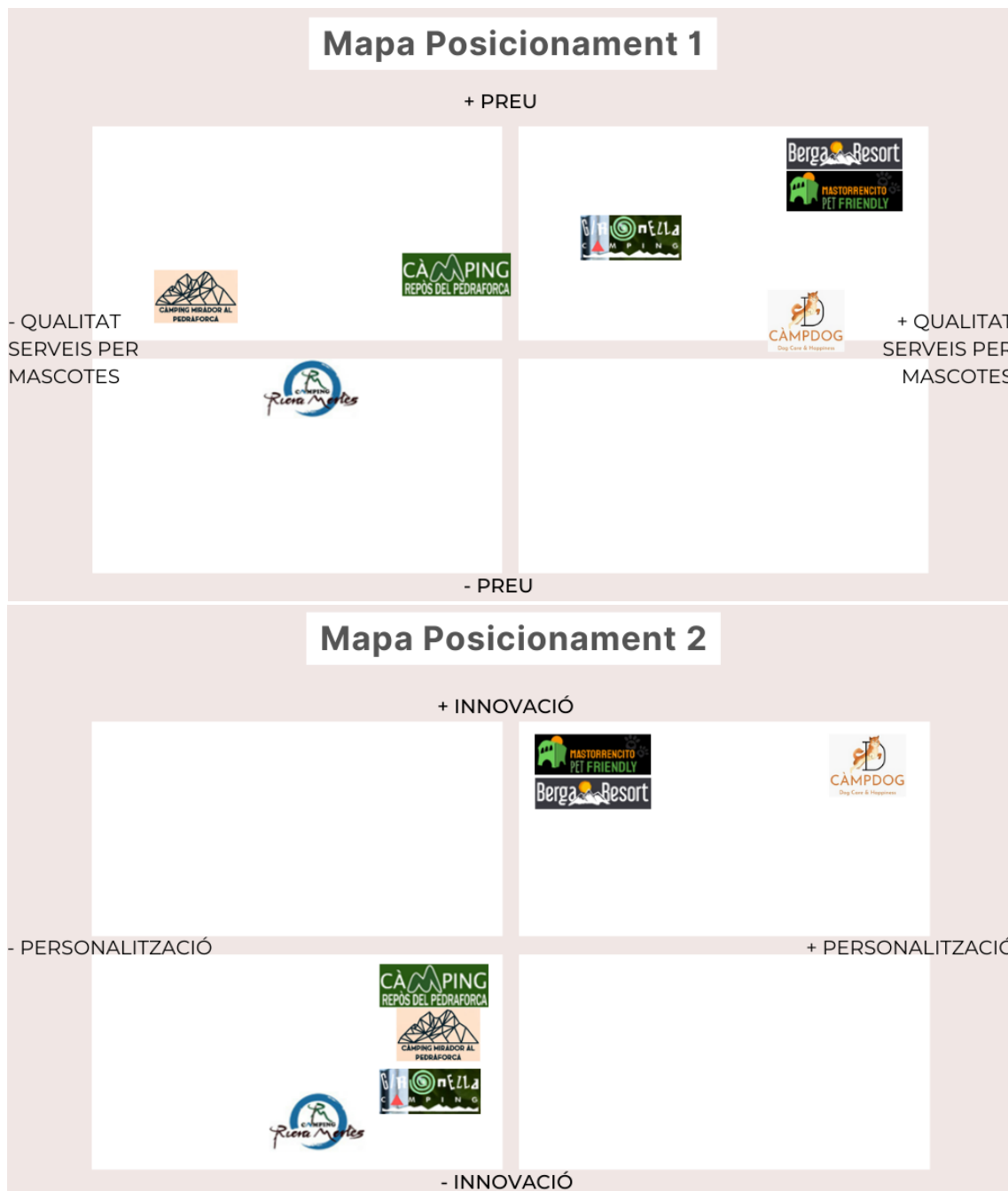
Font: Portal de estadísticas para datos de mercado (<https://es.statista.com>) [15]

18. ANNEX 18 – DESCRIPCIÓ DE LA COMPETÈNCIA DIRECTA I INDIRECTA

	Allotjament	Ubicació	Descripció	Instal·lacions	Mascotes	Webs	
COMPETÈNCIA DIRECTA	 Berga Resort	Càmping Berga Resort	Berga	Complex Turístic Esportiu amb Wellness Center, amb un circuit d'aigües, massatges, gimnàs, zona d'oci infantil i restauració.	Allotjament en parcel·les i mòbil home, algun d'ells amb jardí privat, per tal que les mascotes puguin estar lliurement dintre de l'allotjament.	Suplement de 9,5€/nit als mòbil home i 5,3€/nit Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades, no pertorbar el descens d'altres ostes i no es poden quedar sols a l'habitació. Pes màxim del gos 50kg	https://www.bergaresort.com/es/
	 Camping Gironella	Càmping Gironella	Gironella, a 14 km de Berga	Es tracta d'un càmping familiar i acollidor, rodejat de naturalesa i tranquil·litat.	Disposen de Bar-Restaurant, mini supermercat, discoteca, sala de cinema, sala de fitness, sala de jocs, pista de pàdel, futbol i basquet.	Mascotes permeses en parcel·les i en alguns mòbil home Suplement per mascota de 6€/nit. Les mascotes hauran d'estar dintre els límits de la unitat d'acampada o mòbil home i que no causin molèsties a les unitats veïnes, han d'estar sempre lligats, recollir els excrements tant a l'interior com a l'exterior del càmping i no es permet l'entrada a gossos declarats potencialment perillosos.	https://www.campinggironella.cat/es/
	 Càmping Mirador del Pedraforca	Càmping Mirador del Pedraforca	Saldes, a 34 km de Berga	Càmping familiar, enclavat en plena natura, rodejat de boscos.	Disposen de sauna comunitària, sala de jocs i Bar-Restaurant.	Mascotes permeses en mòbil homes i parcel·les. Suplement per mascotes 4€/nit Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades, no pertorbar el descens d'altres ostes i no es poden quedar sols a l'habitació.	https://miradoralpedraforca.cat/
	 Càmping Repòs del Pedraforca	Càmping Repòs del Pedraforca	Saldes, a 34 km de Berga	Càmping familiar, enclavat en plena natura, rodejat de boscos.	Disposen de piscina interior i exterior, Bar-Restaurant, jacuzzi spa i gimnàs i petita botiga.	Suplement de 8,8€/nit Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades i no pertorbar el descens d'altres.	https://www.campingpedraforca.com/es/
	 Càmping Riera de Merles	Càmping Riera de Merles	Borredà, a 28 km de Berga	Càmping familiar, enclavat en plena natura, rodejat de boscos.	Disposen de Bar-Restaurant, supermercat, piscina exterior, parc infantil i futbol i zona esportiva.	Suplement 3€/nit a parcel·les i 10€/nit a mòbil home. Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades i no pertorbar el descens d'altres.	http://www.campingrieraerles.net/
COMPETÈNCIA INDIRECTA	 Mas Torrencito	Mas Torrencito	Parets d'Empordà; a 147 km de Berga	Casa rural que ofereix una experiència única per les persones i la seva mascotes.	Zones ajardinades, zones de relax, piscina climatitzada, parking i wifi en qualsevol lloc. Restaurant pels clients i la seva mascota	Els animals tenen tota la llibertat per passejar per la casa, menys a la cuina. Per socialitzar, jugar i entretenir-se Piscina per animals Activitats organitzades per mascotes, des de senderisme a experiències úniques	https://www.mastorencito.com/

Font: Elaboració pròpia

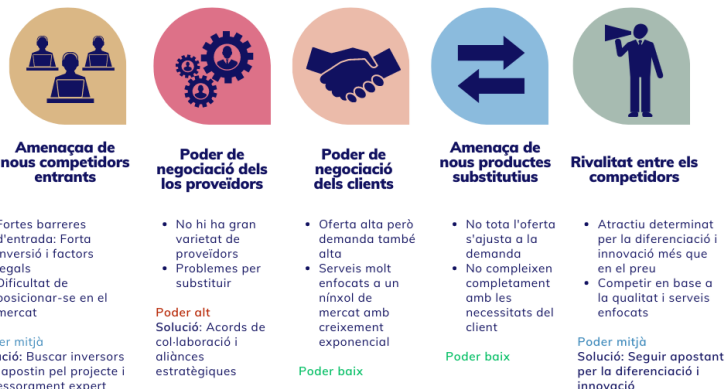
19. ANNEX 19 – MAPES DE POSICIONAMENT DE CÀMPDOG



Font: Elaboració pròpia

20. ANNEX 20 – LES CINC FORCES DE PORTER

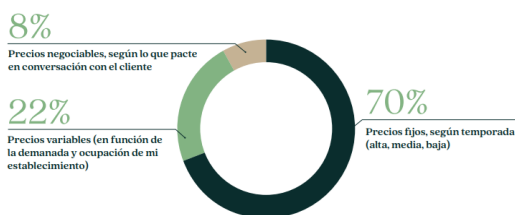
LES CINC FORCES DE PORTER



Font: Elaboració pròpia [1]

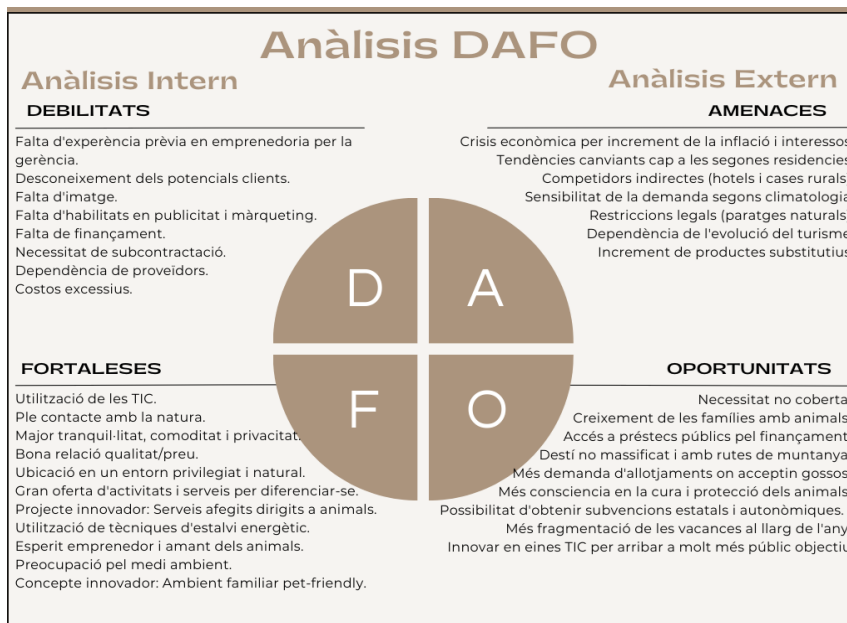
21. ANNEX 21 – POLÍTICA DE PREUS DELS ALLOTJAMENTS RURALS

Base n= 2.257 propietaris/as rurals.



Font. Informe anual del turismo rural en 2022. Observatorio del turismo rural

22. ANNEX 22 – ANÀLISI DAFO



Font: Elaboració pròpia

23. ANNEX 23 – POLÍTICA RSC DE CÀMPDOG

Política RSC de CàmpDog	
	Impulsar la Sostenibilitat exercint un ús energètic sostenible per reduir els efectes negatius sobre l'entorn mitjançant un Pla de Sostenibilitat. Aquest pla inclourà la instal·lació de plaques solars per donar llum i escalfar aigua calenta, el triatge de residus pel seu correcte reciclatge i qualsevol servei i activitat s'analitzarà per fer-ho el més sostenible possible. Per assegurar-se del seguiment i la consecució d'aquest pla, un dels dos socis fundadors tindrà la responsabilitat directa.
	Promoure la inserció de personal discapacitat en tasques necessàries al càmping, tals com, jardineria, neteja, bugaderia...
	Realitzar polítiques de conciliació familiar pels treballadors, facilitat d'horari, pla de comunicació, formació continua i equitat retributiva, per tal que els treballadors es sentin identificats amb els valors de la empresa i orgullosos de pertànyer a aquesta comunitat.
	S'establiran bones pràctiques laborals sense discriminació racial, per gènere o idees polítiques. Es pagaran els sous mensualment i es prestarà ajuda i atenció a les possibles queixes dels treballadors.
	Es complirà amb la llei de Prevenció de Riscos Laborals per tal de que els treballadors estiguin segurs als seus llocs de treball.
	CàmpDog realitzarà patrocini d'activitats socials o benèfiques incloent alguna partida de donació en els pressupostos sempre que els beneficis ho permetin.
	S'implantaran polítiques de preu just
	CàmpDog haurà d'afegir valor a tot allò que l'envolta mitjançant accions responsables que tenen un afany de cohesió social generadora de beneficis per tots els grups d'interès formant part del seu avantatge corporatiu.
	Impactes a la Societat, tals com, cursos de ensinistrament gratuïts pels seus clients en certes dates, formació específica pels treballadors perquè puguin estar al dia de les últimes novetats relacionades amb el consum sostenible, informació sobre hàbits saludables a la web del càmping i la innovació tecnològica per una correcta assignació de recursos i generar el màxim valor pel client.

Font: Elaboració pròpia

24. ANNEX 24 – PUNTS CLAU DEL NEGOCI

Punts clau de CàmpDog	
Qualitat dels serveis	La oferta estarà basada en la diferenciació, per tant, uns dels punts claus serà la immillorable experiència que rebran els clients. Per aconseguir-ho, s'haurà de fer molt d'èmfasi en el tracte que puguin rebre els clients oferint una oferta més lligada a valors, vivència, tradició i relacions. A més, serà molt important conèixer el grau de satisfacció en cada moment de la cadena de valor, per veure on realment s'ha de millorar o canviar coses per oferir la millor experiència al client. Les enquestes de satisfacció seran un element clau durant la fase de prevenda, durant la venda i la post venda per assegurar-nos d'oferir una millora continua en la relació amb els clients.
Nivell de competitivitat	S'ha de prestar atenció en la identificació dels competidors directes e indirectes actuals i a la entrada de nous competidors en el futur.
Fidelització del client	S'elaborarà una guia d'actuació i seguiment per cada client per aconseguir fidelitzar-los. S'oferiran ofertes per clients fidels per aconseguir lloguers recurrents o anuals.
Preus	El preu sempre s'ajustarà el màxim possible a preus de mercat, però oferint més serveis afegits.
Oferir serveis no convencionals	
Serveis online	Pàgina web i app amb bona i actualitzada informació en quant a disponibilitat i reserves, lloguer de serveis, restaurant, esdeveniments... i on l'agilitat del procés de compra sigui el punt més important.
La innovació	Innovació continua per oferir una experiència de client immillorable, tals com, check in sense haver de baixar del cotxe, obrir la porta del bungalow amb el telèfon mòbil...
Instal·lacions en perfecte estat	Les instal·lacions estaran molt cuidades i netes per oferir una imatge de qualitat i serietat.
Experiència connectada	S'instal·larà un servei d'accés gratuït a Internet d'alta velocitat per tot el càmping i dintre dels mòbil home les televisions tindran accés a les plataformes de tv més importants del país, tals com, Netflix, Amazon Prime, Hbo...
Aliances	S'establiran aliances amb els col·laboradors estratègics definits per oferir el millor servei al menor preu.
Canals de distribució	Els canals de distribució són un element clau, ja que gran part de la interacció amb el client es preveu que sigui per mitjà de plataformes pròpies i alienes, per tant, s'hauran de valorar quins són els canals aliens idonis per arribar al màxim públic objectiu.

Font: Elaboració pròpia

25. ANNEX 25 – ALTRES AVANTATGES COMPETITIVS

Altres avantatges competitiu	
Les famílies amb mascotes solen quedar-se més temps	Per les famílies amb mascotes és més pràctic portar-los amb ells durant les vacances llargues o dies festius en lloc de deixar-los a casa o en acollides per a gossos, per tant, els ingressos per allotjament seran més estables.
La demanda d'allotjaments on permeten mascotes és molt més alta que la oferta	Les opcions que tenen les famílies amb mascotes són limitats i si és senten còmodes amb aquest allotjament, repetiran segur.
Millores la experiència de les famílies	Quant les famílies poden viatjar amb la seva mascota, l'estança es torna més especial i memorable millorant així de forma destacada l'experiència general dels clients. D'aquesta forma és més probable que els clients deixin crítiques positives i recomanin la seva propietat a altres clients que viatgin amb mascotes.
Aquests tipus de clients són més fidels i recomanen molt més a altres possibles clients	Les famílies amb mascotes aprecien moltíssim els allotjaments que són amigables amb les mascotes i els recomanaran a altres famílies que estiguin dintre del mateix nínxol. A més, aquests seran fidels a aquest allotjament perquè és molt difícil trobar allotjaments on les teves mascotes es sentin segures i felices.
Experiència única per les mascotes	Les mascotes tindran serveis pel seu benestar igual que les persones, els allotjaments estaran tancats, tindran una caseta, joguines... i una càmera de videovigilància on els propietaris podran observar l'estat de les mascotes en qualsevol moment. A més, tindran altres valors afegits com horaris de passeig personalitzat, temps d'esbarjo en la zona recreativa, classes d'agility, perruqueria canina, piscina i molts més serveis que s'aniran afegint depenent de la demanda dels clients.
Utilització de noves tecnologies i software	Es produirà una innovació continua perquè l'experiència dels clients i animals sigui excepcional, tals com, reserva online amb actualització continua de preus, serveis afegits, dates d'esdeveniments..., app per poder entrar a l'allotjament, control videocàmeres, pagament serveis extres...
Formació continua i experiència del treballadors	Generar confiança cap al client és la clau de l'èxit. Per això s'elaborarà una guia d'actuació amb el client per generar una relació personal de compromís, empatia i tranquil·litat i poder solucionar qualsevol problema que pugui sorgir.

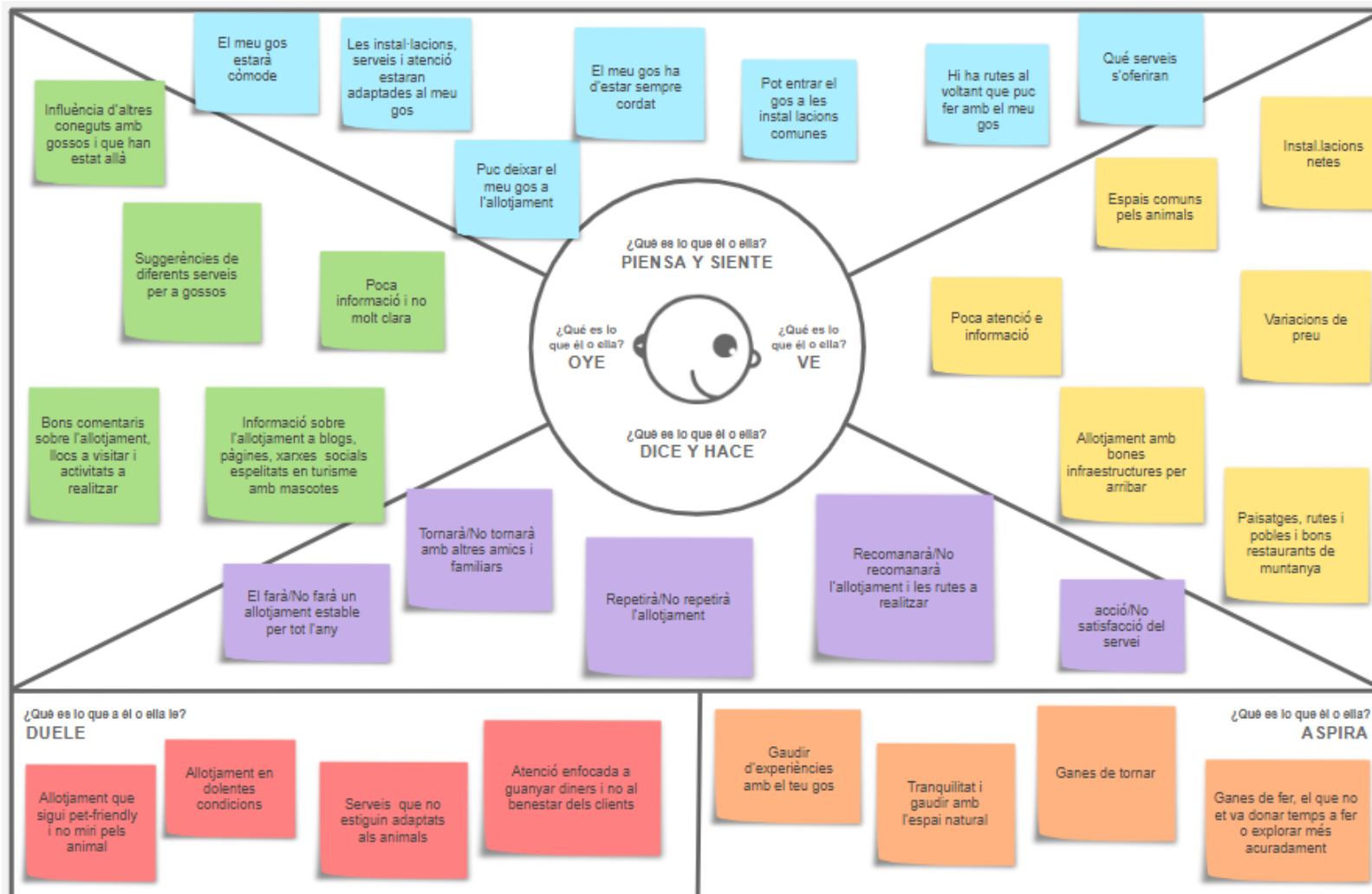
Font: Elaboració pròpia

26. ANNEX 26 – DIVISIÓ EN SEGMENTS DEL TIPUS DE CLIENT EN FUNCIÓ DE 4 VARIABLES

Divisió en segments en funció del tipus de client i de les variables següents	
<p>Variabls geogràfiques</p> <p>El càmping estarà situat a la Nou de Berguedà, petit poble de muntanya molt a prop de Berga i l'àmbit d'acció serà tota Catalunya perquè estarà enfocat a estades de cap de setmana, ponts i festius i vacances. En menor mesura també pot estar enfocat a persones fora de Catalunya que volen passar les seves vacances a l'entorn rural. Com podem observar a la següent gràfica l'entorn rural és el destí preferit pels viatges amb mascotes amb un 55% del total d'enquestats.</p> <p>El càmping estarà situat a la Nou de Berguedà, un poble de muntanya molt a prop de Berga. A Catalunya, la demanda d'allotjaments està per sobre que a Espanya, un escenari clarament optimista, però amb les cauteles que exigeix la encara volàtil tessitura geopolítica i econòmica que s'estima que la consolidació de la recuperació turística s'estendrà sobretot a les Comunitats més vacacionals. Les vendes creixeran un 7,8% en 2023 vs. 2019 com es pot veure a la següent gràfica, gràcies sobretot a que Catalunya té tant destins de costa com de muntanya podent oferir una varietat de productes adaptats a qualsevol època de l'any. Això es degut a que les escapades rurals no tenen estacionalitat i es realitzen molt en caps de setmana i ponts, per això és molt important que el destí estigui al costat.</p>	<p>Font: Valoració turística empresarial de 2022 i perspectiva per 2023. www.excelsior.org</p> <p>Font: Los Viajes con perro en España. (Statista) i INE</p>
<p>Variabls demogràfiques</p> <p>El perfil del turista rural són les dones amb un 67% del total de turistes rural i fedat entre el públic objectiu està en més de 40 anys. Qui menys practiquen aquest tipus de turisme són les persones compres entre els 18 i 29 anys amb aproximadament un 4% com es pot observar a la següent gràfica.</p> <p>Com que l'oferta anirà cap a persones que tenen mascotes, observem que aquest tipus de viatges i allotjaments encara no han calat el suficient en el perfil Milennial (persones entre 24 i 42 anys) i que com podem a la següent gràfica, un 58% de la població amb mascotes són parelles o persones soles on la majoria tindran seran Millenials, ja que aquestes persones comencen a tenir poder adquisitiu, comencen a independitzar-se i si estan en parella encara no han decidit tenir fills però si que han decidit tenir una mascota.</p>	<p>Font: Informe anual del turisme rural 2022. www.escapadarural.com</p> <p>Font: Los Viajes con perro en España. (Statista) i INE</p>
<p>Variabls psicogràfiques</p> <p>La majoria de persones amb animals completen amb unes característiques comuns entre si i diferents de la resta. Es consideren "parets" dels seus gossos i estan seriosament compromesos amb el benestar dels seus respectius "fills" i on la majoria d'aquests propietaris pertanyen a la Generació Milennial que està composta per les persones nascudes entre els 1980 i 2000. Les característiques d'aquestes persones són que incorporen sempre a les seves mascotes al seu estil de vida, per norma general estan hiperconnectats, ja que la tecnologia és part de la seva vida, rebuigen les figures d'autoritat i suposen que el poder ha de ser totalment distribuït, tenen idees filosòfiques pròpies i estan a favor de les causes socials, la cura del medi ambient, el respecte pels animals i la igualtat i per ells és molt important la independència, la auto superació i l'emprenedoria.</p> <p>Això no vol dir que només els Millennials tinguin animals, però aquests van ser els primers que van incloure'ls a les seves activitats i estils de vida, dormir al costat, expressar-se col·lectivament pel respecte de l'animal i a més, enorgullir-se de forma extrema per tot l'anterior comentat. Són persones que opten per retardar la seva maternitat o directament no estan en els seus projectes de vida.</p> <p>Posteriorment, s'han afegit la resta de generacions amb mascotes a aquests estils de vida, pensaments, motivacions, opinions.</p> <p>Aquestes persones amb mascotes quant estan pensant en fer un viatge, en la majoria de les ocasions, la decisió d'anar d'escapada rural sorgeix de forma espontània entre els viatgers i on la principal font d'inspiració sobre els millors llocs per anar amb el seu gos és Internet, seguit de recomanacions de familiars i amics amb gossos.</p> <p>A més, aquest canvi de valors a la Societat actual, ha generat que es tendeixi a considerar més els aspectes ecològics i no només significa preocupació pel entorn, si no implica la elecció de destins menys massificats i més rurals, on el client busca la qualitat de vida que es troba a faltar en la ciutat. L'important és establir relacions i integrar-se en un medi rural.</p> <p>Aquests canvi de mentalitat ha afavorit que els espanyols marxïn de vacances, cada vegada més, amb les seves mascotes. Així ho indica l'informe elaborat per agenciaSEO.eu com es pot observar a la següent gràfica, en el que es recull que, des de l'últim estiu pre pandèmia a l'actualitat, s'han disparat en Google les cerques relacionades amb allotjaments que admeten mascotes.</p>	<p>Font: El turisme amb mascotes guanya terreny a Espanya. AgenciaSEO.eu</p> <p>Des de 2018 a l'actualitat, les cerques relacionades amb allotjaments turístics que permeten mascotes han crescut més d'un 90%</p>
<p>Variabls conductuals</p> <p>Els clients són persones que els encanta gaudir del seu temps, per la qual cosa estan disposats a establir una relació de confiança amb un servei si aquest li ofereix solució a les seves necessitats i preocupacions.</p> <p>Aquestes persones valoren més el servei per sobre del preu.</p> <p>El consumidor actual és més actiu i independent, reclama productes diferents, destins alternatius i serveis a mida. Per això, és aquí on el turisme rural ofereix una major possibilitat per clients amb mascotes que el tipic turisme de masses de tota la vida.</p> <p>Aquests canvis de conducta cap a destins rurals s'observen a la següent gràfica, on la penetració del turisme rural a Espanya ha crescut pràcticament 2 punts passant del 40,9% en 2021 al 42,5% en 2022. La gran majoria de persones que han practicat turisme rural són repetidores (93%), però hi ha al voltant d'un 7% que s'han estrenat en 2022, el que indica que el sector va guanyant nous adeptes.</p> <p>Per això, hi ha més persones que practiquen turisme rural. Una altra dada que confirma la bona salut del turisme rural, és que creix la freqüència d'escapades de forma notable. El grup que han realitzat més de 3 escapades rurals a l'any representa el grup majoritari amb un 54% del total.</p> <p>Una altra canvi de conducta important és que la duració mitja de les escapades rurals realitzades en 2022 és de 2,91 nits i on la majoria de les estances són de 2 nits amb un 47% com s'observa a l'Annex 35. Aquesta dada concorda amb la tendència de la pràctica del turisme en caps de setmana i ponts.</p> <p>Per últim, aquests consumidors de turisme rural tenen com a sistema de reserva favorit la reserva online com podem observar a la següent gràfica.</p>	<p>Font: Observatori de turisme rural a Espanya. www.escapadarural.com</p> <p>Font: Observatori de turisme rural a Espanya. www.escapadarural.com</p> <p>Font: Observatori de turisme rural a Espanya. www.escapadarural.com</p>

Font: Elaboració pròpia

27. ANNEX 27 – DIVISIÓ EN SEGMENTS DEL TIPUS DE CLIENT EN FUNCIÓ DE 4 VARIBLES



Font: Elaboració pròpia

28. ANNEX 28 – COL·LECTIUS DE CLIENTS CAP A ON ANIRÀ LA OFERTA DE CÀMPDOG

Col·lectius de clients cap a on anirà la oferta de CàmpDog	
Famílies amb fills i animals	Busquen allotjaments rurals per vacances i alguns caps de setmana i ponts on els nens gaudeixin al màxim i en aquest cas, els seus animals també. Un allotjament en un entorn rural, tranquil i adaptat completament a les seves mascotes per poder desconnectar del dia a dia i a la vegada ofereixi activitats i serveis pels seus fills i animals. Busquen tots els serveis bàsics que ofereix un càmping perquè són idonis per a nens però si a més s'ofereixen serveis personalitzats cap a mascotes serà un punt més a tenir en compte a l'elecció.
Famílies amb fills i animals	Volen tenir un lloc on anar tots els caps de setmana, festius i vacances i busquen un allotjament rural on els nens gaudeixin al màxim i en aquest cas, els seus animals també. Un allotjament en un entorn rural, tranquil i adaptat completament a les seves mascotes per poder desconnectar del dia a dia, on tenen una convivència més propera i un terreny que ofereixi llibertat sense risc pels seus fills i animals al estar ben controlats a l'espai. Aquests són clients de lloguer d'allotjaments per temporades llargues. Aquests tipus de clients els motiva estar amb amics a espais lliures creant xarxes socials per això busquen un càmping.
Persones sense fills i amb mascota	Els agrada passar temps amb els seus animals quant les condicions ho permeten. A aquests segment els agrada gaudir de l'anhelat temps lliure i relaxació i prefereixen els destins de muntanya als de costa, degut principalment a la major oferta d'allotjaments que admeten mascotes i a les majors ofertes d'activitats per gaudir en companyia de la seva mascota. Solen ser persones que van a descansar, pateixen estres, ansietat o fins i tot depressió i necessiten un lloc diferent i tranquil on acceptin els seus sers amats. A més, volen gaudir de l'entorn que rodeja el càmping per recuperar el seu benestar físic i espiritual.
Parelles sense fills i amb mascotes	Volen tenir les seves mascotes dintre del seu estil de vida i comparteixen la majoria del seu temps d'oci amb elles incloses les escapades i vacances, ja que els consideren els seus "fills". Aquest segment busca allotjaments rurals que permetin mascotes fora de l'estressant món de les ciutats quant necessiten desconexió o aprofiten qualsevol moment per poder realitzar estades en entorns tranquils i sense aglomeracions gaudint al màxim de rutes i activitats amb la seva mascota. Aquestes persones només necessiten que les seves mascotes puguin gaudir al màxim, per tant, buscaran allotjaments amb serveis personalitzats enfocats a les mascotes per davant de qualsevol altre característica, sent de menor importància el preu.

Font: Elaboració pròpia

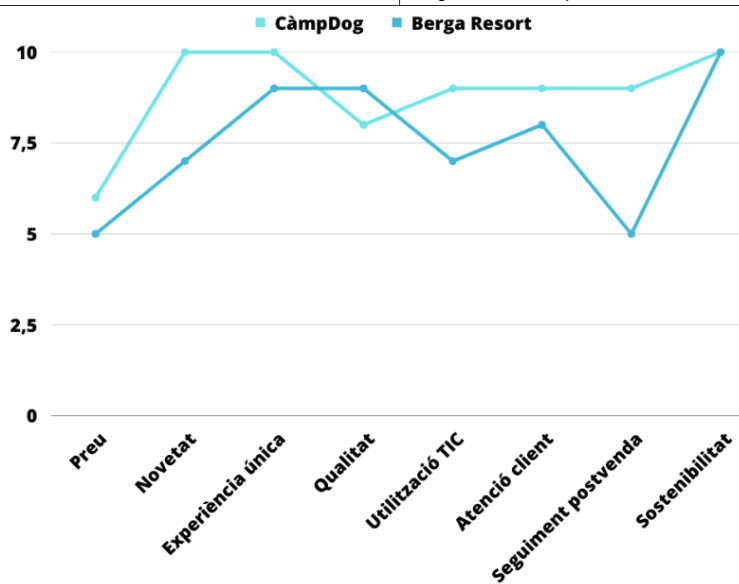
29. ANNEX 29 – FACTORS QUE AJUDARAN A DEFINIR MOLT MÉS LA PROPOSTA DE VALOR

Factors que ajudaran a definir molt més la proposta de valor	
Preu	L'objectiu de la empresa respecte al preu es el d'estar en concordança amb els preus de la seva principal competència segons la localització i els serveis oferts intentant establir un preu una mica inferior, sense la necessitat de ser el més econòmic de la zona. Encara que és un factor que es tindrà en compte per aconseguir el major número possible de clients, la proposta de valor estarà basada més en la personalització i qualitat (diferenciació) que en el preu.
Novetat	El servei exclusiu i innovador que oferirà l'empresa no s'ofereix completament per ningun altre competidor de la zona a l'actualitat, ja que la majoria de càmpings ofereixen els mateixos serveis. En canvi, CàmpDog oferirà un servei adaptat i condicionat a les mascotes, a més de altres serveis addicionals també enfocats cap a elles. Oferta quasi inexistente com és la millora i personalització del servei pet friendly.
Experiència única	L'empresa oferirà un excel·lent servei en quant als recursos necessaris per fer sentir als clients únics brindant un espai de trobada i relació entre els amants dels gossos al voltant de la naturalesa aconseguint que els clients evidencin el valor afegit, tals com, espais condicionats per la comoditat i oci d'ambdós, diferents zones comuns com jardins, piscines, zones de jocs i activitats, espai d'ensinistrament... Així com als serveis addicionals i prestacions que oferirà enfocats a les mascotes com són l'entrada de les mascotes a les zones comunes en espais habilitats, agility, perruqueria... Tot això complementarietat amb una excel·lent atenció al client personalitzada per aconseguir que els clients obtinguin una experiència única i una innovació continua a les instal·lacions, serveis oferts i canals de distribució. Tant en qualitat, varietat i excel·lència seran factors diferenciadors respecte la competència.
Utilització de les TIC	La tecnologia és un factor clau per l'empresa, ja que s'ha d'estar sempre a la última per cobrir les necessitats dels futurs clients i arribar al màxim de públic objectiu. Per això, la inversió en tecnologia de la informació i comunicació té moltíssima rellevància. S'utilitzarà una innovació continua en la utilització de les TIC per cobrir les futures necessitats dels clients en quant a reserves online, informació i actualització de dades, recomanacions, experiència postvenda, serveis afegits... per aconseguir el principal objectiu que és que el client esculli aquest servei, repeteixi i recomani el servei a futurs clients. A més d'automatitzar tots els processos interns de l'empresa (fiscals, comptables...)
Seguiment postvenda personalitzat	Es realitzaran enquestes sobre la percepció del servei o qualitat del producte, donant algun benefici afegit com ofertes individualitzades i de fidelització.
Sostenibilitat	El públic objectiu al que anirà l'empresa tenen uns valors de cura del medi ambient. Per tant, CàmpDog tindrà com a objectiu ser una referència en el sector del càmping com a Entitat Socialment Sostenible exercint un ús energètic sostenible per reduir els efectes negatius sobre l'entorn amb la instal·lació de plaques solars per donar llum i escalfar aigua calenta, el triatge de residus pel seu correcte reciclatge i qualsevol servei i activitat s'analitzarà per fer-ho el més sostenible possible.

Font: Elaboració pròpia
Estudis d'Economia i Empresa

30. ANNEX 30 – PROPOSTA I CORBA DE VALOR DE CÀMPDOG I BERGA RESORT

Allotjament	Càmping Berga Resort	Càmping CàmpDog
Ubicació	Berga	La Nou de Berguedà
Descripció	Complex Turístic Esportiu amb Wellness Center, amb un circuit d'aigües, massatges, gimnàs, zona d'oci infantil i restauració. Allotjament en parcel·les i mòbil home, algun d'ells amb jardí privat, per tal que les mascotes puguin estar lliurement dintre de l'allotjament.	Càmping de muntanya destinat a mascotes i on els propietaris i familiars seran benvinguts. Un càmping on les mascotes es puguin sentir com a casa, puguin aprofitar estar a l'aire lliure, gaudir de les seves famílies, aprendre i sobretot divertir-se. Allotjament en parcel·les i bungalows amb jardí privat i varis serveis tals com, bar-restaurant, piscina, zona d'esbarjo per gossos, serveis personalitzats per mascotes...
Preu	Preus mitjos cap de setmana: - Parcel·les 70/80€/nit - Mòbil home 150/160 €/nit	Preus mitjos cap de setmana: - Parcel·les 50/60€/nit - Mòbil home 120/130 €/nit
Novetat	Ofereix mòbil homes amb jardí tancat i tenen un bosc privat al costat per poder passejar	- Servei exclusiu e innovador - Servei adaptat i condicionat a les mascotes - Serveis personalitzats per mascotes
Experiència única	Millor instal·lacions esportives i lúdiques amb els millors monitors, zona kids, món aquàtic i espai relax dels voltants	Mirar pel benestar de la mascota amb allotjaments tancats, caseta, joguines, càmera videovigilància, horaris de passeig personalitzat, temps d'esbarjo en zona recreativa, agility, perruqueria canina...
Qualitat	Tant les instal·lacions com l'atenció al client són de molt bona qualitat. Es tracta d'un càmping amb una qualitat molt alta	Alt nivell de qualitat en quant a recursos necessaris per fer sentir clients únics brindant espais especials per gossos a tot el recinte i espais de trobada i relació entre els amants dels gossos
Utilització TIC	Innovació a les instal·lacions tal com, wifi, smart tv, domòtica e innovació en pagina web amb continua actualització d'informació i actualització de preus.	Innovació continua per cobrir les futures necessitats tals com, reserves online, informació i actualització de dades, recomanacions, experiència postvenda, serveis afegits...
Seguiment postvenda	A la sortida omplis un formulari de satisfacció però no hi ha seguiment postvenda	Enquestes sobre la percepció del servei i qualitat del producte donant algun benefici afegit
Sostenibilitat	Biomassa, plaques solars i aerotermita	Referència en el sector com empresa sostenible exercint un us energètic sostenible per reduir els efectes negatius sobre l'entorn



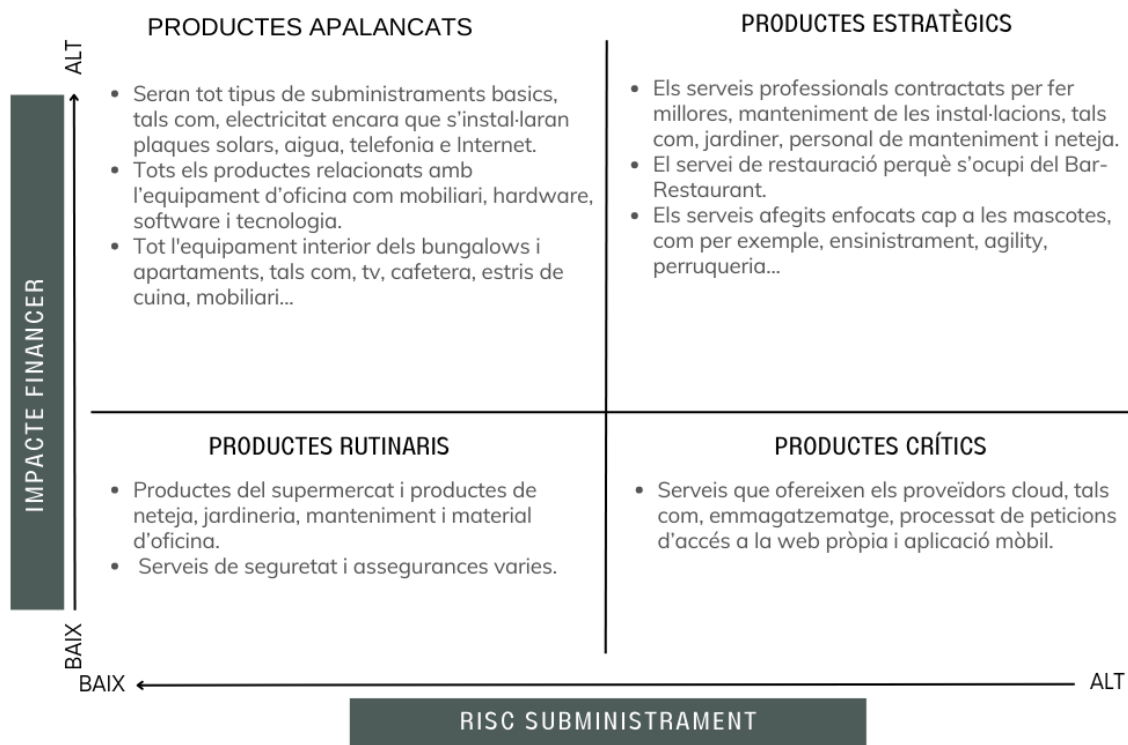
Font: Elaboració pròpia

31. ANNEX 31 – MATRIU ERIC



Font: Elaboració pròpia [1]

32. ANNEX 32 – MATRIU KRALJIC



Font: Elaboració pròpia [1]

33. ANNEX 33 – MAPA DE CLIENT DE CÀMPDOG

FASES	ANTES DE COMPRA		COMPRA		DESPUÉS DE COMPRA	
	DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN	SERVICIO	COMPRA	RETENCIÓN	RECOMENDACIÓN
DESCRIPCIÓN	El cliente descubre que tiene una necesidad y busca una solución	Compara e investiga qué propuestas le solucionará mejor su necesidad	Se asesora e informa de las características del producto, precio, plazos de entrega etc	Compra el producto o servicio. Hace uso del mismo	Contactos posteriores con el cliente	Recomendaciones del cliente
EXPECTATIVAS (BENEFICIOS CONCRETOS QUE ESPERA)	El client vol trobar un lloc on pugui passar unes vacances amb la seva mascota	Busca la millor alternativa, on la seva mascota es senti lliure i pugui estar còmode	Preu adequat e instal·lacions noves i adequades a mascotes	Estança adequada, varietat d'activitats a fer amb la seva mascota i servei al client	Ofertes de preu per fidelitat i llarga estança i nous serveis i activitats	Enquesta de satisfacció amb opinió a la web pròpia i ofertes per recomanar allotjament a les seves xarxes socials
¿QUÉ PUNTOS DE CONTACTO O INTERACCIONES TIENE EL CLIENTE CON LA EMPRESA?	Utilitza buscador google per trobar allotjament pet-friendly	L'allotjament té aquestes dates lliures	Les fotos vistes a la web i xarxes socials corresponen amb la realitat	Rep suficient informació al armar per part del servei al client	Ofertes per fidelitat i llarga estança per email	Opinió i recomanacions a la web
	Utilitza xarxes socials amb recomanacions	El preu és adequat per l'estançà	El preu ofertat és el definitiu o hi ha càrrecs extres	La mascota està còmoda a les instal·lacions còmunes	Promocions a les xarxes socials per compartir publicacions	Interacció a les xarxes socials
	Busca web per allotjaments recomanats per amics	La mascota podrà disfrutar 100% de les vacances	Característiques i serveis adaptats a les mascotes	Les activitats i diferents serveis són els adequats per la mascota	Emails quant hi hagin activitats especials per mascotes	Recomanacions a amics i familiars que tinguin mascotes
CANALES	INTERNET <input checked="" type="checkbox"/> TELÉFONO <input type="checkbox"/> PRESENCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNET <input checked="" type="checkbox"/> TELÉFONO <input type="checkbox"/> PRESENCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNET <input checked="" type="checkbox"/> TELÉFONO <input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNET <input type="checkbox"/> TELÉFONO <input type="checkbox"/> PRESENCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNET <input checked="" type="checkbox"/> TELÉFONO <input type="checkbox"/> PRESENCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNET <input checked="" type="checkbox"/> TELÉFONO <input type="checkbox"/> PRESENCIAL <input checked="" type="checkbox"/>
CRITICIDAD (CÓMO DE IMPORTANTE ES PARA EL CLIENTE ESTA FASE)	ALTA <input checked="" type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>	ALTA <input checked="" type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>	ALTA <input checked="" type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>	ALTA <input checked="" type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>	ALTA <input checked="" type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>	ALTA <input checked="" type="checkbox"/> MEDIA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/>
VALORACIÓN DEL CLIENTE	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
PUNTOS DE DOLOR (PREOCUPACIONES O FRUSTRACIONES)	Mascota sempre cordada i no pugui accedir a les instal·lacions	Sense dates lliures i preu molt car	Instal·lacions, activitats i serveis no adaptats 100% per mascotes	Que no siguin reals les característiques anunciades	Els contactes siguin massa inoisius i sense ofertes reals	Recomanar l'allotjament i que l'experiència sigui nefasta pel recomanat
IDEAS PARA ALIVIAR LOS PUNTOS DE DOLOR	Mobil home amb espai vallat i instal·lacions adaptades	Mostrar alternatives i fer ofertes de preu per fidelitat/Preu adequat	Actualitzar constantment la web amb novetats i fotos actuals	Servei al client personalitzat per millorar l'experiència esperada	Ofertes i promocions adaptades al que el públic objectiu espera	Principal missió de la empresa és l'atenció excel·lent al client

Font: Elaboració pròpia <https://olviadedelcliente.com/customer-journey-map-plantilla>

34. ANNEX 34 – ETAPES DE LA RELACIÓ AMB EL CLIENT

Etapas de la relació amb el client	
Etapa 1: Captació del client	<p>Aquesta etapa s'inicia al moment que el potencial client accedeix a alguna plataforma on troba informació associada a l'allotjament, ja sigui una descripció general de la ubicació, preu, reputació o revisar la disponibilitat d'aquest.</p> <p>Per això, la relació amb el client es fa per mitjà de Serveis Automatitzats, on el client accedeix a la pagina web de l'empresa, a les plataformes secundaries amb la que aquesta treballa (booking, tryadvisor...) o a les xarxes socials i comença a indagar i buscar informació rellevant acord a les seves necessitats.</p> <p>És per això, que es requereix que les plataformes web i xarxes socials comptin amb gran quantitat d'informació i siguin el més eficient possible perquè el client pugui prendre la millor decisió sense ajuda d'una tercera persona.</p> <p>Aquesta etapa conclou quan l'usuari realitza una reserva i es transforma en client definitiu de l'empresa</p>
Etapa 2: Entrega directa del servei	<p>Una vegada que el client fa la seva reserva, el client sol rebre un email amb els detalls que es requereixen per fer ús del servei contractat.</p> <p>D'aquesta forma s'inicia una relació del tipus Asistencia Personalitzada sobretot quant el client ja està fent ús del servei, on l'equip de treball comença a tenir un tracte molt directe amb el turista depenent dels requeriments d'aquest.</p> <p>Cal dir que l'atenció al client és un element clau en aquest pla de negoci al formar part de la proposta de valor que es desitja entregar.</p> <p>D'aquesta forma, l'equip de treball ha d'estar al tant de cada client i les seves necessitats, relacionant-se de forma simètrica amb aquest i treballant de forma col·laborativa amb cada un d'ells.</p>
Etapa 3: Finalització del servei contractat	<p>Aquesta última etapa comença quan el client realitza el seu check-out i l'equip de treball corresponent desitja conèixer detalls de la seva estadia i la seva apreciació del servei entregat.</p> <p>En aquesta situació es genera una Creació Colectiva on la relació empresa-client es torna essencial i el client pren un protagonisme major que en les etapes anteriors.</p> <p>Es pot entendre aquesta etapa com un espai de retroalimentació amb tints postvenda, on el client per mig d'un formulari avalua el servei rebut i genera un informe de crítiques i propostes on l'objectiu és millorar i generar valor als serveis que s'entreguin amb posteritat a nous clients, o inclús a ells mateixos en una segona oportunitat.</p> <p>Es necessari mencionar que el “boca a boca” és un element clau per atraure o allunyar a nous clients, pel que el treball de millora ha de ser constant en l'experiència de quins van ser usuaris del servei en el seu moment.</p>

Font: Elaboració pròpia

35. ANNEX 35 – PREU PER TIPUS DE SERVEI I TEMPORADA

PREUS ESTIMATS MITJOS							
Descripció	UNITATS	Temporada Baixa	Temporada Mitja	Temporada Alta	Anual	No inclòs	
ACAMPADA						Consum elèctric en parcel·les	
Parcel·les	Lloguer d'una parcel·la tancada per nit amb un màxim de 4 persones	75	40€/nit	50€/nit	60€/nit	4.000€/any	Tasa turística
Bungalows	Lloguer d'un bungalow per nit amb un màxim de 4 persones	16	100€/nit	125€/nit	150€/nit		Més de 4 persones (unitat familiar)
Apartaments	Lloguer d'un apartament per nit amb un màxim de 4 persones	6	95€/nit	120€/nit	145€/nit		Extra per ponts, festius i vacances
Serveis ensinistrament i agility	Cursos d'una hora d'ensinistrament i agility		Adhoc	Adhoc	Adhoc		Descomptes per temporades llargues
Acollida	Serveis d'acollida de mascotes		Adhoc	Adhoc	Adhoc		
Perruqueria	Servei de perruqueria d'animals		Adhoc	Adhoc	Adhoc		
Lloguer de Bar-Restaurant + Supermercat	Lloguers					23.000€/any	

Font: Elaboració pròpia

36. ANNEX 36 – ACTIVITATS CLAU (CADENA DE VALOR DE PORTER)

Cadena de Valor de Porter	
Logística entrant	Es tracta de l'adquisició de la matèria prima, tals com productes de neteja, manteniment, productes pel supermercat... per poder oferir tots els serveis que ofereix aquest allotjament.
Operacions	Aquesta activitat es executa per tot el personal que participa en la cadena de valor del servei principal que és oferir a través de l'allotjament una experiència única tant a persones com animals. Des de l'atenció al client durant tota l'estada al càmping, com tot el personal que es dedica a que les instal·lacions i serveis siguin els idonis i adequats. A més, també s'han d'afegir qualsevol personal necessari per oferir tots els serveis personalitzats cap a mascotes, els serveis comuns i qualsevol altre que es pugui necessitar.
Activitats Centrals	Aquesta activitat no es realitza, ja que l'empresa no distribueix els seus productes externament del càmping, sinó que es comercialitza per ser consumit dintre.
Logística sortint	Aquestes activitats estaran relacionades amb la comunicació i promoció del càmping al seu segment de clients, a través dels canals descrits anteriorment. Aquestes activitats seran claus per la plena satisfacció del client, així com la fidelització o prescripció del nostre negoci a d'altres parts interessades que necessitin el mateix tipus de servei.
Marqueting, publicitat i vendes	
Servei	El servei principal serà el lloguer de parcel·les, bungalows i apartaments de cruta o llarga durada i els serveis addicionals són els enfocats a mascotes tals com, ensinistrament, agility, acollida, perruqueria..., lloguer del Bar-Restaurant i supermercat i altres serveis afegits.
Activitats de Suport	Aquest apartat engloba les activitats d'administració com són finances i comptabilitat, així com les activitats de gestió i coordinació del negoci.
Gestió de recursos humans	Es tracten d'activitats que tenen relació directa amb el personal de la empresa com són la contractació, la formació o la remuneració.
Desenvolupament de tecnologia	Aquestes activitats engloben les relacionades amb la innovació a la que vol estar vinculada l'empresa per millorar la seva tecnologia.
Compres	Són les activitats compreses amb l'aprovisionament de tots aquells recursos necessaris perquè l'empresa pugui operar.

Activitats de suport

Font: Elaboració pròpia

37. ANNEX 37 – ASSOCIACIONS CLAU REQUERIDES

Associacions clau requerides
Proveïdors de recursos de qualitat i dels voltants
Entitat financera de confiança que concedeixi el préstec bancari inicial
Inversors particulars
Persones que financin el projecte a partir del crowdfunding
Assessoria que porti els comptes, pagaments impostos, nòmines...
Els treballadors per poder oferir l'avantatge competitiu i la proposta de valor idònia
Empreses externes quant la demanda ho exigeixi o s'estableixi alguna nova necessitat
Els clients potencials
Potencials aliances amb associacions, xarxes socials específiques... per aconseguir més visibilitat
- Acords amb guies turístiques i d'oci
- Acords amb Oficines d'Informació turístiques de les localitats properes
- Acords amb la Federació Espanyola de Càmpings (FEEC), la Federació Catalana de Càmpings (FCC) i l'Associació de Càmpings i Ciutat de Vacances de la província de Barcelona per donar a conèixer la qualitat de l'oferta de la nostra empresa
- Treballar conjuntament amb totes les àrees de la Secretaria d'Estat de Turisme, intentant formar part de grans fòrums tàctics, tals com, Experts de Màrqueting, Àrees d'Anàlisi de Producte, Conestur, Seggitor, i qualsevol altre òrgan de decisió on CàmpDog pugui col·laborar en decisions òptimes en termes d'estratègia global
- Acords amb Associacions, Pàgines Web, Instagram... que estiguin enfocades a les mascotes, viatges i turisme
La Societat en general

Font: Elaboració pròpia

38. ANNEX 38 – PRINCIPALS PARTIDES DE DESPESES

Estructura de costos	
Inversió inicial	Adquisició del terreny
	Projectes tècnics
	Impostos Ajuntament
	Costos Urbanització
	Edificacions
	Instal·lacions
	Maquinaria
	Elements de transport
	Mobiliari
	Utilitatge
Despeses fixes	Equips per processos d'informació
	Salari
	Rentings
	Formacions i cursos
	Publicitat i propaganda
	Conectivitat Internet
	Manteniment vari
	Neteja
	Seguretat
	Compliance Penal
	Gestoria
	Assegurances
	Serveis bancaris
Varis materials	
Tasa escombraries	
Despeses variables	Consums aigua
	Consums electricitat
	Serveis afegits
	Bugaderia










Font: Elaboració pròpia

39. ANNEX 39 – MODEL CANVAS DETALLAT

UOC Estudis d'Economia i Empresa
 Grau en Administració i Direcció d'Empresa
 01.569 Treball Final de Grau (TFG)

Universitat Oberta de Catalunya
 www.uoc.edu



<p>PARTNERS </p> <ul style="list-style-type: none"> - Entre càmping i allotjaments rurals. - Entre empreses complementaries properes. - Entre proveïdors de recursos propers. - Entitat financera de confiança. - Empreses externes per complir amb la qualitat. - Guies i oficines turístiques. - FEC, FCC i Associacions de càmpings. - Secretaria d'Estat de Turisme. - Associacions, pàgines web, Instagram especialitzades en turisme i mascotes. 	<p>ACTIVITATS CLAU </p> <ul style="list-style-type: none"> - Allotjament, serveis i activitats completament adaptades a mascotes. - Personal que participa en tota la cadena de valor del servei principal. - Comunicació i promoció, fidelització i postvenda. - Suport: Administració, RRHH i tecnologies IT. <p>ACTIUS CLAU </p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos financers propis i aliens. - Terreny, construccions, maquinaria, mobiliari i elements de transport. - Equipament tecnològic. - Tots els treballadors. - Imatge de marca, segells de qualitat, llicències, coneixements treballadors. 	<p>PROPOSTA DE VALOR </p> <ul style="list-style-type: none"> - Preu similar a la competència. - Servei exclusiu i innovador que millora i personalitza el servei pet friendly. - Servei excel·lent per fer sentir als clients únics brindant un espai de trobada rural i relació entre els amants dels gossos - Les mascotes tindran serveis de gran qualitat pel seu benestar iguals que les persones. - Continua innovació tecnològica per cobrir totes les necessitats futures. - Servei postvenda personalitzat. - Ser referent en els sectors del càmping com a Entitat Socialment Sostenible. 	<p>RELACIÓ AMB CLIENTS </p> <ul style="list-style-type: none"> - Confiança. - Personalitzada. - Bidireccional i síncrona resolent qualsevol necessitat. - Bon tracte. - Email. - Xarxes socials. - Enquestes de satisfacció. <p>CANALS </p> <ul style="list-style-type: none"> - Pàgina web pròpia visualment atractiva. - Webs professionals de reserves d'allotjament. - Perfils Socials en Facebook, Twitter i Instagram per interactuar amb el públic objectiu. - Utilització de perfils professionals. - Revenue Management 	<p>SEGMENTS DE CLIENTS </p> <ul style="list-style-type: none"> - Famílies amb fills, parelles i persones soles que vulguin gaudir d'unes vacances amb la seva mascota. - Entre 20 i 50 anys (Millennials i Generació X). - Qualsevol sexe. - Classe mitja – alta. - Principalment mercat espanyol i català. - Per estacionalitat, públic proper al destí. - Per llarga durada, públic que necessiten un lloc on desconnectar quasi tots els caps de setmana, festius i vacances. - Cerquin entorn rural per poder gaudir d'activitats amb la seva mascota.
<p>COSTOS </p> <ul style="list-style-type: none"> - Costos inicials: Inversió inicial per l'adequació, construcció i equipament del càmping. - Constitució Societat, assessorament legal, llicències, permisos i taxes. - Costos fixos: Despeses de subministrament, salaris, quota d'autònoms, creació i manteniment de la web i equips tecnològics, màrqueting i publicitat, interessos i devolució préstec, gestoria i assegurances varies. - Costos variables: Activitats i serveis subcontractats a empreses externes en certs moments i comissions a webs professionals. 		<p>FLUXOS D'INGRESSOS </p> <ul style="list-style-type: none"> - Quota d'us pel servei d'allotjament (parcel·les, bungalows i apartaments) de curta i llarga durada. - Activitats personalitzades enfocades a mascotes. - Lloguer Bat-Restaurant i supermercat. - Per consums elèctrics addicionals. - Per publicitat addicional a la web i per suplementos variis. 		

Font. Elaboració pròpia. www.uoc.edu

40. ANNEX 40 – SITUACIONS QUE PLANTEJA L'ANÀLISI CAME



Font. Elaboració pròpia [1]

41. ANNEX 41 – MATRIU DE RISCOS

		GRAVETAT				
		Insignificant 1	Menor 2	Moderat 3	Important 4	Catastròfic 5
PROBABILITAT	Molt probable	5 (5) Falta de provisions	(10) Falta de coneixements de l'equip fundador	(15)	(20)	(25)
	Probable	4 (4) Trencament mobiliari i/o tecnològic	(8) Absència de treballadors	(12) - Averies a les xarxes de telecomunicacions - Averies web pròpia	(16) Problemes a la estructuració interna	(20)
	Possible	3 (3) Problemes amb les reserves a webs de tercers	(6) Control i educació de les mascotes	(9) Benestar dels treballadors	(12) Problemes amb serveis empreses externes	(15) No aconseguir finançament inicial
	No és probable	2 (2)	(4)	(6)	(8) Dificultat a contractar treballadors amb coneixements i experiència	(10) - No sigui una ubicació idònea i no perillosa - No garantir la protecció de dades personals
	Molt improbable	1 (1) Cancel·lacions de reserves	(2) Falta de subministraments	(3)	(4)	(5)

Font: Elaboració pròpia

42. ANNEX 42 – PLA DETALLAT D'ACCIONS DE PREVENCIÓ DE RISCOS

Riscos identificats	Probabilitat	Gravetat	Valor del risc	Nivell de risc	Accions a realitzar
No aconseguir finançament inicial	3	5	15	Risc Alt	S'han considerat diferents fonts externes de finançament per poder tenir més possibilitats d'aconseguir la inversió inicial necessària. Si és necessari, els 2 fundadors poden aportar 50.000 euros més cadascun podent tenir cobert un 17% del finançament extern previst. A més, s'han buscat 2 inversors capitals addicionals que tenen molt d'interès en finançar el projecte, cobrint un 20% del finançament extern previst. Per últim, a l'elaboració del finançament previst no s'ha tingut en compte les subvencions i ajudes per empreses emprenedores per poder tenir controlat algun imprevist que és normal que sorgeixin amb la creació del negoci.
No sigui una ubicació idònea i no perillosa	2	5	10	Risc Mitjà	S'han realitzat els estudis topogràfics, geotècnics i d'impacte mediambiental pertinents per assegurar que no s'inundin els terrenys per pluges o pujades de caudals de rius o que resultin insalubres. En conclusió que no sigui un sòl perillós pels futurs clients. S'han realitzat tots aquests estudis abans de prendre la decisió d'emprenre i s'han tingut en compte complir completament amb les legislacions vigents.
Problemes a la estructuració interna	4	4	16	Risc Alt	Primerament es realitzaran els estudis pertinents per saber com és el sòl i quines són les accions més idònies per l'estructuració i construcció de l'equipament del càmping. Primerament, es contactarà amb varis arquitectes i enginyers de camins perquè realitzin un pressupost de la obra. Al tenir ja el projecte escollit es contactarà amb varies empreses de construcció per establir la que millor s'adapti a les necessitats de l'empresa. Uns punts importants del contracte a realitzar amb l'empresa constructora seran: - Tenir un preu tancat. - Tenir els imprevistos identificats que puguin sorgir - Data de finalització amb un possible desviament. Aquests punts no seran negociables. Igualment l'empresa tindrà un pressupost addicional per si sorgeixen aquests imprevistos.
Falta de coneixements de l'equip fundador	5	2	10	Risc Mitjà	La falta de coneixement en el sector dels càmpings el resoldran amb al suport i assessorament de Maria Dolors Amau i Figola propietària del càmping familiar rural el Molí de Vilamala de les Planes d'Hostoles. Persona amb gran experiència en empenedora, ja que va obrir un petit càmping de gestió familiar al 1996 i en 2006 va haver de realitzar una ampliació per donar un millor servei als usuaris degut a que la demanda era superior a la prevista inicialment. En un principi aquesta persona estarà contractada des de l'inici del projecte fins passat un any des del seu funcionament.
Dificultat contractar treballadors amb coneixements i experiència	2	4	8	Risc Mitjà	La proposta de valor d'aquest càmping és oferir una experiència única als clients, per això és molt important tenir uns treballadors amb coneixements i experiència en mascotes. Per tant, s'haurà d'oferir unes condicions inigualables tant econòmicament com socialment perquè els futurs treballadors busquin venir a l'empresa a treballar i posteriorment es sentin part de l'empresa i no marxin. Es realitzarà una formació continua, s'implementaran incentius i s'establiran torns rotatius per aconseguir una conciliació familiar
Benestar dels treballadors	3	3	9	Risc Mitjà	Els treballadors són una de les forces més importants de l'empresa, del seu rendiment surten els resultats finals de l'empresa. Per això, cuidar-los, protegir-los i fer que es sentin feliços repercuteix en qualsevol acció que desenvolupin. Al ser una empresa petita, es potenciarà que els treballadors es sentin participes de l'empresa amb una comunicació continua i escoltant les seves propostes, idees i preocupacions. Es promourà la transparència i l'accessibilitat a la informació que requereixin.

Riscos identificats	Probabilitat	Gravetat	Valor del risc	Nivell de risc	Accions a realitzar
Absència de treballadors	4	2	8	Risc Mitjà	L'absència de treballadors és comú per a qualsevol empresa, ja sigui per malaltia o per una qüestió personal. Al ser una empresa petita, aquestes absències intentaran ser cobertes per l'equip fundacional si és possible, sinó es buscaran les accions més ràpides i eficients per no perjudicar a la proposta de valor.
Problemes amb serveis empreses externes	3	4	12	Risc Mitjà	Els serveis externs contractats per oferir serveis enfocats a les mascotes és contractaran per la qualitat més que pel preu i haurà un període de prova per veure si és la demanda que busquen el clients. Si algun dia aquesta empresa no pot realitzar el servei que l'hem contractat s'intentarà canviar per un altre dia i s'oferirà al client alguna proposta atractiva perquè aquest fet no li sigui d'importància. Els serveis externs per períodes d'alta demanda seran considerats i tractats com qualsevol treballador de l'empresa.
Averies a les xarxes de telecomunicacions	4	3	12	Risc Mitjà	El càmping estarà hiperconnectat amb equipament wifi desplegat per tot el càmping, domòtica i càmeres de vigilància. Aquest equipament wifi estarà connectat per fibra perquè la velocitat sigui la més ràpida possible. Es contractarà a Celnex connectivitat per radioenllaç de 10Gb redundada per si l'enllaç principal cau, hi hagi un backup. També es tindrà al magatzem equipament wifi, domòtica i càmeres per poder canviar-los ràpidament i no perjudicar als clients.
Averies web pròpia	4	3	12	Risc Mitjà	El principal canal de distribució és via web per aconseguir arribar al màxim públic objectiu, per tant, és molt important que aquesta via de comunicació no caigui. Afortunadament, mantenir la web en línia està quasi enterament en les mans de l'empresa. Per tant, les accions que ha de realitzar l'empresa són: - Contractar un hosting fiable amb la capacitat necessària per emmagatzemar-lo. - Incorporar una CDN que és una xarxa de servidors que entreguin el contingut dels llocs webs de forma estàtica als visitants. - Mantenir la web actualitzada per no corre el risc de tenir un atac i quedar fora de línia. - Considerar incorporar un sistema de monitoreig que ajuda notificant-te cada vegada que la web tingui una desconexió. - No oblidar-se de renovar el hosting i domini.
No garantir la protecció de dades personals	2	5	10	Risc Mitjà	Tota empresa ha de complir la normativa de protecció de dades i ha d'assegurar que les dades de l'empresa com de clients no siguin extretes sense autorització. Es contractarà un empresa amb un servei integral per protegir les dades i complir amb la normativa vigent. Els treballadors signaran un contracte de confidencialitat per complir amb la llei. S'aniran realitzant anàlisis de riscos de qualitat per detectar amb temps qualsevol amenaça o ciberatac que vulgui la seguretat de la informació i com poden ser afectats en cas de que passi una breixa de seguretat. Actualització contínua de software de seguretat, formació a treballadors sobre ciberatacs i realització de còpies de seguretat de dades.
Problemes amb les reserves a webs de tercers	3	1	3	Risc Baix	Com que l'empresa no té el control de les reserves a webs de tercers. S'anirà fent un control recurrent de les disponibilitats i preus de l'alojament a aquestes webs i al descriptiu de l'alojament s'afegirà una frase tal com, "si no troba disponibilitat, contacti directament amb la propietat". Si s'observa que alguna web de tercers no té les dades actualitzades es deixarà de treballar amb ella. S'intentarà a través de pàgines específiques de mascotes i xarxes socials posicionar la pàgina web pròpia com la principal pàgina on es realitzin les reserves. Es realitzaran promocions per fidelització i es pagarà a google per posicionar la pàgina al capdavant.
Cancel·lacions de reserves	1	1	1	Risc Baix	S'establiran mesures perquè aquest fet no faci perdre ingressos a l'empresa: - Fins a 15 dies abans de la reserva de l'alojament es podrà cancel·lar de forma gratuïta. - Fins a una setmana abans es podrà recuperar la reserva parcialment, carregant un 50% del preu per cobrir costos. - Fins a 2 dies abans es podrà recuperar la reserva parcialment, carregant un 70% del preu. - Els 2 últims dies abans de la reserva de l'alojament si es cancel·la la reserva, es carregará el 100% del preu. Depenent de la temporada i el tipus de cancel·lació, s'intentarà oferir un cap de setmana gratuït pels pagaments carregats, per aconseguir fidelitzar al client.
Control i educació de les mascotes	3	2	6	Risc Baix	S'informarà a l'entrada de les normes a complir referent a les mascotes i les possibles sancions per incompliment. S'afegiran cartells amb les normes de convivència i educació de les mascotes. El personal que estigui pel càmping anirà avisant als clients que compleixin les normes. Es posarà a disposició dels clients, bosses d'excrements i líquid amb vinagre per netejar.
Trencament mobiliari i/o tecnològic	4	1	4	Risc Baix	L'ús de l'equipament i mobiliari pot provocar trencaments i imprevistos perjudicant la proposta de valor. Per tant, hi haurà estoc al magatzem i s'anirà afegint més en cas de necessitat. El servei de manteniment analitzarà l'alojament exterior e interiorment abans de l'entrada del client. La idea és que el client no hagi de sofrir cap d'aquests imprevistos.
Falta de subministraments	1	2	2	Risc Baix	Com que l'empresa pretén ser sostenible mediambientalment aconseguint el mínim impacte negatiu possible (en el terreny, en el consum, en emissions...), prioritant la sostenibilitat, l'eficiència i el mínim impacte ecològic s'instal·laran: - Plaques solars per donar llum i escalfar aigua calenta amb acumuladors per dependre el mínim possible del consum elèctric. - Dipòsit d'aigua que abastirà a l'instal·lació del càmping. - Altres tècniques que vagin sorgint d'estalvi energètic. La idea és no dependre exclusivament de les empreses externes de subministraments
Falta de provisions	5	1	5	Risc Baix	Moltes vegades els proveïdors de productes de supermercat o restauració no et distribueixen tots els productes demandats. Per solucionar-ho, s'intentarà arribar a aliances i associacions amb proveïdors de la zona, s'intentarà tenir estoc dels productes amb dates de caducitat llargues. Es demanaran amb temps els productes necessaris i com a última opció s'anirà a Berga a realitzar les compres de provisions directament. Es comprarà amb un forn per fer el pa i pastisseria que són productes molt bàsics i diaris.

Font: Elaboració pròpia

43. ANNEX 43 – VALORS DE CÀMPDOG

Valors de CàmpDog	
Excel·lència en la qualitat del servei	Es farà tot el possible per oferir el millor servei als clients, satisfent les seves necessitats i es tractarà de superar les expectatives oferint una experiència única.
Diferenciació	Es farà de l'estança una vivència excepcional, diferent i única.
Millora continua	Es motivarà i s'estarà disposat a millorar el servei i els processos del càmping dia a dia, innovant contínuament i sempre s'estarà disposat a rebre suggeriments i propostes dels clients.
Aprenentatge i adaptabilitat	L'empresa estarà capacitada i conscienciada per estar en constant aprenentatge adaptant-se a les necessitats i requeriments del mercat i el sector del turisme.
Transparència i honestedat	Ser honestos amb els clients, proveïdors i competència, així com conservar la transparència en la informació i serveis brindats amb la finalitat d'aconseguir una bona reputació.
Igualtat	La igualtat és un punt important que es complirà i s'insistirà en que ho compleixin els demes. Tots els treballadors, clients i animals rebran un tracte i respecte per igual independentment del seu gènere, nacionalitat, religió i visió de vida.
Confiança	Es buscarà transmetre la confiança als clients guanyant la seva fidelitat. S'oferiran regals de benvinguda o ofertes de fidelització.
Respecte pels membres de l'empresa	Serà primordial mantenir el respecte pels col·laboradors, brindant-los les facilitats possibles pel desenvolupament de la seva feina i el seu creixement tant personal com laboral.
Hospitalitat	Predominarà l'hospitalitat i els treballadors seran un valor afegit més al servei que es presta. S'oferirà un tracte personalitzat als clients a la seva arribada, durant l'allotjament i després del check-out.
Benestar	És molt important el benestar dels treballadors, clients i les seves mascotes, oferint condicions de feina segures, serveis de qualitat i instal·lacions noves. Es tindrà cura que a ningú li falti res per estar tranquils i satisfets.
Política contra el maltractament dels animals	Es tindrà una política de protecció d'animals i es lluitarà contra el maltractament dintre de l'establiment i fora d'ell. A més, es col·laborarà amb les organitzacions protectores d'animals.
Sostenibilitat	Ens preocuparem per les generacions futures i per això s'optarà pel desenvolupament i creixement sostenible. S'oferirà condicions de feina justes i es cuidarà als treballadors. Es reduirà l'ús d'energies i aigua, es reciclaran els residus i s'utilitzaran materials orgànics.
Responsabilitat social	Es contribuirà a la millora de les condicions de vida en la zona on s'ubica l'empresa i s'impulsaran diverses iniciatives que contribueixin positivament al benestar de la comunitat.
Consciència ambiental	Es realitzaran accions enfocades a la cura i protecció de la naturalesa, garantint així un bon creixement econòmic que sigui amigable amb l'ambient.

Font: Elaboració pròpia

44. ANNEX 44 – OBJECTIUS I METES DE CÀMPDOG

Objectius i metes de CàmpDog	
A curt termini	Generar suficient activitat e ingressos per poder retornar la inversió inicial realitzada.
	Establir la precisa infraestructura de servei
	Aconseguir que el preu per fer viable el projecte estigui en concordança amb els preus de la seva principal competència segons la localització i els serveis oferts intentant establir un preu una mica inferior, sense la necessitat de ser el més econòmic de la zona
	Augmentar la notorietat al mercat de forma que el servei prestat per l'empresa sigui reconegut per la seva gran qualitat, innovació e imatge de marca
	Aconseguir la màxima satisfacció del client reaccionant ràpidament davant qualsevol senyal de insatisfacció
	Utilització de les TIC perquè el client esculli aquest servei, repeteixi i recomani el servei a futurs clients
A mitjà termini	Ser una referència en el sector del càmping com a Entitat Socialment Sostenible exercint un ús energètic sostenible per reduir els efectes negatius sobre l'entorn
	Posicionar-se com referent a Catalunya en allotjaments rurals Pet Friendly mitjançant innovadores i exclusives instal·lacions i serveis personalitzats.
	Augmentar la cartera de clients a mesura que es van portant a terme diverses estratègies de promoció e introduint nous canals de distribució
	Consolidar els clients recurrents adaptant els serveis a la demanda del target objectiu
A llarg termini	Innovació continua en tecnologies TIC per aconseguir arribar al màxim de públic objectiu mitjançant noves formes de màrqueting digital
	Ampliar nous serveis complementaris adaptant-se a les noves necessitats
	Augmentar la notorietat de la marca
	Incrementar la facturació
	Aconseguir fidelitzar els clients de forma que tinguin com primera preferència aquest allotjament gràcies a la diferenciació en el producte
Aconseguir que els clients siguin els principals ambaixadors de la marca	
Fixar paràmetres de qualitat i competitivitat en el sector	

Font: Elaboració pròpia

45. ANNEX 45 – CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI

Característiques del servei	
Experiència única per les mascotes	Les mascotes tindran serveis pel seu benestar igual que les persones, els allotjaments estaran tancats, tindran una caseta, joguines... i una càmera de videovigilància on els propietaris podran observar l'estat de les mascotes en qualsevol moment. A més, tindran altres valors afegits com horaris de passeig personalitzat, temps d'esbarjo en la zona recreativa, classes d'agility, perruqueria canina, piscina i molts més serveis que s'aniran afegint depenent de la demanda dels clients.
Experiència connectada	S'instal·larà un servei d'accés gratuït a Internet d'alta velocitat per tot el càmping i dintre dels bungalows les televisions tindran accés a les plataformes de TV més importants del país, tals com, Netflix, Amazon Prime, Hbo...
Proposta de valor basada en la diferenciació	Les principals característiques seran la qualitat, la innovació i la diferenciació per poder obtenir un posicionament fort davant la competència i sobretot fidelitzar a un client que pot ser un element clau per poder donar a conèixer el negoci a un futur públic objectiu.
Preus	El preu sempre s'ajustarà el màxim possible a preus de mercat, però oferint més serveis afegits.






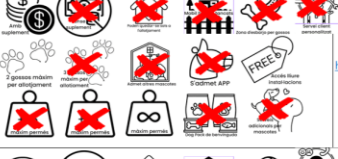






Font: Elaboració pròpia

46. ANNEX 46 – CARACTERÍSTIQUES DE L'EMPRESA

Característiques de l'empresa	
Serveis	CàmpDog oferirà els seus serveis de forma que els problemes dels clients siguin seus. S'oferirà un servei personalitzat on l'atenció al client serà clau.
Instal·lacions en perfecte estat	Les instal·lacions estaran molt cuidades i netes per oferir una imatge de qualitat i serietat.
Aliances	S'establiran aliances amb els col·laboradors estratègics definits per oferir el millor servei al menor preu.
Serveis online	Pàgina web i app amb bona i actualitzada informació en quant a disponibilitat i reserves, lloguer de serveis, restaurant, esdeveniments... i on l'agilitat del procés de compra sigui el punt més important.

Font: Elaboració pròpia

47. ANNEX 47 – DESCRIPCIÓ DELS COMPETIDORS DIRECTES DE LA ZONA I INDIRECTES

	A allotjament	Ubicació	Descripció	Instal·lacions	Mascotes	Preus cap de setmana TM	Valor Afegit mascotes	Webs
COMPETÈNCIA DIRECTA	 Càmping Berga Resort	Berga	Complex Turístic Esportiu amb Wellness Center, amb un circuit d'aigües, massatges, gimnàs, zona d'oci infantil i restauració.	Allotjament en parcel·les i mòbil home, algun d'ells amb jardí privat, per tal que les mascotes puguin estar lliurement dintre de l'allotjament.	Suplement de 9,5€/nit als mòbil home i 5,3€/nit Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades, no portar el descens d'altres ostes i no es poden quedar sols a l'habitació. Pes màxim del gos 35kg	Bungalow: 230-400€/cap de setmana Parcel·les: 80-113€/cap de setmana		https://www.bergaresort.com/es/
	 Càmping Gironella	Gironella, a 14 km de Berga	Es tracta d'un càmping familiar i acollidor, rodejat de naturalesa i tranquil·litat.	Disposen de Bar-Restaurant, mini supermercat, discoteca, sala de cinema, sala de fitness, sala de jocs, pista de pàdel, futbol i bàsquet.	mascotes permeses en parcel·les i en alguns mòbil home Suplement per mascota de 6€/nit. Les mascotes hauran d'estar dintre els límits de la unitat d'acampada o mòbil home i que no causin molèsties a les unitats veïnes, han d'estar sempre lligats, recollir els excrements tant a l'interior com a l'exterior del càmping i no es permet l'entrada a gossos declarats potencialment perillosos.	Bungalow: 235-393€/cap de setmana		https://www.campinggironella.cat/es/
	 Càmping Mirador del Pedraforca	Salades, a 34 km de Berga	Càmping familiar, enclavat en plena natura, rodejat de boscos.	Disposen de sauna comunitària, sala de jocs i Bar-Restaurant.	Mascotes permeses en mòbil homes i parcel·les. Suplement per mascotes 4€/nit Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades, no portar el descens d'altres ostes i no es poden quedar sols a l'habitació.	Bungalow: 160-238€/cap de setmana Parcel·les: 42-55€/cap de setmana		https://miradoralpedraforca.cat/
	 Càmping Repòs del Pedraforca	Salades, a 34 km de Berga	Càmping familiar, enclavat en plena natura, rodejat de boscos.	Disposen de piscina interior i exterior, Bar-Restaurant, jacuzzi spa i gimnàs i petita botiga.	Suplement de 8,8€/nit Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades i no portar el descens d'altres.	Bungalow: 211€/cap de setmana Parcel·les: 36€/cap de setmana		https://www.campingpedraforca.com/es/
	 Càmping Riera de Merles	Borredà, a 28 km de Berga	Càmping familiar, enclavat en plena natura, rodejat de boscos.	Disposen de Bar-Restaurant, supermercat, piscina exterior, parc infantil i futbol i zona esportiva.	Suplement 3€/nit a parcel·les i 10€/nit a mòbil home. Les mascotes hauran d'anar cordades, realitzar les seves necessitats a l'exterior de les instal·lacions, estar supervisades i no portar el descens d'altres.	Bungalow: 120-149€/cap de setmana Parcel·les: 57€/cap de setmana		http://www.campingrieramerles.net/
COMPETÈNCIA INDIRECTA	 Mas Torrencito	Parets d'Empordà; a 147 km de Berga	Casa rural que ofereix una experiència única per les persones i la seva mascotes.	Zones ajardinades, zones de relax, piscina climatitzada, parking i wifi en qualsevol lloc. Restaurant pels clients i la seva mascota.	Els animals tenen tota la llibertat per passejar per la casa, menys a la cuina. Per socialitzar, jugar i entretenir-se Piscina per animals Activitats organitzades per mascotes, des de senderisme a experiències úniques.	Habitació: 202-220€/cap de setmana		https://www.mastorencito.com/

Font: Elaboració pròpia

48. ANNEX 48 – DESCRIPCIÓ DEL PRODUCTE DE CÀMPDOG

Producte			
Principal servei	Lloguer d'allotjaments	Ofereix lloguer de parcel·les, bungalows o apartaments tancats completament a qualsevol públic objectiu, tant de curta com llarga temporada però oferint un lloguer molt adequat per a clients amb mascotes.	
	Piscina	Situada al costat del bar-restaurant perquè es pugui tenir accés des de la terrassa. Serà gratuïta pels clients perquè puguin gaudir d'un refrescant bany amb vistes a la muntanya i gaudir del sol a la gespa situada al costat que estarà composta per hamaques i para-sols. La piscina estarà climatitzada amb energia solar, que permetrà la utilització en dies més freds.	
Serveis inclosos a l'allotjament	Servei de recepció personalitzat	El personal d'atenció al client explicarà a l'entrada tots els beneficis i la utilització de l'equipament disponible per ells, solucionarà qualsevol dubte, necessitat o queixa i s'oferirà un servei d'excursions pels voltants, informació turística dels pobles dels voltants i reserves a restaurants de la zona.	
	Zona d'esbarjo habilitada per mascotes	Hi haurà un espai habilitat tancat perquè les mascotes puguin gaudir de llibertat, córrer i jugar amb total seguretat. Aquests espais afavoriran la relació entre ells així com entre els diferents clients. A l'interior hi haurà bancs, papereres amb bosses d'excrements gratuïtes, aigua amb vinagre per netejar els pipis, una font dissenyada per veure el gossos sense haver d'anar el propietari, una piscina per a gossos i una zona habilitada amb equipament agility. Aquest espai estarà enjardinat amb arbusts que adomnin l'espai i a la vegada donin ombra.	 
	Altres serveis afegits	Varis packs a l'entrada de l'allotjament, entrada a l'allotjament via telèfon mòbil, wifi, televisió amb Smart TV, opció d'hamaques, caseta per a gossos...	
Altres serveis addicionals de pagament	Zona habilitada per banyar als gossos	Hi haurà una zona amb una banyera preparada per banyar als gossos, sabó, taula per pentinar-lo que serà de pagament per netejar-lo després de l'ús.	
	Perruqueria canina	A l'edifici de recepció hi haurà una zona habilitada com perruqueria que oferirà serveis tals com, banys amb productes especials, talls segons la necessitat del client i estàndard de la raça, desembolicat, eliminació i assecat del pèl de la mascota, tallada d'ungles, cosmètica especialitzada, neteja d'oides i tractament antiparasitaris.	
	Cursos d'ensinistrament i/o cursos d'agilitat per a gossos realitzats per professionals	Aquestes activitats generen una forta unió entre el client i la mascota, sent un mètode idoni d'educació, obediència i sociabilitat canina i a la seva vegada gaudir amb la mascota i fer exercici físic. A més, l'agilitat són el suficient complicats perquè es generi compenetració i enteniment entre el client i el gos.	
	Serveis d'acollida d'animals	Els clients podran contractar el servei d'acollida canina per si els clients volen anar a un restaurant o qualsevol altre lloc que no acceptin mascotes. Es disposarà de diferents boxes segons les necessitats de cada mascota. Totes les estances estaran netes, s'efectuaran els passejos que precisi la mascota i estaran sempre sota la supervisió de personal especialitzat en comportament caní.	
	Altres serveis afegits	Guies per realitzar rutes i activitats a l'entorn rural per persones i animals	

Font: Elaboració pròpia

49. ANNEX 49 – OBJECTIUS BASICS DE L'ESTRATEGIA DE PRODUCTE

4 objectius bàsics de l'estrategia de producte	
Diferenciació	<p>La majoria de càmpings ofereixen els mateixos serveis, en canvi, CàmpDog oferirà un servei adaptat i condicionat a les mascotes, a més d'altres serveis addicionals també enfocats cap a elles.</p> <p>CàmpDog haurà de ser un càmping ben diferenciat de la resta, centrat en una oferta perquè les mascotes estiguin lliures i gaudeixin al màxim de la naturalesa que els envolta.</p> <p>El principal objectiu serà fidelitzar el client degut a que la cultura girarà entorn a l'interès més preuat de la persona i dels animals i no únicament en passar-s'ho bé uns quants dies.</p> <p>Tot això complementariet amb una excel·lent atenció al client personalitzada empatitzant directament amb els clients, ja que la mida familiar del càmping pot permetre's un servei enfocad a la satisfacció dels clients i a conèixer de primera mà les impressions que tenen de l'allotjament, en que falla i el que valoren.</p> <p>La imatge ha de generar confiança en el món del turisme. Avui en dia és molt important obtenir la "Q" de Calidad Turística; la "Q" aporta als allotjaments turístiques prestigi, diferenciació, fiabilitat, rigorositat i promoció per part de la Secretaria D'Estat de Turisme i les Comunitats Autònomes.</p> <p>Per aconseguir això, s'haurà de passar per unes estrictes auditories que assegurin que la seva prestació de serveis és garantia de qualitat, seguretat i professionalitat.</p>
Especialització	<p>Apostant per un segment de famílies, persones o parelles amb mascotes que volen gaudir de la naturalesa, fora de l'estressant món a les ciutats. Necessiten desconexió i aprofiten qualsevol moment per poder realitzar estades més econòmiques en entorns tranquils i sense aglomeracions per gaudir al màxim de rutes i activitats amb la seva mascota. A més de poder oferir als seus fills i animals llibertat sense risc al estar ben controlats.</p> <p>A més, la mascota no pot ser un problema per poder gaudir de les diferents activitats que ofereix la zona. Així que si volen gaudir de la oferta gastronòmica dels voltants i no accepten animals, es poden quedar a l'allotjament vigilats via webcam o gaudir d'un servei d'acollida.</p> <p>A més de tots els serveis especials per a mascotes comentats al punt anterior.</p>
Personalització	<p>El servei que oferirà CàmpDog estarà personalitzat completament cap a les necessitats del seu públic objectiu, ja que aquest públic buscaran allotjaments amb aquestes característiques sent de menor importància el preu.</p> <p>A més, aquesta personalització crea un servei exclusiu que no s'oferirà completament per cap altre competidor de la zona.</p> <p>L'empresa oferirà un excel·lent servei en quant als recursos necessaris per fer sentir als clients únics brindant un espai de trobada i relació entre els amants dels gossos al voltant de la naturalesa aconseguint que els clients evidencin el valor afegit, tals com, espais condicionats per la comoditat i oci d'ambdós, diferents zones comuns com jardins, piscines, zones de jocs i activitats, ensinistrament... Una oferta quasi inexistent com és la millora i personalització del servei Pet Friendly.</p> <p>Tot això complementariet amb un servei cap al client personalitzat, empatitzant, informant i solucionant qualsevol dubte o necessitat que tinguin els clients.</p>
Innovació	<p>CàmpDog aplicarà una innovació continua a les instal·lacions, serveis oferts i canals de distribució fent que estigui per sobre dels allotjaments rurals de la zona.</p> <p>S'apostarà per construccions bioclimàtiques i sostenibles per integrar-lo amb l'entorn rural, responen a les exigències dels futurs clients i a la implicació dels fundadors.</p> <p>La innovació tecnològica en eficiència energètica, renovables, gestió de residus, d'aigua i de soroll per una correcta assignació de recursos i generar el màxim valor pel client.</p> <p>S'utilitzarà una innovació continua en la utilització de les TIC per cobrir les futures necessitats dels clients en quant a reserves online, informació i actualització de dades, recomanacions, experiència postvenda, serveis afegits... per aconseguir el principal objectiu que és que el client esculli aquest servei, repeteixi i recomani el servei a futurs clients.</p> <p>A més d'automatitzar tots els processos interns de l'empresa (fiscals, comptables...) i serveis afegits per oferir una experiència de client immillorable, tals com, check in sense haver de baixar del cotxe, obrir la porta del bungalow amb el telèfon mòbil...</p> <p>Per últim, es motivarà i s'estarà disposat a millorar el servei i els processos del càmping dia a dia, innovant continuament i sempre s'estarà disposat a rebre suggeriments i propostes dels clients.</p>

Font: Elaboració pròpia

50. ANNEX 50 – ESTRUCTURA PRINCIPAL DE LA WEB DE CÀMPDOG

The screenshot displays the main structure of the CàmpDog website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Inici', 'Càmping', 'Allotjament', 'Estatut', and 'Preu i disponibilitat'. The main header features the slogan 'Allotjament amb alma pet friendly' over a background image of a dog. Below this is a search bar with fields for 'Qualsevol allotjament', 'Data d'entrada', 'Data de sortida', '2 adults', and '0 nens', along with a 'BUSCAR' button. The central section is titled 'CàmpDog' and includes the tagline 'Una nova forma de càmping orientat al benestar de tots els membres de la família, dona igual si són persones o animals'. It features four columns with images and 'Més info' buttons: 'Càmping', 'Bungalow i apartaments', 'Mascotes', and 'Condicions de reserva'. A section titled 'Gaudeix del Berguedà' follows, with three sub-sections: 'Camins amb història', 'Gaudeix amb la teva mascotes', and 'Gaudeix de l'esport', each with a brief description and a 'Més info' button. Below this is a 'Les nostres ressenyes' section with three customer testimonials, each showing a profile picture, a 5-star rating, and a short review. The bottom part of the page highlights three core values: 'COMODITAT' (represented by a house icon), 'DIFERENCIACIÓ' (represented by a star icon), and 'TURISME RESPONSABLE' (represented by a globe icon). A map of the location is shown, along with contact information (Direcció, Telèfon, Email). At the very bottom, there are icons for 'INICI', 'MAPA', 'EN DIRECTE', 'FAQ', 'MEDIÀ', and 'CONFIGURAR', followed by a footer with 'NORMATIVA DEL RESORT', 'POLÍTICA DE COOKIES', and 'AVISO LEGAL Y PRIVACIDAD'.

Font: Elaboració pròpia. Google sites

51. ANNEX 51 – ESTRATÈGIA DE PROMOCIÓ DE CÀMPDOG DETALLADA

Estratègia de promoció de CàmpDog detallada	
Promocionar i augmentar l'ocupació del negoci durant tot l'any mitjançant l'associacionisme a diferents portals que promocien els càmpings catalans, turisme rural, allotjaments Pet Friendly...	
Realitzar un correcte posicionament en buscadors de CàmpDog, en molts casos, centrat en el petit forat que deixen els grans intermediaris perquè és impossible competir amb ells i els seus enormes pressupostos de màrqueting online.	
Crear una web corporativa atractiva i app pròpia , que permeti a més de conèixer el càmping, la reserva d'allotjaments, consultar l'agenda d'activitats programades i serveis o les activitats de la comarca. La idea es aconseguir que el màxim de reserves es realitzi a partir d'aquesta web, per això es realitzaran promocions per reservar, ja que aquestes reserves no tenen un cost en contra de les webs específiques de reserves d'allotjament que solen portar-se una comissió per reserva i poden influenciar en que és reservi un allotjament o un altre.	
Unit a la creació de la web, es llançaran també perfils socials en Facebook, Twitter i Instagram. Alimentar a diari les xarxes socials provoca un efecte molt positiu en els negocis. Publicar a diari vídeos virals o imatges sobre el càmping, és una estratègia “low cost” que pot generar molts ingressos econòmics. Els perfils socials, permeten retroalimentació que la web no permet i ens farà més visibles. La seva utilització gratuïta i l'audiència del perfil permetrà saber com ens veu el client, que opina de nosaltres, que milloraria i fins i tot poden compartir la seva pròpia experiència. Una part important del públic objectiu són Millennials, això vol dir que són persones que interactuen continuament amb les xarxes socials, penjant fotos, comentaris... El que ens permetrà promoció l'allotjament gratuïtament si l'estada compleix amb les seves necessitats a tots els seus contactes de xarxes socials.	
Es llançaran campanyes publicitàries mitjançant Instagram i Facebook Ads per arribar fàcilment al màxim de clients potencials, ja que aquests anuncis van directament al perfil que tenen els teus clients potencials.	
Utilitzar pàgines específiques de tercers de reserves d'allotjaments tals com, booking, toprural.... Encara que aquestes pàgines tinguin un cost, sobretot a l'inici és molt important utilitzar-les per posicionar-se més ràpidament al mercat objectiu. Amb el temps s'anirà intentant posicionar la web pròpia per eficienciar despeses i assegurar-nos de les reserves.	
Treure partit al “boom” dels cupons de descompte . Portals com Groupon i LetsBonus permet donar a conèixer el negoci a un ampli número de persones a canvi d'un suggerent descompte. A llarg termini, la clau es saber fidelitzar a aquests nous clients. Aquest no serà un servei a utilitzar de forma habitual, ja que el portal es queda una comissió de les vendes.	
Utilitzar a “ influencers ” de xarxes socials que tinguin molt seguidors i tinguin mascotes perquè promocióin CàmpDog a través de les seves xarxes socials pagant-li i oferint-li allotjament gratuït al càmping.	
Utilitzar xarxes socials de tercers específiques de mascotes i/o allotjaments, tals com dogandfamily per exemple, pagant i oferint allotjaments de cap de setmana perquè promocióin l'allotjament a les seves xarxes socials.	
Mitjans exteriors . Es posarà un anunci en una tanca publicitària a la carretera C-16, km 96, la principal carretera de contacte entre Barcelona i Riu de Cerdanya. Els preus serà aproximadament de 950 euros.	

Font: Elaboració pròpia

52. ANNEX 52 – DETALL DE 4 VARIABLES MÉS DEL MÀRQUETING MIX

Detall de 4 variables més del Màrqueting Mix	
Persones	Els clients sempre jutgen els productes o serveis que consumeixen, opinen sobre ells, cerquen informació... Per tant per CàmpDog és summament important que els treballadors donin un tracte sempre excel·lent al client i l'inspirin confiança. L'equip haurà d'interactuar amb el client sota una normativa d'actuació que facilitarà la Direcció. Cal dir que l'atenció al client és un element clau en aquest pla de negoci al formar part de la proposta de valor que es desitja entregar. D'aquesta forma, l'equip de treball ha d'estar al tant de cada client i les seves necessitats, relacionant-se de forma simètrica amb aquest i treballant de forma col·laborativa amb cada un d'ells.
Aspecte físic	La imatge està més relacionada als principis d'una companyia. Per això, CàmpDog cuidarà tots els elements que la defineixen, com la decoració dels locals, l'ambientació, merchandasing...
Processos	El procés d'elaboració del producte pot suposar un avantatge competitiu si es maximitzen els beneficis i al mateix temps s'aconsegueix adaptar-ho a la filosofia que vol transmetre l'empresa. Per tant, CàmpDog intentarà eficienciar els costos sense perdre qualitat i personalització mitjançant aliances per poder establir l'estratègia de preu basat en la demanda.
Aliances estratègiques	Un punt clau per CàmpDog serà establir aliances estratègiques per poder oferir el millor servei amb el cost mínim per així impulsar el seu creixement. A més, també establirà aliances amb els denominats “prescriptors” que poden ser “influencers” que recomanen la compra i amb instagramers, blogs, webs específiques de mascotes i viatges com pot ser dogandfamily.

Font: Elaboració pròpia

53. ANNEX 53 – PLANS D'ACCIÓ EN FUNCIÓ DE L'ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING MIX

PLA PREVIST			
Estratègia de Producte	Data	Presupost (euros)	Qui ho realitza
Anàlisi del mercat objectiu per veure quines necessitats busquen en les reserves d'allotjament	6 mesos abans de l'apertura	500	Fundadors de CàmpDog
Búsqueda de personal asalarat amb experiència en mascotes i serveis al client	6 mesos abans de l'apertura	500	Fundadors de CàmpDog i agències d'ocupació
Búsqueda d'empreses de serveis enfocats a les mascotes	6 mesos abans de l'apertura	500	Fundadors de CàmpDog i agències específiques
Búsqueda de persones que vulguin fer-se carrec del bar-restaurant i supermercat a canvi d'un lloguer	6 mesos abans de l'apertura	500	Fundadors de CàmpDog i agències específiques
Preparació de l'espai per a mascotes i compra d'equipament i materials per mascotes	6 mesos abans de l'apertura	A determinar	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes
Instal·lació de plaques solars, energies renovables, gestió de residus i tecnologia	6 mesos abans de l'apertura	A determinar	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes
Gestió per organitzar caps de setmana temàtics per mascotes	2 mesos abans de l'apertura	500	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes
Q de qualitat turística	1 any després de l'apertura	A determinar	Fundadors de CàmpDog i empreses de gestió de qualitat turística
Gestió de la satisfacció dels clients i servei d'atenció personalitzat	Tots els dies des de l'apertura	A determinar	Fundadors de CàmpDog i treballadors

PLA PREVIST			
Estratègia de Distribució / Promoció	Data	Presupost (euros)	Qui ho realitza
Creació de pàgina web i app pròpia	2 mesos abans de l'apertura	3.000	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes
Imatge de marca, logotip i publicitat	2 mesos abans de l'apertura	1.000	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes
Associacionisme a portals de turisme rural i mascotes	1 mes abans de l'apertura	1.000	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes
Associacions amb pàgines específiques d'allotjaments, influencers vinculats a mascotes i viatges, perfils específics de mascotes i viatges	1 mes abans de l'apertura	4.000	Fundadors de CàmpDog, webs específiques i influencers i xarxes socials
Creació de perfils a xarxes socials (instagram, facebook, twitter)	1 mes abans de l'apertura	0	Fundadors de CàmpDog
Utilització de l'eina "Revenue Management" per establir els millors canals de promoció	Mateix mes d'apertura	1.500	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes

PLA PREVIST			
Estratègia de Preu	Data	Presupost (euros)	Qui ho realitza
Anàlisi dels preus del mercat i de la demanda i en segon terme de la competència per estar una mica per sobre o igual per fixar el preu de CàmpDog	3 mesos abans de l'apertura	200	Fundadors de CàmpDog
Llançament de promocions per nova obertura per estancies de caps de setmana en portals específics, la pròpia pàgina web i mitjançant influencers en xarxes socials	Mateix mes d'apertura	3.000	Fundadors de CàmpDog, webs específiques i influencers i xarxes socials
Utilització de l'eina "Revenue Management" per establir el millor preu depenent de la demanda	Mateix mes d'apertura	1.500	Fundadors de CàmpDog i empreses especialistes

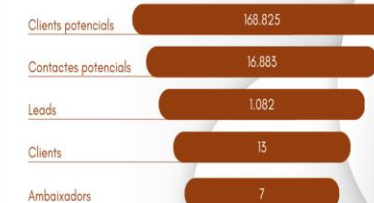
Font: Elaboració pròpia

54. ANNEX 54 – FUNNEL DE VENDES PER LA GENERACIÓ MILLENNIAL I GENERACIÓ X

Funnel de Vendes Generació Millennial																																											
	Generació Millennial	Generació X																																									
Clients potencials	Generació Millennial: $(17,7\% / (17,7\% + 24,7\%)) * 404.416 = 168.825$ famílies	Generació X: $(24,7\% / (17,7\% + 24,7\%)) * 404.416 = 235.591$ famílies	Segons el "Department of Economic and Social Affairs" a Espanya hi ha un 17,7% de persones Millennials (entre 25 i 39 anys d'edat) i un 24,7% de Generació X (entre 40 i 54 anys d'edat). Aquestes dues generacions seran la majoria del nostre públic objectiu.																																								
Contactes potencials	Amb aquesta estratègia de distribució, CàmpDog arribarà a un 10% dels clients potencials Generació Millennial: $168.825 * 10\% = 16.883$ famílies	Amb aquesta estratègia de distribució, CàmpDog arribarà a un 10% dels clients potencials Generació X: $235.591 * 10\% = 23.559$ famílies	El primer que s'ha d'aconseguir és arribar al màxim de clients potencials, per això, és molt important realitzar un màrqueting online perfecte i eficient, intentant treballar el posicionament en buscadors mitjançant l'estratègia SEO i el posicionament de pagament, posant anuncis en webs que visitin els potencials clients, contractant google i instagram Ads, utilitzant influencers i establint aliances amb pàgines específiques de reserves d'allotjaments. Però l'estratègia principal serà el tràfic orgànic SEO perquè com es pot observar a la següent imatge, és el principal canal de captació arribant inclús al 93,76% de màxim. Per tant, una marca reconeguda i una estratègia SEO adequada són fonamentals per aconseguir aquest volum. <i>Miça aritmètica de distribució de transit per canal</i> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Trafic per canals</th> <th>Orgànic</th> <th>De referència</th> <th>De pago</th> <th>Directe</th> <th>Email</th> <th>Social</th> <th>Display</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Media aritmètica</td> <td>40,78%</td> <td>4,72%</td> <td>22,70%</td> <td>20,85%</td> <td>3,06%</td> <td>4,33%</td> <td>3,46%</td> </tr> <tr> <td>Mediana</td> <td>35,06%</td> <td>2,07%</td> <td>18,80%</td> <td>16,42%</td> <td>1,24%</td> <td>1,28%</td> <td>1,09%</td> </tr> <tr> <td>Valor mínim</td> <td>0,01%</td> <td>0,25%</td> <td>0,0021%</td> <td>2,46%</td> <td>0,0012%</td> <td>0,01%</td> <td>0,01%</td> </tr> <tr> <td>Valor màxim</td> <td>93,76%</td> <td>71,76%</td> <td>86,72%</td> <td>66,76%</td> <td>18,03%</td> <td>30,21%</td> <td>38,11%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Font: Estudio Anual de Conversión en E-Commerce y Negocios Digitales 2022</p>	Trafic per canals	Orgànic	De referència	De pago	Directe	Email	Social	Display	Media aritmètica	40,78%	4,72%	22,70%	20,85%	3,06%	4,33%	3,46%	Mediana	35,06%	2,07%	18,80%	16,42%	1,24%	1,28%	1,09%	Valor mínim	0,01%	0,25%	0,0021%	2,46%	0,0012%	0,01%	0,01%	Valor màxim	93,76%	71,76%	86,72%	66,76%	18,03%	30,21%	38,11%
Trafic per canals	Orgànic	De referència	De pago	Directe	Email	Social	Display																																				
Media aritmètica	40,78%	4,72%	22,70%	20,85%	3,06%	4,33%	3,46%																																				
Mediana	35,06%	2,07%	18,80%	16,42%	1,24%	1,28%	1,09%																																				
Valor mínim	0,01%	0,25%	0,0021%	2,46%	0,0012%	0,01%	0,01%																																				
Valor màxim	93,76%	71,76%	86,72%	66,76%	18,03%	30,21%	38,11%																																				
Leads	Generació Millennial: $16.883 * 6,41\% = 1.082$ famílies	Generació X: $23.559 * 6,41\% = 1.510$ famílies	D'aquests clients contactats, s'estima que un 6,41% accedirà a la web per comprovar l'oferta potencial del servei. Al ser un servei que cobreix una necessitat, suposem que el % és similar al "Add to Cart" de qualsevol altre servei de consum habitual. <i>Ratio "Add to Cart" per sector</i> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Sector</th> <th>Media de AddtoCart</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alimentación</td> <td>6,74%</td> </tr> <tr> <td>Deportes</td> <td>6,30%</td> </tr> <tr> <td>Educación</td> <td>1,82%</td> </tr> <tr> <td>Equipos informáticos y electrónica</td> <td>3,39%</td> </tr> <tr> <td>Farmacia y Jardineria</td> <td>13,33%</td> </tr> <tr> <td>Food Delivery</td> <td>15,93%</td> </tr> <tr> <td>Hogar y decoración</td> <td>3,16%</td> </tr> <tr> <td>Joyeria y complementos</td> <td>5,69%</td> </tr> <tr> <td>Moda</td> <td>6,37%</td> </tr> <tr> <td>Otros y otros libros</td> <td>6,29%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>2,80%</td> </tr> <tr> <td>Parafarmacia</td> <td>10,01%</td> </tr> <tr> <td>Proveedor de servicios</td> <td>5,04%</td> </tr> <tr> <td>Salud y belleza</td> <td>5,59%</td> </tr> <tr> <td>Servicios</td> <td>4,46%</td> </tr> <tr> <td>Viajes</td> <td>6,41%</td> </tr> <tr> <td>Media global AddtoCart</td> <td>6,41%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Font: Estudio Anual de Conversión en E-Commerce y Negocios Digitales 2022</p>	Sector	Media de AddtoCart	Alimentación	6,74%	Deportes	6,30%	Educación	1,82%	Equipos informáticos y electrónica	3,39%	Farmacia y Jardineria	13,33%	Food Delivery	15,93%	Hogar y decoración	3,16%	Joyeria y complementos	5,69%	Moda	6,37%	Otros y otros libros	6,29%	Otros	2,80%	Parafarmacia	10,01%	Proveedor de servicios	5,04%	Salud y belleza	5,59%	Servicios	4,46%	Viajes	6,41%	Media global AddtoCart	6,41%				
Sector	Media de AddtoCart																																										
Alimentación	6,74%																																										
Deportes	6,30%																																										
Educación	1,82%																																										
Equipos informáticos y electrónica	3,39%																																										
Farmacia y Jardineria	13,33%																																										
Food Delivery	15,93%																																										
Hogar y decoración	3,16%																																										
Joyeria y complementos	5,69%																																										
Moda	6,37%																																										
Otros y otros libros	6,29%																																										
Otros	2,80%																																										
Parafarmacia	10,01%																																										
Proveedor de servicios	5,04%																																										
Salud y belleza	5,59%																																										
Servicios	4,46%																																										
Viajes	6,41%																																										
Media global AddtoCart	6,41%																																										
Clients	D'aquestes famílies només un 1,173% compraran el nostre servei Generació Millennial: $1.082 * 1,173\% = 12,7$ famílies	D'aquestes famílies només un 1,173% compraran el nostre servei Generació X: $1.510 * 1,173\% = 17,7$ famílies	D'aquests clients s'estima que un 50% (7 famílies) de Millennials seran ambaixadors i un 20% de la generació X (4 famílies) també.																																								
	Si analitzem els canals, els clients s'aconseguiran a partir dels canals següents: <i>Clients aconseguits per tipus de canal</i> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Total</th> <th>Orgànic (SEO)</th> <th>De referència</th> <th>De pagament</th> <th>Directe</th> <th>Email</th> <th>Social</th> <th>Display</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Media aritmètica</td> <td></td> <td>40,78%</td> <td>4,72%</td> <td>22,70%</td> <td>20,85%</td> <td>3,06%</td> <td>4,33%</td> <td>3,46%</td> </tr> <tr> <td>Millennials (famílies)</td> <td>13</td> <td>5,3</td> <td>0,6</td> <td>3,0</td> <td>2,7</td> <td>0,4</td> <td>0,6</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>Generació X (famílies)</td> <td>18</td> <td>7,3</td> <td>0,8</td> <td>4,1</td> <td>3,8</td> <td>0,6</td> <td>0,8</td> <td>0,6</td> </tr> </tbody> </table> <p>Font: Elaboració pròpia</p>				Total	Orgànic (SEO)	De referència	De pagament	Directe	Email	Social	Display	Media aritmètica		40,78%	4,72%	22,70%	20,85%	3,06%	4,33%	3,46%	Millennials (famílies)	13	5,3	0,6	3,0	2,7	0,4	0,6	0,4	Generació X (famílies)	18	7,3	0,8	4,1	3,8	0,6	0,8	0,6				
	Total	Orgànic (SEO)	De referència	De pagament	Directe	Email	Social	Display																																			
Media aritmètica		40,78%	4,72%	22,70%	20,85%	3,06%	4,33%	3,46%																																			
Millennials (famílies)	13	5,3	0,6	3,0	2,7	0,4	0,6	0,4																																			
Generació X (famílies)	18	7,3	0,8	4,1	3,8	0,6	0,8	0,6																																			

Font: Elaboració pròpia

Segmentació Millennial



Segmentació Generació X



55. ANNEX 55 – PLA D'ACCIONS DE L'ESTRATEGIA DIGITAL A PARTIR DE LES 4Ps DE L'ERA DIGITAL

Pla d'accions de l'estratègia digital tenint en compte les 4Ps de l'era digital		
	Accions	Objectius a aconseguir
Personalització	Web 2.0 bidireccional	Aconseguir una plataforma creadora de comunitat i col·laborativa, sent el feedback el més destacat
	Futura Web 3.0	Aconseguir personalitzar l'experiència dels serveis i aplicacions i adaptar-se a les necessitats dels usuaris a través de l'anàlisi de dades (web intel·ligent)
	Alta inversió en la creació i manteniment de la Web	Aconseguir que sigui la web de reserves principal.
Participació	Creació d'una aplicació per mòbil que és una eina fonamental en estratègies de màrqueting	Oferir serveis exclusius o promoure un augment de la interacció amb els clients Permetre als Millennials sobretot accedir a descomptes o informació de valor exclusiva pels mateixos en qualsevol moment i situacions.
	Crear comunitats participatives per agrupar usuaris interessats per fomentar la participació a través de "Social Media Marketing" (SMM) Publicar vídeos virals sobre el càmping Utilització de perfils socials	Tenir presència activa en les xarxes socials (facebook, twitter, instagram...) per oferir informació a la vegada que interacció amb suggeriments per aconseguir crear una valoració alta de la marca per satisfer als clients, existents i potencials i donar visibilitat que et permet veure com ens veu el client, que opina, que milloraria, compartir la seva pròpia experiència i també ens permet fer enquestes, per estar més propers al client potencial i del que ja és client continuar fidelitzant-lo.
	Email Marketing per comunicar-se digitalment amb leads i clients a través de l'enviament massiu de correos electrònics a una base de contactes	La finalitat és comunicar promocions o presentar un nou servei. S'utilitzarà aquesta eina perquè és una de les que té major ROI (retorn de la inversió).
Peer to peer (P2P)	Donar-se a conèixer a partir d'acords amb persones influents en les xarxes socials que tenen un gran nombre de seguidors i una credibilitat establerta, però el desafiament aquí serà elegir un influencer efectiu que s'adapti molt bé a la marca CàmpDog. Aquests influencers hauran de ser amants de les mascotes i que publiquin escapades amb la seva mascota.	CàmpDog aprofitarà el màrqueting d'influència perquè és una excel·lent estratègia de màrqueting P2P, ja que moltes persones consideren als influencers com una extensió del seu cercle d'amics i, per tant, una veu confiable que tallarà el soroll entre el teu públic objectiu.
	CàmpDog utilitzarà el "social listening", l'escolta a medis socials per monitoritzar que és diu de la nostra marca i prendre decisions al voltant dels comentaris i dades obtingudes sobre sentiment social i "shores of Voice" en medis online i socials.	Accedir als cercles interns dels clients, estar presents i ens poder relacionar-se millor amb ells, ja que els clients són persones reals darrera la pantalla que volen sentir que poden relacionar-se amb la teva marca i viceversa
	Histories genuïnes per gent de confiança on CàmpDog arribarà a acords amb dogandfamily i algun blogs de mascotes i viatges perquè creïn contingut que ressoni i sigui valuós per compartir en espais amb idees afins, tals com perfils a xarxes socials, blogs o llocs web de medis rellevants.	CàmpDog utilitzarà blogs o pàgines especialitzades en mascotes i viatges perquè aquests publiquin articles o post sobre nosaltres. Aquest tipus d'estratègia té molta importància perquè les històries i idees genuïnes tendeixen a ressonar amb més força avui més que mai en els clients. De fet, el 66% de les persones confien en articles i publicacions de tercers.
Search Engine Optimization (SEO). CàmpDog incrementarà el posicionament de la web a buscadors, fent que aparegui en els primers llocs dels buscadors augmentant la seva notorietat i per tant, la probabilitat de rebre visites	Les relacions públiques fomentaran un diàleg bidireccional amb un enfoc humà, construint ponts de comunicació honestos, oberts i transparents entre la nostra marca i els nostres "stakeholders", ja siguin clients, consumidors, treballadors, medis de comunicació, govern i influencers clau; el qual s'aconseguiran mitjançant la construcció d'una comunitat i la bona reputació d'un tercer de confiança, el boca a boca i la capitalització de les idees innovadores presentades per CàmpDog.	
Predictive modelling	CàmpDog realitzarà estudis de mercat predictius recopilant dades i cercant patrons similars per poder predir el comportament dels consumidors i així planificar accions que puguin influir en aquest comportament i orientar al client cap a la nostra marca	L'objectiu és millorar l'experiència de compra online en funció de les dades sobre el comportament dels usuaris i les prediccions sobre les seves futures accions, personalitzar les campanyes d'email màrqueting en temps real per respondre a les accions dels clients i aconseguir conversions a lead o a compra i oferir promocions i descomptes personalitzats per augmentar els ingressos a curt termini
	L'eina que utilitzarà CàmpDog per realitzar el màrqueting predictiu serà "Lead scoring de Hubspot", ja que és una de les eines amb més potencial, que consisteix a assignar a cada lead una puntuació que reflecteix les seves probabilitats de convertir-se en un client. En funció d'aquesta puntuació, el lead es descarta o se li assigna a diferents fluxos de comunicació automatitzades per acompanyar-li en el camí cap a la conversió. Aquestes dades s'analitzen mitjançant tècniques d'aprenentatge automàtic per obtenir puntuacions predictives que reflecteixin les probabilitats de conversió. A més, aquesta eina es torna més intel·ligent amb el temps, per tant, l'estratègia es va optimitzant automàticament.	Aquest anàlisi d'estadístiques, així com l'estudi de requeriments, respostes o inquietuds dels clients o de la demanda del mercat, facilitarà a CàmpDog adaptar la seva estratègia a curt i mig termini, ja que ajudarà a segmentar correctament els perfils d'usuaris, permetrà processar adequadament la informació, millorarà la mesurament d'estratègies de Inbound Màrqueting i ajudarà a automatitzar el màrqueting i personalitzar les comunicacions.

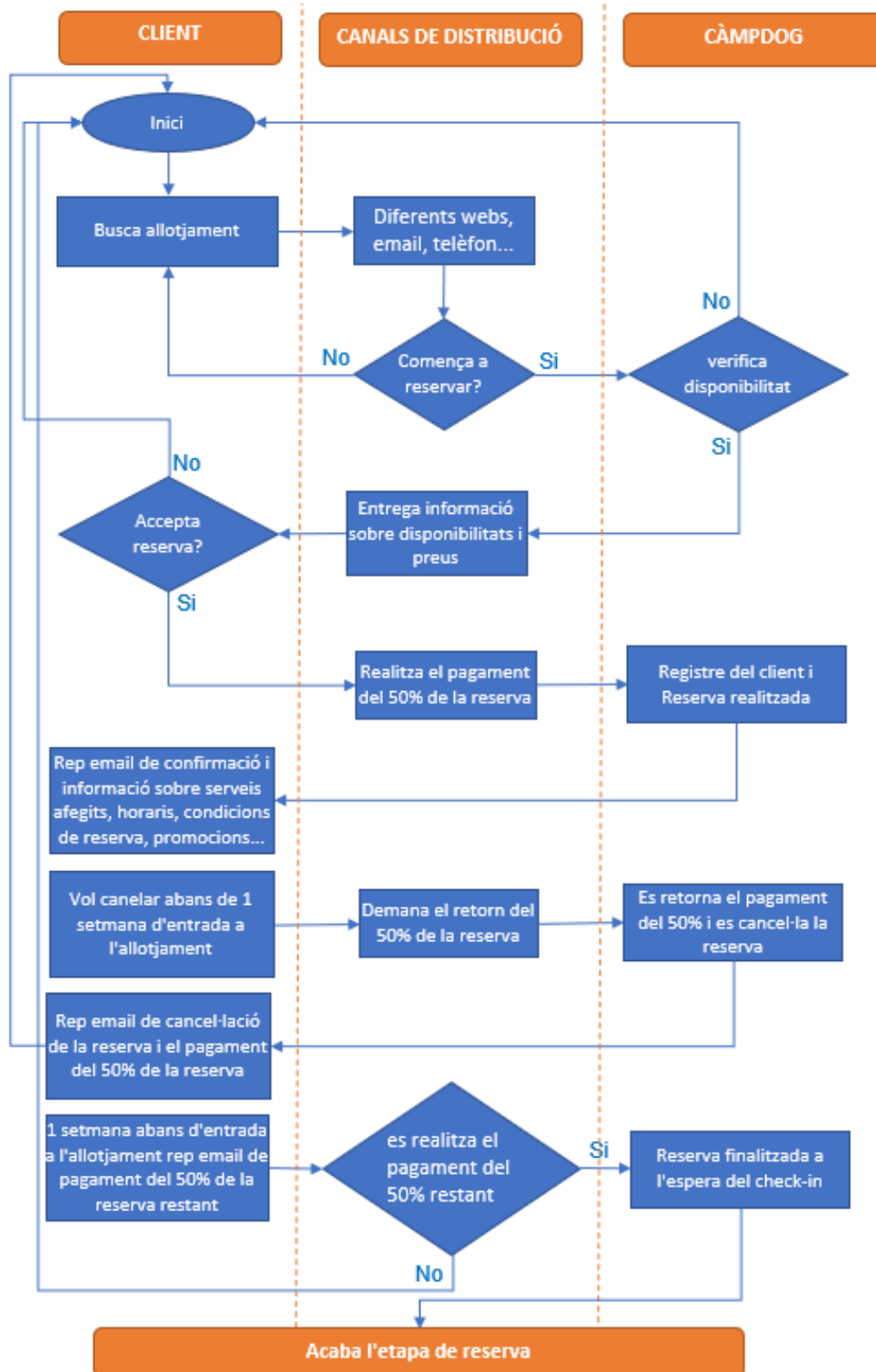
Font: Elaboració pròpia

56. ANNEX 56 – DETALL DE L'ESTRATÈGIA DE DISTRIBUCIÓ

Detall de l'estratègia de distribució	
B2C	
Web pròpia personalitzada	A partir d'aquesta pàgina, el client podrà realitzar la reserva directament, posar-se en contacte per telèfon amb l'establiment per realitzar la reserva de forma telemàtica o per qualsevol altre consulta i es facilitarà tota la informació necessària per respondre a qualsevol dubte. Tot i que els clients objectiu seran catalans, la pàgina web estarà disponible en 3 idiomes: català, castellà i anglès. D'aquesta forma el servei ofert estarà disponible per qualsevol persona d'arreu del món. Inicialment no tindrà molt pes però l'objectiu serà aconseguir que sigui la web de reserves principal. Dirigit a tots els clients potencials comentats anteriorment
Email marketing	CàmpDog utilitzarà els correus electrònics de les llistes de contactes que serviran com recordatori perquè els clients no perdin esdeveniments especials i temàtics que es produiran els caps de setmana i les promocions per dates especials i d'última hora, ja que aquests correus poden ser una oportunitat per impulsar decisions dels clients al nostra favor. Dirigit a tots els clients potencials comentats anteriorment.
Perfil propi a Instagram	CàmpDog publicarà contínuament, fotografies i vídeos sobre les instal·lacions, serveis, temps, activitats... i les que publiquin els clients o els seguidors del nostre perfil, es faran anuncis, trucades a l'acció com "compartir" o "m'agrada" i on els clients podran accedir a qualsevol qüestió o informació sobre l'allotjament o fins i tot comunicar-se amb l'empresa. A més, s'oferiran promocions si s'arriben a un número de likes a les fotografies i vídeos i sortejos si comenten i afegeixen a altres usuaris. Aquesta xarxa social anirà cap a un públic majoritari d'entre 20 i 35 anys que són el grup majoritari d'usuaris i que cada cop més tenen mascotes. Aquest canal serà un dels més importants perquè avui en dia les xarxes socials són el medi de comunicació més important, sobretot per la generació Millennial que són prosumidors (consumidors + productors de contingut).
Perfil propi a Facebook i Twitter	Mitjançant aquestes xarxes socials, CàmpDog vol dirigir-se a un públic entre 35 i 65 anys que tinguin mascotes, encara que els joves presents a Instagram també són usuaris de Facebook. És funcionarà igual que Instagram però amb un petit canvi, en aquesta xarxa social també s'afegiran publicacions sobre gastronomia, cultura i tradicions.
Boca a boca	Al ser un producte tan exclusiu, diferenciador i enfocat a un nínxol molt específic del mercat, aquest tipus de distribució és una de les més efectives i poderoses. Cap cosa millor com que els propis clients et tinguin en estima, estiguin satisfets, siguin fidels i els venguin molt bé als seus cercles propers on la credibilitat és molt major que qualsevol publicitat comprada i on CàmpDog ha d'oferir el servei que compleixi 100% amb les necessitats del públic objectiu. Dirigit a tots els clients potencials comentats anteriorment.
B2B	
Acords amb pàgines web	CàmpDog arribarà a acords amb les pàgines web: -Dog and family. https://dogandfamily.com/ -Animalados. http://www.animalados.com/es/ -Donde ir con perro. https://dondeirconperro.com/ -Vacaciones con perro. https://vacacionesconperro.es/ -Algun blog o pàgina de mascotes i viatges que anem afegint posteriorment Es publicarà contingut que ressoni i sigui valuós per compartir en espais amb idees afins, tals com perfils a xarxes socials, blogs o llocs web de medis rellevants. Dirigit a tots els clients potencials comentats anteriorment.
Webs professionals de reserves d'allotjament	Per tal d'arribar al màxim nombre de clients potencials, s'arribaran a acords amb aquestes webs de reserves d'allotjament perquè es tingui accés al servei mitjançant les eines a través dels portals i adjudicant-se un percentatge important de la transacció. Aquests intermediaris seran: -Booking. www.booking.com -Toprural. www.toprural.com -Càmpings. https://www.campings.com -Càmpings. https://www.pitchup.com/es/ -Càmpings Catalunya. https://campingscat.com/es/ Dirigit a tots els clients potencials comentats anteriorment.
Search Engine Optimization (SEO)	CàmpDog arribarà a un acord amb google per mostrar l'anunci de la web pròpia quan els clients busquin empreses similars a la nostra en Google i Maps, pagant només pels resultats que obtinguem d'accés a la web a partir d'aquest anunci. Dirigit a tots els clients potencials comentats anteriorment.
Publicitat a instagram i Facebook	CàmpDog contractarà a una empresa especialitzada en Instagram i Facebook Ads per gestionar i optimitzar les campanyes publicitàries per aconseguir el màxim d'entrades a la web anomenada Dayvo Sistemas. El pressupost són 199 euros al mes i estarà contractada 1 any per posicionar la web pròpia el màxim en el nínxol de mercat. Dirigit a persones amb mascotes de 20 a 40 anys.
Aliances	S'arribaran a acords amb persones influencers i pàgines específiques de les xarxes socials que tenen un gran número de seguidors i una credibilitat establerta. La idea es buscar un influencer efectiu que s'adapti molt bé a la marca CàmpDog. Inicialment començarem amb @viajacontumascota amb 150.000 seguidors, @pipperontour amb 90.000 seguidors i alguna més que buscarem. Aquests influencers hauran de ser amants de les mascotes i que publiquin escapades amb la seva mascota.

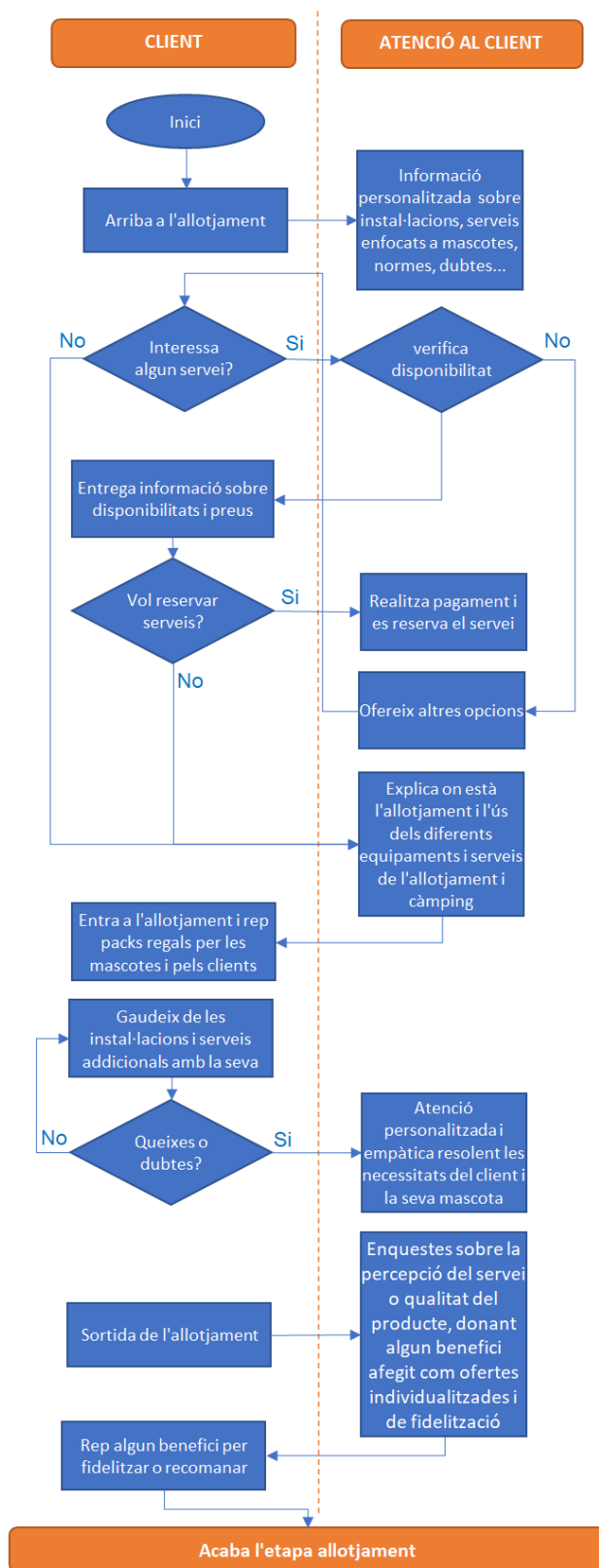
Font: Elaboració pròpia

57. ANNEX 57 – PROCÉS PRODUCTIU DE L'ETAPA DE RESERVA



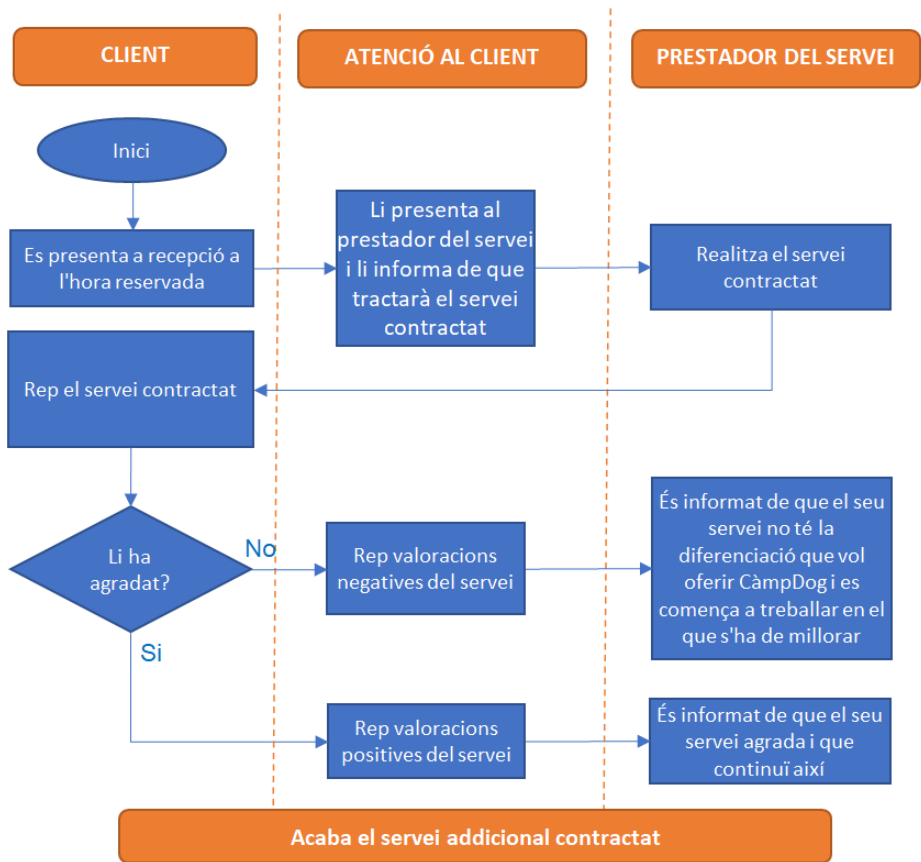
Font: Elaboració pròpia

58. ANNEX 58 – PROCÉS PRODUCTIU DE L'ETAPA GAUDIR DEL SERVEI







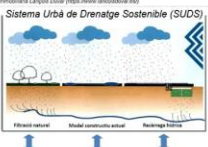



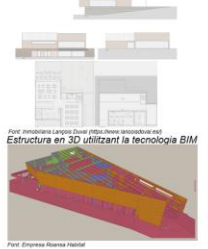




Font: Elaboració pròpia

59. ANNEX 59 – PROCÉS PRODUCTIU D’ENSINISTRAMENT I AGILITY



Font: Elaboració pròpia

60. ANNEX 60 – DETALL DE L’ESTRATÈGIA DE RECURSOS MATERIALS PRODUCTIUS – INSTAL·LACIONS I EQUIPAMENTS

Detall de l'estratègia de Recursos Materials Productius		Empresa
<p>Instal·lacions i equipaments</p> <p>Adaptació del camí per transit rodat des de la carretera fins al control d'accés i aparcament</p> <p>Construcció mur perimetral que envolti tot el terreny amb sortides d'emergència i auxiliars, així com la porta d'accés principal</p> <p>Distribució de les parcel·les, les instal·lacions de serveis i els bungalows i apartaments per posteriorment traçar tots els camins que comunicaran els diferents equipaments. Aquests camins es pavimentaran amb una capa d'aglomerat asfàltic per seguretat, confort i adaptació d'energies renovables a la finalització de totes les instal·lacions comunes d'aigua, clavegueram, electricitat i comunicacions.</p> <p>S'instal·laran les escames d'aigua, clavegueram, electricitat i comunicacions estaran soterrades durant les obres de condicionament del terreny mentre també es condicionaran tots els camins i tancats de les parcel·les.</p>	<p>Encaix del càmping i usos proposats</p>  <p>Font: Immoforma Llogos Clou (info@www.immoformadotcat)</p>	 <p>L'execució de l'obra de condicionament dels terrenys, distribució, diferents instal·lacions i pavimentació se li encarregarà a l'empresa MASSACHS Obres i Paisatge. L'elecció d'aquesta empresa ha sigut degut a que es tracta d'una empresa socialment sostenible. MASSACHS Obres i Paisatge és una empresa amb més de 45 anys d'experiència al món de la construcció. Ubicada a la província de Girona però amb actuació a tot Catalunya. Amb experiència en una gran varietat d'obres públiques i privades, incloent variats càmpings. Com a punt clau per la seva elecció ha sigut que MASSACHS Obres i Paisatge ha apostat per invertir fortament en I+D+i durant els darrers anys aconseguint evolucionar en totes les seves àrees d'actuació i serveis permetent oferir una gran varietat de qualitat i executar la majoria dels projectes de construcció en la seva totalitat. El pressupost d'execució d'obra està completament detallat amb els possibles desviaments per incidències, preu i període d'execució tancat assumint per contracte penalitzacions que garanteixin els terminis. Es tractarà d'un pressupost clau en mà a preu tancat.</p>
<p>L'aparcament es situa a la zona amb més pendent de l'àmbit. Els talussos existents són franges de menor amplada i per tal de garantir la circulació adient per als vehicles, aquests talussos es transformen en petits murs de pedra. En quant a l'arbrat existent, s'ha tingut en compte alhora de fer la distribució dels aparcaments minimitzant la tala. A més, es pavimentarà amb una capa d'aglomerat asfàltic per seguretat i confort.</p>	<p>Encaix de l'aparcament</p>  <p>Font: Immoforma Llogos Clou (info@www.immoformadotcat)</p>	
<p>Les instal·lacions esportives es situaran just al costat de l'entrada. Això es així per tal de donar compliment a la intenció del PCUIM on aquestes instal·lacions hauran de ser accessibles i de lliure accés pels habitants de la localitat.</p> <p>S'ha plantejat la instal·lació d'un camp de futbol, basquet, tennis i pádel. Aquesta zona haurà de ser la més planera possible, amb els talussos i murs de contenció que siguin necessaris.</p>	<p>Instal·lacions esportives</p>  <p>Font: Immoforma Llogos Clou (info@www.immoformadotcat)</p>	
<p>Es construiran Sistemes Urbans de Drenatge Sostenible (SUDS) que és un sistema d'infiltració Sostenible per les aigües de les pluges que consisteix en mitjançant un dipòsit d'infiltració de les aigües de pluja s'aconsegueix un sistema de drenatge sostenible.</p> <p>Aquest sistema d'infiltració, a part de ser una gran millora per l'impacte ambiental i de sostenibilitat, aquesta solució tècnica també esdevé molt més econòmica que el sistema tradicional al reduir-se el número de canalitzacions i els treballs d'excavació.</p>	<p>Sistema Urbà de Drenatge Sostenible (SUDS)</p>  <p>Font: Immoforma Llogos Clou (info@www.immoformadotcat)</p>	
<p>Instal·lació d'una piscina prefabricada de políester de 15,00x5x1,10 m (volum 82 m³) amb el sòl al voltant d'un material antireliscant i una zona amb gespa per prendre el sol.</p>	<p>Construcció de la piscina</p> 	
<p>Instal·lació de les diferents xarxes comuns, l'aigüera i els punts de llum amb el comptador d'electricitat a cada parcel·la.</p>		
<p>Acondicionament de la zona d'esbarjo dels animals amb uns 3.000 m². Aquesta zona estarà composta per una zona d'esbarjo amb una petita piscina i zona d'agilitat i ensinistrament tota tancada perquè els animals puguin gaudir completament de les seves vacances sense cap perill.</p>		
<p>Acondicionament i construcció del futur dipòsit d'aigua que abastirà a la instal·lació del càmping, per estar a la zona més elevada de l'àmbit.</p>		
<p>A la zona A, a continuació de l'entrada del càmping amb control d'accés i atenció al client, es situarà la petita deixalleria, així com el restaurant, bar, petit supermercat, magatzem i zona de serveis afegits per mascotes, tals com, guarderia, perruqueria...</p> <p>Aquesta edificació tindrà PE+1. En quant al sostre, es preveu 400 m2st per a supermercat, atenció al client, despatx, magatzem i zona de perruqueria i cura d'animals en planta i 300 m2st per a restaurant i cuina, en planta primera.</p> <p>Aquest edifici es construirà mitjançant una construcció prefabricada de formigó modular, ja que té innumerables avantatges enfront a les construccions tradicionals. Aquestes són la rapidesa amb els terminis d'execució, el major estalvi energètic, l'aprofitament dels avantatges del formigó respecte a altres materials, la major amplitud, el menor cost per m2, la seguretat en el preu gràcies al control de costos i terminis, més ecològiques i la flexibilitat en la construcció que ajudarà a CàmpDog a cobrir les seves necessitats.</p> <p>Quant ja estigui finalitzada l'estructura, els interiors els realitzaran l'empresa Roansa Habitat i estarà compost de a la planta principal 120 m2 per l'atenció al client i despatxos amb l'adient instal·lació elèctrica i mobiliari, 15m2 per 1 bany amb WC i mobiliari de bany adaptat per minusvàlids, 100 m2 per la perruqueria i cura d'animals amb la instal·lació elèctrica, d'aigua i mobiliari necessari, 100 m2 pel supermercat amb la seva instal·lació elèctrica i la resta de metres quadrats pel magatzem.</p> <p>A la planta primera estarà ubicat el Bar-Restaurant amb una cuina de 100 m2 amb tot l'equipament necessari (fogons, forn, neveres, aigüeres...), 200 m2 per l'interior del Bar-Restaurant, 15 m2 per 2 banys amb WC i mobiliari de bany, un d'ells adaptat a minusvàlids i la resta serà una terrassa amb mobiliari diferenciat en dues zones. La zona per persones amb animals i la resta. L'Access al Bar-Restaurant serà des de l'exterior mitjançant una rampa perquè tinguin accés qualsevol persona i/o animals.</p>	<p>Avantprojecte del restaurant, bar, atenció al client, supermercat.</p>  <p>Font: Immoforma Llogos Clou (info@www.immoformadotcat)</p> <p>Estructura en 3D utilitzant la tecnologia BIM</p> <p>Font: Empresa Roansa Habitat</p>	 <p>Aquest edifici s'encarregarà l'empresa Roansa Habitat ubicada en Vic que són pioners en la construcció d'habitatges industrialitzats a mida, adaptats als projectes arquitectònics incorporant les seves idees al formigó. Utilitzaran el sistema BIM que és una tecnologia de modelat (la més avançada del mercat) que realitza un estudi de les solucions constructives i la corresponent generació de pressupostos. Posteriorment es trasllada a fabrica, que produeix a partir del model BIM i es trasllada al àrea de muntatge que executa l'obra sobre el terreny exactament segons el model previst. El contracte serà clau en mà, ja que l'empresa Roansa Habitat s'encarregarà no només de l'estructura sinó també de la distribució interior, totes les instal·lacions d'aigua, electricitat i sortida de fums, els 3 banys, la terrassa i la rampa d'accés a la primera planta des de la terrassa.</p>
<p>A la zona B, finalitzant el camí d'entrada al càmping, es situarà l'edificació de serveis, WC, dutxes, piques per rentar els plats amb aigua calenta i freda i bugaderia pels clients amb un espai adaptat per minusvàlids. A més d'un petit magatzem.</p> <p>En quant a sostre, es preveu 200 m2st per als serveis i dutxes i 50 m2st per a magatzem i registres.</p>	<p>Avantprojecte de l'edifici serveis comuns</p> 	<p>Aquesta edificació també se li encarregarà a l'empresa Roansa Habitat, mitjançant la instal·lació d'un mòdul prefabricat de 250 m2. El contracte serà clau en mà i inclourà la instal·lació del mòdul, la instal·lació elèctrica i d'aigua i les instal·lacions interiors de dutxes, mobles de bany i WCs necessaris.</p>
<p>Totes les parcel·les estaran tancades amb una porta d'accés per les persones, vehicles o caravanes perquè els nostres clients tinguin la tranquil·litat de que els seus fills i animals estiguin en llibertat sense poder sortir del seu allotjament.</p>	<p>Perfil del tancat escollit (seua feta de ferro d'un metre d'alçada)</p> 	 <p>Aquests tancament ho subministrará l'empresa Securfix, empresa especialista en tancaments amb més de 50 anys fabricant tancaments metàl·lics i cercats que satisfan les exigències normatives i aconseguir el nivell de protecció que es necessita. S'instal·laran 2.100 metres de reixa feta de ferro amb les varetes en forma rodona. Amb una altura de 1 metre, no tenen soldadures per evitar la corrosió i 1 porta d'accés a cada parcel·la.</p>

Detall de l'estratègia de Recursos Materials Productius		
Instal·lacions i equipaments		Empresa
<p>Instal·lació de 18 bungalows de 70 m² per unitat, amb una zona d'espai verd annex a cadascun. Aquests equipaments es sustentaran sobre una estructura formada per tubs d'acer galvanitzat de 80x40x2. Reforçats per un entramat d'angles de 3x30 mm a mode de tirants. Tot el xassis serà d'acer galvanitzat per evitar la corrosió amb el pas del temps i tots els finals dels tubs estaran tapats amb tampons de PVC.</p> <p>El sol estarà sobre el xassis d'acer galvanitzat, es col·locarà un panell Sandwich de base de 40 mm de grossor, 38 mm de poliuretà i 2 lamines, una per cada costat d'acer de 1 mm, amb un acabat lacat en blanc ral 9010. Sobre el panell de Sandwich es col·locarà un tauler aglomerat amb tractament antihumitat de 10 mm de grossor i posteriorment una barrera de làmina plàstica encolada denominada sintasol, tot fent el conjunt 6,5 cm de grossor. Per realitzar les parets, es col·locarà un panell Sandwich de base de 60 mm de grossor, 58 mm de poliuretà i 2 lamines, una per cada costat d'acer de 1 mm.</p> <p>L'acabat final es realitzarà amb lamine de vinil rígid tipus canaxel de 5 mm d'espessor i aportant 1,5 cm de càmera d'aire entre l'exterior i el panell (façana ventilada), donant un espessor total de la paret de 8 cm. La teulada estarà composta per una falsa teulada de panell Sandwich de base de 40 mm de grossor, 38 mm de poliuretà i 2 lamines, una per cada costat d'acer de 1 mm.</p> <p>La coberta serà de teula d'acer galvanitzat anti corrosió amb tractament exterior i amb una pendent de 32%. L'estructura de la coberta es compondrà d'un entramat estructural de encavallades i listons de fusta de secció suficient segons el fabricant de la teula d'acer per suportar 225 kg per metre quadrat.</p> <p>A més, també es posaran canals de desguàs d'aigües pluvials de planxa de 1 mm, 10x10 cm i de llarg el total del mòdul.</p> <p>La fusteria exterior serà de PVC, finestres oscil·lobatents amb vidre doble climatitzat de càmera 4+16+4 amb persianes i mosquiteres.</p> <p>Tindrà un marc termo soldat en finestres per la part exterior, on s'encaixen les lamine de la façana ventilada, per evitar qualsevol possible entrada d'aigua.</p> <p>La fusteria interior estarà composta per parets interiors de 6 cm d'espessor, amb portes panelades de 60 cm i tots els mobles es fabricaran a mida amb fusta de 19 mm de grossor i amb una àmplia gama de colors a escollir. La instal·lació completa d'aigua freda i calent es realitzarà amb canonades de polipropilens de 15 mm, la grifaria serà mono comandament amb una clau de tallada general i claus per desaugar el circuit i on els desguassos sanitaris seran de PVC amb tots els sanitaris instal·lats i connectats.</p> <p>L'electricitat es realitzarà conforme amb el Plec de Condicions Tècniques de la Direcció General d'Arquitectura, amb el Reglament Electrotècnic de Baixa Tensió i instruccions Complementaries. El quadre de protecció amb els corresponents interruptors de seguretat per zones (pies), diferencial i interruptor de control de potència (icp) i tota la lluminació del mòdul serà amb tecnologia LED per obtenir un mínim consum. Totes les estances disposaran d'instal·lació elèctrica i muntatge de radiadors elèctrics alimentats per les plaques solars que s'instal·laran al càmping.</p> <p>La cuina disposarà d'armaris, aigüera d'acer inoxidable de forma rectangular amb un si i escorredor, tauler (elèctric o gas), campana extractora extraïble inox amb vàlvula antiretorn, frigorífic combi de 1,8 metres i microones encastat en inox i escalfador elèctric d'aigua calent de 10 litres estanc.</p> <p>El dormitori estaran compostos de tot el mobiliari complet, mobles, llits i cortines enrollables (estors) a les finestres amb diferents models i colors per elegir.</p> <p>El bany tindrà una cabina de dutxa fabricada en una peça de fibra de vidre i polièster, sense juntes per evitar filtracions, mampara, mobles de bany i WC.</p> <p>El menjador estarà totalment equipat amb taula de menjador, 4 cadires, sofà lit i moble menjador amb la instal·lació TDT i televisió amb accés a Internet.</p> <p>Per finalitzar, a l'exterior hi haurà una terrassa de 4,5x3 amb una cobertura de 3 metres sobre panell Sandwich i amb la mateixa teula del mòdul per mantenir uniforme la imatge de la coberta amb el mòdul i es muntarà un terra de teules de fustes amb ventilació interior a la altura de l'entrada del mòdul.</p>		 <p>Els bungalows seran de l'empresa Modulos Naymo situada a Campdevanl a 50 km del càmping. Una empresa molt especialitzada en la construcció i instal·lació de bungalows i mòbil homes a mida, acabat exterior, distribució i decoració a gust dels clients.</p>
<p>Instal·lació de 3 apartaments per oferir un allotjament tranquil i separat del càmping, per clients que vulguin estades de relax i no els sigui primordial utilitzar les diferents instal·lacions del càmping. Aquests apartaments tindran també una terrassa tancada perquè els seus animals puguin gaudir de l'aire lliure i accés directe a la zona d'esbarjo per a gossos.</p> <p>Aquest apartament estarà compost d'una superfície de 34 m², compost de dormitori (11,8 m²), bany (2,8 m²), cuina i sala d'estar (12,2 m²). Estará compost per cuina, bany, somier amb calaixos, tauleta, armaris, banc, taula de menjador, bomba d'aire fred-calent i estufa de llenya.</p> <p>Aquests mòduls estaran construïts amb 14 cm d'aïllament en cobertes i façanes fent que siguin més aïllants que qualsevol altre habitatge, combinant aïllaments de diferents densitats (XPS, aïllament multi reflectiu i cotó reciclat) per aconseguir un millor rendiment. A més, els acabats interiors de fusta ajudaran a millorar el comportament tèrmic i acústic.</p>	 	 <p>S'encarregaran a TiniLiving, una empresa pionera en aquests tipus d'allotjaments oferint un producte reduint al màxim els temps de fabricació, ja que mentre es construeixen l'empresa executarà la cimentació i escoseses necessàries al terreny. CàmpDog contractarà a aquesta empresa mitjançant un contracte clau a mà, fent que l'empresa transmeti les llicències i executi la cimentació i escoseses.</p>
<p>Instal·lació de 3 apartaments per oferir un allotjament tranquil i separat del càmping, per clients que vulguin estades de relax i no els sigui primordial utilitzar les diferents instal·lacions del càmping. Aquests apartaments tindran també una terrassa tancada perquè els seus animals puguin gaudir de l'aire lliure i accés directe a la zona d'esbarjo per a gossos.</p> <p>Estará compost d'una superfície de 68 m², compost de dormitori 1 (11,8 m²), dormitori 2 (11 m²), bany (3 m²), cuina i sala d'estar (28,8 m²). Estará compost per cuina amb illa, bany, somier amb calaixos, tauletes, armaris, banc, taula de menjador, bomba d'aire fred-calent i estufa de llenya.</p> <p>Aquests mòduls estaran construïts amb 14 cm d'aïllament en cobertes i façanes fent que siguin més aïllants que qualsevol altre habitatge, combinant aïllaments de diferents densitats (XPS, aïllament multi reflectiu i cotó reciclat) per aconseguir un millor rendiment. A més, els acabats interiors de fusta ajudaran a millorar el comportament tèrmic i acústic.</p>	 	<p>S'encarregaran a TiniLiving, una empresa pionera en aquests tipus d'allotjaments oferint un producte reduint al màxim els temps de fabricació, ja que mentre es construeixen l'empresa executarà la cimentació i escoseses necessàries al terreny. CàmpDog contractarà a aquesta empresa mitjançant un contracte clau a mà, fent que l'empresa transmeti les llicències i executi la cimentació i escoseses.</p>
<p>sobre els sostres dels dos edificis (el principal i el de serveis comuns) s'instal·laran plaques solars per donar electricitat a tot el càmping, tant per aigua calenta com per la llum.</p> <p>La instal·lació serà del tipus connectada a la xarxa elèctrica guiats en base al Real Decret 244/2019. En quant a la forma d'autoconsum es procedirà a realitzar un estudi d'autoconsum sense excedents i es centrarà en la situació econòmica més rendible en funció de diferents paràmetres.</p> <p>S'oplarà per aquest tipus d'autoconsum perquè les necessitats de la instal·lació i les característiques del càmping així ho indiquen. Seran de baixa tensió perquè implica condicions administratives més avantatjades.</p> <p>Els panells aniran instal·lats al sostre dels dos edificis orientats cap al sud amb una inclinació òptima de 35 graus, segons PVsyst i PVGIS.</p> <p>Mitjançant les simulacions en el programa PVsyst, en funció dels consums estimats i les dades de producció proporcionats pel programa, s'escolliran els components necessaris per realitzar la instal·lació.</p> <p>A més, també s'hauran de tenir en compte els paràmetres elèctrics, així com els voltatges i potència, establint un dimensionat acord i amb una potència instal·lada suficient per proporcionar un subministrament d'energia ininterromput.</p> <p>En quant a la tecnologia del mòdul, l'elegida és la monocristal·lina, ja que, com avantatge principal tenen una major eficiència inclos en situacions de baixa exposició lumínica, a més, de la seva baixada de preu als últims anys. L'inversor serà de la marca Huawei amb una potència de 3KW, ja que aquest també pot treballar com inversor híbrid afegint bateries LG i és d'alta eficiència.</p> <p>A més, aquest inversor té connexió wifi per poder tenir el sistema controlat mitjançant smartphone.</p> <p>El model escollit és el Huawei SUNN2000-3KTL-L1 3000W.</p> <p>La ubicació d'aquest equip anirà en un espai al magatzem on es mantinguin unes condicions de temperatura i humitat constant al llarg de l'any.</p> <p>L'estructura escollida per suportar els panells sobre la coberta amb la inclinació i orientació adequada. La dimensió i elecció del cablejat es realitzarà en funció de les normes UNE i el REBT.</p>		 <p>Aquesta instal·lació la realitzarà l'empresa SUD Renovables, una empresa especialitzada en instal·lació de plaques fotovoltaïques des de l'any 2005 a zones rurals. Aquesta empresa s'encarregarà del dimensionat i disseny verificant el consum necessari per instal·lar les plaques solars i les bateries per acumular l'electricitat. El contracte serà clau en mà, per tant, aquesta empresa s'encarregarà també de tots els permisos, ajudes i instal·lació de tot l'equipament necessari. L'empresa Sud Renovables utilitzarà el software PVsyst on la base de dades proporcionarà una estimació del consum molt precisa.</p>

Detall de l'estratègia de Recursos Materials Productius		Empresa
Instal·lacions i equipaments		
<p>S'instal·larà una xarxa de telecomunicacions mitjançant una solució wifi per càmping que permeti oferir una connexió de xarxa sense fils segura en tot el recinte. Protegint l'accés per fer-lo senzill pels clients. Es tractarà d'una solució a mida protegida amb bloquejos legals i eines de seguretat que filtrin cert tipus de contingut i les connexions. La idea es tenir un càmping hiperconnectat perquè els clients puguin gaudir de comunicació absoluta cap a l'exterior.</p>	<p>Simulació de consums realitzat amb PVsyst</p>	 <p>S'encarregarà a l'empresa Advance infraestructures. Es contractarà mitjançant clau en mà perquè Advance infraestructures s'encarregui de que tot estigui correcte evitant responsabilitats legals a CàmpDog.</p>
<p>S'instal·larà una xarxa de videovigilància amb càmeres per tot el recinte i càmeres dintre dels jardins dels apartaments i bungalows perquè els clients puguin contractar el servei de videovigilància per la seva mascota.</p>		
<p>Aquests dispositius wifi estaran interconnectats mitjançant la xarxa de comunicacions de fibra desplegada per tot el càmping i aquesta xarxa estarà connectada a un radioenllaç contractat a Cellnex per donar velocitats de fins a 10 Gbps, ja que encara no hi ha arribat la fibra a la població de la Nou de Berguedà</p>		 <p>Cellnex serà l'encarregada de la prestació del servei de fibra. Es realitzarà un contracte de servei integral amb un cost de 200 euros al mes.</p>

Font: Elaboració pròpia [30] [31] [32] [33]

61. ANNEX 61 – DETALL DE L'ESTRATÈGIA DE RECURSOS MATERIALS PRODUCTIUS – MAQUINARIA, MOBILIARI, EQUIPS INFORMÀTICS I UTENSILIS

Detall de l'estratègia de Recursos Materials Productius	
Maquinaria, mobiliari, equips informàtics i utensilis	
<p>Recepció/atenció al client i despatxos</p>	<p>En aquestes zones hi hauran tots els recursos productius i auxiliars necessaris per poder realitzar les tasques pròpies eficientment. Aquests serien 5 ordinadors amb software ofimàtic d'usuari i altres sistemes tals com per registre i reserves d'allotjament, Revenue Management..., accés a Internet, 5 telèfons mòbils, una fotocopiadora, 3 màquines per poder cobrar amb targeta de crèdit, 5 taules, 5 calaixeres i 15 cadires, material auxiliar d'oficina, polseres d'entrada, mapes del càmping i els voltants, enquestes, fulls de reclamació i alguns elements de decoració.</p>
<p>Restaurant</p>	<p>El restaurant disposarà de tot el mobiliari i els estris necessaris per el seu correcte funcionament, tals com, taules i cadires, gots, plats, coberts, estovalles... i calaixos i mobles per tenir-los tots endreçats. Hi hauran 20 taules amb 100 cadires a l'interior i 20 taules i 100 cadires d'exterior a la terrassa.</p>
<p>Cuina</p>	<p>La cuina disposarà de tota la maquinaria industrial necessària, tals com, fogons, forn, microones, neveres i congeladors, rentavaixelles, picadora, thermomix, olles, ganivets, cullerots..., el mobiliari i els estris necessaris pel seu correcte funcionament.</p>
<p>Supermercat</p>	<p>El supermercat estarà compost de tota la maquinaria industrial i mobiliari pel seu bon funcionament, tals com neveres industrials, forn de pa, taulell, estanteries, neveres...</p>
<p>Magatzem</p>	<p>El magatzem estarà compost d'estanteries per dipositar els recanvis i materials, un petit espai on hi haurà una estanteria amb ganxos per a tenir endreçats els estris de neteja bàsics pel restaurant, cuina, banys i recepció/atenció al client que realitzaran els propis treballadors de cada àrea. També hi haurà una petita zona amb el material necessari pel manteniment de la piscina. En aquest magatzem hi haurà un espai llogat a les persones del Bar-Restaurant i supermercat perquè depositin les seves matèries primeres i productes a vendre.</p>
<p>Exteriors.</p>	<p>Els exteriors disposaran de punts de llum que funcionaran amb energia solar, fonts i punts d'abastiment d'aigua, extintors, escombraries amb bosses per defecacions de gossos, senyalitzacions i una xarxa d'Internet sense fils per donar cobertura a tots els allotjaments del càmping.</p>
<p>Els bungalows i apartaments</p>	<p>Disposaran de tot el mobiliari i estris per al màxim confort dels clients i amb uns estàndards de qualitat i servei excepcional (cafetera, ganivets, sabó, televisió, llits...).</p> <p>A més, les llums exteriors dels allotjaments funcionaran amb energia solar i s'encendran a la nit. L'accés a l'allotjament es realitzarà mitjançant la app i l'allotjament disposarà d'Internet d'alta velocitat i accés a les plataformes de televisió més importants (Netflix, HBO...).</p> <p>El jardí estarà tancat i disposarà de una barbacoa i una taula i 4 cadires d'exterior.</p>
<p>Parcel·les</p>	<p>Les parcel·les estaran completament tancades i tindran una porta d'accés per la caravana, cotxe o clients. Disposaran d'aigüera i alguns disposaran d'un WC particular. Tindran accés a llum i Internet d'alta velocitat.</p>
<p>Piscina per clients</p>	<p>La piscina disposarà d'hamaques pels clients i para-sols.</p>
<p>Furgoneta elèctrica</p>	<p>Es preveu disposar d'un vehicle elèctric en Renting, la Nissan Townstar amb 300 km d'autonomia, amb una bateria de 45 kWh i amb una recarrega des del 15% al 80% en 37 minuts, per utilitzar-la com a mitjà de transport en cas de necessitat i sobretot pel personal de manteniment.</p>
<p>L'edifici de serveis, WC, dutxes, bugaderia, rentaplats</p>	<p>Aquest edifici disposarà de paper higiènic, sabó per rentar plats i roba i productes de neteja per anar-lo netejant contínuament. A més, en el petit magatzem hi haurà tot el material necessari per fer la neteja, jardineria i manteniment de les instal·lacions, tals com, productes de neteja, tisores per tallar herbes, espátules, cables elèctrics..., la roba de llit neta de recanvi i bruta per portar a la bugaderia, alguns recanvis tals com, TVs, frigorífics, elements wifi, bombetes...</p>

Font: Elaboració pròpia

62. ANNEX 62 – DETALL DE L’ESTRATÈGIA DE RECURSOS MATERIALS PRODUCTIUS – SEGURETAT I HIGIENE

Detall de l'estratègia de Recursos Materials Productius	
Seguretat i higiene	
	S'instal·laran extintors ubicats estratègicament per tot el càmping
	Totes les tomes de llum tindran neutre per derivar qualsevol curtcircuit i evitar el risc d'accidents elèctrics.
	Tots els endolls exteriors estaran inserits dintre d'una protecció plàstica que eviti que es mullin els mecanismes elèctrics evitant curtcircuits.
	Tots els operaris del càmping tindran un curs mínim d'higiene i seguretat a la feina, tenint a la seva disposició les proteccions necessàries per la execució correcta i segura de la seva feina. Un dossier explicatiu dels riscos i EPIS (guants, botes i roba de protecció, casc...).
	El que fa referència a la seguretat dels locals arrendats (supermercat i Bar-Restaurant) hauran de presentar un pla de seguretat degudament aprovat pel Organisme competent. Hauran de realitzar cursos informatius i presentar la seva assegurança de Responsabilitat Civil per cobrir qualsevol eventualitat que pugues succeir.
	Pel que fa a la higiene, tots els operaris que hagin de manipular aliments, hauran de posseir el curs de manipulador obligat per realitzar aquestes tasques.
	Hi hauran situades estratègicament per tot el càmping papereres d'alta capacitat que periòdicament es buidaran pel personal de manteniment.
	A la part més llunyana del càmping es situarà la zona d'escombraries on s'ubicaran els contenidors per la recepció de residus que s'aniran buidant periòdicament. Hi hauran contenidors per residus orgànics, vidre, paper i plàstic que asseguraran un tractament de reciclatge idoni.
	Serà primordial la neteja periòdica de totes les infraestructures del càmping, tals com, edifici de serveis comuns, bungalows i apartaments, carrers, parcel·les amb la finalitat de que no es deteriori la perfecta neteja de l'entorn per l'ús normal de les instal·lacions per part dels clients.

Font: Elaboració pròpia

63. ANNEX 63 – ELEMENTS DEL PLA LOGÍSTIC DE CÀMPDOG

Elements del Pla Logístic de Càmpdog	
Elements Basics	Els Recursos Humans seran clau perquè el sistema logístic funcioni de forma eficaç i estigui sempre operatiu. La mà d'obra qualificada, especialitzada i preparada té un cost més elevat, però la seva capacitat i coneixement permetran el màxim rendiment en tots els processos. Per tant, CàmpDog haurà de formar als seus treballadors en com s'ha de realitzar la prestació del servei. Les instal·lacions i equipaments hauran de construir-se en base a la proposta de valor que vol oferir CàmpDog enfocant-se en les necessitats del client potencial i el manteniment, jardineria i neteja també seran clau per mantenir el sistema logístic en les millors condicions.
Compres i aprovisionaments	És molt important establir una bona estratègia de compres mitjançant aliances estratègiques amb una relació molt estreta i on l'objectiu sigui un win-win per poder reaccionar ràpidament d'imprevistos. S'haurà de tenir un pla de contingència pels serveis cloud, web i app per poder reaccionar davant imprevistos, ja que les reserves són un punt clau per la viabilitat del projecte. Si s'observa que aquests serveis no són els esperats es podria contractar personal propi per assegurar-se la qualitat. En els productes menys rellevants i amb més disponibilitat de recanvi, tals com, subministraments bàsics, equipament d'oficina, mobiliari, hardware, software, tecnologia i tot l'equipament interior dels bungalows, productes varis de neteja, jardineria, serveis de seguretat i assegurances varies i apartaments s'utilitzaran estratègies de menor preu però sense deixar de banda la qualitat perquè un punt important pel dia a dia és no tenir problemes amb cap servei o producte proveït, ja que el que menys interessa és que el client no rebi una experiència única i de qualitat.
Producció	Al·lotjament net i amb el manteniment realitzat a la arribada del client per no fer-lo esperar. L'atenció al client ha de ser personalitzada a l'arribada explicant les condicions de reserva d'al·lotjament, informació sobre les instal·lacions, equipament i serveis afegits, activitats de la zona, normes, explicació de com arribar a l'al·lotjament i com s'ha de realitzar l'entrada a ell (mitjançant polsera). El client ha de rebre un mapa i la corresponent polsera. L'atenció al client ha de respondre a qualsevol dubte o necessitat durant tota l'estada del client. A la sortida l'atenció al client ha de realitzar correctament el check-out, conèixer detalls de la seva estança i la seva apreciació del servei entregat aconseguint un espai de retroalimentació amb tints postvenda, on el client per mig d'un formulari avalua el servei rebut i genera un informe de crítiques i propostes on l'objectiu és millorar i generar valor als serveis que s'entreguin amb posteritat a nous clients, o inclús a ells mateixos en una segona oportunitat. El client ha de rebre per part de l'atenció al client un benefici per haver escollit l'estada i haver-la valorada per intentar que és produeixi el "boca a boca" que és un element clau per atraure o allunyar a nous clients i per intentar fidelitzar-lo.
Emmagatzematge	El magatzem a l'edifici principal estarà distribuït de tal forma que en una part estaran les matèries primes del Bar-Restaurant que Càmpdog només ha d'oferir aquest espai per un arrendament i seran els arrendadors els que s'encarreguin de la seva logística, una altra part on estaran els productes i elements de neteja distribuïts en un armari i per últim a l'entrada hi haurà un petit armari amb els elements auxiliars d'oficina i merchandising, tals com, bolígrafs, folis, mapes del càmping polseres... El magatzem de l'edifici de serveis comuns serà pel personal de manteniment i estaran tots els possibles recanvis de substitució, elements auxiliars i consumibles dels elements interns i alguns externs en varies estanteries, tals com, 1 televisió, eines de cuina, 1 cafetera, bombetes, 3 punts wifi..., el vehicle per desplaçar-se pel càmping i la roba de llit neta de recanvi i bruta per portar a la bugaderia a l'entrada perquè el camió tingui facilitats quant vingui per emportar-se-la.
Subministrament i servei al client	Canals online directes mitjançant la seva pròpia web i xarxes socials i indirectes mitjançant altres plataformes online de reserves i xarxes socials de tercers, encara que també podria ser per telèfon. Aquesta etapa es realitzarà majoritàriament per mitjà de Serveis Automatitzats, on el client accedeix a la pagina web de l'empresa, a les plataformes secundaries amb la que aquesta treballa (booking, tryadvisor...) o a les xarxes socials i comença a indagar i buscar informació rellevant acord a les seves necessitats. Si el client vol reservar, entregarà la informació necessària a CàmpDog i pagarà una part de la reserva. 1 setmana abans de gaudir del servei pagarà mitjançant la mateixa plataforma la resta de la reserva. CàmpDog rebra el pagament, incorporarà al client al seu registre de dades i enviarà un email al client de confirmació de la reserva realitzada i amb els detalls que es requereixen per fer ús del servei contractat. Complementàriament també rebra informació sobre els serveis addicionals, horaris, normes... A partir d'aquí el servei d'atenció al client haurà d'estar alerta per si rep alguna necessitat del client, relacionant-se de forma simètrica amb aquest i treballant de forma col·laborativa amb cada un d'ells. La distribució finalitzaria quant el client arriba a CàmpDog.

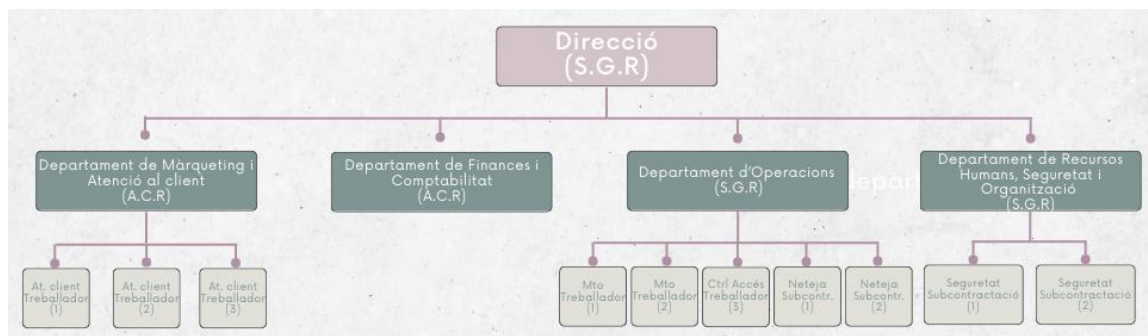
Font: Elaboració pròpia

65. ANNEX 65 – CRONOGRAMA AMB LA PLANIFICACIÓ DE TASQUES

Cronograma amb la planificació de tasques de la posada en funcionament de CàmpDog		
1)	02/01/24 – 17/01/2024. Anàlisi de mercat i viabilitat del negoci	CàmpDog realitzarà una anàlisi del mercat per estimar el públic objectiu cap a on anirà dirigida l'empresa, la competència, la proposta de valor, la millor distribució... i la viabilitat del projecte. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora A.C.R mitjançant la contractació d'una empresa especialitzada externa.
2)	02/01/24 – 01/02/2024. Constitució de la Societat	CàmpDog primerament haurà de registrar el nom de l'empresa on registrarà el nom davant notari havent demanat anteriorment el certificat negatiu de Denominació Social, després s'obrirà un compte bancari on es depositarà el Capital Social que serà de 625.000 euros totals, posteriorment es redactaran els Estatuts de l'empresa i s'incorporaran a l'Escriptura de Constitució, després es signarà l'Escriptura Pública de Constitució davant notari presentant els Estatuts Socials de la Societat, certificació negativa del Registre Mercantil Central, certificació bancària de l'aportació dinerària al Capital Social i DNI original de cada soci fundador. El següent tràmit seria sol·licitar el NIF i donar-se d'alta censal de la SL i finalment inscripció en el Registre Mercantil i l'obtenció del NIF definitiu. Molts d'aquest tràmits es realitzaran telemàticament per poder gestionar tots els tràmits de la forma més ràpidament possible. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R mitjançant la contractació d'una empresa especialitzada externa.
3)	02/01/24 – 01/02/2024. Compra del terreny amb projecte d'obra	CàmpDog ha de negociar amb el propietari del terreny per aconseguir el preu adequat per la compra per intentar reduir-lo al màxim. A més, també haurà de pagar els impostos de la compravenda. Aquesta tasca la realitzaran els dos fundadors.
4)	05/02/24 – 06/03/2024. Cerca i negociació amb proveïdors d'obra	Aquesta tasca és una de les més importants perquè s'ha de negociar amb els proveïdors que necessita CàmpDog per realitzar totes les obres civils, construccions... per posar en marxa el servei aconseguint el màxim de qualitat al menor preu i temps. Els contractes a aconseguir seran clau en mà per poder tenir la millor previsió tant de costos com de finalització. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R amb l'ajuda de A.C.R.
5)	21/02/24 – 22/03/2024. Cerca de finançament bancs	Aquesta tasca és molt important per la realització del projecte, ja que sense finançament extern el projecte no es podria realitzar perquè necessita molta inversió inicial. S'intentarà aconseguir finançament bancari mitjançant préstecs amb interès subvencionat, tals com els ICO d'un import de 1.000.000 euros. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R.
6)	21/02/24 – 22/03/2024. Cerca de finançament inversors	Aquesta tasca també és molt important perquè amb el Capital Social i el finançament bancari no és suficient per posar en funcionament el projecte. Es buscaran "Business Angels", tals com, amics inversors de noves empreses... i es realitzaran rondes de crowdfunding per captar inversors que vulguin apostar per l'empresa. També es contactarà amb "llançadores de startups" per aconseguir ajuda i finançament. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora A.C.R.
7)	21/02/24 – 06/04/2024. Cerca subvencions	Es buscaran totes les subvencions que CàmpDog pugui acollir-se i es presentarà tota la documentació requerida per obtenir-les. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R amb ajuda d'una empresa especialitzada en buscar i presentar la informació adient per aconseguir la subvenció.
8)	28/02/24 – 13/05/2024. Gestió de llicències i permisos	Abans de començar les obres, CàmpDog haurà de realitzar tots els tràmits amb les Administracions Públiques per aconseguir el més ràpid les llicències i permisos necessaris. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R amb ajuda d'una empresa especialitzada.
9)	14/05/24 – 13/02/2025. Coordinació i realització de les obres	La tasca de coordinació de les obres és molt important perquè es tracta d'una obra molt complicada i duradora on han de participar diferents empreses, per tant, han d'estar coordinats entre elles i s'ha de tenir molt clar les tasques que ha de realitzar cada proveïdor. Les obres s'han d'anar controlant per assegurar-se de la eficient execució. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora A.C.R.
10)	01/11/24 – 19/02/2025. Búsqueda de personal i contractació	Aquesta tasca és molt important, així que CàmpDog haurà de seleccionar els millors professionals per cada lloc de treball, que tinguin el que necessita l'empresa i estigui en concordança amb la missió, visió i objectius estratègics de CàmpDog. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R amb ajuda d'una empresa especialitzada.
11)	15/10/24 – 22/02/2025. Subministrament del mobiliari, maquinària i elements auxiliars	Mentre s'estan realitzant les obres, CàmpDog anirà comprant tot l'equipament, maquinària, mobiliari... per assegurar-se de tenir-ho tot al finalitzar les obres sense que hi hagin retards. Per això s'aniran comprant primer els equipaments que poden sofrir retards, tals com, el medi de transport, sofàs... Aquesta tasca la realitzarà la fundadora A.C.R.
12)	29/10/24 – 27/01/2025. Implementació del Màrqueting Digital	CàmpDog començarà a realitzar accions de màrqueting perquè els clients potencials comencin a conèixer l'empresa, mitjançant sobretot xarxes socials, es farà partícips als possibles clients de com es van produint totes les obres d'acondicionament mitjançant publicacions, vídeos, stories... Perquè els clients comencin a tenir ganes de reservar-ho abans de que obri les seves portes. També s'utilitzaran influencers i pàgines específiques de turisme rural i mascotes. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora A.C.R amb l'ajuda d'una empresa especialitzada.
13)	20/11/24 – 03/02/2025. Creació de la web, app i xarxes socials	L'empresa que s'encarregui de la implementació de màrqueting també s'encarregarà de la creació de la web pròpia i app i del perfil de les xarxes socials amb l'opinió de la fundadora A.C.R.
14)	02/01/25 – 16/02/2025. Búsqueda de proveïdors necessaris pel funcionament i serveis afegits	Abans de l'inici de l'activitat, CàmpDog haurà de buscar les empreses externes de serveis, tals com, seguretat, l'arrendatari del Bar-Restaurant i supermercat i serveis professionals per poder oferir els serveis afegits enfocats per mascotes, tals com, perruqueria, ensinistrament, agility, guies per fer rutes... El contracte d'aquests serveis professionals seran per servei realitzat i s'intentarà contractar empreses de la zona. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R.
15)	02/01/25 – 08/04/2025. Publicitat i Promocions per la reserva	Seguint la implementació de màrqueting, CàmpDog haurà de començar a publicitar-se per donar-se a conèixer i oferir promocions per primera reserva per intentar captar el màxim de clients ja des dels inicis. A més, el primer cap de setmana de l'obertura serà un cap de setmana temàtic amb activitats i serveis per mascotes gratuïtes pels clients i festa d'obertura amb un descompte del 50% a l'allotjament. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora A.C.R.
16)	15/02/25 – 23/03/2025. Neteja i decoració de les instal·lacions	Al finalitzar les obres, CàmpDog haurà de netejar tots els espais i condicionar-los per l'obertura assegurant-se que tot funcioni perfectament. A més, de decorar els espais integrant-los en el medi ambient. Aquesta tasca la realitzarà la fundadora S.G.R amb l'ajuda d'una empresa especialitzada.
17)	01/04/25 – 09/04/2025. Inici de l'activitat	Aquesta última setmana, CàmpDog ha d'assegurar-se de que tot estigui completament perfecte per donar la proposta de servei de CàmpDog. El cap de setmana d'inici de l'activitat serà el 11 de abril divendres mitjançant la festa d'inauguració i cap de setmana temàtic. Aquesta tasca la realitzaran les dues fundadores.

Font: Elaboració pròpia

66. ANNEX 66 – ORGANIGRAMA DE CÀMPDOG



Font: Elaboració pròpia. www.canva.com [1]

67. ANNEX 67 – TASQUES MÉS RELLEVANTS DE CÀMPDOG

Tasques més rellevants de CàmpDog	
Departament de Màrqueting i Atenció al Client	<p>Planificar, organitzar i coordinar tot el funcionament de l'establiment des de l'atenció al client, el manteniment i neteja i serveis afegits.</p> <p>Establir les directrius i prendre les mesures necessàries per tal d'aconseguir disposar constantment d'idees innovadores per part de tots els agents (personal, proveïdors, clients...) i així assolir la millora continua a través de la innovació i l'adaptació.</p> <p>Elaborar i implementar estratègies de màrqueting actuals i noves desenvolupant nous canals de distribució.</p>
Departament d'Operacions	<p>Comprovar la qualitat per garantir els estàndards esperats en els serveis al client, la decoració, la neteja, l'estat de les instal·lacions i equipaments, la jardineria i l'atenció al client.</p> <p>Establir les directrius i prendre les mesures necessàries per tal d'aconseguir disposar constantment d'idees innovadores per part de tots els agents (personal, proveïdors, clients...) i així assolir la millora continua a través de la innovació i l'adaptació.</p> <p>Negociar amb els proveïdors i establir aliances clau necessàries.</p> <p>Comprovar que el Bar-Restaurant i supermercat compleix amb la proposta de valor de CàmpDog en quant a qualitat i neteja.</p> <p>Comprovar les instal·lacions i que els equipaments estiguin en condicions òptimes.</p>
Departament de Recursos Humans, Seguretat i Organització	<p>Fer un seguiment del rendiment i motivació del personal per garantir l'eficiència i el compliment de les polítiques i els procediments.</p> <p>Fomentar i prendre decisions en matèria de formació.</p> <p>Dirigir, supervisar i motivar al personal.</p> <p>Desenvolupar i formular estratègies, normes i procediments de desenvolupament dels Recursos Humans.</p> <p>Seleccionar i contractar nou personal, gestionar salaris i retribucions varies.</p> <p>Planificar els programes de formació pels treballadors.</p> <p>Garantir el compliment de les normes sanitàries i de seguretat laboral,</p> <p>Seguiment del manual de bones pràctiques per fer que l'empresa compleixi la seva RSC.</p>
Departament de Finances i Comptabilitat	<p>Decidir els pressupostos, objectius i estratègies a seguir.</p> <p>Gestionar i coordinar la comptabilitat, els pressupostos, els càlculs estadístics, les previsions i establir les diferents tarifes depenent de les dates, paquets i promocions especials... per tal d'assolir els objectius previstos.</p> <p>Gestionar l'empresa externa que s'encarregarà de totes les tasques comptables i fiscals.</p>

Font: Elaboració pròpia

68. ANNEX 68 – CONDICIONS, TASQUES, HORARIS DE CADA LLOC DE FEINA ESPECIFIC

Condicions del lloc de feina, tasques, horaris i formació																																																																																																																																															
Lloc	Tasques més específiques per funció del treballador	Condicions, horaris i formació																																																																																																																																													
Atenció al client	Atenció personalitzada i de qualitat empatzant directament amb els clients per aconseguir que obtinguin una experiència única.	<p>Per cobrir les hores necessàries sense necessitat de cobrir amb hores extres, s'hauran de contractar 3 persones per cobrir els torns i permetre el descans setmanal corresponent. Un treballador pel matí, un per la tarda i un per torns i el seu horari serà el detallat a continuació:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Treballador Matí</th> <th>Treballador tarda</th> <th>Treballador Torns</th> <th colspan="5"></th> </tr> <tr> <th>Dilluns</th> <th>Dimarts</th> <th>Dimecres</th> <th>Dijous</th> <th>Divendres</th> <th>Dissabte</th> <th>Diumenge</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td></tr> <tr><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td></tr> <tr><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td></tr> <tr><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td></tr> <tr><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td></tr> <tr><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td></tr> <tr><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td></tr> <tr><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td></tr> <tr><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td></tr> <tr><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td></tr> </tbody> </table>	Treballador Matí	Treballador tarda	Treballador Torns						Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	18	18	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	19	19	20	20	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21	21	21	22	22	22	22	22	22	22	23	23	23	23	23	23	23
	Treballador Matí		Treballador tarda	Treballador Torns																																																																																																																																											
	Dilluns		Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge																																																																																																																																							
	6		6	6	6	6	6	6																																																																																																																																							
	7		7	7	7	7	7	7																																																																																																																																							
	8		8	8	8	8	8	8																																																																																																																																							
	9		9	9	9	9	9	9																																																																																																																																							
	10		10	10	10	10	10	10																																																																																																																																							
	11		11	11	11	11	11	11																																																																																																																																							
	12		12	12	12	12	12	12																																																																																																																																							
13	13	13	13	13	13	13																																																																																																																																									
14	14	14	14	14	14	14																																																																																																																																									
15	15	15	15	15	15	15																																																																																																																																									
16	16	16	16	16	16	16																																																																																																																																									
17	17	17	17	17	17	17																																																																																																																																									
18	18	18	18	18	18	18																																																																																																																																									
19	19	19	19	19	19	19																																																																																																																																									
20	20	20	20	20	20	20																																																																																																																																									
21	21	21	21	21	21	21																																																																																																																																									
22	22	22	22	22	22	22																																																																																																																																									
23	23	23	23	23	23	23																																																																																																																																									
	Explicar al client a l'entrada tots els beneficis i la utilització de l'equipament disponible per ells, solucionar qualsevol dubte, necessitat o queixa i oferir un servei d'excursions pels voltants, informació turística dels pobles dels voltants i reserves a restaurants de la zona.																																																																																																																																														
	Oferir eficientment tots els serveis afegits, les disponibilitats i preus per aconseguir que el client els contracti.																																																																																																																																														
	Realitzar eficientment el check in i check out dels clients.																																																																																																																																														
	Control i ordre administratiu de la documentació i processament informatiu de les dades dels clients, gestió de cobraments i pagaments tant de clients com de proveïdors.																																																																																																																																														
	Estar atents a trucades i peticions via online per contestar adequadament, eficientment i ràpidament a qualsevol dubte, necessitat... i/o reserves que tinguin el clients.																																																																																																																																														
	Mantenir la base de dades de clients actualitzada.																																																																																																																																														
	Punt de farmaciola i primers auxilis.																																																																																																																																														
	Mantenir endreçada i neta l'àrea d'atenció al client.																																																																																																																																														
	Control d'accés entre setmana i apertura i tancament del càmping.																																																																																																																																														
	Elaborar pressupostos i cotitzacions per a esdeveniments especials (amb l'assessorament de la direcció).	<p>Tots els treballadors tindran 2 dies de festa a la setmana i el treballador per torns haurà de realitzar els diumenges tasques de gestió de les reserves futures, gestió de clients i organitzar el check out i qualsevol altra tasca que sigui necessària, per això començarà aquest dia a treballar a les 7h perquè tingui la suficient tranquil·litat per poder realitzar-les correctament.</p> <p>Inicialment l'horari del treballador per torns ho realitzaran les fundadores de CàmpDog fins el 30 de juny.</p> <p>En èpoques de més demanda i vacances del personal es contractaran personal extra via ETT.</p>																																																																																																																																													
	Manteniment i actualització de la pàgina web en quant a tarifes, informacions, blog, fotos noves, ofertes especials... d'acord amb les indicacions de la direcció.																																																																																																																																														
	Manteniment i creació de post nous a la xarxa social pròpia amb informació actualitzada, promocions, esdeveniments... i realitzar comunicació interactiva amb els possibles clients.																																																																																																																																														
Manteniment i jardineria	Jardineria de tot el recinte per mantenir-ho net i en bon estat i neteja dels exteriors.		<p>Per cobrir totes les hores necessàries sense necessitat de cobrir amb hores extres, s'hauran de contractar 2 persones per cobrir els torns i permetre el descans setmanal corresponent. L'horari és el detallat a continuació:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Treballador 1</th> <th>Treballador 2</th> <th colspan="5"></th> </tr> <tr> <th>Dilluns</th> <th>Dimarts</th> <th>Dimecres</th> <th>Dijous</th> <th>Divendres</th> <th>Dissabte</th> <th>Diumenge</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td></tr> <tr><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td></tr> <tr><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td></tr> <tr><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td></tr> <tr><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td></tr> <tr><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td></tr> <tr><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td></tr> <tr><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td></tr> <tr><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td></tr> <tr><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td></tr> </tbody> </table>	Treballador 1	Treballador 2						Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	18	18	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	19	19	20	20	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21	21	21	22	22	22	22	22	22	22	23	23	23	23	23	23	23
	Treballador 1			Treballador 2																																																																																																																																											
	Dilluns			Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge																																																																																																																																						
	6			6	6	6	6	6	6																																																																																																																																						
	7			7	7	7	7	7	7																																																																																																																																						
	8			8	8	8	8	8	8																																																																																																																																						
	9			9	9	9	9	9	9																																																																																																																																						
	10	10		10	10	10	10	10																																																																																																																																							
	11	11		11	11	11	11	11																																																																																																																																							
	12	12		12	12	12	12	12																																																																																																																																							
13	13	13	13	13	13	13																																																																																																																																									
14	14	14	14	14	14	14																																																																																																																																									
15	15	15	15	15	15	15																																																																																																																																									
16	16	16	16	16	16	16																																																																																																																																									
17	17	17	17	17	17	17																																																																																																																																									
18	18	18	18	18	18	18																																																																																																																																									
19	19	19	19	19	19	19																																																																																																																																									
20	20	20	20	20	20	20																																																																																																																																									
21	21	21	21	21	21	21																																																																																																																																									
22	22	22	22	22	22	22																																																																																																																																									
23	23	23	23	23	23	23																																																																																																																																									
	Manteniment de l'equipament i elements dels bungalows i apartaments.																																																																																																																																														
	Manteniment de la instal·lació de càmeres de videovigilància i wifi.																																																																																																																																														
	Manteniment de la piscina.																																																																																																																																														
	Manteniment de les instal·lacions elèctriques, d'aigua, clavegueram i residus.																																																																																																																																														
	Encarregar-se de trucar a les empreses corresponents per realitzar les revisions que siguin necessàries.																																																																																																																																														
	Comprovar l'estat dels allotjaments a l'entrada i sortida dels clients.																																																																																																																																														
	Buidar les papereres de l'exterior.																																																																																																																																														
	Manteniment de les instal·lacions de Bar-Restaurant, serveis comuns, supermercat i oficines.																																																																																																																																														
	Manteniment dels equips informàtics.																																																																																																																																														
	Gestió del petit magatzem, realitzant inventaris mensuals i demanant el necessari a proveïdors.																																																																																																																																														
	Coordinar les obres o reparacions que siguin necessàries i la contractació d'empreses externes per realitzar les tasques que no poden realitzar pel personal de manteniment.																																																																																																																																														
Neteja	Netejar els bungalows i apartaments i canviar els llençols i tovalloles.	<p>Per cobrir totes les hores necessàries sense necessitat de cobrir amb hores extres, s'hauran de contractar 2 persones a mitja jornada per cobrir els torns i permetre el descans setmanal corresponent. Aquest recurs serà contractat a una empresa externa per si existeixen baixes es puguin cobrir ràpidament. L'horari és el detallat a continuació:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Treballador 1</th> <th>Treballador 2</th> <th colspan="5"></th> </tr> <tr> <th>Dilluns</th> <th>Dimarts</th> <th>Dimecres</th> <th>Dijous</th> <th>Divendres</th> <th>Dissabte</th> <th>Diumenge</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td></tr> <tr><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td></tr> <tr><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td></tr> <tr><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td></tr> <tr><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td></tr> <tr><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td></tr> <tr><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td></tr> <tr><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td></tr> <tr><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td></tr> <tr><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td></tr> </tbody> </table>	Treballador 1	Treballador 2						Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	18	18	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	19	19	20	20	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21	21	21	22	22	22	22	22	22	22	23	23	23	23	23	23	23	
	Treballador 1		Treballador 2																																																																																																																																												
	Dilluns		Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge																																																																																																																																							
	6		6	6	6	6	6	6																																																																																																																																							
	7		7	7	7	7	7	7																																																																																																																																							
	8		8	8	8	8	8	8																																																																																																																																							
	9		9	9	9	9	9	9																																																																																																																																							
	10		10	10	10	10	10	10																																																																																																																																							
	11		11	11	11	11	11	11																																																																																																																																							
	12		12	12	12	12	12	12																																																																																																																																							
13	13	13	13	13	13	13																																																																																																																																									
14	14	14	14	14	14	14																																																																																																																																									
15	15	15	15	15	15	15																																																																																																																																									
16	16	16	16	16	16	16																																																																																																																																									
17	17	17	17	17	17	17																																																																																																																																									
18	18	18	18	18	18	18																																																																																																																																									
19	19	19	19	19	19	19																																																																																																																																									
20	20	20	20	20	20	20																																																																																																																																									
21	21	21	21	21	21	21																																																																																																																																									
22	22	22	22	22	22	22																																																																																																																																									
23	23	23	23	23	23	23																																																																																																																																									
	Canviar el llençols i afegir els packs regals per mascotes i clients abans de que entrin.																																																																																																																																														
	Gestionar quant s'ha de trucar a la bugaderia perquè vinguin a buscar els llençols bruts.																																																																																																																																														
	Netejar l'edifici de serveis comuns i l'edifici principal.																																																																																																																																														
	Netejar la zona de piscina i zona esportiva.																																																																																																																																														
		Abans de l'inici de l'activitat hauran de rebre formació sobre primers auxilis i PRL.																																																																																																																																													

Condicions del lloc de feina, tasques, horaris i formació																																																																																																																																																																																									
Lloc	Tasques més específiques per funció del treballador	Condicions, horaris i formació																																																																																																																																																																																							
Seguretat	Vigilar que no entri cap persona que no sigui client.	<p>Per cobrir totes les hores necessàries sense necessitat de cobrir amb hores extres, s'hauran de contractar 2 persones per cobrir els torns i permetre el descans setmanal corresponent. Aquest recurs serà contractat a una empresa externa per si existeixen baixes es puguin cobrir ràpidament. L'horari és el detallat a continuació:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Treballador 1</th> <th>Treballador 2</th> <th colspan="6"></th> </tr> <tr> <th>Dilluns</th> <th>Dimarts</th> <th>Dimecres</th> <th>Dijous</th> <th>Divendres</th> <th>Dissabte</th> <th>Diumenge</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td><td>1</td></tr> <tr><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td><td>2</td></tr> <tr><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td><td>3</td></tr> <tr><td>4</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td><td>4</td></tr> <tr><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td><td>5</td></tr> <tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td></tr> <tr><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td></tr> <tr><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td></tr> <tr><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td></tr> <tr><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td></tr> <tr><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td></tr> <tr><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td></tr> <tr><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td></tr> <tr><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td></tr> <tr><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td></tr> <tr><td>24</td><td>24</td><td>24</td><td>24</td><td>24</td><td>24</td><td>24</td></tr> </tbody> </table>	Treballador 1	Treballador 2							Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	18	18	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	19	19	20	20	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21	21	21	22	22	22	22	22	22	22	23	23	23	23	23	23	23	24	24	24	24	24	24	24
	Treballador 1		Treballador 2																																																																																																																																																																																						
	Dilluns		Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge																																																																																																																																																																																	
	1		1	1	1	1	1	1																																																																																																																																																																																	
	2		2	2	2	2	2	2																																																																																																																																																																																	
	3		3	3	3	3	3	3																																																																																																																																																																																	
	4		4	4	4	4	4	4																																																																																																																																																																																	
	5		5	5	5	5	5	5																																																																																																																																																																																	
	6		6	6	6	6	6	6																																																																																																																																																																																	
	7		7	7	7	7	7	7																																																																																																																																																																																	
8	8	8	8	8	8	8																																																																																																																																																																																			
9	9	9	9	9	9	9																																																																																																																																																																																			
10	10	10	10	10	10	10																																																																																																																																																																																			
11	11	11	11	11	11	11																																																																																																																																																																																			
12	12	12	12	12	12	12																																																																																																																																																																																			
13	13	13	13	13	13	13																																																																																																																																																																																			
14	14	14	14	14	14	14																																																																																																																																																																																			
15	15	15	15	15	15	15																																																																																																																																																																																			
16	16	16	16	16	16	16																																																																																																																																																																																			
17	17	17	17	17	17	17																																																																																																																																																																																			
18	18	18	18	18	18	18																																																																																																																																																																																			
19	19	19	19	19	19	19																																																																																																																																																																																			
20	20	20	20	20	20	20																																																																																																																																																																																			
21	21	21	21	21	21	21																																																																																																																																																																																			
22	22	22	22	22	22	22																																																																																																																																																																																			
23	23	23	23	23	23	23																																																																																																																																																																																			
24	24	24	24	24	24	24																																																																																																																																																																																			
	Controlar la entrada o sortida de clients del càmping.																																																																																																																																																																																								
	Vigilar que no es faci soroll en hores de descans.																																																																																																																																																																																								
	Fer varies rondes per tot el recinte per comprovar que tot estigui correcte i en cas que es detecti algun intrús o incidència trucar a la policia i la direcció.																																																																																																																																																																																								
	Estar al tant per si hi ha algun problema amb algun client (malaltia, caigudes...) per avisar a l'especialista adequat.																																																																																																																																																																																								
	Assegurar-se que no hi hagi robatoris o incidències.																																																																																																																																																																																								
	Respondre a trucades telefòniques, atendre les peticions o bé prendre nota i passar el missatge a la persona corresponent.																																																																																																																																																																																								
	Atendre o resoldre queixes.																																																																																																																																																																																								
	Mantenir endreçada i neta l'àrea d'atenció al client.	<p>El treballador 2 realitzarà 36 hores però com són en festiu tindrà el mateix salari que el treballador 1 gràcies al plus de cap de setmana.</p> <p>Abans de l'inici de l'activitat hauran de rebre formació sobre primers auxilis i PRL.</p>																																																																																																																																																																																							
Vigilant de piscina durant el mesos d'estiu (juliol i agost)	Els primers 30 minuts s'haurà d'acondicional la zona de piscina (endreçar hamaques, netejar el terra i el fons de la superfície de la piscina...).	<p>Aquest recurs no s'ha afegit a l'organigrama perquè només es contractarà 2 mesos a l'any i s'encarregarà la persona contractada pels caps de setmana pel control d'accés ampliant el seu horari a jornada completa.</p> <p>Segons la normativa actual vigent a Catalunya, tan sol serà necessari disposar d'un vigilant per a la piscina, ja que el volum de la piscina és inferior a 200 metres quadrats. Els dos dies de festa a la setmana que tindrà aquest treballador es cobrirà amb el treballador de control d'accés ampliant 2 dies més durant 8 hores el seu contracte passant a jornada completa. L'horari és el detallat a continuació:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Treballador 1</th> <th>Treballador 2 (cost access)</th> <th colspan="6"></th> </tr> <tr> <th>Dilluns</th> <th>Dimarts</th> <th>Dimecres</th> <th>Dijous</th> <th>Divendres</th> <th>Dissabte</th> <th>Diumenge</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td><td>7</td></tr> <tr><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td><td>8</td></tr> <tr><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td><td>9</td></tr> <tr><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td><td>10</td></tr> <tr><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td><td>11</td></tr> <tr><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td><td>12</td></tr> <tr><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td><td>14</td></tr> <tr><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td><td>15</td></tr> <tr><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td><td>16</td></tr> <tr><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td><td>17</td></tr> <tr><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td><td>18</td></tr> <tr><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td><td>19</td></tr> <tr><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td><td>21</td></tr> <tr><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td><td>22</td></tr> <tr><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td><td>23</td></tr> </tbody> </table>	Treballador 1	Treballador 2 (cost access)							Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	9	9	9	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12	13	13	13	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	18	18	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	19	19	20	20	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21	21	21	22	22	22	22	22	22	22	23	23	23	23	23	23	23																																										
	Treballador 1		Treballador 2 (cost access)																																																																																																																																																																																						
	Dilluns		Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge																																																																																																																																																																																	
	6		6	6	6	6	6	6																																																																																																																																																																																	
	7		7	7	7	7	7	7																																																																																																																																																																																	
	8		8	8	8	8	8	8																																																																																																																																																																																	
	9		9	9	9	9	9	9																																																																																																																																																																																	
	10		10	10	10	10	10	10																																																																																																																																																																																	
	11		11	11	11	11	11	11																																																																																																																																																																																	
	12		12	12	12	12	12	12																																																																																																																																																																																	
13	13	13	13	13	13	13																																																																																																																																																																																			
14	14	14	14	14	14	14																																																																																																																																																																																			
15	15	15	15	15	15	15																																																																																																																																																																																			
16	16	16	16	16	16	16																																																																																																																																																																																			
17	17	17	17	17	17	17																																																																																																																																																																																			
18	18	18	18	18	18	18																																																																																																																																																																																			
19	19	19	19	19	19	19																																																																																																																																																																																			
20	20	20	20	20	20	20																																																																																																																																																																																			
21	21	21	21	21	21	21																																																																																																																																																																																			
22	22	22	22	22	22	22																																																																																																																																																																																			
23	23	23	23	23	23	23																																																																																																																																																																																			
	Vigilar el bon comportament dels visitants i cridar-los l'atenció de forma educada i suau en cas d'incompliment.																																																																																																																																																																																								
	Estar atent de qualsevol necessitat i prendre les mesures per tal de solucionar-la amb eficiència i agilitat.																																																																																																																																																																																								
	Atendre les demandes dels visitants en quant als assumptes relacionats amb la piscina (temperatura de l'aigua, tancament de la piscina...).																																																																																																																																																																																								
	En cas d'eventualitat el vigilant atindrà a la persona en els primers auxilis i avisarà als serveis sanitaris corresponent en cas de necessitat i a la Direcció.																																																																																																																																																																																								
	Estar atent en tot moment a possibles necessitats dels clients i informar a la Direcció per tal de millorar, adaptar i innovar els serveis.																																																																																																																																																																																								
	Realitzar cada dia sessions durant 1 hora de gimnàstica a l'aigua pels clients.	<p>Abans de l'inici de l'activitat hauran de rebre formació sobre primers auxilis i PRL.</p>																																																																																																																																																																																							

Font: Elaboració pròpia

69. ANNEX 69 – PASSOS A SEGUIR EN LA SELECCIÓ DE PERSONAL

Passos a seguir en la selecció de personal	
1)	Anàlisi de currículums rebuts per les diferents plataformes tenint en compte l'experiència i la formació dels candidats. Avaluació i comparació dels currículums dels candidats.
2)	Després de l'anàlisi s' escolliran 10 possibles candidats pels llocs d'atenció al client, 7 per el manteniment i 5 pel control d'accés.
3)	Els candidats escollits realitzaran una entrevista inicial amb S.G.R procurant que sigui propra amb l'objectiu que els candidats es sentin còmodes per aconseguir el màxim d'informació de com treballaria aquest candidat aprofundint en els coneixements, el que s'espera d'ells, les funcions que hauran de dur a terme i les condicions.
4)	S.G.R descartarà els candidats que no responen als requeriments dels llocs de treball definits anteriorment analitzant exclusivament les capacitats demostrades així com l'experiència i formació que posseeixin i no s'inclouran altres aspectes a valorar tals com el gènere, nacionalitat o edat, ja que CàmpDog creu en la igualtat d'oportunitats i la promoció de la vàlua personal independentment de les característiques personals de cada persona.
5)	Els candidats inicialment seleccionats rebran una trucada de S.G.R per comentar si segueixen interessats i concertant una segona entrevista amb A.C.R.
6)	L'entrevista amb A.C.R. serà totalment pràctica en la qual el candidat haurà de desenvolupar algunes de les tasques que pot tenir en el seu dia a dia per poder valorar in situ la capacitat de treballar sota pressió, originalitat, creativitat, organització i desenvolupament amb les eines del treball.
7)	A partir de les dues entrevistes, es reuniran S.G.R i A.C.R per establir quins són els millors candidats depenent de les sensacions que han tingut cadascuna i que responguin el màxim a les necessitats de CàmpDog
8)	Posteriorment es realitzarà una trucada a les persones seleccionades a ocupar els llocs de treball per comunicar-los la decisió i fer una primera reunió d'inducció amb ells amb l'objectiu de que els treballadors es coneguin, explicar que és l'empresa i que s'espera d'ells per començar a formar la pertinença i sentiment en grup i per formar-se en primers auxilis, PRL, sistemes tecnològics, formes de treballar, tasques a realitzar...
9)	En aquesta primera reunió obtinran un Welcome Pack on s'informarà el funcionament de CàmpDog, organigrama, la missió, visió i valors, cultura i els objectius estratègics de l'empresa per donar la benvinguda i fer-los sentir com un més a l'empresa.
	En aquesta primera reunió també estaran les persones subcontractades perquè seran considerades com un més de l'empresa, per tant, rebran la mateixa informació i formació. La idea és que encara que siguin subcontractats tinguin un sentiment per l'empresa per assegurar que realitzin les seves tasques eficientment.
	Els treballadors escollits tindrán un període de prova de 6 mesos per poder analitzar les seves capacitats i si finalment no hi ha hagut cap incident, CàmpDog els contractarà de forma indefinida

Font: Elaboració pròpia

70. ANNEX 70 – OBJECTIUS SOBRE MECANISME DE GÈNERE INCORPORATS AL PLA D'ORGANITZACIÓ

Objectius sobre Mecanisme de Gènere incorporats al Pla d'Organització
Desenvolupar i dar a conèixer, entre el personal, el pla d'igualtat de l'organització
Utilitzar un llenguatge no sexista en les publicacions de l'organització
Atendre i solucionar qualsevol conflicte derivat de les desigualtats entre sexes
Fomentar polítiques que ajudin a aconseguir un clima laboral integrador
Desenvolupar models de treball que permetin la conciliació personal, laboral i familiar dels treballadors
Incorporar mesures d'acció positiva que assegurin la igualtat de condicions en els diferents llocs de treball
Analitzar les barreres de gènere existents i els enfocaments tradicionals que puguin aparèixer en el disseny del llocs de treball per aplicar mesures inclusives
Eliminar qualsevol forma de discriminació en els processos de selecció de personal

Font: Elaboració pròpia

71. ANNEX 71 – OBJECTIUS ESPECÍFICS FINANCERS PER ACONSEGUIR L'OBJECTIU GENERAL DE CÀMPDOG

Objectius específics financers per aconseguir l'Objectiu General de CàmpDog
Adquirir els recursos financers inicials necessaris per posar en marxa el negoci, ja que l'empresa requereix d'un capital inicial molt elevat que no es pot cobrir amb el capital inicial incorporat dels fundadors
Abonar el més ràpidament possible retribucions als accionistes per poder atreure inversors.
Aconseguir una xifra de vendes el més realista possible a la situació de mercat (demanda i oferta) per generar suficients ingressos per poder fer front al pagament de despeses (despeses + amortitzacions – interessos financers) i poder obtenir beneficis.
Controlar mensualment la situació econòmica financera amb previsions realistes d'ingressos i despeses per poder avançar-se a possibles situacions problemàtiques financeres a curt termini i controlar els factors que poden desestabilitzar el bon funcionament de l'empresa
Aconseguir una bona estabilitat financera mitjançant un bon equilibri financer i una gestió eficient de tresoreria per poder atendre als pagaments a proveïdors, creditors, treballadors i Administracions Públiques.
Amortitzar el més ràpidament possible els deutes a tercers per suportar el mínim de despeses financeres.
Acabar aconseguint una política d'autofinançament i d'inversió òptima per aconseguir el màxim de beneficis i el mínim de despeses financeres.

Font: Elaboració pròpia

72. ANNEX 72 – PRESSUPOST DE LA POSADA EN FUNCIONAMENT DEL CÀMPING

Adquisició del terreny	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Compra terrenys				290.000,0		290.000	350.900,0
Notari				571,0		571,0	690,9
Registre				239,4		239,4	239,4
Total Compra del terreny				319.810,3		290.810,3	351.830,2

Projectes tècnics	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Projecte llicència Ambiental	Bertran Enginyeria SLP		inclos en el preu de compra	0			
Projecte Urbanització	Bertran Enginyeria SLP		inclos en el preu de compra	0			
Projecte Edificis càmping	Bertran Enginyeria SLP		inclos en el preu de compra	0			
Projecte instal·lacions elèctriques, aigües, residuals, serveis comuns, comunicacions, seguretat	Bertran Enginyeria SLP		inclos en el preu de compra	0			
Resta de projectes arquitecte / enginyer	Bertran Enginyeria SLP		inclos en el preu de compra	0			
Arquitecte tècnic / Enginyer Direcció de l'Obra	Bertran Enginyeria SLP	3% PEC		37.398		37.398	45.252
Control de qualitat	Bertran Enginyeria SLP	0,60% PEC		7.480		7.480	9.050
Seguretat	Bertran Enginyeria SLP	0,80% PEC		9.973		9.973	12.067
Total Projectes tècnics				54.851,1		54.851,1	66.369,9

Impostos Ajuntament	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Llicència d'obres + ICIO		4% PEM		45.332		45.332	45.332
Total Costos Impostos Ajuntament				45.331,5		45.331,5	45.331,5

Costos Urbanització	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Neteja i urbanització terreny	MASSACHS Obres i Paisatge	0,94 €/m2	59.115 m2	55.568,1	35%	36.119,3	43.704,3
Realització rases per instal·lacions	MASSACHS Obres i Paisatge	12,61 €/m3	5.317 m2	67.047,4	35%	43.580,8	52.732,8
Xarxes residuals i depuracions	MASSACHS Obres i Paisatge	19,71 €/m	1.870 m	36.857,7	35%	23.957,5	28.988,6
Xarxa abastiment aigua i dipòsit	MASSACHS Obres i Paisatge	10,54 €/m	2.659 m	28.020,6	35%	18.213,4	22.038,2
Xarxa elèctrica de baixa tensió	MASSACHS Obres i Paisatge	8,58 €/m	2.659 m	22.809,9	35%	14.826,5	17.940,0
Xarxa de telecomunicacions	MASSACHS Obres i Paisatge	10,59 €/m	2.659 m	28.153,5	35%	18.299,8	22.142,7
Seguretat i Salut	MASSACHS Obres i Paisatge			10.000,0	35%	6.500,0	7.865,0
Farcit de la rasa	MASSACHS Obres i Paisatge	6,51 €/m3	5.317 m2	34.613,7	35%	22.498,9	27.223,7
Pavimentacions	MASSACHS Obres i Paisatge	8,6 €/m2	5.317 m2	45.726,2	35%	29.722,0	35.963,7
Contenidors	MASSACHS Obres i Paisatge	111,64 €/unit.	40 unit.	4.465,6	35%	2.902,6	3.512,2
Cànon abocament terra	MASSACHS Obres i Paisatge	17,15 €/unit.	40 unit.	686,0	35%	445,9	539,5
Total Urbanització				333.948,7		217.066,6	262.650,6

Edificacions	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Edifici Principal	Roansa Habitat	360,0 €/m2	700 m2	252.000,0	25%	189.000,0	228.690,0
Edifici serveis càmping	Roansa Habitat	300,0 €/m2	250 m2	75.000,0	25%	56.250,0	68.062,5
Bungalows	Modulos Naymo	34.500,0 €/unit.	16 unit.	552.000,0	35%	358.800,0	434.148,0
Apartament 2 persones	Tinyliving	24.598,0 €/unit.	3 unit.	73.794,0	28%	53.131,7	64.289,3
Apartament 4 persones	Tinyliving	29.865,0 €/unit.	3 unit.	89.595,0	28%	64.508,4	78.055,2
Total Edificacions				1.042.389,0		721.690,1	873.245,0

Instal·lacions	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Enllumenat exterior per carretera	MASSACHS Obres i Paisatge	866,89 €/unit.	20 unit.	17.337,8	35%	11.269,6	13.636,2
Enllumenat exterior per vianants	MASSACHS Obres i Paisatge	284,58 €/unit.	30 unit.	8.537,4	35%	5.549,3	6.714,7
Extintors	MASSACHS Obres i Paisatge	16,8 €/unit.	30 unit.	503,1	35%	327,0	395,7
Papereres	MASSACHS Obres i Paisatge	99,1 €/unit.	30 unit.	2.971,5	35%	1.931,5	2.337,1
Contenidors	MASSACHS Obres i Paisatge	692,0 €/unit.	4 unit.	2.767,9	35%	1.799,1	2.177,0
Font	MASSACHS Obres i Paisatge	2.077,7 €/unit.	1 unit.	2.077,7	35%	1.350,5	1.634,1
Parc de jocs infantils	MASSACHS Obres i Paisatge	9.748,8 €/unit.	1 unit.	9.748,8	35%	6.336,7	7.667,4
Cistella basquet	MASSACHS Obres i Paisatge	891,3 €/unit.	2 unit.	1.782,6	35%	1.158,7	1.402,0
Porteria	MASSACHS Obres i Paisatge	684,1 €/unit.	2 unit.	1.368,2	35%	889,3	1.076,1
Pista pádel	MASSACHS Obres i Paisatge	16.530,8 €/unit.	1 unit.	16.530,8	35%	10.745,0	13.001,5
Pista tennis	MASSACHS Obres i Paisatge	18.976,0 €/unit.	1 unit.	18.976,0	35%	12.334,4	14.924,6
Endolls per parcel·les CEE	MASSACHS Obres i Paisatge	25,6 €/unit.	175 unit.	4.476,2	35%	2.909,6	3.520,6
Carrega cotxes elèctrics	MASSACHS Obres i Paisatge	799,1 €/unit.	1 unit.	799,1	35%	519,4	628,5
Piscina per adults	MASSACHS Obres i Paisatge	12.690,3 €/unit.	1 unit.	12.690,3	35%	8.248,7	9.980,9
Piscina per mascotes	MASSACHS Obres i Paisatge	5.731,6 €/unit.	1 unit.	5.731,6	35%	3.725,5	4.507,9
Sistema domòtica	MASSACHS Obres i Paisatge	12.878,8 €/unit.	1 unit.	12.878,8	35%	8.371,2	10.129,2
Tancats	Securfix	13,9 €/m	4.725 m	65.548,6	30%	45.884,0	55.519,7
Instal·lació plaques solars	SUD Renovables			44.195,2	29%	31.378,6	37.968,1
Instal·lació wifi i càmeres de seguretat	Advance infraestructuras	179,0 €/unit.	100 unit.	17.900,0	32%	12.172,0	14.728,1
Barbacoes	Bauhaus	280,2 €/unit.	22 unit.	6.163,6	25%	4.622,7	5.593,5
Contractació aigua i llum				940,0	0%	940,0	1.137,4
Imprevistos		1% PEC		12.466,2		12.466,2	15.084,1
Generals promotor		5% PEC		62.330,8		62.330,8	75.420,3
Total Instal·lacions				328.722,4		247.260,0	299.184,6

Maquinaria	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Cuina, frigorífics, campanes extracció, aigüera, microones...	Fibraclim			13.076,5	15%	11.115,0	13.449,1
Cafetera	Amazon	45.446281 €/unit.	22 unit.	999,8	0%	999,8	1.209,8
Televisió	TD Systems	199,2 €/unit.	22 unit.	4.382,4	0%	4.382,4	5.302,7
Varis manteniment				3.000,0	0%	3.000,0	3.630,0
Rentadores, assecadores...	Varies empreses			1.200,0	0%	1.200,0	1.452,0
Total Maquinaria				22.658,7		20.697,2	25.043,6

Elements de transport	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Elements de transport (vehicle)	Nissan	21.650,0 €/unit.	1 unit.	21.650,0	10%	19.485,0	23.576,9
Total Elements transport				21.650,0		19.485,0	23.576,9
Mobiliari	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Bancs	MASSACHS Obres i Paisatge	519,7 €/unit.	20 unit.	10.393,8	35%	6.756,0	8.174,7
Mobiliari de cuina, Bar-Restaurant, Recepció i supermercat	Varies empreses			7.655,4	17%	6.354,0	7.688,3
Mobiliari Edifici serveis	Varies empreses			450,0	5%	427,5	517,3
Para-sols i tumbones	MASSACHS Obres i Paisatge	213,8 €/unit.	10 unit.	2.138,3	35%	1.389,9	1.681,8
Total Mobiliari				20.637,5		14.927,3	18.062,1
Utilatge	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Estris de cuina	Varies empreses	247,9 €/unit.	22 unit.	5.454,5	10%	4.909,1	5.940,0
Varis neteja				300,0	0%	300,0	363,0
Material oficina				150,0	0%	150,0	181,5
Merchandising				300,0	0%	300,0	363,0
Polseres				1.000,0	0%	1.000,0	1.210,0
Farmaciola		148,8 €/unit.	1 unit.	148,8	0%	148,8	180,1
Desfibril·lador		1.073,6 €/unit.	1 unit.	1.073,6	0%	1.073,6	1.299,0
Total Utilatge				8.426,9		7.881,5	9.536,6
Equips per processos d'informació	Empresa contractada	Cost unitari	Unitats	Subtotal sense IVA	Descompte	Total amb Descompte	Total amb IVA
Equips, ordinadors...	Varies empreses			2.047,9	10%	1.843,1	2.230,2
Total Processos informació				2.047,9		1.843,1	2.230,2
TOTAL				2.200,474		1.641.844	1.977.061

Font: Elaboració pròpia

73. ANNEX 73 – DISTRIBUCIÓ DE LA INVERSIÓ INICIAL I AMORTITZACIÓ ANUAL

	2025 €	Vida útil Años	Amort. 2025 €
INVERSIÓN	2.113.024,76		50.749,04
Inmobilització Intangible	0,00		0,00
Desarrollo			0,00
Concesiones Administrativas			0,00
Propiedad Industrial			0,00
Fondo de Comercio			
Derechos de Traspaso			0,00
Aplicaciones Informáticas			0,00
Inmobilització material	1.641.843,82		50.749,04
Terrenos y Bienes Naturales	608.059,61		
Construcciones	721.690,08	25,12	28.727,00
Instalaciones técnicas	247.260,02	18,23	13.561,61
Maquinaria	20.697,20	8,00	2.587,15
Utillaje	7.881,45	5,00	1.576,29
Otras Instalaciones			0,00
Mobiliario	14.927,32	10,00	1.492,73
Equipos para el Proceso de Información	1.843,14	5,00	368,63
Elementos de Transporte	19.485,00	8,00	2.435,63
Otro Inmovilizado Material			0,00
Inversiones inmobiliarias	0,00		0,00
Inversiones en terrenos			
Inversiones en construcciones			0,00
Tesorería	126.393,73		
Efectivo			
Bancos	126.393,73		
IVA Inversión	344.787,20		
Cuota generada	344.787,20		

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

74. ANNEX 74 – HIPÒTESIS A LA VIDA ÚTIL I DOTACIÓ ANUAL

	Anys vida útil	% dotació anual	Total inversió	Dotació anual
Adquisició terreny	il·limitat		608.059,6	
Construccions	25,12	4%	721.690,1	28.727,0
Edificis	50,00	2%	245.250,0	4.905,0
Apartaments i bungalows	20,00	5%	476.440,1	23.822,0
Instal·lacions	18,23	5%	247.260,0	13.561,6
Instal·lacions elèctriques	10,00	10%	23.972,2	2.397,2
Resta instal·lacions	20,00	5%	223.287,8	11.164,4
Maquinaria	8,00	13%	20.697,2	2.587,2
Eines i estris	5,00	20%	7.881,5	1.576,3
Mobiliari	10,00	10%	14.927,3	1.492,7
Equips processos d'informació	5,00	20%	1.843,1	368,6
Elements de transport	8,00	13%	19.485,0	2.435,6
Total			1.641.843,8	50.749,0

Font: Elaboració pròpia

75. ANNEX 75 – PERIODE DE COBRAMENTS I PAGAMENTS DE CÀMPDOG

PERIODO COBRO Y PAGO

	Contado	a 30 días	a 60 días	a 90 días	a 120 días	Total
Ventas (€)	100,00%					100,00%
Otros ingresos (€)	100,00%					100,00%
Aprovisionamientos		100,00%				100,00%
Otros provisionamientos		100,00%				100,00%
Trabajos realizados por terceros		100,00%				100,00%
Sueldos y salarios (€)	100,00%					100,00%
Seguridad Social (€)		100,00%				100,00%
Otros gastos sociales (€)	100,00%					100,00%
Alquileres y cánones (€)	100,00%					100,00%
Reparación y conservación (€)		100,00%				100,00%
Profesionales independientes (€)		100,00%				100,00%
Transportes (€)		100,00%				100,00%
Seguros (€)	100,00%					100,00%
Servicios bancarios (€)	100,00%					100,00%
Publicidad y propaganda (€)		100,00%				100,00%
Suministros (€)	100,00%					100,00%
Otros gastos (€)		100,00%				100,00%
Tributos no estatales (€)	100,00%					100,00%

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

76. ANNEX 76 – DETALL DEL FINANÇAMENT A CURT I LLARG TERMINI

Detall del finançament a curt i llarg termini																																																																																																														
<p>Capital Social</p> <p>Aportació de cada soci fundador de 212.500 euros, fent un total de 425.000 euros per adquirir el terreny. Amb aquest capital social correspondrà a cada fundadora un 34% de les participacions totals de l'empresa.</p> <p>La resta de participacions (un 33%) serà per un Business Angel gran amic i inversor de les fundadores que aportarà 200.000 euros afegint-se al capital social de l'empresa.</p> <p>No participarà en el negoci ja que es tracta d'un inversor capitalista.</p>	<p>Capital Social de 625.000 euros.</p>																																																																																																													
<p>Préstec subvencionat (ICF Eurocrèdit)</p> <p>Préstecs per a petites i mitjanes empreses que vulguin finançar inversions per créixer, obrir nous mercats, fer nous desenvolupaments o enfortir les activitats de l'empresa.</p> <p>On les condicions financeres seran:</p> <p>Import: fins a un 70%. En aquest cas 1.000.000 euros.</p> <p>Termini: de 5 a 15 anys, amb fins 2 anys de carència inclosos. En aquest cas per un període de 7 anys i sense carència.</p> <p>Tipus d'interès: EURIBOR a 12 mesos més un diferencial del 0,5%. En aquest cas l'euribor a dia 5 de maig de 2023 és del 3,77% més un diferencial del 1%.</p> <p>Comissions: D'obertura màxim del 0,25% del nominal del préstec. En aquest cas del 0%.</p>	<p>L'import anual a pagar durant 7 anys serà de 171.382,10 euros a l'any durant 7 anys.</p> <p><i>Simulació del préstec subvencionat ICF Eurocrèdit</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Año</th> <th>Término amortizativo</th> <th>interés</th> <th>Cuota de amortización</th> <th>Amortizado</th> <th>Capital</th> <th>Pendiente</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="13"> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS</th> </tr> <tr> <td>Capital</td> <td>1.000.000</td> </tr> <tr> <td>Tarifa interés (anual)</td> <td>4,77%</td> </tr> <tr> <td>Años</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Año de carència</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Comisión de apertura</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>Valor actual</td> <td>5,83</td> </tr> <tr> <td>Término amortizativo</td> <td>171.382,10€</td> </tr> <tr> <td>Coste de apertura</td> <td>- €</td> </tr> <tr> <th colspan="2">RESULTADO</th> </tr> <tr> <td>Total a pagar</td> <td>1.199.674,72€</td> </tr> </thead></table> </td> <td>1</td> <td>171.382,10€</td> <td>47.700,00€</td> <td>123.682,10€</td> <td>123.682,10€</td> <td>876.317,90€</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>171.382,10€</td> <td>41.800,39€</td> <td>129.581,74€</td> <td>253.263,84€</td> <td>746.736,16€</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>171.382,10€</td> <td>36.619,31€</td> <td>135.762,79€</td> <td>389.026,63€</td> <td>610.873,37€</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>171.382,10€</td> <td>29.143,43€</td> <td>142.238,67€</td> <td>531.265,30€</td> <td>468.734,70€</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>171.382,10€</td> <td>22.288,69€</td> <td>149.020,49€</td> <td>680.285,79€</td> <td>318.711,24€</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>171.382,10€</td> <td>15.202,29€</td> <td>156.139,96€</td> <td>836.425,75€</td> <td>163.279,37€</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>171.382,10€</td> <td>7.802,74€</td> <td>163.579,37€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>1.000.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> </tbody> </table>		Año	Término amortizativo	interés	Cuota de amortización	Amortizado	Capital	Pendiente	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS</th> </tr> <tr> <td>Capital</td> <td>1.000.000</td> </tr> <tr> <td>Tarifa interés (anual)</td> <td>4,77%</td> </tr> <tr> <td>Años</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Año de carència</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Comisión de apertura</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>Valor actual</td> <td>5,83</td> </tr> <tr> <td>Término amortizativo</td> <td>171.382,10€</td> </tr> <tr> <td>Coste de apertura</td> <td>- €</td> </tr> <tr> <th colspan="2">RESULTADO</th> </tr> <tr> <td>Total a pagar</td> <td>1.199.674,72€</td> </tr> </thead></table>	DATOS		Capital	1.000.000	Tarifa interés (anual)	4,77%	Años	7	Año de carència	0	Comisión de apertura	0,00%	Valor actual	5,83	Término amortizativo	171.382,10€	Coste de apertura	- €	RESULTADO		Total a pagar	1.199.674,72€	1	171.382,10€	47.700,00€	123.682,10€	123.682,10€	876.317,90€	2	171.382,10€	41.800,39€	129.581,74€	253.263,84€	746.736,16€	3	171.382,10€	36.619,31€	135.762,79€	389.026,63€	610.873,37€	4	171.382,10€	29.143,43€	142.238,67€	531.265,30€	468.734,70€	5	171.382,10€	22.288,69€	149.020,49€	680.285,79€	318.711,24€	6	171.382,10€	15.202,29€	156.139,96€	836.425,75€	163.279,37€	7	171.382,10€	7.802,74€	163.579,37€	1.000.000,00€	0,00€	8	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€	9	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€	10	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€	11	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€	12	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€	13	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€
	Año	Término amortizativo	interés	Cuota de amortización	Amortizado	Capital	Pendiente																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS</th> </tr> <tr> <td>Capital</td> <td>1.000.000</td> </tr> <tr> <td>Tarifa interés (anual)</td> <td>4,77%</td> </tr> <tr> <td>Años</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Año de carència</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Comisión de apertura</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>Valor actual</td> <td>5,83</td> </tr> <tr> <td>Término amortizativo</td> <td>171.382,10€</td> </tr> <tr> <td>Coste de apertura</td> <td>- €</td> </tr> <tr> <th colspan="2">RESULTADO</th> </tr> <tr> <td>Total a pagar</td> <td>1.199.674,72€</td> </tr> </thead></table>	DATOS		Capital	1.000.000	Tarifa interés (anual)	4,77%	Años	7	Año de carència		0	Comisión de apertura	0,00%	Valor actual	5,83	Término amortizativo	171.382,10€	Coste de apertura	- €	RESULTADO		Total a pagar	1.199.674,72€	1	171.382,10€	47.700,00€	123.682,10€	123.682,10€	876.317,90€																																																																																	
	DATOS																																																																																																													
	Capital	1.000.000																																																																																																												
	Tarifa interés (anual)	4,77%																																																																																																												
	Años	7																																																																																																												
	Año de carència	0																																																																																																												
	Comisión de apertura	0,00%																																																																																																												
	Valor actual	5,83																																																																																																												
	Término amortizativo	171.382,10€																																																																																																												
	Coste de apertura	- €																																																																																																												
	RESULTADO																																																																																																													
	Total a pagar	1.199.674,72€																																																																																																												
	2	171.382,10€	41.800,39€	129.581,74€	253.263,84€	746.736,16€																																																																																																								
3	171.382,10€	36.619,31€	135.762,79€	389.026,63€	610.873,37€																																																																																																									
4	171.382,10€	29.143,43€	142.238,67€	531.265,30€	468.734,70€																																																																																																									
5	171.382,10€	22.288,69€	149.020,49€	680.285,79€	318.711,24€																																																																																																									
6	171.382,10€	15.202,29€	156.139,96€	836.425,75€	163.279,37€																																																																																																									
7	171.382,10€	7.802,74€	163.579,37€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
8	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
9	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
10	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
11	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
12	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
13	0,00€	0,00€	0,00€	1.000.000,00€	0,00€																																																																																																									
<p>Crowdfunding</p> <p>Ronda de crowdfunding aconseguint 200.000 euros a retornar en un període de 7 anys y amb un tipus d'interès anual del 4,77% (per facilitat del model de negoci es consideren que tenen les mateixes condicions els dos finançaments).</p>	<p>L'import anual a pagar durant 7 anys serà de 34.276,42 euros a l'any durant 7 anys.</p> <p><i>Simulació del retorn de la ronda de finançament de Crowdfunding</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Año</th> <th>Término amortizativo</th> <th>interés</th> <th>Cuota de amortización</th> <th>Amortizado</th> <th>Capital</th> <th>Pendiente</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="9"> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS</th> </tr> <tr> <td>Capital</td> <td>200.000</td> </tr> <tr> <td>Tarifa interés (anual)</td> <td>4,77%</td> </tr> <tr> <td>Años</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Año de carència</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Comisión de apertura</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>Valor actual</td> <td>5,83</td> </tr> <tr> <td>Término amortizativo</td> <td>34.276,42€</td> </tr> <tr> <td>Coste de apertura</td> <td>- €</td> </tr> </thead></table> </td> <td>1</td> <td>34.276,42€</td> <td>9.540,00€</td> <td>24.736,42€</td> <td>24.736,42€</td> <td>175.263,58€</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>34.276,42€</td> <td>8.360,07€</td> <td>26.876,39€</td> <td>50.612,77€</td> <td>149.347,23€</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>34.276,42€</td> <td>7.120,88€</td> <td>29.155,54€</td> <td>77.808,31€</td> <td>122.538,91€</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>34.276,42€</td> <td>5.928,69€</td> <td>31.447,73€</td> <td>106.256,04€</td> <td>93.281,84€</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>34.276,42€</td> <td>4.471,73€</td> <td>29.804,69€</td> <td>136.057,73€</td> <td>63.242,29€</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>34.276,42€</td> <td>3.050,00€</td> <td>27.228,39€</td> <td>167.284,14€</td> <td>32.715,81€</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>34.276,42€</td> <td>1.560,55€</td> <td>32.715,81€</td> <td>200.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>200.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>0,00€</td> <td>200.000,00€</td> <td>0,00€</td> </tr> </tbody> </table>		Año	Término amortizativo	interés	Cuota de amortización	Amortizado	Capital	Pendiente	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS</th> </tr> <tr> <td>Capital</td> <td>200.000</td> </tr> <tr> <td>Tarifa interés (anual)</td> <td>4,77%</td> </tr> <tr> <td>Años</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Año de carència</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Comisión de apertura</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>Valor actual</td> <td>5,83</td> </tr> <tr> <td>Término amortizativo</td> <td>34.276,42€</td> </tr> <tr> <td>Coste de apertura</td> <td>- €</td> </tr> </thead></table>	DATOS		Capital	200.000	Tarifa interés (anual)	4,77%	Años	7	Año de carència	0	Comisión de apertura	0,00%	Valor actual	5,83	Término amortizativo	34.276,42€	Coste de apertura	- €	1	34.276,42€	9.540,00€	24.736,42€	24.736,42€	175.263,58€	2	34.276,42€	8.360,07€	26.876,39€	50.612,77€	149.347,23€	3	34.276,42€	7.120,88€	29.155,54€	77.808,31€	122.538,91€	4	34.276,42€	5.928,69€	31.447,73€	106.256,04€	93.281,84€	5	34.276,42€	4.471,73€	29.804,69€	136.057,73€	63.242,29€	6	34.276,42€	3.050,00€	27.228,39€	167.284,14€	32.715,81€	7	34.276,42€	1.560,55€	32.715,81€	200.000,00€	0,00€	8	0,00€	0,00€	0,00€	200.000,00€	0,00€	9	0,00€	0,00€	0,00€	200.000,00€	0,00€																												
	Año	Término amortizativo	interés	Cuota de amortización	Amortizado	Capital	Pendiente																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">DATOS</th> </tr> <tr> <td>Capital</td> <td>200.000</td> </tr> <tr> <td>Tarifa interés (anual)</td> <td>4,77%</td> </tr> <tr> <td>Años</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Año de carència</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Comisión de apertura</td> <td>0,00%</td> </tr> <tr> <td>Valor actual</td> <td>5,83</td> </tr> <tr> <td>Término amortizativo</td> <td>34.276,42€</td> </tr> <tr> <td>Coste de apertura</td> <td>- €</td> </tr> </thead></table>	DATOS		Capital	200.000	Tarifa interés (anual)	4,77%	Años	7	Año de carència		0	Comisión de apertura	0,00%	Valor actual	5,83	Término amortizativo	34.276,42€	Coste de apertura	- €	1	34.276,42€	9.540,00€	24.736,42€	24.736,42€	175.263,58€																																																																																					
	DATOS																																																																																																													
	Capital	200.000																																																																																																												
	Tarifa interés (anual)	4,77%																																																																																																												
	Años	7																																																																																																												
	Año de carència	0																																																																																																												
	Comisión de apertura	0,00%																																																																																																												
	Valor actual	5,83																																																																																																												
	Término amortizativo	34.276,42€																																																																																																												
Coste de apertura	- €																																																																																																													
2	34.276,42€	8.360,07€	26.876,39€	50.612,77€	149.347,23€																																																																																																									
3	34.276,42€	7.120,88€	29.155,54€	77.808,31€	122.538,91€																																																																																																									
4	34.276,42€	5.928,69€	31.447,73€	106.256,04€	93.281,84€																																																																																																									
5	34.276,42€	4.471,73€	29.804,69€	136.057,73€	63.242,29€																																																																																																									
6	34.276,42€	3.050,00€	27.228,39€	167.284,14€	32.715,81€																																																																																																									
7	34.276,42€	1.560,55€	32.715,81€	200.000,00€	0,00€																																																																																																									
8	0,00€	0,00€	0,00€	200.000,00€	0,00€																																																																																																									
9	0,00€	0,00€	0,00€	200.000,00€	0,00€																																																																																																									
<p>Ajudes</p> <p>Ajuts Next Generation EU – Ajuts de suport a Agrupacions Empresariales Innovadores del Ministeri de Indústria, Comerç i Turisme (MINCOTUR). Aquestes ajudes seran per la transformació digital de les empreses en el marc de matèria d'organització, desenvolupament experimental i processos fins a un 60% de les inversions subvencionables.</p> <p>Next Generation EU – Ajuts per a projectes d'eficiència energètica i economia circular d'empreses turístiques. Departament d'Empresa i Treball. Ajuts per assolir els objectius mediambientals i energètics establerts a la normativa de la UE, mitjançant la realització d'actuacions de reforma d'edificis existents destinats a allotjament turístic que afavoreixin la reducció del consum d'energia final.</p> <p>Next Generation EU – Pla MOVES III _Incentius a la mobilitat eficient i sostenible. Institut Català d'Energia (ICAEN). Programa per al foment de l'adquisició de vehicles elèctrics i el desplegament d'infraestructures de recarrega</p> <p>Subvencions a inversions empresariales d'alt impacte. Agència per a la competitivitat de l'empresa (ACCIO). Subvenció per a projectes d'inversió en actius fixos que incorporin una nova activitat per l'empresa a Catalunya. Quantia un 6% del cost subvencionable amb un màxim de 200.000 euros.</p> <p>Ajuts Leader per al foment de la diversificació econòmica de les zones rurals. Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (gencat). L'objectiu d'aquests ajuts és el foment d'inversions que generin activitat econòmica mitjançant accions adreçades a la reactivació econòmica i la creació d'ocupació, a establir polítiques específiques per als joves del món rural, a promoure accions dirigides a la mitigació i adaptació al canvi climàtic i la protecció dels recursos naturals i a estimular la innovació.</p>	<p><i>Detall de la subvenció Next Generation EU – Suport Agrupacions Empresariales Innovadores</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Partides subvencionables</th> <th>Total</th> <th>% subvenció</th> <th>Subvenció</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Xarxa de telecomunicacions</td> <td>18.299,8</td> <td>60%</td> <td>10.979,9</td> </tr> <tr> <td>Rasa per xarxa telecomunicacions</td> <td>48.997,5</td> <td>60%</td> <td>29.398,5</td> </tr> <tr> <td>Enllumenat exterior per carretera</td> <td>11.269,6</td> <td>60%</td> <td>6.761,7</td> </tr> <tr> <td>Enllumenat exterior per vianants</td> <td>5.549,3</td> <td>60%</td> <td>3.329,6</td> </tr> <tr> <td>Sistema domòtica</td> <td>6.371,2</td> <td>60%</td> <td>3.822,7</td> </tr> <tr> <td>Instal·lació wifi i càmeres de seguretat</td> <td>12.172,0</td> <td>60%</td> <td>7.303,2</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> <td></td> <td>62.795,6</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Detall de la subvenció Next Generation EU – Projectes d'eficiència energètica i economia circular d'empreses turístiques</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Partides subvencionables</th> <th>Total</th> <th>% subvenció</th> <th>Subvenció</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Instal·lació plaques solars</td> <td>31.378,6</td> <td>50%</td> <td>15.689,3</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Detall de la subvenció Next Generation EU – Incentius a la mobilitat eficient i sostenible</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Partides subvencionables</th> <th>Total</th> <th>% subvenció</th> <th>Subvenció</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Elements de transport (vehicle)</td> <td>19.485,0</td> <td>50%</td> <td>9.742,5</td> </tr> <tr> <td>Carregadors elèctrics</td> <td>519,4</td> <td>50%</td> <td>259,7</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> <td></td> <td>10.002,2</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Detall de la subvenció a inversions empresariales d'alt impacte</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Partides subvencionables</th> <th>Total</th> <th>% subvenció</th> <th>Subvenció</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Inversió total</td> <td>1.658.960,2</td> <td>6%</td> <td>99.537,6</td> </tr> </tbody> </table> <p>El càmping estarà ubicat a un petit poble de muntanya situat al Berguedà anomenat La Nou de Berguedà a només 122 km de Barcelona. Càmping que donarà valor i oportunitats tant a les persones que viuen allà com a les empreses locals, mitjançant la contractació de personal, serveis i productes i la potenciació del turisme local, tant de serveis com de restauració. A més es tractarà d'una empresa amb instal·lacions i equipaments eficientment sostenibles i exercint un ús energètic sostenible per reduir els efectes negatius sobre l'entorn.</p> <p>Pel volum dels costos subvencionables CàmpDog rebra l'import màxim de 100.000 euros.</p>	Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció	Xarxa de telecomunicacions	18.299,8	60%	10.979,9	Rasa per xarxa telecomunicacions	48.997,5	60%	29.398,5	Enllumenat exterior per carretera	11.269,6	60%	6.761,7	Enllumenat exterior per vianants	5.549,3	60%	3.329,6	Sistema domòtica	6.371,2	60%	3.822,7	Instal·lació wifi i càmeres de seguretat	12.172,0	60%	7.303,2	Total			62.795,6	Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció	Instal·lació plaques solars	31.378,6	50%	15.689,3	Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció	Elements de transport (vehicle)	19.485,0	50%	9.742,5	Carregadors elèctrics	519,4	50%	259,7	Total			10.002,2	Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció	Inversió total	1.658.960,2	6%	99.537,6																																													
Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció																																																																																																											
Xarxa de telecomunicacions	18.299,8	60%	10.979,9																																																																																																											
Rasa per xarxa telecomunicacions	48.997,5	60%	29.398,5																																																																																																											
Enllumenat exterior per carretera	11.269,6	60%	6.761,7																																																																																																											
Enllumenat exterior per vianants	5.549,3	60%	3.329,6																																																																																																											
Sistema domòtica	6.371,2	60%	3.822,7																																																																																																											
Instal·lació wifi i càmeres de seguretat	12.172,0	60%	7.303,2																																																																																																											
Total			62.795,6																																																																																																											
Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció																																																																																																											
Instal·lació plaques solars	31.378,6	50%	15.689,3																																																																																																											
Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció																																																																																																											
Elements de transport (vehicle)	19.485,0	50%	9.742,5																																																																																																											
Carregadors elèctrics	519,4	50%	259,7																																																																																																											
Total			10.002,2																																																																																																											
Partides subvencionables	Total	% subvenció	Subvenció																																																																																																											
Inversió total	1.658.960,2	6%	99.537,6																																																																																																											

Font: Elaboració pròpia

77.- ANNEX 77 – FINANÇAMENT I TRESORERIA A 3 ANYS ESCENARI PREVISIBLE

	2025 €	2026 €	2027 €
FINANCIACIÓN	2.113.024,76	0,00	0,00
Fondos propios	625.000,00	0,00	0,00
Capital	625.000,00		
Subvenciones/donaciones	288.024,76	0,00	0,00
Subvenciones	288.024,76		
Donaciones			
Deudas largo plazo	1.200.000,00	0,00	0,00
Deudass con terceros	1.200.000,00		
Tesorería		Saldo Tesorería 2025	Saldo Tesorería 2026
Excedente ejercicios anteriores		180.268,71	575.785,22
Condiciones deudass con terceros			
Tipo interés (%)	4,77%		
Plazo (años)	7,00		
Imputación subvención			
Vida útil (años)	10,00		

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

78. ANNEX 78 – DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS DE CÀMPDOG

DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS

Resultado ejercicio 2025 **77.447,57**

Distribución **0,00**

Reservas legales y estatutarias	7.744,76
Otras reservas	13.940,56
Dividendos	55.762,25
Compensación pérdidas ejercicios anteriores	
Resultado negativo ejercicio pendiente de compensar	0,00

Resultado ejercicio 2026 **170.920,42**

Distribución **0,00**

Reservas legales y estatutarias	17.092,04
Otras reservas	30.765,68
Dividendos	123.062,70
Compensación pérdidas ejercicios anteriores	0,00
Resultado negativo ejercicio pendiente de compensar	0,00

Resultado ejercicio 2027 **266.468,65**

Distribución **0,00**

Reservas legales y estatutarias	26.646,87
Otras reservas	47.964,36
Dividendos	191.857,43
Compensación pérdidas ejercicios anteriores	0,00
Resultado negativo ejercicio pendiente de compensar	0,00

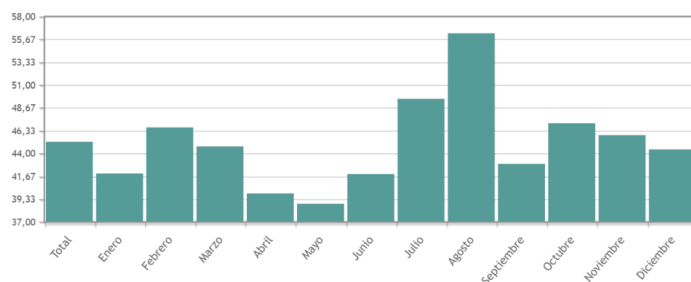
Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

79. ANNEX 79 – DETALL DELS INCENTIUS ANUALS QUE REBRAN ELS TREBALLADORS

	Treballadors	2025	2026	2027
Resultat net		77.448	170.920	266.469
% Remuneració		4%	4%	4%
Total Remuneració		3.098	6.837	10.659
Gerència i Caps de Departament	2	869	2.015	3.865
Atenció al client	3	1.099	2.554	3.602
Manteniment i jardineria	2	874	1.809	2.548
Control d'accés cap de setmana i vigilant piscina	1	256	459	644

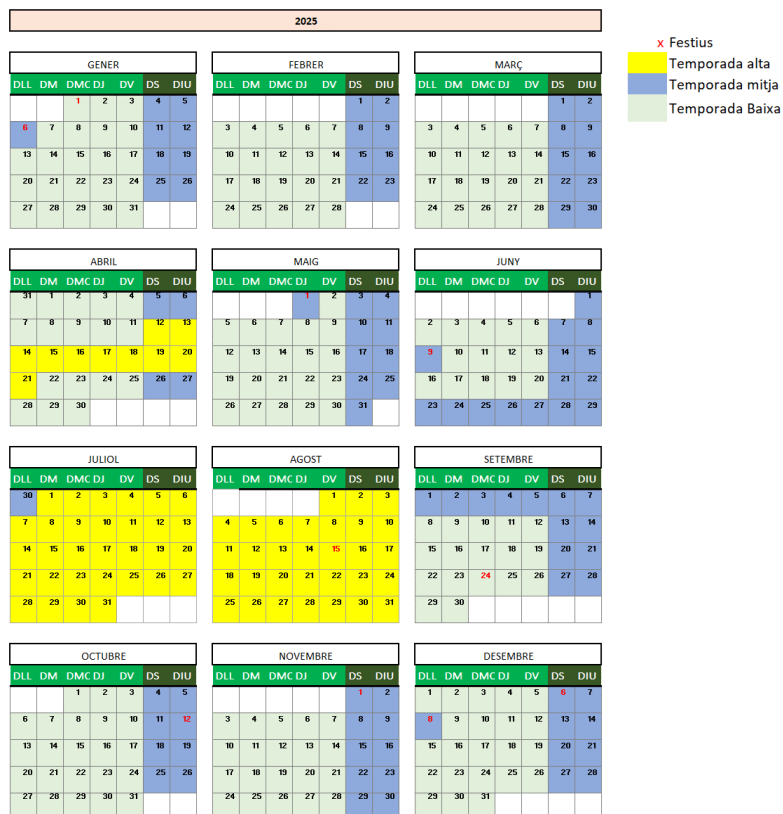
Font: Elaboració pròpia

80. ANNEX 80 – GRAU D'OCUPACIÓ A PARCEL·LES EN CAP DE SETMANA A CÀMPING AL PIRINEU CATALÀ



Font: Enquesta d'ocupació en Càmpings. www.ine.es

81. ANNEX 81 – ESTIMACIÓ DE LES DIFERENTS TEMPORADES EN UN ANY COMPLET



Font: Elaboració pròpia

82. ANNEX 82 – DETALL DELS GRAUS D'OCUPACIÓ DELS DIFERENTS ESCENARIS

Grau d'ocupació dels Bungalows (%)	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Escenari previsible												
Temporada baixa	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	4,0%	4,0%	6,8%	7,0%
Temporada mitja	19,9%	38,9%	41,9%	49,6%	56,3%	42,9%	47,1%	45,9%	44,4%	30,2%	43,0%	43,8%
Temporada alta	70,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,8%	100,0%	100,0%
Escenari pessimista												
Temporada baixa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Temporada mitja	0,0%	18,9%	21,9%	29,6%	36,3%	22,9%	27,1%	25,9%	24,4%	15,8%	23,4%	24,3%
Temporada alta	50,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	75,8%	80,0%	80,0%
Escenari optimista												
Temporada baixa	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	6,0%	5,5%	6,8%	7,0%
Temporada mitja	39,9%	58,9%	61,9%	69,6%	76,3%	62,9%	67,1%	65,9%	64,4%	50,2%	63,0%	63,8%
Temporada alta	70,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,8%	100,0%	100,0%
Grau d'ocupació dels Apartaments (%)	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Escenari previsible												
Temporada baixa	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	4,0%	4,0%	4,7%	4,8%
Temporada mitja	19,9%	38,9%	41,9%	49,6%	56,3%	42,9%	47,1%	45,9%	44,4%	30,2%	43,4%	44,3%
Temporada alta	70,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,8%	100,0%	100,0%
Escenari pessimista												
Temporada baixa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Temporada mitja	0,0%	18,9%	21,9%	29,6%	36,3%	22,9%	27,1%	25,9%	24,4%	15,8%	23,4%	23,9%
Temporada alta	30,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	55,8%	60,0%	61,2%
Escenari optimista												
Temporada baixa	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	6,0%	5,5%	6,8%	7,0%
Temporada mitja	59,9%	78,9%	81,9%	89,6%	96,3%	82,9%	87,1%	85,9%	84,4%	59,1%	83,4%	85,1%
Temporada alta	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	102,0%
Grau d'ocupació de parcel·les de curta durada (%)	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Escenari previsible												
Temporada baixa	1,0%	1,0%	5,0%	1,0%	1,0%	5,0%	1,0%	1,0%	2,0%	1,4%	1,9%	1,9%
Temporada mitja	19,9%	18,9%	21,9%	29,6%	36,3%	22,9%	27,1%	25,9%	24,4%	16,6%	29,0%	29,5%
Temporada alta	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	51,0%
Escenari pessimista												
Temporada baixa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Temporada mitja	0,0%	0,0%	1,9%	9,6%	16,3%	2,9%	7,1%	5,9%	4,4%	2,3%	9,1%	9,3%
Temporada alta	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,6%
Escenari optimista												
Temporada baixa	3,0%	3,0%	7,0%	3,0%	3,0%	7,0%	3,0%	3,0%	4,0%	2,8%	3,9%	3,9%
Temporada mitja	39,9%	38,9%	41,9%	49,6%	56,3%	42,9%	47,1%	45,9%	44,4%	31,0%	49,0%	49,9%
Temporada alta	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	71,4%
Unitats venudes de parcel·les de llarga durada	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Escenari previsible	1	1	5	10	10	5	0	0	0	32	66	115
Escenari pessimista	1	1	4	8	8	4	0	0	0	26	53	92
Escenari optimista	1	1	6	12	12	6	0	0	0	38	79	135
Altres ingressos (euros)	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Escenari previsible	3.200	3.300	4.300	8.400	11.800	5.400	3.400	3.000	2.900	45.700	61.604	66.068
Escenari pessimista	2.560	2.640	3.440	6.720	9.440	4.320	2.720	2.400	2.320	36.560	49.283	51.162
Escenari optimista	3.840	3.960	5.160	12.960	17.040	6.480	4.080	3.600	3.480	60.600	73.925	81.490

Font: Elaboració pròpia

83. ANNEX 83 – DETALL DE LES VENDES AMB IVA DE L'ESCENARI PREVISIBLE

VENDES amb IVA											2,0%	2,0%
Creixement											2,0%	2,0%
Ipc												
	2025										2026	2027
	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Bungalows	14.919	8.106	17.888	74.400	74.400	16.602	7.901	9.494	9.402	233.111	280.016	291.329
Preu unit./nit TB (€/nit)	80	100	100	100	100	100	100	100	100		100	102
Preu unit./nit TM (€/nit)	100	125	125	125	125	125	125	125	125		125	128
Preu unit./nit TA (€/nit)	120	150	150	150	150	150	150	150	150		150	153
Descompte	20%											
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72
Ocupació TB (%)	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	4,0%	4%	7%	7%
Ocupació TM (%)	19,9%	38,9%	41,9%	49,6%	56,3%	42,9%	47,1%	45,9%	44,4%	30%	43%	44%
Ocupació TA (%)	70,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96%	100%	100%
Reserves TB	3	3	45	0	0	54	4	3	14	126	215	219
Reserves TM	13	62	107	0	0	89	60	73	64	469	667	680
Reserves TA	112	0	0	496	496	0	0	0	0	1.104	1.168	1.191
Apartaments	5.404	2.917	6.423	26.970	26.970	5.956	2.843	3.417	3.379	84.279	98.177	102.144
Preu unit./nit TB (€/nit)	76	95	95	95	95	95	95	95	95		95	97
Preu unit./nit TM (€/nit)	96	120	120	120	120	120	120	120	120		120	122
Preu unit./nit TA (€/nit)	116	145	145	145	145	145	145	145	145		145	148
Descompte	20%											
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72
Ocupació TB (%)	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	20,0%	1,0%	1,0%	4,0%	4%	5%	5%
Ocupació TM (%)	19,9%	38,9%	41,9%	49,6%	56,3%	42,9%	47,1%	45,9%	44,4%	30%	43%	44%
Ocupació TA (%)	70,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96%	100%	100%
Reserves TB	1	1	17	0	0	20	1	1	5	47	55	56
Reserves TM	5	23	40	0	0	33	23	28	24	176	253	258
Reserves TA	42	0	0	186	186	0	0	0	0	414	432	441
Parcel·les curta durada	13.849	5.133	10.160	46.500	46.500	9.152	5.876	6.868	6.372	150.409	185.525	193.020
Preu unit./nit TB (€/nit)	32	40	40	40	40	40	40	40	40		40	41
Preu unit./nit TM (€/nit)	40	50	50	50	50	50	50	50	50		50	51
Preu unit./nit TA (€/nit)	48	60	60	60	60	60	60	60	60		60	61
Descompte	20%											
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72
Ocupació TB (%)	1,0%	1,0%	5,0%	1,0%	1,0%	5,0%	1,0%	1,0%	2,0%	1%	2%	2%
Ocupació TM (%)	19,9%	18,9%	21,9%	29,6%	36,3%	22,9%	27,1%	25,9%	24,4%	17%	29%	30%
Ocupació TA (%)	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50%	50%	51%
Reserves TB	8	11	35	0	0	43	12	10	22	140	182	186
Reserves TM	40	94	175	0	0	149	108	129	110	806	1.405	1.433
Reserves TA	250	0	0	775	775	0	0	0	0	1.800	1.800	1.836
Parcel·les llarga durada	4.000	4.000	20.000	40.000	40.000	20.000	0	0	0	128.000	270.600	477.250
Parcel·les disponibles	124	123	118	108	98	93	93	93	93		59	10
Parcel·les contractades	1	1	5	10	10	5	0	0	0	32	66	115
Lloguer Restaurant + Supermercat	1.500	1.500	2.500	3.000	3.000	2.500	1.500	1.500	1.500	18.500	23.000	23.460
Perruqueria i acollida mascotes	500	600	600	1.000	2.000	2.000	1.000	600	500	8.800	12.200	12.444
Cap de setmana agility	600	600	600	1.200	2.400	450	450	450	450	7.200	9.600	9.792
Cap de setmana adiestrament	600	600	600	1.200	2.400	450	450	450	450	7.200	9.600	9.792
Consums addicionals	0	0	0	2.000	2.000	0	0	0	0	4.000	7.204	10.580
TOTAL amb IVA	41.372	23.455	58.771	196.270	199.670	57.110	20.020	22.778	22.053	641.499	895.922	1.129.811

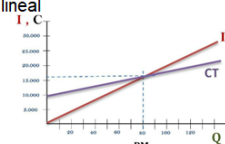
Font: Elaboració pròpia

86. ANNEX 86 – COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS A 3 ANYS DE L'ESCENARI PREVISIBLE

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2025		2026		2027	
1 Importe neto de la cifra de negocios	530.164,77	100,00%	740.431,68	100,00%	933.727,73	100,00%
2 Variación de existencias de productos acabados y en curso	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
3 Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
4 Aprovisionamientos	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
5 Otros ingresos de explotación	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
6 Gastos de personal	(130.403,97)	-24,60%	(188.283,50)	-25,43%	(216.100,66)	-23,14%
7 Otros gastos de explotación	(220.517,39)	-41,59%	(255.487,50)	-34,51%	(301.133,63)	-32,25%
8 Amortización del inmovilizado	(50.749,04)	-9,57%	(50.749,04)	-6,85%	(50.749,04)	-5,44%
9 Imputación de subvenciones inmovilizado no financiero y otros	28.802,48	5,43%	28.802,48	3,89%	28.802,48	3,08%
10 Excesos de provisiones	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
11 Deterioro y resultado por alienaciones del inmovilizado	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	157.296,84	29,67%	274.714,12	37,10%	394.546,88	42,26%
12 Ingresos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
13 Gastos financieros	(54.033,41)	-10,19%	(46.820,22)	-6,32%	(39.255,34)	-4,20%
14 Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
15 Diferencias de cambio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
16 Deterioro y resultado por venta de instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	(54.033,41)	-10,19%	(46.820,22)	-6,32%	(39.255,34)	-4,20%
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	103.263,43	19,48%	227.893,89	30,78%	355.291,53	38,05%
17 Impuesto sobre beneficios	(25.815,86)	-4,87%	(56.973,47)	-7,69%	(88.822,88)	-9,51%
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	77.447,57	14,61%	170.920,42	23,08%	266.468,65	28,54%

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

87. ANNEX 87 – CÀLCUL DEL PUNT MORT DELS DIFERENTS ESCENARIS

Càlcul del punt mort dels diferents escenaris												
	Escenari previsible				Escenari pessimista				Escenari optimista			
Punt mort = CF mensual / (P unit - CV unit)												
Partint de la capacitat total del càmping dels bungalows, apartaments i parcel·les de curta durada, s'aplicarà el grau d'ocupació pels dies de cada mes i considerant 90 dies a l'any pel lloguer de parcel·les de temporada llarga s'obté 6.768 unitats en 2025, 9.500 unitats en 2026 i 13.273 unitats en 2027.												
Els costos variables seran els consums d'electricitat, aigua, bugaderia i els serveis addicionals enfocats cap a les mascotes (ensinistrament, agility, perruqueria i acollida de mascotes).												
S'estima que el cost fixe és lineal												
												
Unitats venudes	Escenari Previsible				Escenari Pessimista				Escenari Optimista			
Bungalows	1.699	2.049	2090		1.119	1.285	1310		1.971	2.049	2090	
Apartaments	637	740	754		333	395	403		841	998	1.018	
Parcel·les curta durada	2.745	3.387	3.455		1.192	1.521	1.551		4.298	5.273	5.378	
Parcel·les llarga durada	2.880	5.940	10.350		2.304	4.752	8.280		3.456	7.128	12.150	
Altres ingressos	482	653	776		354	489	590		675	833	993	
Total	8.444	12.769	17.426		5.302	8.442	12.135		11.241	16.281	21.629	
Total mes	938	1.064	1.452		589	704	1.011		1.249	1.357	1.802	
Punt mort	Escenari previsible				Escenari pessimista				Escenari Optimista			
Ingressos	530.165	740.432	933.728		340.753	487.741	636.753		677.517	902.686	1.126.749	
Costos variables	139.708	182.195	226.979		96.579	127.140	172.041		173.975	225.799	270.074	
Costos fixes	211.214	261.576	290.255		204.939	248.267	281.264		211.214	286.112	292.769	
Unitats	6.768	9.500	13.273		3.992	5.860	8.879		9.133	12.309	16.606	
Punt mort	407	371	454		372	336	448		426	434	473	
Preu global unitari (P)	78,34	77,94	70,35		85,35	83,23	71,72		74,18	73,34	67,85	
Cost variable unitari (CV)	20,64	19,18	17,10		24,19	21,70	19,38		19,05	18,34	16,26	
Cost fixe mensual (CF)	23.468	21.798	24.188		22.771	20.689	23.439		23.468	23.843	24.397	
Punt mort = CF / (P - CV)	407	371	454		372	336	448		426	434	473	
Unitats mensuals mitges	938	1.064	1.452		589	704	1.011		1.249	1.357	1.802	
Diferència	531	693	998		217	367	563		823	923	1.330	

Font: Elaboració pròpia

89. ANNEX 89 – DETALL DE LES VENDES AMB IVA DE L'ESCENARI PESSIMISTA

VENDES amb IVA												
Creixement											2,0%	2,0%
Ipc											2,0%	2,0%
					2025						2026	2027
	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027
Bungalows	9.600	3.770	7.008	59.520	59.520	5.962	4.333	5.174	4.394	159.280	183.636	191.055
Preu unit./nit TB (€/nit)	80	100	100	100	100	100	100	100	100		100	102
Preu unit./nit TM (€/nit)	100	125	125	125	125	125	125	125	125		125	128
Preu unit./nit TA (€/nit)	120	150	150	150	150	150	150	150	150		150	153
Descompte	20%											
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72
Ocupació TB (%)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0%	0%	0%
Ocupació TM (%)	0,0%	18,9%	21,9%	29,6%	36,3%	22,9%	27,1%	25,9%	24,4%	16%	23%	24%
Ocupació TA (%)	50,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	80,0%	76%	80%	80%
Reserves TB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reserves TM	0	30	56	0	0	48	35	41	35	245	363	370
Reserves TA	80	0	0	397	397	0	0	0	0	874	922	940
Apartaments	2.088	1.357	2.523	16.182	16.182	2.146	1.560	1.863	1.582	45.483	53.926	56.105
Preu unit./nit TB (€/nit)	76	95	95	95	95	95	95	95	95		95	97
Preu unit./nit TM (€/nit)	96	120	120	120	120	120	120	120	120		120	122
Preu unit./nit TA (€/nit)	116	145	145	145	145	145	145	145	145		145	148
Descompte	20%											
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72
Ocupació TB (%)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0%	0%	0%
Ocupació TM (%)	0,0%	18,9%	21,9%	29,6%	36,3%	22,9%	27,1%	25,9%	24,4%	16%	23%	24%
Ocupació TA (%)	30,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	60,0%	56%	60%	61%
Reserves TB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reserves TM	0	11	21	0	0	18	13	16	13	92	136	139
Reserves TA	18	0	0	112	112	0	0	0	0	241	259	264
Parcel·les curta durada	7.200	0	760	27.900	27.900	952	1.416	1.468	992	68.588	86.841	90.350
Preu unit./nit TB (€/nit)	32	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	41
Preu unit./nit TM (€/nit)	40	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	51
Preu unit./nit TA (€/nit)	48	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	61
Descompte	20%											
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72
Ocupació TB (%)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0%	0%	0%
Ocupació TM (%)	0,0%	0,0%	1,9%	9,6%	16,3%	2,9%	7,1%	5,9%	4,4%	2%	9%	9%
Ocupació TA (%)	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30%	30%	31%
Reserves TB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reserves TM	0	0	15	0	0	19	28	29	20	112	441	450
Reserves TA	150	0	0	465	465	0	0	0	0	1.080	1.080	1102
Parcel·les llarga durada	3.200	3.200	16.000	32.000	32.000	16.000	0	0	0	102.400	216.480	381.800
Parcel·les disponibles	124,2	123,4	119,4	111,4	103,4	99,4	99,4	99,4	99,4		72,2	33
Parcel·les contractades	0,8	0,8	4	8	8	4	0	0	0	25,6	52,8	92
Lloguer Restaurant + Supermercat	1.200	1.200	2.000	2.400	2.400	2.000	1.200	1.200	1.200	14.800	18.400	18.768
Perruqueria i acollida mascotes	400	480	480	800	1.600	1.600	800	480	400	7.040	9.760	9.955
Cap de setmana agility	480	480	480	960	1.920	360	360	360	360	5.760	7.680	7.834
Cap de setmana adiestrament	480	480	480	960	1.920	360	360	360	360	5.760	7.680	7.834
Consums addicionals	0	0	0	1.600	1.600	0	0	0	0	3.200	5.763	6.771
TOTAL amb IVA	24.648	10.967	29.731	142.322	145.042	29.380	10.029	10.904	9.288	412.311	590.167	770.471

Font: Elaboració pròpia

92. ANNEX 92 – COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS A 3 ANYS DE L'ESCENARI PESSIMISTA

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2025		2026		2027	
1 Importe neto de la cifra de negocios	340.752,85	100,00%	487.741,11	100,00%	636.752,93	100,00%
2 Variación de existencias de productos acabados y en curso	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
3 Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
4 Aprovisionamientos	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
5 Otros ingresos de explotación	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
6 Gastos de personal	(123.003,33)	-36,10%	(178.368,40)	-36,57%	(210.570,86)	-33,07%
7 Otros gastos de explotación	(178.515,24)	-52,39%	(197.038,73)	-40,40%	(242.733,59)	-38,12%
8 Amortización del inmovilizado	(50.749,04)	-14,89%	(50.749,04)	-10,40%	(50.749,04)	-7,97%
9 Imputación de subvenciones inmovilizado no financiero y otros	28.802,48	8,45%	28.802,48	5,91%	28.802,48	4,52%
10 Excesos de provisiones	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
11 Deterioro y resultado por alienaciones del inmovilizado	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	17.287,71	5,07%	90.387,41	18,53%	161.501,91	25,36%
12 Ingresos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
13 Gastos financieros	(54.033,41)	-15,86%	(46.820,22)	-9,60%	(39.255,34)	-6,16%
14 Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
15 Diferencias de cambio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
16 Deterioro y resultado por venta de instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	(54.033,41)	-15,86%	(46.820,22)	-9,60%	(39.255,34)	-6,16%
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	(36.745,70)	-10,78%	43.567,19	8,93%	122.246,56	19,20%
17 Impuesto sobre beneficios	9.186,42	2,70%	(10.891,80)	-2,23%	(30.561,64)	-4,80%
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	(27.559,27)	-8,09%	32.675,39	6,70%	91.684,92	14,40%

Font: Plantilla de Excel "Escenari Pessimista. BP Memoria Final.xls"

94. ANNEX 94 – DETALL DE LES VENDES AMB IVA DE L'ESCENARI OPTIMISTA

VENDES amb IVA												2,0%	2,0%
Creixement											2,0%	2,0%	
Ipc											2,0%	2,0%	
2025												2026	2027
	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	2025	2026	2027	
Bungalows	16.609	12.778	24.960	74.400	74.400	22.618	11.837	14.134	13.706	265.441	280.016	291.329	
Preu unit./nit TB (€/nit)	80	100	100	100	100	100	100	100	100		100	102	
Preu unit./nit TM (€/nit)	100	125	125	125	125	125	125	125	125		125	128	
Preu unit./nit TA (€/nit)	120	150	150	150	150	150	150	150	150		150	153	
Descompte	20%												
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196	
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97	
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72	
Ocupació TB (%)	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	6,0%	6%	7%	7%	
Ocupació TM (%)	39,9%	58,9%	61,9%	69,6%	76,3%	62,9%	67,1%	65,9%	64,4%	50%	63%	64%	
Ocupació TA (%)	70,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96%	100%	100%	
Reserves TB	8	10	52	0	0	63	11	10	21	174	215	219	
Reserves TM	26	94	158	0	0	131	86	105	93	693	667	680	
Reserves TA	112	0	0	496	496	0	0	0	0	1.104	1.168	1191	
Apartaments	8.559	6.036	11.270	26.970	26.970	9.991	5.409	6.525	6.222	107.953	128.524	133.717	
Preu unit./nit TB (€/nit)	76	95	95	95	95	95	95	95	95		95	97	
Preu unit./nit TM (€/nit)	96	120	120	120	120	120	120	120	120		120	122	
Preu unit./nit TA (€/nit)	116	145	145	145	145	145	145	145	145		145	148	
Descompte	20%												
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196	
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97	
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72	
Ocupació TB (%)	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	23,0%	3,0%	3,0%	6,0%	6%	7%	7%	
Ocupació TM (%)	59,9%	78,9%	81,9%	89,6%	96,3%	82,9%	87,1%	85,9%	84,4%	59%	83%	85%	
Ocupació TA (%)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100%	100%	102%	
Reserves TB	3	4	19	0	0	23	4	4	8	65	80	82	
Reserves TM	14	47	79	0	0	65	42	52	46	344	485	495	
Reserves TA	60	0	0	186	186	0	0	0	0	432	432	441	
Parcel·les curta durada	20.761	10.973	18.720	65.100	65.100	16.332	10.796	12.668	11.752	232.201	285.065	296.581	
Preu unit./nit TB (€/nit)	32	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	41	
Preu unit./nit TM (€/nit)	40	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	51	
Preu unit./nit TA (€/nit)	48	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	61	
Descompte	20%												
Nº nits totals TB	16	21	14	0	0	17	23	20	22	196	196	196	
Nº nits totals TM	4	10	16	0	0	13	8	10	9	97	97	97	
Nº nits totals TA	10	0	0	31	31	0	0	0	0	72	72	72	
Ocupació TB (%)	3,0%	3,0%	7,0%	3,0%	3,0%	7,0%	3,0%	3,0%	4,0%	3%	4%	4%	
Ocupació TM (%)	39,9%	38,9%	41,9%	49,6%	56,3%	42,9%	47,1%	45,9%	44,4%	31%	49%	50%	
Ocupació TA (%)	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70%	70%	71%	
Reserves TB	24	32	49	0	0	60	35	30	44	273	378	386	
Reserves TM	80	194	335	0	0	279	188	229	200	1.506	2.375	2422	
Reserves TA	350	0	0	1.085	1.085	0	0	0	0	2.520	2.520	2570	
Parcel·les llarga durada	4.800	4.800	24.000	48.000	48.000	24.000	0	0	0	153.600	324.720	560.250	
Parcel·les disponibles	123,8	122,6	116,6	104,6	92,6	86,6	86,6	86,6	86,6	45,8	-10		
Parcel·les contractades	1,2	1,2	6	12	12	6	0	0	0	38,4	79,2	135	
Lloguer Restaurant + Supermercat	1.800	1.800	3.000	3.600	3.600	3.000	1.800	1.800	1.800	22.200	27.600	28.152	
Perruqueria i acollida mascotes	600	720	720	1.200	2.400	2.400	1.200	720	600	10.560	14.640	14.933	
Cap de setmana agility	720	720	720	1.440	2.880	540	540	540	540	8.640	11.520	11.750	
Cap de setmana adiestrament	720	720	720	1.440	2.880	540	540	540	540	8.640	11.520	11.750	
Consums addicionals	0	0	0	5.280	5.280	0	0	0	0	10.560	8.645	14.904	
TOTAL amb IVA	54.569	38.547	84.110	227.430	231.510	79.421	32.122	36.926	35.160	819.795	1.092.250	1.363.367	

Font: Elaboració pròpia

97. ANNEX 97 – COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS A 3 ANYS DE L'ESCENARI OPTIMISTA

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2025		2026		2027	
1 Importe neto de la cifra de negocios	677.514,52	100,00%	902.686,15	100,00%	1.126.749,34	100,00%
2 Variación de existencias de productos acabados y en curso	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
3 Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
4 Aprovisionamientos	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
5 Otros ingresos de explotación	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
6 Gastos de personal	(130.403,97)	-19,25%	(213.122,91)	-23,61%	(218.924,12)	-19,43%
7 Otros gastos de explotación	(254.784,81)	-37,61%	(298.787,31)	-33,10%	(343.919,12)	-30,52%
8 Amortización del inmovilizado	(50.749,04)	-7,49%	(50.749,04)	-5,62%	(50.749,04)	-4,50%
9 Imputación de subvenciones inmovilizado no financiero y otros	28.802,48	4,25%	28.802,48	3,19%	28.802,48	2,56%
10 Excesos de provisiones	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
11 Deterioro y resultado por alienaciones del inmovilizado	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	270.381,18	39,91%	368.829,36	40,86%	541.959,53	48,10%
12 Ingresos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
13 Gastos financieros	(54.033,41)	-7,98%	(46.820,22)	-5,19%	(39.255,34)	-3,48%
14 Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
15 Diferencias de cambio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
16 Deterioro y resultado por venta de instrumentos financieros	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%
B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	(54.033,41)	-7,98%	(46.820,22)	-5,19%	(39.255,34)	-3,48%
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	216.347,77	31,93%	322.009,14	35,67%	502.704,18	44,62%
17 Impuesto sobre beneficios	(54.086,94)	-7,98%	(80.502,28)	-8,92%	(125.676,05)	-11,15%
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	162.260,83	23,95%	241.506,85	26,75%	377.028,14	33,46%

Font: Plantilla de Excel "Escenari Optimista. BP Memoria Final.xls"

99. ANNEX 99 – BALANÇ A 3 ANYS DE L'ESCENARI PREVISIBLE

BALANCE							
ACTIVO	2025		2026		2027		
A) ACTIVO NO CORRIENTE (I + II + III + IV + V + VI)	1.591.094,78	77,66%	1.540.345,74	72,79%	1.489.596,70	69,88%	
I Inmovilizado intangible	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
II Inmovilizado material	1.591.094,78	100,00%	1.540.345,74	100,00%	1.489.596,70	100,00%	
III Inversiones inmobiliarias	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas a l/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Inversiones financieras a l/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VI Activos por impuesto diferido	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
B) ACTIVO CORRIENTE (I+II+III+IV+V+VI)	457.596,07	22,34%	575.785,22	27,21%	642.053,75	30,12%	
I Activos no corrientes mantenidos para la venta	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
II Existencias	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	277.327,35	60,61%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
1 Clientes por ventas y prestaciones de servicio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
2 Accionistas por desembolsos exigidos		0,00%		0,00%		0,00%	
3 Otros deudores	277.327,35	100,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
IV Inversiones en empresas del grupo y asociadas a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Inversiones financieras a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VI Periodificaciones a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	180.268,71	39,39%	575.785,22	100,00%	642.053,75	100,00%	
TOTAL ACTIVO (A + B)	2.048.690,84	100,00%	2.116.130,96	100,00%	2.131.650,44	100,00%	
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2025	2026	2027				
A) PATRIMONIO NETO (A1+A2+A3)	961.669,85	46,94%	1.048.025,55	49,53%	1.162.629,02	54,54%	
A-1) Fondos propios	702.447,57	73,04%	817.605,74	78,01%	961.011,69	82,66%	
I Capital	625.000,00	88,97%	625.000,00	76,44%	625.000,00	65,04%	
1 Capital escriturado	625.000,00	100,00%	625.000,00	100,00%	625.000,00	100,00%	
2 (Capital no exigido)		0,00%		0,00%		0,00%	
II Prima de emisión	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
III Reservas	0,00	0,00%	21.685,32	2,65%	69.543,04	7,24%	
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Resultados de ejercicios anteriores	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VI Otras aportaciones de socios	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
VII Resultados del ejercicio	77.447,57	11,03%	170.920,42	20,90%	266.468,65	27,73%	
VIII (Dividendo a cuenta)	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
IX Otros instrumentos de patrimonio	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
A-2 Ajustes por cambio de valor	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
A-3 Subvenciones, donaciones y legados recibidos	259.222,28	26,96%	230.419,81	21,99%	201.617,33	17,34%	
B) PASIVO NO CORRIENTE (I + II + III + IV + V)	896.902,29	43,78%	734.181,96	34,69%	563.527,91	26,44%	
I Provisiones a largo plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
II Deudas a largo plazo	896.902,29	100,00%	734.181,96	100,00%	563.527,91	100,00%	
1 Deudas con entidades de crédito	896.902,29	100,00%	734.181,96	100,00%	563.527,91	100,00%	
2 Creditores por arrendamiento financiero		0,00%		0,00%		0,00%	
3 Otros pasivos financieros		0,00%		0,00%		0,00%	
III Deudas con empresas del grupo y asociadas a l/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
IV Pasivos por impuesto diferido	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Periodificaciones a largo plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
C) PASIVO CORRIENTE (I+II+III+IV+V+VI)	190.118,70	9,28%	333.923,45	15,78%	405.493,51	19,02%	
I Pasivos vinculados con activos NC mantenidos para la venta	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
II Provisiones a corto plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
III Deudas a largo plazo	155.155,45	81,61%	162.720,33	48,73%	170.654,05	42,09%	
1 Deudas con entidades de crédito	155.155,45	100,00%	162.720,33	100,00%	170.654,05	100,00%	
2 Creditores por arrendamiento financiero		0,00%		0,00%		0,00%	
3 Otros pasivos financieros		0,00%		0,00%		0,00%	
IV Deudas con empresas del grupo y asociadas a c/p	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
V Creditores comerciales y otras cuentas a pagar	34.963,25	18,39%	171.203,12	51,27%	234.839,46	57,91%	
1 Proveedores	4.837,18	13,84%	4.614,08	2,70%	4.699,10	2,00%	
2 Otros creditores	30.126,07	86,16%	166.589,04	97,30%	230.140,36	98,00%	
VI Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	2.048.690,84	100,00%	2.116.130,96	100,00%	2.131.650,44	100,00%	

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

100. ANNEX 100 – ANÀLISI DETALLAT DE LES PARTIDES DEL BALANÇ

Anàlisi detallat del balanç	
Actiu no corrent	Està compost per aquells bens i drets adquirits amb la intenció de que romanguin a l'empresa més d'un any. En aquesta partida s'acumula un gran volum d'immobilitzat degut a la necessitat de la gran inversió inicial requerida per la compra del terreny i l'adaptació mitjançant la urbanització, instal·lacions, edificacions, maquinària i altres per poder iniciar l'activitat. Per tant, l'actiu no corrent significa un 77,66% del total de l'actiu en el primer any i disminueix fins el 69,88% a l'any 3 degut a l'amortització lineal d'aquest immobilitzat.
Actiu corrent	Formen aquesta partida tots els bens i drets adquirits amb la intenció de que romanguin a l'empresa menys d'un any. La única partida és l'efectiu que genera l'empresa després de pagar totes les seves responsabilitats. S'incrementa any a any perquè el negoci genera tresoreria cada any arribant a un 30,12% de l'actiu total a l'any 3 amb un import de 642.053,75 euros.
Patrimoni Net	Aquesta partida estarà composta pels Fons Propis de l'empresa, tals com el Capital Social per un import de 625.000 euros que es mantindrà constant els 3 anys perquè no hi hauran ampliacions de capital, el Resultat de l'exercici que serà des del primer any positiu i en constant creixement, les reserves que aniran augmentant any rere any i les subvencions que l'any 1 seran de 259.222,28 euros amortitzant-se any a any fins arribar a l'any 3 amb un import de 201.617,33 euros. Produint-se un creixement a 3 anys en la partida de Patrimoni Net del 21% passant de 961.669,85 euros en 2025 a 1.162.629,02 euros en 2027.
Passiu no corrent	Són els deutes que CàmpDog posseïx amb l'entitat de crèdit a llarg termini que es va formalitzar a l'inici de l'activitat. Aquesta partida esdevé un 43,78% en 2025 del total de Patrimoni Net + Passiu i disminuint en els anys fins arribar a un 26,44% del total de Patrimoni Net + Passiu. Això es degut a la contractació del préstec bancari que s'amortitza en 7 anys i que durant 3 anys no es torna a demanar cap préstec. Per això, al 2025 hi haurà un deute amb entitats de crèdit de 896.902,29 euros que anirà disminuint gràcies a la amortització del deute arribant a finals del 2027 a un import de 563.527,91 euros. A més, el passiu no corrent sempre està per sobre del passiu corrent, indicant que CàmpDog té una bona qualitat de deute i permet obtenir un marge temporal suficient per poder afrontar els pagaments més immediats.
Passiu corrent	Són els deutes que l'empresa contrau a curt termini. Aquesta partida va augmentant per l'amortització del deute i per l'increment del deute amb la Administració Pública per l'IVA degut a l'increment de les vendes. A l'any 2025 correspon a un 9,28% del total de Patrimoni Net + Passiu i incrementant-se fins arribar a un total del 19,02% del total de Patrimoni Net + Passiu. Sent la meitat del passiu no corrent i afirmant la bona qualitat del deute. Per això, al 2025 hi haurà un passiu corrent de 190.118,70 euros que anirà augmentant fins que a finals del 2027 tindrà un import de 405.493,51 euros.

Font: Elaboració pròpia

101. ANNEX 101 – DETALL PER MESOS DEL PUNT MORT PELS DIFERENTS ESCENARIS

	2025									
	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	TOTAL
Escenari previsible										
Ingressos	34.191	19.385	48.571	162.207	165.017	47.199	16.545	18.825	18.226	530.165
Costos variables	10.283	10.888	9.672	34.355	38.542	11.324	8.110	8.322	8.212	139.708
Costos fixos	38.623	19.344	19.211	22.979	23.489	21.789	21.307	20.985	23.487	211.214
Unitats	485	203	475	1.857	2.092	581	336	373	367	6.768
Punt mort	783	462	235	334	388	353	848	745	861	407
Unitats venudes	597	320	915	2.446	2.481	896	244	276	270	938
<i>Diferència</i>	<i>-187</i>	<i>-142</i>	<i>680</i>	<i>2.112</i>	<i>2.093</i>	<i>543</i>	<i>-604</i>	<i>-468</i>	<i>-591</i>	<i>531</i>
Escenari pessimista										
Ingressos	20.370	9.064	24.571	117.621	119.869	24.281	8.288	9.012	7.676	340.753
Costos variables	6.902	8.410	5.166	24.797	28.146	6.661	5.606	5.566	5.324	96.579
Costos fixos	38.709	19.403	19.359	23.235	23.745	20.083	19.505	19.194	21.705	204.939
Unitats	258	48	137	1.293	1.481	238	178	189	171	3.992
Punt mort	740	1.420	137	324	383	272	1.297	1.051	1.574	372
Unitats venudes	345	139	486	1.758	1.785	486	102	110	91	589
<i>Diferència</i>	<i>-396</i>	<i>-1.281</i>	<i>349</i>	<i>1.435</i>	<i>1.401</i>	<i>215</i>	<i>-1.195</i>	<i>-942</i>	<i>-1.484</i>	<i>217</i>
Escenari optimista										
Ingressos	45.098	31.857	69.513	187.959	191.331	65.637	26.547	30.517	29.058	677.517
Costos variables	12.751	13.056	12.857	41.221	46.244	14.964	10.741	11.198	10.944	173.975
Costos fixos	38.623	19.344	19.211	22.979	23.489	21.789	21.307	20.985	23.487	211.214
Unitats	691	391	759	2.246	2.528	851	519	583	565	9.133
Punt mort	825	402	257	352	409	366	700	633	732	426
Unitats venudes	827	533	1.290	2.991	3.037	1.232	411	470	450	1.249
<i>Diferència</i>	<i>2</i>	<i>131</i>	<i>1.032</i>	<i>2.640</i>	<i>2.628</i>	<i>867</i>	<i>-289</i>	<i>-164</i>	<i>-282</i>	<i>823</i>

Font: Elaboració pròpia

102. ANNEX 102 – ACCIONS PER INCREMENTAR LES UNITATS VENUES A L'ESCENARI PESSIMISTA

Accions per incrementar les unitats venudes a l'escenari pessimista	
Pujar els preus	El servei de CàmpDog compta amb una diferenciació suficient per poder incrementar els preus, estudiant com es comporta el públic objectiu en aquest sector i quin pes té per ell la qualitat.
Realitzar menys descomptes	CàmpDog té un producte de qualitat, per tant, no s'ha de tenir una política de preus basada en una política agressiva de descomptes per captar clients. CàmpDog dissenyarà una estratègia de descomptes que sigui molt selectiva amb els seus clients amb l'ajuda de Revenue Management, premiant únicament amb preus més baixos i oportunitats a aquests clients que siguin fidels i ambaixadors de CàmpDog des del primer dia. Per tant, es substituiran descomptes per targetes de fidelització i es confiarà en la qualitat del producte concentrant-se en donar-lo a conèixer millor invertint diners en publicitat.
Diferenciar el producte	CàmpDog utilitzarà una estratègia de "suma i segueix", tenint un producte molt bo però, a més, diferenciant-lo davant l'oferta del sector, aconseguint que sigui menys sensible al preu. Per tant, CàmpDog realitzarà una esforç extra per diferenciar el producte i diversificant el diferents tipus d'allotjaments a diferents nínxols concrets.
Apostar pel màrqueting	CàmpDog invertirà des del primer dia en màrqueting i publicitat per donar a conèixer el producte, al temps que et permetrà donar uns valors a la marca per diferenciar-los de la competència.
Millorar les condicions dels proveïdors	L'objectiu de CàmpDog serà aconseguir baixar tarifes o aconseguir millors terminis de pagament. Encara que aquesta estratègia dependrà de les relacions que pugui aconseguir CàmpDog amb els proveïdors.
Externalitzar el que es pugui	CàmpDog analitzarà externalitzar àrees com la gestió administrativa, comunicació o logística, equips informàtics, vehicles o fins i tot mà d'obra.
Invertir en Recursos Humans	S'externalitzarà la gestió de personal per aconseguir que es seleccionin bons professionals pel negoci, ja que una alta rotació acaba per incidir directament en la qualitat del producte, a més de provocar el desemborsament anticipat de diners (indemnitzacions...).
Establir aliances	Es buscaran diferents fórmules de cooperació empresarial per realitzar inversions o estratègies per compartir riscos i poder atraure el màxim nombre de clients o per oferir als teus clients algun valor afegit.
Eliminar processos innecessaris	CàmpDog haurà de prescindir de processos i intermediaris que no aportin valor al producte o que puguin ser substituïts per altres proveïdors però sense que afecti a la diferenciació i qualitat del producte.
Tenir paciència	Sempre que s'hagi de plantejar invertir en un cost fixe, CàmpDog tomarà a calcular de nou el punt mort per analitzar si és el moment adequat o no i davant el dubte s'apostarà per costos variables.

Font: Elaboració pròpia

103. ANNEX 103 – ANÀLISI DE RÀTIOS DE L’ESCENARI PREVISIBLE

ANÁLISIS DE RÁTIOS

		2025	2026	2027	Comentario
Fons de Maniobra					
Fondo de Maniobra	(Activo Corriente - Pasivo Corriente)	267.477,37	241.861,77	236.560,24	En el cas de CàmpDog al ser positiu indica que és la situació ideal perquè indica que posseeix suficient liquiditat per fer front als pagaments que ha de realitzar en menys d'un any. A més, cada any es manté bastant estable, per tant, l'empresa té liquiditat cada any per fer front als deutes a curt termini.
Líquidez					
Líquidez	(Activo Corriente / Pasivo Corriente)	2,41	1,72	1,58	Tots els anys aquest ràtio és superior a 1, per tant, és superior al recomanat indicant que CàmpDog posseeix actius ociosos que no generen rendibilitat però s'està apropant a 1 any a any. A més, CàmpDog és més capaç de satisfer els deutes a curt termini, tenint en compte que l'actiu corrent és en aquest cas l'efectiu i el deute que té la Administració amb CàmpDog per l'IVA suportat (el primer any).
Tesorería	(Activo Corriente - Existencias)/Pasivo Corriente	2,41	1,72	1,58	Al no tenir existències, coincideix amb el ràtio de liquiditat. Es pot dir que com és superior a 1, l'empresa pot cobrir les seves obligacions més immediates amb els seus actius més líquids (efectiu) però existeix un excés d'actius líquids ociosos perjudicant a la rendibilitat.
Disponibilidad	(Efectivo y otros líquidos / Pasivo Corriente)	0,95	1,72	1,58	Aquest ràtio ha sigut de 0,95 en 2025 incrementant-se fins el 1,58 en 2027. Per tant, CàmpDog cobreix els deutes a curt termini amb els seus actius més líquids i fins i tot 1,5 vegades en 2027.
Fondo de Maniobra / Ventas		0,50	0,33	0,25	Al estar tots els anys aquest ràtio per sobre del 20%, ens està dient que es poden realitzar més d'un 20% de vendes a crèdit amb càrrec al fons de maniobra i poder evitar problemes de liquiditat per vendre molt però cobrar amb poca agilitat. En aquest cas com sempre es cobra al comptat aquest ràtio no té tanta importància.
Fondo de Maniobra / Activo		0,13	0,11	0,11	En el cas de CàmpDog surten valors al voltant del 0,11 degut a que l'immobilitzat material és molt alt però s'observa que es va decremant en els anys, degut principalment a l'amortització de l'immobilitzat i a l'increment de la tesoreria.
Endeudamiento					
Endeudamiento	(PNC + PC)/ Patrimonio Neto y Pasivo	0,53	0,50	0,45	En el cas de CàmpDog aquest valors estan al voltant del 0,53 en 2025, 0,5 en 2026 i 0,45 en 2027. Excepte el primer any, al estar per sota de 0,5 indica que es podria satisfer el deute amb els fons propis evitant el palanquejament financer i revelant la salut financera de l'empresa i l'estabilitat i sostenibilitat del negoci a mig i llarg termini i millorant any a any.
Calidad Deuda	PNC / (PNC + PC)	0,83	0,69	0,58	El 2025 té un valor de 0,58, el 2026 té un valor de 0,69 i el 2027 té un valor de 0,83. Al estar per sobre de 0,6 ens indica que el volum de deutes és molt gran i que l'empresa està perdent autonomia però al 2027 ja està per sota de 0,6 passant a valor òptim i disminuint el risc de l'estructura financera.
Capacidad Devolución Deuda	(Beneficio + Amortización) / (PNC + PC)	0,12	0,21	0,33	Sembla que CàmpDog no té capacitat per tornar el deute perquè en 2025 és de 0,12 però s'incrementa fins el 0,33 en 2027 indicant que cada cop més té més capacitat de retornar deute. Surten valors propers a 0 perquè el préstec té un import molt alt.
Cobertura Gastos Financieros	(BAII / Gastos Financieros)	2,91	5,87	10,05	Els valors d'aquests ràtios passen de 1'06 en 2025 a 10,05 en 2027 indicant que més utilitat recupera l'empresa per la mateixa quantitat que incorre en despeses financeres.
Cobertura Cuotas Préstamos	(BAII / Cuotas Préstamos)	1,06	1,77	2,42	Els valors passen de 1'06 en 2025 a 2,42 en 2027 indicant que el guany operatiu brut generat per l'empresa és el suficient per remunerar fins a 1'06 vegades en 2025 la quota del préstec i incrementant-se cada any.
Gestión del Activo					
Rotación Activo No Corriente	(Ventas / Activo NO Corriente)	0,33	0,48	0,63	Aquest ràtio passa del 0,33 en 2025 al 0,63 en 2027 indicant que encara que és mínim el primer any s'incrementa de forma molt notable cada any.
Rotación Activo Corriente	(Ventas / Activo Corriente)	1,16	1,29	1,45	Aquest ràtio passa del 1,16 en 2025 a 1,45 en 2027. CàmpDog s'està guanyant productivitat i per tant, s'estan reduint els actius ociosos
Rotación de Existencias	(Ventas / Existencias)	--	--	--	No aplica perquè CàmpDog no té existències perquè presta un servei.

Plazos

Periodo Medio de Maduración	(FM / (Gastos explotación) * 365	243.06	178.52	152.02	El valor és de 243 en 2025, 178 en 2026 i 152 en 2027 indicant que amb el fons de maniobra es podria suportar més de 100 dies les despeses d'explotació. Indicador molt bo.
Plazo de Existencias	(Existencias / Consumo de Explotación) x 365	--	--	--	
Plazo de Cobro	(Clientes / Ingresos de Explotación) x 365	0.00	0.00	0.00	
Plazo de Pago	(Creditores Ciales / Consumo Explotación) x 365	--	--	--	

Rentabilidad y Autofinanciación

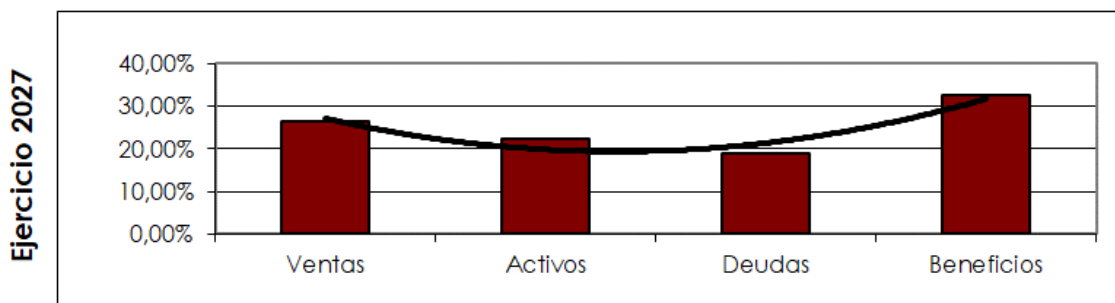
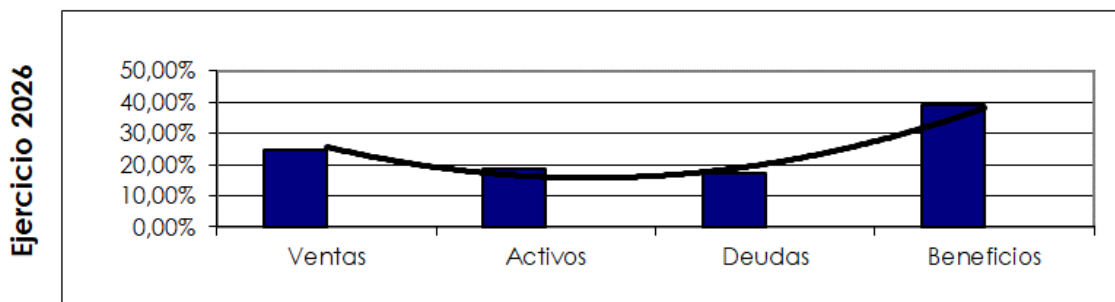
Rentabilidad Económica	(BAII / Activo)	7,68%	12,98%	18,51%	Els valors passen del 7,68% en 2025 al 18,51% en 2027 indicant que des de el primer moment la dada és positiva amb el que els actius són eficients, gaudint d'una rendibilitat cada any major. A més, s'ha de tenir en compte que l'any 2025 són només 9 mesos d'activitat fent que aquest ràtio sigui inferior. S'observa que aquest marge passa del 29,67% en 2025 fins els 42,26% en 2027 produint-se un creixement continu any a any. Indicador molt bo.
Margén	(BAII / Ventas)	29.67%	37.10%	42.26%	
Rotación Activo	(Ventas / Activo)	0,26	0,35	0,44	Sembla un indicador molt dolent degut a que és molt pròxim a 0, però això es degut a que hi ha una inversió inicial molt alta per poder iniciar l'activitat. Aquest indicador passa del 0,26 en 2025 al 0,44 en 2027, per tant, s'observa que va en augment any a any indicant que està millorant.
Rentabilidad Financiera	(BDI / Patrimonio Neto)	8,05%	16,31%	22,92%	Aquest indicador passa del 8,05% en 2025 al 22,92% en 2027, una rendibilitat que obtindran els accionistes en augment cada any que passa. Indicador molt bo per això des del primer any es comencen a repartir dividendes.
Apalancamiento Financiero	(Activo / ((Patrimonio Neto x BAI) / BAII))	1,60	1,51	1,38	Aquest ràtio indica si el deute extern millora la rendibilitat de l'empresa també i com es pot observar té un valor de 1,60 en 2025, 1,51 en 2026 i 1,38 en 2027 superior a 1, per tant, dades bones en els tres anys analitzats.
Efecto Fiscal	(BDI / BAI)	75,00%	75,00%	75,00%	Com l'impost pels 3 anys és del 25%, l'efecte fiscal és d'un 75% sobre el benefici abans d'impostos
Costes de la Deuda	(Gastos Financieros / Deuda Bancaria)	5,14%	5,22%	5,35%	Bones dades durant els 3 anys, sent un 5,14% en 2025, 5,22% en 2026 i un 5,35% en 2027.
Flujo de Caja		26.698,53	120.171,38	215.719,61	Al ser positiu i incrementant-se més del doble cada any, es tracta d'una molt bona dada per CàmpDog.
Flujo de Caja / Ventas		5,04%	16,23%	23,10%	Al ser positiu i incrementant-se cada any, es tracta d'una molt bona dada per CàmpDog

Crecimiento Equilibrado

Ventas	(Ventas N - Ventas N-1)		139,66%	126,11%
Activos	(Activos N - Activos N-1)		103,29%	100,73%
Deudas	(Deudas N - Deudas N-1)		98,26%	90,72%
Beneficios	(Beneficios N - Beneficios N-1)		220,69%	155,90%

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

104. ANNEX 104 – GRÀFIC DE L'ANÀLISI D'UN CREIXEMENT EQUILIBRAT



Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

105. ANNEX 105 – LIQUIDACIÓ D'IVA A 3 ANYS ESCENARI PREVISIBLE

LIQUIDACIÓN IVA																
IVA REPERCUTIDO			1T - 2025		2T - 2025		3T - 2025		4T - 2025		2025		2026		2027	
Tipo	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota
21,00%	0,00	0,00	102.146,95	21.450,86	374.421,73	78.628,56	53.596,09	11.255,18	530.164,77	111.334,60	740.431,68	155.490,65	933.727,73	196.082,82		
7,00%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4,00%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,00	0,00	21.450,86	78.628,56	11.255,18	530.164,77	111.334,60	155.490,65	196.082,82							
IVA SOPORTADO			1T - 2025		2T - 2025		3T - 2025		4T - 2025		2025		2026		2027	
Tipo	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota	Base Imponible	Cuota
Inversión	21,00%	1.641.843,82	344.787,20						1.641.843,82	344.787,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21,00%	0,00	0,00	65.567,62	13.769,20	101.569,34	21.329,56	41.790,43	8.775,99	208.927,39	43.874,75	240.867,50	50.582,17	286.513,63	60.167,86		
7,00%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4,00%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	344.787,20	13.769,20	21.329,56	8.775,99	388.661,96	50.582,17	60.167,86									
Resultado	344.787,20	7.681,66	57.299,00	2.479,19	-217.327,39	104.908,48	135.914,94									

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

106. ANNEX 106 – CONDICIONS PRÉSTEC BANCARI

Ejercicio: 2025					
Importe total		1.200.000,00			
Aportación inicial					
Amortización pendiente					
Capital nominal		1.200.000,00			
Interés nominal 4,77%					
Número periodos 84 7,00 años					
Frecuencia de pago 12					
Comisión apertura -					
Quota					16.831,31
r	Total	Cuota interés	C. amort.	Total amortizado	Reserva
Totals	1.413.829,70	213.829,71	1.200.000,00		1.200.000,00
1	16.831,31	4.770,00	12.061,31	12.061,31	1.187.938,69
2	16.831,31	4.722,06	12.109,25	24.170,56	1.175.829,44
3	16.831,31	4.673,92	12.157,38	36.327,94	1.163.672,06
4	16.831,31	4.625,60	12.205,71	48.533,65	1.151.466,35
5	16.831,31	4.577,08	12.254,23	60.787,88	1.139.212,12
6	16.831,31	4.528,37	12.302,94	73.090,81	1.126.909,19
7	16.831,31	4.479,46	12.351,84	85.442,66	1.114.557,34
8	16.831,31	4.430,37	12.400,94	97.843,60	1.102.156,40
9	16.831,31	4.381,07	12.450,23	110.293,83	1.089.706,17
10	16.831,31	4.331,58	12.499,72	122.793,56	1.077.206,44
11	16.831,31	4.281,90	12.549,41	135.342,97	1.064.657,03
12	16.831,31	4.232,01	12.599,29	147.942,26	1.052.057,74
13	16.831,31	4.181,93	12.649,38	160.591,64	1.039.408,36
14	16.831,31	4.131,65	12.699,66	173.291,29	1.026.708,71
15	16.831,31	4.081,17	12.750,14	186.041,43	1.013.958,57
16	16.831,31	4.030,49	12.800,82	198.842,25	1.001.157,75
17	16.831,31	3.979,60	12.851,70	211.693,96	988.306,04
18	16.831,31	3.928,52	12.902,79	224.596,75	975.403,25
19	16.831,31	3.877,23	12.954,08	237.550,83	962.449,17
20	16.831,31	3.825,74	13.005,57	250.556,40	949.443,60
21	16.831,31	3.774,04	13.057,27	263.613,66	936.386,34
22	16.831,31	3.722,14	13.109,17	276.722,83	923.277,17
23	16.831,31	3.670,03	13.161,28	289.884,11	910.115,89
24	16.831,31	3.617,71	13.213,60	303.097,71	896.902,29
25	16.831,31	3.565,19	13.266,12	316.363,83	883.636,17
26	16.831,31	3.512,45	13.318,85	329.682,68	870.317,32
27	16.831,31	3.459,51	13.371,79	343.054,47	856.945,53
28	16.831,31	3.406,36	13.424,95	356.479,42	843.520,58
29	16.831,31	3.352,99	13.478,31	369.957,73	830.042,27
30	16.831,31	3.299,42	13.531,89	383.489,62	816.510,38
31	16.831,31	3.245,63	13.585,68	397.075,30	802.924,70
32	16.831,31	3.191,63	13.639,68	410.714,98	789.285,02
33	16.831,31	3.137,41	13.693,90	424.408,88	775.591,12
34	16.831,31	3.082,97	13.748,33	438.157,21	761.842,79
35	16.831,31	3.028,33	13.802,98	451.960,19	748.039,81
36	16.831,31	2.973,46	13.857,85	465.818,04	734.181,96
37	16.831,31	2.918,37	13.912,93	479.730,97	720.269,03
38	16.831,31	2.863,07	13.968,24	493.699,21	706.300,79
39	16.831,31	2.807,55	14.023,76	507.722,97	692.277,03
40	16.831,31	2.751,80	14.079,50	521.802,47	678.197,53
41	16.831,31	2.695,84	14.135,47	535.937,94	664.062,06
42	16.831,31	2.639,65	14.191,66	550.129,60	649.870,40
43	16.831,31	2.583,23	14.248,07	564.377,67	635.622,33
44	16.831,31	2.526,60	14.304,71	578.682,38	621.317,62
45	16.831,31	2.469,74	14.361,57	593.043,95	606.956,05
46	16.831,31	2.412,65	14.418,66	607.462,61	592.537,39
47	16.831,31	2.355,34	14.475,97	621.938,57	578.061,43
48	16.831,31	2.297,79	14.533,51	636.472,09	563.527,91
49	16.831,31	2.240,02	14.591,28	651.063,37	548.936,63
50	16.831,31	2.182,02	14.649,28	665.712,65	534.287,35
51	16.831,31	2.123,79	14.707,51	680.420,17	519.579,83
52	16.831,31	2.065,33	14.765,98	695.186,14	504.813,86
53	16.831,31	2.006,64	14.824,67	710.010,81	489.989,19
54	16.831,31	1.947,71	14.883,60	724.894,41	475.105,59
55	16.831,31	1.888,54	14.942,76	739.837,17	460.162,83
56	16.831,31	1.829,15	15.002,16	754.839,33	445.160,67
57	16.831,31	1.769,51	15.061,79	769.901,12	430.098,88
58	16.831,31	1.709,64	15.121,66	785.022,79	414.977,21
59	16.831,31	1.649,53	15.181,77	800.204,56	399.795,44
60	16.831,31	1.589,19	15.242,12	815.446,68	384.553,32
61	16.831,31	1.528,60	15.302,71	830.749,38	369.250,62
62	16.831,31	1.467,77	15.363,53	846.112,92	353.887,08
63	16.831,31	1.406,70	15.424,60	861.537,52	338.462,48
64	16.831,31	1.345,39	15.485,92	877.023,44	322.976,56
65	16.831,31	1.283,83	15.547,47	892.570,92	307.429,08
66	16.831,31	1.222,03	15.609,28	908.180,19	291.819,81
67	16.831,31	1.159,98	15.671,32	923.851,51	276.148,49
68	16.831,31	1.097,69	15.733,62	939.585,13	260.414,87
69	16.831,31	1.035,15	15.796,16	955.381,29	244.618,71
70	16.831,31	972,36	15.858,95	971.240,23	228.759,77
71	16.831,31	909,32	15.921,99	987.162,22	212.837,78
72	16.831,31	846,03	15.985,28	1.003.147,50	196.852,50
73	16.831,31	782,49	16.048,82	1.019.196,31	180.803,69
74	16.831,31	718,69	16.112,61	1.035.308,92	164.691,08
75	16.831,31	654,65	16.176,66	1.051.485,58	148.514,42
76	16.831,31	590,34	16.240,96	1.067.726,54	132.273,46
77	16.831,31	525,79	16.305,52	1.084.032,06	115.967,94
78	16.831,31	460,97	16.370,33	1.100.402,40	99.597,60
79	16.831,31	395,90	16.435,41	1.116.837,80	83.162,20
80	16.831,31	330,57	16.500,74	1.133.338,54	66.661,46
81	16.831,31	264,98	16.566,33	1.149.904,86	50.095,14
82	16.831,31	199,13	16.632,18	1.166.537,04	33.462,96
83	16.831,31	133,02	16.698,29	1.183.235,33	16.764,67
84	16.831,31	66,64	16.764,67	1.200.000,00	0,00

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

107. ANNEX 107 – QUADRE D'AMORTITZACIÓ DE LA INVERSIÓ

Cuadro amortización	2025			2026			2027		
	Inversión	Amortización	Neto	Inversión	Amortización	Neto	Inversión	Amortización	Neto
Desarrollo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Concesiones Administrativas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Propiedad Industrial	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Fondo de Comercio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Derechos de Traspaso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aplicaciones Informáticas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Terrenos y Bienes Naturales	608.059,61		608.059,61	0,00	0,00	608.059,61	0,00	0,00	608.059,61
Construcciones	721.690,08	28.727,00	692.963,08	0,00	28.727,00	664.236,07	0,00	28.727,00	635.509,07
Instalaciones técnicas	247.260,02	13.561,61	233.698,40	0,00	13.561,61	220.136,79	0,00	13.561,61	206.575,18
Maquinaria	20.697,20	2.587,15	18.110,05	0,00	2.587,15	15.522,90	0,00	2.587,15	12.935,75
Utillaje	7.881,45	1.576,29	6.305,16	0,00	1.576,29	4.728,87	0,00	1.576,29	3.152,58
Otras Instalaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mobiliario	14.927,32	1.492,73	13.434,59	0,00	1.492,73	11.941,86	0,00	1.492,73	10.449,13
Equipos para el Proceso de Informac	1.843,14	368,63	1.474,51	0,00	368,63	1.105,88	0,00	368,63	737,26
Elementos de Transporte	19.485,00	2.435,63	17.049,38	0,00	2.435,63	14.613,75	0,00	2.435,63	12.178,13
Otro Inmovilizado Material	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones en terrenos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversiones en construcciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	50.749,04	1.591.094,78		50.749,04	1.540.345,74		50.749,04	1.489.596,70	

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"

108. ANNEX 108 – LIQUIDACIÓ IMPOST SOBRE BENEFICIS ESCENARI PREVISIBLE

LIQUIDACIÓN IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS	2025	2026	2027
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	103.263,43	227.893,89	355.291,53
Impuesto sobre beneficios	25.815,86	56.973,47	88.822,88
Impuesto a compensar (Hacienda deudora)	0,00	0,00	0,00
Impuesto a pagar (Hacienda acreedora)	25.815,86	56.973,47	88.822,88
Impuesto a compensar períodos posteriores	0,00	0,00	0,00

Font: Plantilla de Excel "BP Memoria Final.xls"