

PINTURES NET

Estudiant: Marta Jorrín
Professor: Agustí Casas
Grau d'Administració i Direcció d'Empreses

RESUM I PARAULES CLAU

L'empresa PINTURES NET S.L. és una empresa que té per activitat econòmica la pintura de persianes dels *graffitis* dels locals, pàrquings i/o comunitats de veïns de la ciutat de Barcelona.

Els objectius principals són la captació de clientela, penetrar en el mercat i ser financerament solvent. L'estratègia té per objectiu cobrir un *gap* que hi ha al mercat, propietaris que troben que els preus del pintat són molt cars i desconeguts. Els valors diferencials respecte la competència són dos: una tarifa plana de preus molt econòmics i una comercialització agressiva anant botiga per botiga.

Els resultats són l'assoliment dels objectius citats anteriorment i l'externalitat positiva per als vianants que gaudeixen contemplant façanes netes i en bones condicions.

Paraules clau:

Pintures – Empresa – Barcelona – *Graffiti* – Clients – Externalitat – Productivitat – Mercat- Persianes- Econòmic

PINTURES NET S.L. is a company which has as a business activity the painting of blinds due the graffiti of the buildings and garages in the city of Barcelona.

The main aims are the attracting of clients, penetration of the market and be solvent. The strategy consists in cover a market niche – owners guess that the prices of the painting are quite expensive and unknown-. The distinguishing element among the competition are two: a flat rate of low-cost prices and an aggressive commercialisation while going shop by shore.

As a result of this, there are the goals below mentioned achieved and positive externalities for the passer-by that enjoy staring at the clean façades and in good conditions.

Keywords:

Painting – Company – Barcelona – *Graffiti* – Clients – Externality – Productivity – Market- Blinds- Low-cost

ÍNDEX

| | | |
|--------------|---|-----------|
| I. | INTRODUCCIÓ..... | 1 |
| II. | PERFIL GRAFFITER I TIPOLOGIA <i>GRAFFITIS</i>..... | 3 |
| III. | EQUIP EMPRENEDOR..... | 6 |
| IV. | DESCRIPCIÓ SERVEI..... | 7 |
| | 1. Característiques oferta..... | 7 |
| | 2. Aspectes diferencials..... | 8 |
| | 3. Necessitats que satisfà..... | 9 |
| | 4. Propietat industrial..... | 9 |
| | 5. Demostració del servei..... | 10 |
| V. | ANÀLISI DEL MERCAT..... | 11 |
| | 1. Característiques, tamany i evolució del mercat..... | 11 |
| | 2. Competència..... | 11 |
| | 3. Anàlisi de l'entorn..... | 14 |
| | 4. Anàlisi de la demanda..... | 15 |
| | 4.1. Segmentació de la clientela..... | 16 |
| VI. | PLA DE MARKETING..... | 18 |
| | 1. Establiment de preus..... | 18 |
| | 2. Canals de comunicació i promoció..... | 20 |
| VII. | RECURSOS NECESSARIS PER A L'EMPRESA..... | 25 |
| | 1. Immobilitzat i altres actius..... | 25 |
| | 1.1 Instal·lacions..... | 25 |
| | 1.2 Equipament..... | 26 |
| | 2. L'estructura organitzativa de l'empresa..... | 27 |
| | 3. Estructura legal de l'empresa..... | 28 |
| VIII. | ANÀLISI DAFO..... | 30 |
| IX. | ANÀLISI FINANCER..... | 32 |
| | 1. INVERSIÓ INICIAL..... | 32 |
| | 1.1. Immobilitzat intangible..... | 32 |
| | 1.2. Immobilitzat material..... | 32 |
| | 1.3. Actiu corrent..... | 33 |
| | 2. FONTS DE FINANÇAMENT..... | 34 |
| | 3. PREVISIONS D'INGRESSOS..... | 35 |
| | 4. COSTOS DE PRODUCCIÓ..... | 36 |

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 5. | PREVISIÓ DE DESPESES GLOBALS I DESPESES DE PERSONAL..... | 36 |
| 5.1. | Despeses generals..... | 36 |
| 5.2. | Despeses personal..... | 37 |
| 5.3. | Anàlisi de resultats i ràtios..... | 38 |
| 5.3.1. | Compte de Pèrdues I Guanys..... | 38 |
| 5.3.2. | Balanç de situació..... | 39 |
| 5.3.3. | Ràtios..... | 39 |
| X. | CONCLUSIONS..... | 40 |
| XI. | BIBLIOGRAFIA..... | 43 |
| XII. | ANNEXOS..... | 45 |

I. INTRODUCCIÓ

Aquest projecte consisteix en constituir una empresa PINTURES NET S.L., amb la finalitat d'oferir un servei exclusiu de pintura dels *graffittis* de les persianes dels locals, portes de pàrquing de les comunitats veïnals i/o empreses a la ciutat de Barcelona; amb possible expansió futura a la resta d'Espanya.

Actualment, la major part dels locals o portes de garatges de Barcelona estan pintades amb *graffitis*.

S'anomena grafits a inscripcions, paraules, dibuixos, dissenys, ...que han estat pintats amb pintura, esprai, tinta i altres substàncies similars en edificis, monuments, etc.

El *graffiti* és il·legal, és un dany a la propietat sobre tercers. Per altra banda, contribueix a generar despeses innecessàries als propietaris dels negocis i les propietats privades. Per tant, podem dir que es genera una **externalitat negativa** ja que es dóna quan l'efecte secundari sobre el benestar dels altres agents és negatiu, aquests comparteixen els costos associats amb el consum o a la producció. El cas contrari seria l'externalitat positiva. Per exemple; els propietaris que tenen cura de les façanes dels seus edificis generen una externalitat positiva sobre els vianants que gaudeixen contemplant façanes netes i en bones condicions.

S'ha comprovat com en zones on es netegen els *graffitis* contínuament, els grafiters busquen nous indrets on la seva expressió perduri. Pel que un bon sistema de pintura anti-*graffiti* de fàcil neteja i mantenint sempre les superfícies netes, ajudaria a eliminar completament les pintures amb grafit a la zona.

Potencialitat del negoci exclusivament a Barcelona ciutat: 84184 comerços. La gran majoria tenen necessitat a curt o mig termini de repintar la persiana.

Després d'un extens estudi d'aquesta idea (necessitat), he detectat que ningú ha implementat una empresa que recorri local a local, negoci a negoci, amb una oferta a preu tarifa plana (preus molt assequibles segons el número de persianes), amb bons comercials agressius, amb pintors autònoms o bé, els mateixos que han estat detectat grafiters en alguna ocasió –de manera que s'ajuda la reinserció laboral- i aplicant les últimes tecnologies en ventes (*tablets*) com l'última generació tecnològica de maquinària (neteja i pintat).

L'estructura de l'empresa està formada pel que he citat anteriorment i per un local d'ús exclusiu per al negoci.

El client és el subjecte passiu; és un particular, empresa o comunitat de veïns víctima d'aquest atac/vandalisme. Oferim diferents serveis i una àmplia gama de productes per cobrir les seves necessitats amb la màxima professionalitat i rapidesa.

Realitzem neteja de grafits en façanes, mobiliari urbà, metall, ...obtenint per a la seva façana una imatge atractiva i cuidada, amb productes ecològics, biodegradables, no corrosius i no càustics.

Un dels motius que m'he trobat de perquè no pinten les empreses les persianes és perquè pensen que si ho fan, en breus els hi tornaran a pintar i el preu de pintar una persiana és molt car. Per tant, hem trobat un **gap al mercat** a cobrir; particulars o empreses que volen repintar les persianes però a preus assequibles. Nosaltres els hi oferim uns preus *low-cost* i els hi garantim que amb el nostre sistema no hauran de patir per això, i podran lluir mes darrera mes unes persianes ben netes.

L'idea sorgeix d'observar com la ciutat de Barcelona està totalment afectada per una imatge desastrosa en la majoria de tots els baixos dels edificis, des de fa aproximadament 15 anys i la necessitat de repintar totes les persianes existents i portes de pàrquing fonamentalment.

Construeixo una empresa que té un recorregut mínim de 10 anys; en funció de l'èxit assolit es considerarà la possibilitat d'ampliar el mercat a altres poblacions d'un elevat potencial (l'Hospitalet de Llobregat, Badalona, Santa Coloma, Sabadell, etc.); inclús a tota Espanya.

Satisfà una necessitat, quasi bé obligada, per als comerços per a millorar la seva imatge al estar pràcticament grafitejades tots els comerços, en un moment de crisi i la necessitat de millorar tots els edificis en general, juntament amb els pàrquings de les comunitats; el seu cost és ridícul al repartir-se entre tants veïns.

Aquest projecte està impulsat per una estudiant universitària i un empresari, ambdós amb una llarg experiència en el sector de les administracions d'empreses i un dels dos, amb formació avançada en el sector immobiliari. Per altra banda, ambdues persones són residents de Barcelona i per tant, la comunicació amb la població local pot ser molt efectiva. Es contractarà dues persones autònomes que s'encarregaran del pintat de persianes.

S'elaborarà una pàgina web i la comunicació serà a través de butlletins informatius i revistes, en els que es mostraran els diferents serveis, la ubicació i les dades de contacte. Donat que som una empresa nova al mercat, la nostra gran força de ventes provindrà de la massiva campanya de publicitat (boca a boca, catàlegs,...) sempre cuidant al màxim la imatge professional i moderna que l'empresa pretén oferir.

El principal serveis que l'empresa oferirà és la pintura de persianes o parets per la possible obsolescència, graffitis, entre d'altres. Sempre s'oferirà amb una oferta de tarifes plana i es realitzarà un seguiment personalitzat a cada client, de principi a fi. Comentar que disposem d'un servei de garantia en tots els casos. Un dels aspectes diferencials respecte la competència és el sistema de tarifes planes *low-cost*. Cap empresa al mercat ofereix això. A més a més, d'oferir un servei de garantia d'un any gratuït en cas de que no se'ls hi hagi pintat cap *graffiti*.

Per a l'adquisició del material necessari, desenvolupament, disseny i comercialització dels serveis es requereix el primer any d'una inversió inicial. Per a cobrir aquest inversió i seguir amb l'activitat, presenta unes necessitats globals de 21373,38€ , dels que 36.000€ seran aportats per l'equip emprenedor en forma de capital social de l'empresa 24.000€ i 12.000€ mitjançant la sol·licitud a un préstec bancari a llarg termini. El volum d'ingressos de a final de l'any s'espera que sigui de 236966,4€.

En aquest treball es classifica en les següents parts. En primer lloc s'analitzarà el perfil de grafiter i la tipologia dels *graffitis*. Posteriorment, es presentarà l'equip emprenedor. En tercer lloc, la descripció de l'oferta del servei. En quarta posició, s'analitzarà el mercat (entorn, demanda, competència...). En cinquè lloc, pla de marketing – preus, canals de promoció i web-. A continuació, es detallaran els recursos necessaris per a dur a terme l'activitat empresarial. En aquest epígraf incloem els recursos físics, humans i l'estructura jurídica de la societat. En setena posició, l'anàlisi DAFO. A continuació, es realitzarà un anàlisi i valoració financera. Per acabar, les conclusions del treball. I en darrer lloc, la bibliografia i els annexos que complementen la documentació del treball.

Finalment, m'agradaria agrair a la meva família que m'ha recolzat i animat a dur a terme aquest projecte emprenedor. I al meu tutor, l'Agustí, que ha mostrat sempre molt d'interès i

entusiasme en el seguiment del treball i també, m'ha demostrat molta predisposició i atenció quan ha estat necessari. Així com li agraeixo molt l'aportació d'idees que m'han servit per millorar el meu projecte. Moltíssimes gràcies.

II. PERFIL GRAFITER I TIPOLOGIA GRAFFITIS

A continuació es mostra la tipologia del perfil grafiter a Espanya. La informació és extreta del diari ABC del passat 19/04/2014.

| Perfil Grafiter ABANS | Perfil Grafiter ARA |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Home | <input type="checkbox"/> Home |
| <input type="checkbox"/> Edat: entre 22-26 anys | <input type="checkbox"/> Edat: 17 anys |
| <input type="checkbox"/> Classe: mitjana-alta, només es dedicava a pintar i viatjar de ciutat en ciutat. | <input type="checkbox"/> Classe mitja. Van encaputxats, són agressius, i apart de pintar, fan actuacions vandàliques. |

Concloem que el perfil del grafiter és: home jove, de 17 anys, agressiu i de classe mitja.

TIPOLOGIA DE GRAFFITIS:

Des del seu naixement, anys 60, l'estil del *graffiti* ha anat canviant. Segons la classificació que fa Jorge Méndez en un estudi publicat a internet, es poden distingir els següents estils:

| ESTIL | IMATGES | UBICACIÓ | DESCRIPCIÓ |
|---|---|---|---|
| 1. TAG (Firma) |  | Carrer Passeig Sant Gervasi, Barcelona | És la base del graffiti; la firma. Abans, l'objectiu era escriure el major de vegades possibles el nom, lletres lligibles i simples. Requeria poc temps |
| 1.1. Broadway Elegant |  | Imatge 1: Carrer Ramón Albó 12. Barri Maragall Imatge 2: Carrer Passeig Sant Gervasi 59-61 | Propi de Manhattan. Característic per lletres fines, allargades i molt juntes. Aquestes firmes són difícils d'entendre per això destaquen més. |
| 1.2. Brooklyn |  | Passeig Vall d'Hebron -Hospital Quiron. Barcelona | Lletres més decoratives, adornades, fletxes, espirals, etc. |
| 2. TAG WITH OUTLINE (FIRMA AMB RELLEU) |  | Carrer Portaferriassa 34, Barcelona (Barri Gòtic) | Consisteix en una línia més gruixuda d'un altre color que limita la forma de les lletres gruixudes |
| 3. BUBBLE LETTERS (Lletres Pompa) |  | Plaça Maragall-Passeig Maragall, Barcelona | Són lletres més gruixudes, amb forma rodona i relativament senzilles amb color al relleu i vora |
| 4. BLOCK LETTERS |  | Passeig Vall d'Hebron -Hospital Quiron. Barcelona | Són lletres molt senzilles, quasi bé sempre gruixudes, plenes, de fàcil lectura i de grans dimensions. L'objectiu principal és la llegibilitat ràpida. |
| 5. WILD STYLE (Estil salvatge) |  | Barri de Sants, Barcelona | Estil complex. Porta adornaments que no són part de la lletra: cercles, pics, fletxes, espirals,...que li donen dinamisme. |
| 6. ESTIL 3D |  | Barri de Sants, Barcelona | Té per objectiu tridimensionar les lletres. L'efecte 3D s'aconsegueix a través de l'ús del color, la forma de les lletres en perspectiva, el canvi d'angle... És força artístic i requereix més dedicació. Aquest estil va sorgir a Europa. |
| 9. PERSONATGES |  | Barri de Sants, Barcelona | Creació de personatges. |
| 10. ABSTRACTE |  | Carrer Anna Pi Ferrer, Barcelona | Les lletres perden importància i els colors predominen. |

Font: Totes les imatges són fetes per l'autora del treball, és a dir; per mi mateixa.

III. EQUIP EMPRENEDOR

La creació de l'empresa PINTURES NET la durà a terme dos emprenedors que constituïran una Societat Limitada.

1. PERFIL DE L'EMPRESARI A

L'empresari A és un home i té 54 anys, és de Cantàbria però viu a Barcelona des dels 9 anys. Actualment, és un empleat d'una prestigiosa entitat bancària de Catalunya on ha desenvolupat una llarga experiència amb el tracte al client, operacions amb immobles i altres negociacions. Destaca la seva formació i ambició en l'emprenedoria i el sector immobiliari. També disposa d'una àmplia xarxa de contactes per a la demanda dels nostres serveis, com per a la contractació del personal requerit.

Entre les seves competències interpersonals destaquen la capacitat de planificació, l'organització i la capacitat de persuadir als clients. Altres competències seria la gran rigor en el seu treball i la perfecció.

Serà el màxim responsable de l'empresa i de les contractacions i s'encarregarà del proveïment del material.

2. PERFIL EMPRESARI B

Professional de 24 anys i nativa de Barcelona. Posseeix formació universitària en Administració i Direcció d'Empreses, té 24 anys i és nativa de Barcelona.

Posseeix un gran domini dels idiomes gràcies a les estades a l'estranger. Aquests coneixements lingüístics permetran a l'empresa fer negociacions amb qualsevol persona. Cal tenir en compte que Barcelona és una ciutat que atrau a molts habitants i empresaris estrangers. Per tant, l'idioma no ha de ser una barrera d'entrada sinó un valor afegit.

Destaca la seva capacitat de treball i de resolució de problemes. També té un gran esperit emprenedor i habilitats negociadores. Les seves aptituds analítiques seran útils en la gestió del negoci.

S'encarregarà de mantenir el contacte amb la clientela. A més, col·laborarà a l'empresari A en la prestació del servei.

IV. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

1. CARACTERÍSTIQUES DE L'OFERTA

L'empresa PINTURES NET oferirà el servei de pintura de persianes de comerços, pàrquings i comunitats de veïns a la ciutat de Barcelona i àrea metropolitana.

En una primera fase, hi haurà una presentació de l'empresa al client. Se li ensenyarà el catàleg dels nostres serveis i tarifes i se li explicarà el servei de garantia. Posteriorment, se li mostrarà els catàlegs de serveis i tarifes juntament amb imatges d'alguns exemples reals. A continuació, se li explicarà el servei de garantia de l'empresa. La quarta fase es tracta de crear un *report* de l'empresa. Aquest document, constarà de les següents parts:

- Fitxa del client (Dades de contacte, ubicació, ...)
- Fotografies de les persianes que es volen pintar –a través d'una *tablet*-. Aquí es demostrarà amb aquesta eina una fotografia de la situació *in situ* i una altra de com quedarà posteriorment.
- Descripció del servei sol·licitat: tipologia de tarifa, quantitat de persianes, tipologia de materials, la immediatesa desitjada i si s'escau, serveis addicionals.

L'última fase és el contracte signat per ambdós agents- la nostra empresa i el client-.

Aquest report serà d'ús intern per a l'empresa però es podrà visualitzar també a través de la web de l'empresa en l'apartat client (serà d'ús restringit).

El treball de pintura consistirà en acabats de tota mena de pintures sobre qualsevol mena de superfície, així com la planificació dels materials i equips per a garantir les condicions de seguretat.

Les tasques que es poden realitzar són les següents:

- Realitzar tasques de neteja, sanejament, regulació i tractament de les superfícies les quals s'ha de pintar.
- Aplicar laques i vernissos

- Pintar superfícies prèviament reparades.

És molt important ser perfeccionistes i meticulosos per tal de no fer malbé el treball dels anteriors i aclarir bé el disseny i materials amb el client abans d'actuar. L'activitat de la pintura la duran a terme dos pintors autònoms amb acreditació professional. Aquests pintors disposen d'uns carnets que acrediten el nivell de les seves habilitats i per a la seva obtenció han d'haver superat proves de coneixement tècnic que proporciona la Comunitat Autònoma.

Es buscarà personal dels "refugiats" com a possibles candidats per tal de promoure una actitud ètica i social envers la societat. En aquest cas, se'ls facilitaria tots els tràmits per tal de garantir una vida digna per a ells i les seves famílies.

| Tipologia de servei | Descripció |
|---|--|
| Serveis puntuals | S'inclou: - Mà d'obra. - Desplaçament - Materials bàsics. Altres materials específics es cobraran a part. |
| Serveis de manteniment a particulars o empreses | Es cobrarà un servei de tarifa plana al client que inclourà els serveis bàsics de pintura. |

2. ASPECTES DIFERENCIALS

Les principals diferències que presenta aquesta empresa respecte a altres d'aquest sector són:

- L'atenció personalitzada a cada client. Se li facilitarà un telèfon d'atenció 24h.
- La qualitat del servei, sempre haurà de complir amb les expectatives dels clients
- S'oferirà una oferta innovadora de preus amb modalitat tarifa plana *low-cost* on el preu estarà tancat i serà conegut des del principi. Els preus també són substancialment inferiors a la competència per tal d'introduir-se fàcilment al mercat. El primer any hi ha una garantia gratis per a tothom, a partir del primer any s'apliquen les tarifes de preus.
- S'ofereix una garantia de treball ben elaborat i a les dates sol·licitades. A més a més, si cap grafiter li ha pintat durant el període contractat li

renovem el període. Un cop el contracte està firmat, s'han de complir les expectatives del client. Tot treball ha de ser ben elaborat, de qualitat excel·lent i garantir la temporalitat i puntualitat comporta un gran valor afegit que genera confiança i en conseqüència, amb el boca-boca, fa que vingui demanda.

3. NECESSITATS QUE SATISFÀ

- Necessitat integral de manteniment i de cura dels edificis
- Necessitat de millorar la imatge de l'edifici o pàrquing fa que millori la imatge de l'empresa o comunitat veïnal.
- Necessitat de simplificació: preus ajustats segons tarifes clares i detallades des del principi.
- Necessitat de garantia. Saber que si algun grafiter ho torna a pintar, només s'haurà de contactar amb l'empresa (via telèfon o per la web) perquè els nostres professionals hi acudeixin. El client acudeix als nostres serveis perquè vol una resposta ràpida, amb un bon assessorament personalitzat i un contracte detallat.
- Necessitat de seguretat. El sector dels treballs professionals a domicili ha proporcionat certa desconfiança en alguns casos en el client degut als elevats preus, el desconeixement del servei en concret que es presta, etc. En conseqüència, en el report es detallarà cadascuna de les activitats que es duran a terme i així transmetre confiança i seguretat.

4. PROPIETAT INDUSTRIAL

Es farà ús d'un local exclusiu pel negoci. Aquest local està ubicat al Carrer Castillejos número 414, en el barri de Horta-Guinardó, Barcelona. Disposa d'una superfície de 65 metres quadrats.

5. DEMOSTRACIÓ DEL SERVEI

ABANS:



DESPRÉS:



Font: Elaboració artística pròpia de l'autora del treball.

V. ANÀLISI DEL MERCAT

1. CARACTERÍSTIQUES, TAMANY I EVOLUCIÓ DEL MERCAT

El sector en el qual pertany l'empresa és el sector de serveis. La seva oferta està molt relacionada amb les reformes i per tant, analitzarem els dos aspectes.

L'empresa PINTURES NET figura dins de la classificació de CNAE (Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques) de l'any 2009 donat que prestarà serveis a empreses i particulars.

| 811. Serveis integrals a edificis i instal·lacions | |
|--|-----------|
| Número d'empreses | 1364 |
| Número de locals | 1793 |
| Volum xifra de negoci | 1.580.891 |

Font: Enquesta Anual de Serveis, CNAE, unitats expressades en milers d'euros.

Pel que fa a la Comunitat Autònoma de Catalunya. Els resultats són els següents:

| Activitats professionals, científiques i tècniques | |
|--|------------|
| Número d'empreses | 13.547.919 |
| Número de locals | 69.462 |

Font: Institut Nacional d'Estadística

Aquest projecte està totalment relacionat amb l'evolució de la **crisi econòmica** que va iniciar aproximadament fa sis anys. La situació econòmica i simultàniament la gran expansió de la "moda" del *graffiti* els darrers deu anys ens ha portat a una situació d'abandonament tan gran que el potencial d'aquest negoci és elevadíssim ja que està pràcticament tot el país amb les persianes dels comerços i pàrquings amb *graffitis* totalment abandonats.

2. COMPETÈNCIA

En aquest sector de negoci no hi ha presència de grans empreses. La majoria són autònoms (sense infraestructura comercial agressiva i sense presència a nivell comercial) i petites empreses.

Hi ha competidors que realitzen els mateixos treballs de similars característiques però que es dediquen a qualsevol tipus de treball de pintura de forma genèrica.

Nosaltres volem diferenciar-nos clarament, amb comercials amb presència i agressivitat comercial acompanyant-los amb tècniques de ventes modernes en aquest sector (*tablet* amb fotografies de la persiana del comerç a pintar, informació detallada del client, etc). A més a més, difícil és tenir competència quan el valor del pintat d'una persiana és tan alt i nosaltres oferim el primer any gratis i després, tarifes *low-cost* irresistibles.




A l'hora de competir és fonamental la qualitat que s'ofereix al client i el compliment dels terminis. Disposar d'una bona reputació a la zona d'influència és el millor valor afegit diferencial respecte a la competència.

Per altra banda, la delicada situació econòmica afavoreix la competència deslleial. Es tracta de professionals del sector que han treballat com assalariats i ara s'han vist obligats a treballar en l'**economia submergida**, oferint uns preus sensiblement inferiors a la mitjana. No obstant, els hi manca el més important que és tenir una organització comercial potent, constant, agressiva, amb una bona presència i amb orientació a resultats de ventes.

Encara que sembli paradoxal, el fet de començar un negoci com el nostre, sense competència, resulta sovint molt més arriscat que començar enfrontant-se amb l'existència de competidors. Quan altres han obert camí en un sector determinat, el que arriba a posteriori, té molt més camí batut. A més, pot comparar, analitzar avantatges i inconvenients que té el negoci de l'altre, les estratègies d'èxit, punt dèbils,.. i sortir al mercat oferint alguna cosa millor i més competent. Per altra banda, al no tenir competència, tenim múltiples possibles ventes.

Si analitzem la competència, podríem trobar diferents empreses que tenen com activitat també la pintura de persianes per tal d'eliminar els *graffitis*. No obstant, després d'efectuar una profunda recerca, hem descobert que cap d'elles ofereixen un sistema tarifari com el nostre, sinó que els hi fan un pressupost en funció de les mides i amb això esdevé un període entremig fins que obtenen el pressupost. En canvi nosaltres, tot se sap des del principi, *in situ*.

Aquestes empreses que ofereixen el servei de pintura de persianes de pàrquings, locals i edificis a Barcelona són: AGES S.L, BEN NET, NET TAIS, LIMPIEZAS BARCINO S.A., GLOBAL SERVICIOS GENERALES S.L. i NET TEN. A continuació es mostra una taula comparativa del servei que ofereixen, la filosofia de l'empresa i el nivell de comercialització i web. Aquestes darreres dades s'extreuen a partir de l'anàlisi que efectua la web www.nibbler.silktime.com. Es tracta d'una eina d'anàlisi web que avalua els següents criteris: accessibilitat, experiència de l'usuari, màrqueting i tecnologia. El motiu del perquè hem triat com a criteri la web és perquè és un dels mitjans a través dels quals es fa una gran captació de clients i pensem que s'han d'aprofitar les oportunitats que ofereixen la digitalització per augmentar la **productivitat**. A Espanya, Internet ha transformat el sector de les reformes per a la llar i les empreses. Un gran part de la població espanyola creu que Internet permet comparar preus o pressupostos de manera fàcil, còmoda i senzilla. No obstant, si s'ha de sol·licitar un pressupost el període en el qual es rep el valor del servei tarda. En canvi, si es té en la web les tarifes. L'usuari sap al mateix moment el cost i si vol, pot sol·licitar en el moment la comanda. Això accelera el procés de selecció.

| | EMPRESES | CARACTERÍSTIQUES SERVEI | COMERCIALIZACIÓ | WEB | FILOSOFIA o VALOR AFEGIT |
|---|---------------------------------|--|-----------------|--|--|
|  | AGES S.L. | Neteja a oficines, parkings, empreses, restaurants, locals comercials. També, poleixen terres i abrillentats | 2,9 | 5,7 www.ages-limpieza-barcelona.es | Quidem del seu entorn, quidem de vostè |
|  | BEN NET. Grupo BN S.L | Neteja d'oficines, naus industrials, vidres en alçada, neteja de persianes, moqueta, sostres... | 4,5 | 6,1 www.ben-net.es | Des de 1972, Grup BN està format per 1.500 persones que presten servei a més de 2.000 centres de treball. Col·labora amb Banc Sabadell, Hugo Boss, IKEA... |
|  | LIMPIEZAS BARCINO S.A | Neteja comunitats i garatges, edificis i oficines, sector funerari, centres docents... | 5,6 | 7,1 www.limpiezasbarcino.es | Cada indústria té una necessitat de neteja en funció dels productes i matèries que processa. Nosaltres ens adaptem a les seves necessitats. Més de |
|  | GLOBAL SERVICIOS GENERALES S.L. | Manteniment general i puntual, vidres, moquetes, jardineria, vigilància... | 5,6 | 6,3 www.globalserviciosgenerales.com | Actuem amb diligència en realitzar neteges per a que tot estigui en perfecte estat i neteja |
|  | NET TAIS | Neteja i manteniment d'exterior, terres, terrasses... | 4,5 | 6,4 www.net-tais.com | Qualitat i diversificació dels serveis que oferim |
|  | NET TEN | Oficines, hotels, comunitats de veïns, pàrquings, oficines, xalets, festes i esdeveniments,... | 3,1 | 6,5 www.serviciodelimpiezabarcelona.com | Els especialistes i els productes garanteixen la garantia impecable del nostre servei. |

En aquesta taula observem que les tres empreses més potents són BEN NET, LIMPIEZAS BARCINO i GLOBAL SERVICIOS GENERALES. La primera té una avantatge

respecte nosaltres i és que està present des del 1972, també que té una clientela important i fidel com són Banc Sabadell, Hugo Boss, IKEA,...el qual els hi dóna un gran prestigi. Per altra banda, són un gran nombre de treballadors però això no significa que sigui més polivalents. A continuació les altres dos LIMPIEZAS BARCINO i GLOBAL SERVICES GENERALES que les qualificacions en la web i comercialització són les més elevades del *ranking*. No obstant, tal i com es veu el nivell de comercialització en totes sis empreses és per sota del 6. En aquest aspecte i en la política de preus és en el qual ens volem diferenciar en gran diferència.

3. ANÀLISI DE L'ENTORN

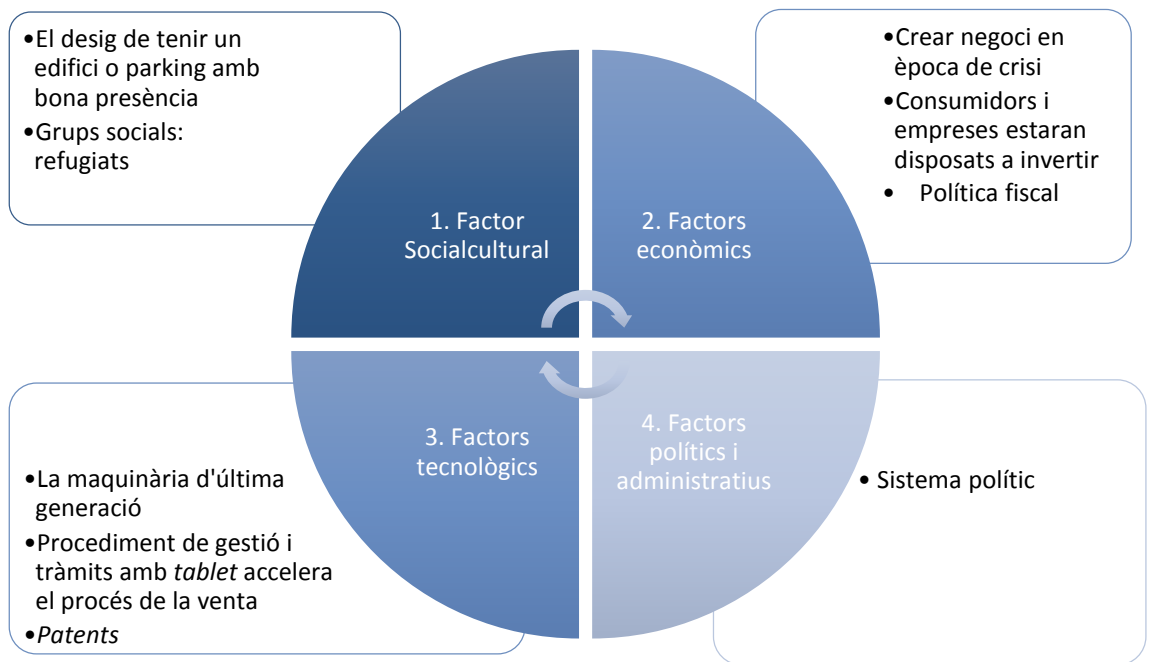
L'empresa actua en un entorn que canvia contínuament i, en general, cada cop més accelerat. L'entorn en que es desenvoluparà l'empresa és principalment les reformes i el sector de la gestió d'immobles.

En els darrers anys el sector immobiliari ha patit un fort retrocés tot i que continua sent un sector fort arrelat a Espanya.

A continuació es mostren les llicències Municipals per a la construcció i Rehabilitació en funció del tipus d'obra a Catalunya l'any 2014:

| | |
|------------------------|------|
| Edificis a rehabilitar | 1192 |
| Total vivendes | 5903 |

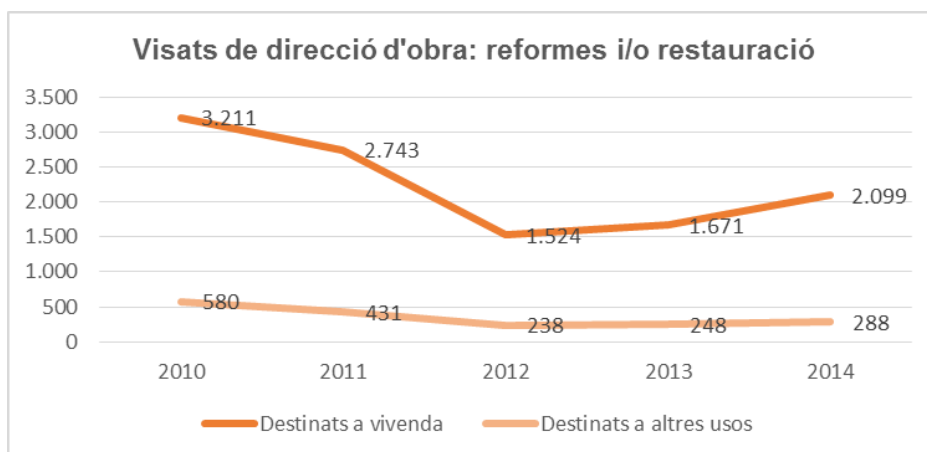
Font: Ministeri de Foment



Un altre factor a tenir en compte quan es crea una empresa són les **subvencions** que la Generalitat ens pot atorgar. A la web www.accio.gencat.cat/ajuts-financament apareixent subvencions vigents i es van actualitzant contínuament. Una de les subvencions l'ofereix el programa d'ACCIÓ (Agència per a la Competitivitat de l'Empresa).

4. ANÀLISI DE LA DEMANDA

A partir de les dades de l'INE (Institut Nacional d'Estadística), el nombre de visats de direcció d'obra i restauració d'edificis d'Espanya es recullen en el següent gràfic:



Font: Ministeri de Foment del Govern d'Espanya. Estadístiques i publicacions. Visats de direcció d'obra.

Amb aquests resultats observem que l'evolució d'obres de reforma i restauració ha estat més estable o ha patit menys mal en el sector d'altres utilitats. No obstant, el sector que més demanda ofereix segueix sent els destinats a l'habitatge.

4.1 SEGMENTACIÓ DE LA CLIENTELA

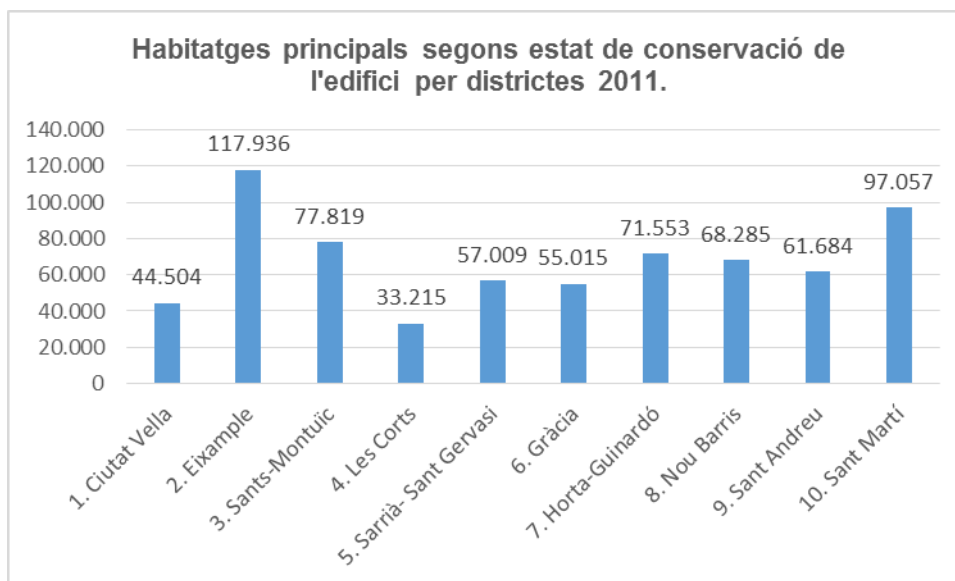
Els clients als que l'empresa es dirigirà són principalment els següents:

- Particulars que desitgin millorar les condicions dels seus immobles
- Comunitats de veïns que vetllin per un servei de manteniment integral de l'edifici
- Empreses que pretenguin millorar les condicions dels seus immobles

Habitatges principals segons estat de conservació de l'edifici per districtes 2011:

| Districtes | TOTAL | 1 persona | 2 persones | 3 persones | 4 persones | 5 persones | 6 o més persones |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|------------------|
| 1. Ciutat Vella | 44.504 | 15.514 | 14.065 | 7.107 | 4.476 | 2.211 | 1.132 |
| 2. Eixample | 117.936 | 37.261 | 40.832 | 20.773 | 14.681 | 3.359 | 1.029 |
| 3. Sants-Montuïc | 77.819 | 22.263 | 26.846 | 14.219 | 10.387 | 2.731 | 1.374 |
| 4. Les Corts | 33.215 | 8.163 | 11.459 | 6.676 | 5.389 | 1.191 | 337 |
| 5. Sarrià- Sant Gervasi | 57.009 | 15.766 | 17.588 | 9.634 | 8.648 | 4.230 | 1.143 |
| 6. Gràcia | 55.015 | 18.524 | 18.952 | 8.974 | 6.468 | 1.498 | 600 |
| 7. Horta-Guinardó | 71.553 | 19.445 | 24.953 | 14.101 | 10.082 | 2.343 | 630 |
| 8. Nou Barris | 68.285 | 18.074 | 22.284 | 13.873 | 9.925 | 2.878 | 1.252 |
| 9. Sant Andreu | 61.684 | 16.753 | 20.527 | 12.657 | 9.031 | 2.059 | 657 |
| 10. Sant Martí | 97.057 | 26.290 | 32.588 | 19.563 | 14.208 | 3.280 | 1.127 |
| TOTAL | 684.077 | 198.053 | 230.094 | 127.577 | 93.295 | 25.780 | 9.281 |

Font: Taula elaborada a partir de les dades del Cens de Població i Habitatges 2011. Institut Nacional d'Estadística. Institut d'Estadística de Catalunya.



Font: Gràfic elaborat a partir de les dades del Cens de Població i Habitatges 2011. Institut Nacional d'Estadística. Institut d'Estadística de Catalunya.

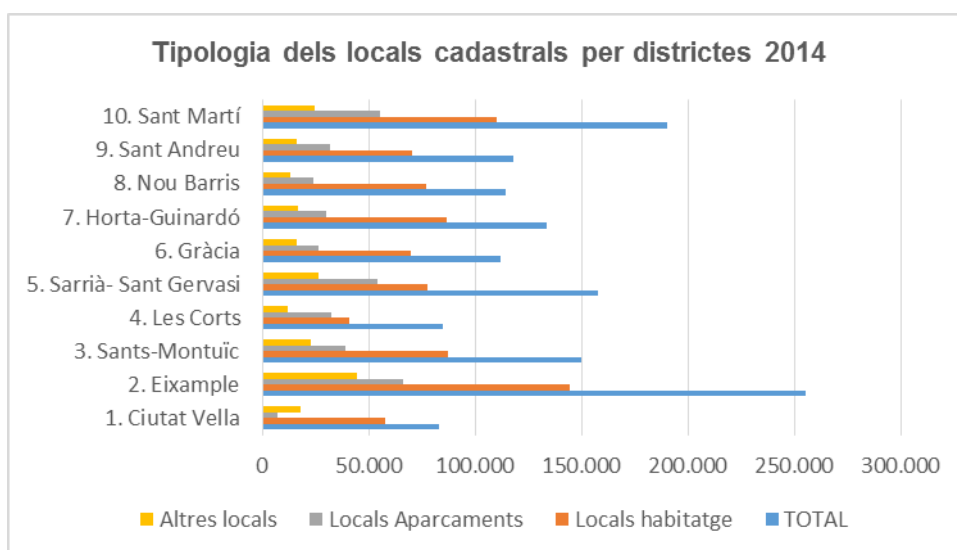
Com es pot observar el nombre d'habitats principals segons l'estat de conservació de l'edifici per districtes de l'any 2011 el primer lloc l'ocupa el barri de l'Eixample, en segon lloc Sant Martí i en tercera posició el districte de Sants-Montjuïc. Finalment, el barri on hi ha menys habitatges segons aquesta qualificació és el barri de Les Corts.

Pel que fa als locals, el volum de locals també es situa en els mateixos districtes que hi ha més habitatges; l'Eixample i Sant Martí. En canvi, el barri de Sarrià-Sant Gervasi pren la tercera posició.

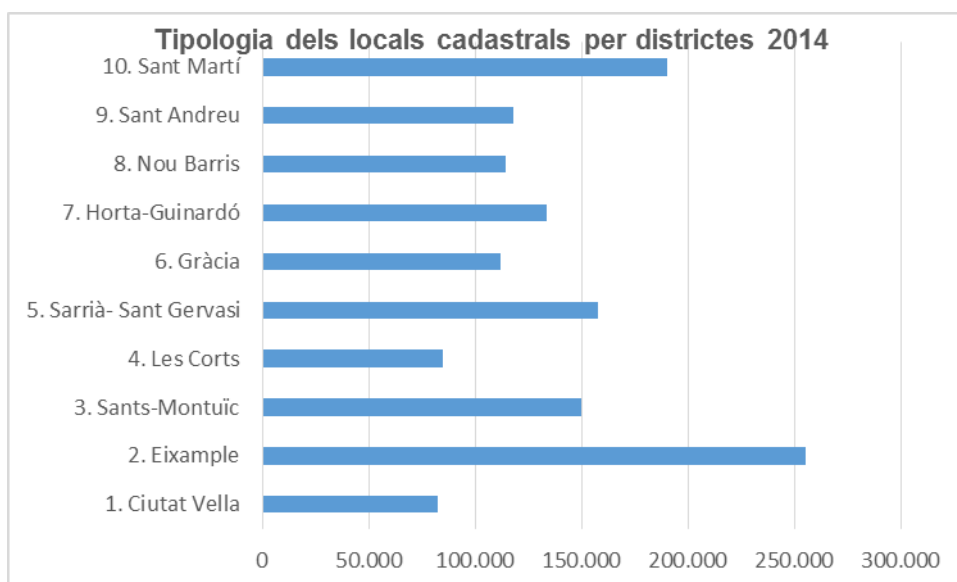
Tipologia dels locals cadastrals per districtes 2014:

| Districtes | TOTAL | Locals habitatge | Locals Aparcaments | Altres locals |
|-------------------------|------------------|------------------|--------------------|----------------|
| 1. Ciutat Vella | 82.754 | 57.757 | 7.248 | 17.749 |
| 2. Eixample | 255.366 | 144.623 | 66.307 | 44.436 |
| 3. Sants-Montjuïc | 149.873 | 87.486 | 39.315 | 23.072 |
| 4. Les Corts | 84.660 | 40.596 | 32.200 | 11.864 |
| 5. Sarrià- Sant Gervasi | 157.995 | 77.537 | 54.081 | 26.377 |
| 6. Gràcia | 112.033 | 69.843 | 26.242 | 15.948 |
| 7. Horta-Guinardó | 133.449 | 86.507 | 30.023 | 16.919 |
| 8. Nou Barris | 114.146 | 77.090 | 24.178 | 12.878 |
| 9. Sant Andreu | 118.127 | 70.283 | 31.770 | 16.074 |
| 10. Sant Martí | 190.232 | 110.396 | 55.253 | 24.583 |
| TOTAL | 1.398.635 | 822.118 | 366.617 | 209.900 |

Font: Taula elaborada a partir de les dades del Cens de Població i Habitatges 2011. Institut Nacional d'Estadística. Institut d'Estadística de Catalunya.



Font: Gràfic elaborat a partir de les dades del Cens de Població i Habitatges 2011.



Font: Gràfic elaborat a partir de les dades del Cens de Població i Habitatges 2011.

VI. PLA DE MARKETING

1. ESTABLIMENT DE PREUS

L'estratègia de preus es basa en oferir un servei de qualitat en preus molt competitius marcats en base a unes tarifes planes.

Aquests preus estaran reflectits en el contracte amb el client i en el *report*. El preu és conté els següents factors: el cost de la pintura, el cost del pintor, costos de manteniment de l'empresa i el servei comercial i el benefici de l'empresa (20%).

L'estratègia de preus més adequada és la de tarifa plana per cada persiana de tipus estàndard de 3mx3m. El preu del servei s'ha fixat a partir dels costos assumits.

| Preus | Cost |
|-------------|--|
| 1 persiana | 100€ + IVA |
| 2 persianes | 200€ + IVA (Descompte 5%) = 190€ + IVA |
| 3 persianes | 300€ + IVA (Descompte 10%) = 270€ + IVA |
| 4 persianes | 400 € + IVA (Descompte 15%) = 340€ + IVA |

Com hem comentat anteriorment, no hi ha cap empresa a Barcelona que ofereixi uns preus *low-cost* en base a tarifa plana. Per tant, el fonament és crear una estratègia de preus de tarifa plana, fàcil i senzill d'entendre. A més a més, s'ofereix un servei de garantia en cas que no hagin patit cap dany de *graffitis* se'ls hi renova un any el servei de forma gratuïta.

Es fixa un preu ajustat per a aconseguir més ventes. S'aplicarà una reducció a partir de més d'una persiana. Resulta molt eficaç observar la reacció de la demanda davant d'una rebaixa del preu en un percentatge determinat: si les ventes creixen a la mateixa proporció diem que es treballa amb una **demanda elàstica**, sinó és així la demanda es pot qualificar com **inelàstica**.

Les circumstàncies i el comportament de la demanda, així com els preus objectius del benefici que es persegueixen (un 20%) seran els factors determinants a considerar a la hora d'establir la política de preus.

La política de fixació de preus ve determinada per:

- Cost + marge
- Valor de mercat
- Preus més alts. Es paga la novetat i es pot aplicar si el servei és únic (com en el nostre cas) i no hi ha competència.
- Preus baixos de sortida (el cas de la nostra empresa al seu començament): provoquen una ràpida expansió del servei, però és perillós si els possibles competidors són forts i reaccionen.

- Preus dissuasius: preus molt baixos per tal de dissuadir a la possible competència per entrar en aquest mercat.
- Reducció promocional (el cas de la nostra empresa en els seus inicis): preu de sortida baix, per tal de que els nostres clients coneguin el nostre servei i s'animin a seguir sol·licitant els nostres serveis en un futur a un preu normal, més elevat, creant una clientela estable de futur.

| Variables | 1 persiana | 2 persianes | 3 persianes | 4 persianes |
|--------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Cost pintura | 30 | 60 | 90 | 120 |
| Cost pintor | 30 (15x2h) | 50 (12,5x4h) | 70 (11,6x6h) | 90 (11,2 x8) |
| Cost manteniment empresa | 5 | 12 | 16 | 17 |
| Comercial venta | 15 | 30 | 40 | 45 |
| Benefici empresa (20%) | 20 | 38 | 54 | 68 |
| Preu sense descompte | 100 € | 200 € | 300 € | 400 € |
| PREU FINAL CLIENT | 100€ (0%) | 190€ (5%) | 270€ (10%) | 340€ (15%) |

2. CANALS DE COMUNICACIÓ I PROMOCIÓ

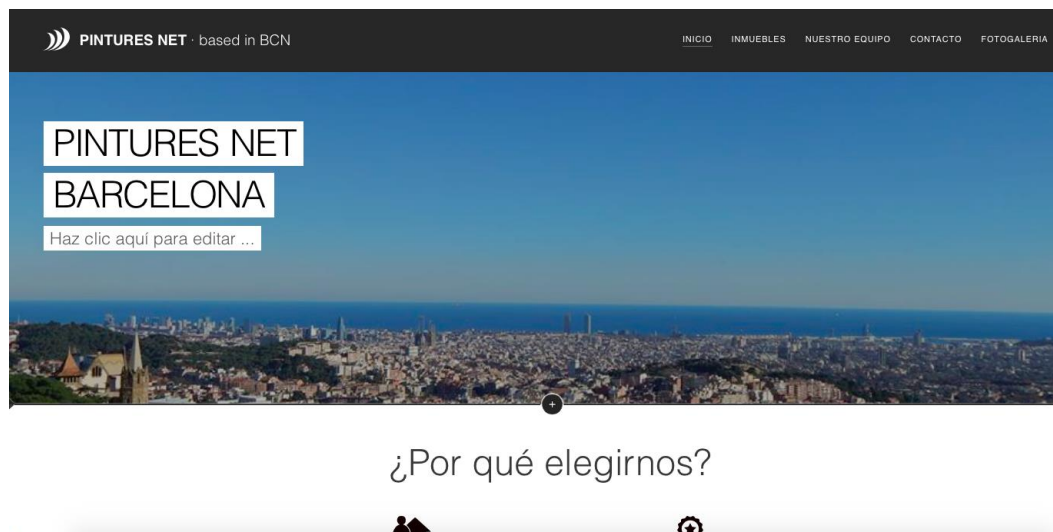
El pla de comunicació es caracteritza pels següents aspectes:

- Objectiu: Atracció de clientela i entrada en el mercat.
- Missatge a transmetre: posar a disposició del client un servei tècnic i especialitzat de pintura per professionals amb gran experiència en el sector.
- Comunicació:
 - Comunicació corporativa: estar a disposició del client per part d'un equip de professionals capacitats de solucionar totes les seves incidències.
 - Comunicació externa:
 - Marketing "Boca a Boca". Anar porta per porta, als diferents comerços, presentar-se i vendre el nostre servei de forma comercial però amb educació.

- Marketing Directe: publicació d'oferta dels serveis a la premsa o la ràdio. Aquesta via va dirigida en gran part als particulars. També la web de l'empresa que va dirigida a empreses o particulars.
- Marketing Indirecte: les recomanacions de terceres persones és un gran pilar per a la nostra empresa. Ja que el client vol contractar un servei fiable amb garantia, no deixarà la seva imatge a les mans de qualsevol. Per això es proporcionarà una eina a la web on es podrà valorar el servei prestat i marcar un *ranking* segons el seu nivell de satisfacció. Un cop a l'any es realitzarà un sorteig de les valoracions i guanyarà els usuaris que hagin fet una valoració de gran utilitat per a altres usuaris.
- Marketing relacional: mitjançant l'assistència a fires del sector i a través de **networking** amb empreses del sector immobiliari.

S'elaborarà una pàgina web amb la informació corporativa de l'empresa, els serveis que s'ofereixen, la garantia, imatges de serveis realitzats, etc.

Presentació web de l'empresa PINTURES NET: www.pinturesnet.webnode.es



PINTURES NET



ABRIMOS LOS 365 DÍAS/AÑO.

¡Ven a visitarnos!



SERVICIO DE PINTURAS DE LOCALES, PÁRQUINGS O COMUNIDADES DE VECINOS

Oferim un servei de tarifes molt competitives sense prescindir d'un servei 100% qualitat, professionalitat i excel·lència.



PROFESIONALES EXPERTOS

Personal acreditado y cualificado.



Precios irresistibles sin renunciar a calidad profesional!

PINTURES NET · BCN

| | |
|---|--------------|
| 1 Persiana Un año de garantía. | 100 € |
| 2 Persianas Un año de garantía. | 190 € |
| 3 Persianas Un año de garantía | 270 € |
| 4 Persianas Un año de garantía | 340 € |



Antes

Persiana con muestras de graffiti.



Después

Persiana limpia y presentable

Después de que acudiesen nuestros profesionales. Como se puede observar las persianas quedan IMPECABLES!



Antes

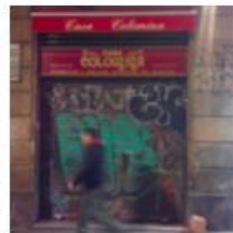
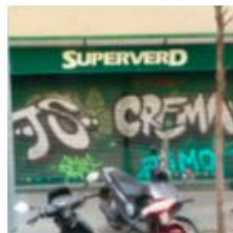
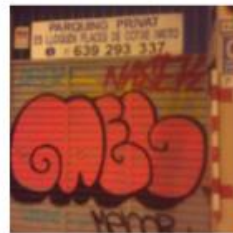
Persiana con muestras de graffiti.



Después

Persiana limpia y presentable

Fotogaleria



Nuestro personal

La clave de nuestro éxito es sin duda nuestro personal. Para que nuestro que nuestros clientes queden plenamente satisfechos y tengan la mayor tranquilidad, ponemos todo nuestro empeño para que nuestro personal sea el mejor. Nuestro personal es constantemente evaluado y formado. Exigimos a nuestro personal, el mayor respeto por las propiedades e integridad física de nuestros clientes, y nos aseguramos de que cumplen plenamente con la Ley de Protección de Datos y garantizando así la confidencialidad en todo lo referente a nuestros cliente.



Raül

Empresario - Gerencia.

Cuenta con una gran trayectoria empresarial en el sector inmobiliario y financiero. Persona muy comprometida y pasión con todo lo que está a su alrededor.



Marta

Empresaria graduada en Administración y Dirección de Empresas (Universidad de Barcelona). Apasionada del mundo emprendedor cuenta con cursos de emprendeduría en GOOGLE.

Contáctanos



 **PINTURES NET Barcelona**
Carrer Castillejos 414, en el barri de Horta-Guinardó, Barcelona.

 (+34) 629167257

 pinturesnetbarcelona@gmail.com

 Facebook

 Twitter

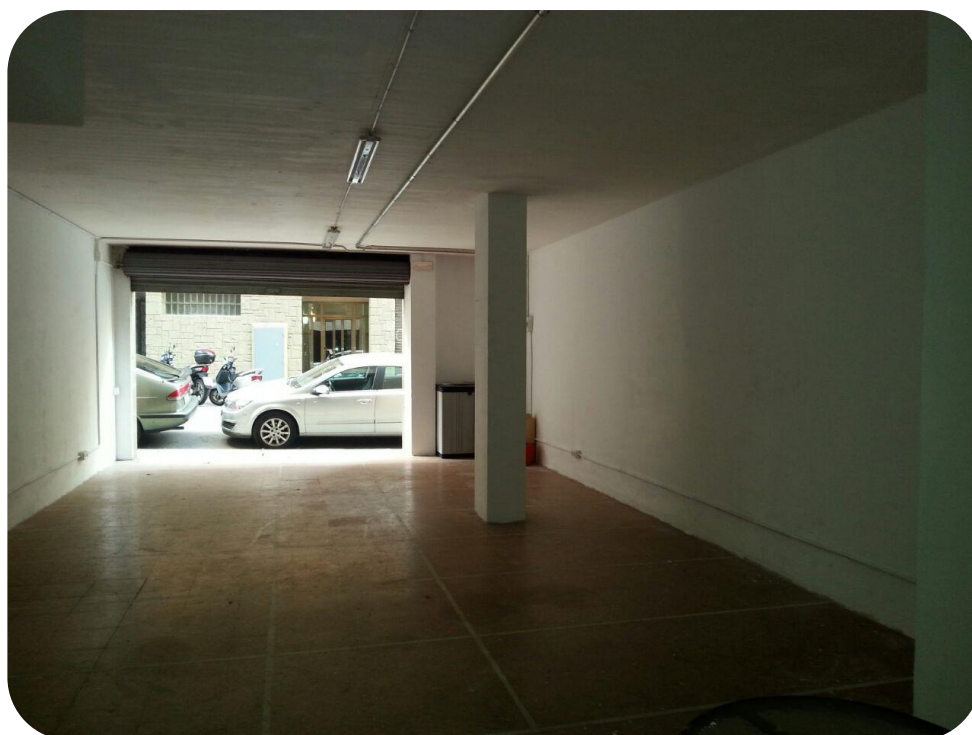
VII. RECURSOS NECESSARIS PER L'EMPRESA

1. IMMOBILITZAT I ALTRES ACTIUS

1.1 Instal·lacions

Es disposarà d'un local exclusiu per al negoci. Aquest local està ubicat al Carrer Castillejos número 414, en el barri de Horta-Guinardó, Barcelona. Disposa d'una superfície de 65 metres quadrats.

A continuació es poden mostrar imatges del local.





1.2 Equipament

- Informàtic

Serà necessari un equipament informàtic complet per al personal de l'empresa. En un principi s'utilitzarà el particular. L'empresa haurà de comptar amb connexió a Internet, impressora i escàner.

- Materials

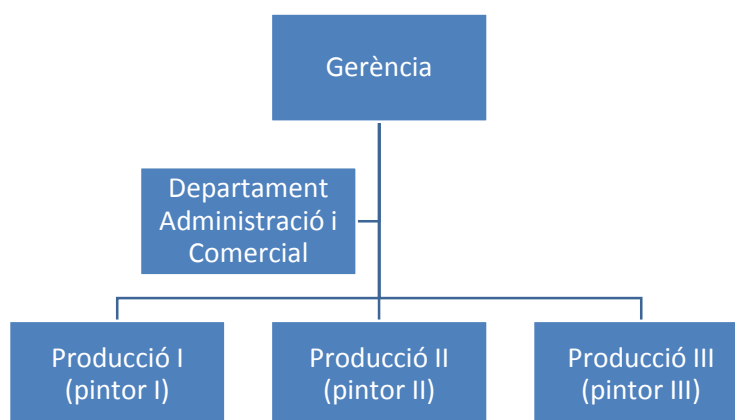
En trobem dues tipologies, el material necessari per als empresaris (bolígrafs, folis, arxivadors...) i el material per als autònoms (la maquinària i pintures).

- Mobiliari i decoració
 Hi haurà una secció del local dedicada a l'atenció i recepció dels clients i una altra destinada a guardar l'equipament (pintures, etc). A la secció d'atenció al públic es recrearà un espai acollidor, amb mobiliari adequat i decoració amb informació i imatges de l'empresa, els serveis que ofereixen i catàlegs. La imatge ha de transmetre professionalitat, rigor i qualitat ja que és la manera d'atraure i retenir clients.

- Eines
 La maquinària hidra netejadora, brotxes, pinzells, pintura, pales, pistoles de pintura, etc. I també, elements de seguretat com màscares, calçat, guants, cascos, cordes, armilles, ...

- Elements de transport
 És convenient disposar d'un vehicle per transportar els materials i eines en cas que els professionals no comptin amb el seu. Es dotarà d'una furgoneta amb una operació de **renting**.

2. ESTRUCTURA ORGANITZATIVA DE L'EMPRESA



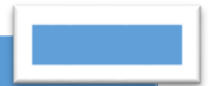
Al nivell 1 trobem Gerència (empresari A) que desenvoluparà les funcions de direcció i administració. Estarà dirigit per en Raül. A continuació, trobem l'empresària B que promourà les activitats comercials i ajudarà a la gerència en les negociacions, contacte amb proveïdors, l'atenció als clients, mantenir la web, etc.

Finalment, hi haurà en principi dos pintors autònoms i en funció del volum de la demanda s'incorporaran d'altres més. Ells efectuaran les funcions de producció.

3. ESTRUCTURA LEGAL DE L'EMPRESA

La forma jurídica per a la constitució de l'empresa és una Societat Limitada (S.L).

S'ha escollit aquesta forma jurídica per les avantatges i inconvenients següents (la font s'extreu del Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme- CIRCE (Centre d'Informació i Red de Creació d'Empreses):



| AVANTATGES | INCONVENIENTS |
|--|--|
| 1) Modalitat apropiada per a la petita i mitjana empresa, amb socis perfectament implicats en el projecte amb ànim de permanència. Règim jurídic més flexible que les societats anònimes | 1) Restricció en la transmissió de les participacions socials, excepte quan l'adquirent sigui un familiar del soci transmissor |
| 2) Responsabilitat dels socis per les deutes socials està limitada a les aportacions a capital, essent el mínim 3000€ | 2) La garantia de que els acreedors socials queda limitada al patrimoni social |
| 3) Llibertat de denominació social | 3) Obligatorietat de portar la comptabilitat formal |
| 4) Gran llibertat de pactes i acords entre els socis | 4) Complexitat de l'Impost sobre Societats |
| 5) Capital social mínim molt reduït i no existència de càpita màxim | 5) No hi ha llibertat per transmetre les participacions |
| 6) No existeix percentatge mínim ni màxim de capital per soci | 6) Socis són sempre identificables |
| 7) Possibilitat d'aportar el capital en béns o en forma dinerària | 7) No es pot emetre obligacions |
| 8) No és necessària la valoració de les aportacions no dineràries per un expert independent, tampoc la seva intervenció o la d'un auditor en les ampliacions de capital | 8) No es pot cotitzar en Borsa |
| 9) Sense límit mínim ni màxim dels socis | 9) Necessitat d'escriptura pública per a la transmissió de participacions |
| 10) Possibilitat de nomenar Administrador amb caràcter indefinit | 10) En quant a la gestió, majors despeses que a l'empresari individual o les comunitats de béns o societats civils. |
| 11) Possibilitat d'organitzar l'òrgan d'administració de diferents maneres sense modificar l'estatut | |
| 12) Es pot controlar l'entrada de persones estranyes a la societat | |
| 13) No existeix un número mínim de socis treballadors | |
| 14) Fiscalment interessant a partir d'un determinat volum de benefici | |
| 15) Possibilitat de fixar un sou als socis que treballen a l'empresa, a més de la participació en els beneficis que els hi correspongui. | |

El capital social d'aquesta nova empresa és de 24.000€. Els socis participen amb un 50% cadascú. Un dels dos socis serà el gerent (empresari A), tot i que els dos treballaran a l'empresa.

VIII. ANÀLISI DAFO

A continuació realitzem l'anàlisi dels punts forts i dèbils de l'empresa, així com les oportunitats i amenaces amb les que es pot topa per a l'exercici de la seva activitat. El DAFO és un mètode de planificació estratègica per a avaluar les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats d'un projecte. Té per objectiu especificar la finalitat d'un projecte i la identificació dels factors interns i externs que són favorables i desfavorables per assolir aquest objectiu.

| D (Debilitats) | A (Amenaces) |
|---|--|
| 1. Manca d'experiència en el sector | 1. Entrada de nous competidors |
| 2. Posicionament en el mercat (Professionals a l'atur que actuen per compte pròpia) | 2. Creixement lent del mercat |
| 3. Ventas. El primer any el més difícil | 3. Creixent poder de negociació de clients o proveïdors |
| 4. Costos molt elevats respecte els competidors | 4. Economia submergida |
| 5. Empresa és desconeguda | 5. Entrada empresa competidors amb àmplia gamma de serveis |
| | 6. Enfermetats: el fet de tenir personal autònom exclusivament per realitzar treballs de pintura, fa que el funcionament del negoci es pugui ressentir en cas d'enfermetats o falta d'interés per aquest treball |
| F (Fortaleses) | O (Oportunitats) |
| 1. Personal qualificat i motivat i experiència | 1. Creixement de la demanda: tot i estar en una crisi econòmica, és necessari un bon manteniment de totes les persianes grafitejades de Barcelona |
| 2. Estratègia de preus innovadora i atractiva | 2. Augment cartera de clients |
| 4. Qualitat del servei | |
| 5. I+D (maquinària i eines) | |
| 6. Base de clients | |
| 7. Accés a economies d'escala | |
| 8. Possibilitat de creixement mitjançant la col·laboració de treballadors autònoms | |
| 9. Marketing potent | |
| 10. Solvència econòmica per emprendre | |

CONCLUSIONS AL RESPECTE:

- CERCAR I POTENCIAR LES OPORTUNITATS
 - Aprofitament de la crisi econòmica i la modificació del comportament de la demanda en vers les reformes. Un dels efectes de la **desacceleració econòmica** és degut al menor preu adquisitiu. Per tant, els particulars o empreses que desitgin un servei *low cost* podran acudir a nosaltres.
 - Es buscarà acudir a pràcticament tot els comerços de la ciutat, fires, etc per tal de mostrar-se personalment qui som, el servei que oferim i perseguir la fidelització.
- MANTENIR LES FORTALESES
 - Empresaris amb molta experiència, ambició i il·lusió.
 - Solvència econòmica per emprendre, amb infraestructura bàsica (local) disponible sense cap cost. Cost d'inversió nova empresa molt baix, respecte a qualsevol altra nova empresa.
 - Base de clients: mantenir-la i fortalitzar-la.
- CORREGIR LES DEBILITATS
 - L'empresa és desconeguda. El fet de que operar per primer cop fa que la campanya al principi sigui massivament comercial.
 - En una fase inicial, poden sorgir tensions de tresoreria, a molt baix nivell: haurem de definir molt bé la inversió, els costos fixes i variables que necessitem i que generarà aquest projecte. Així com aprovisionar fons líquids per no tenir manques de tresoreria.
- ENCARAR LES AMENACES
 - Crisi econòmica: des de que va esclatar la crisi mundial l'any 2008 la despesa en béns i serveis s'ha reduït considerablement. L'augment de l'atur i la contenció salarial ha provocat una reducció en el nivell de renda. Actualment es veuen els primers signes d'**estabilitat econòmica** (baixada considerablement de la **prima de risc**), es reforcen mesures dràstiques per mirar d'iniciar una lleu recuperació, tot i que depèn d l'evolució de l'economia a nivell nacional i internacional. La corrupció està endarrerint l'inici d'unes perspectives de millora.

- Malalties/professionalitat: el fet de tenir personal autònom exclusivament per realitzar treballs de pintura, fa que el funcionament del negoci es pugui ressentir en cas de malalties o falta d'interès per aquest treball.
- **Economia submergida** i competència no professional. En motiu de la crisi econòmica, cada vegada hi ha més persones que decideixen exercitar reformes pel seu compte sense dotar d'una titulació acreditava.

IX. ANÀLISI FINANCER

A continuació es farà una valoració financera dels recursos que es requerirà.

1. INVERSIÓ INICIAL

Es tracta dels béns i drets que són necessaris per a l'empresa en el període que duri la seva activitat i el seu ús és imprescindible per satisfer el servei.

1.1. IMMOBILITZAT INTANGIBLE:

Conjunt de béns intangibles i drets que d'ús per la producció de béns i/o serveis.

- Aplicacions informàtiques: inversions en processadors de textos, base de dades. Antivirus i la creació d'una pàgina web.
Cost valorat en 100€.

1.2. IMMOBILITZAT MATERIAL:

Agrupació d'elements mobles, immobles i patrimonials destinats a estar de manera duradora a l'empresa i que s'utilitzen en la producció de béns i serveis i que no estan destinats a la venda.

- Local: el local comercial en el que es desenvoluparà l'activitat. No té cap tarifa de lloguer ja que és de propietat familiar.
- Mobiliari: es requerirà d'una taula pel despatx, juntament amb quatre cadires i un armari. Per la part del darrera, el magatzem; es requerirà d'estanteries i armaris per guardar la maquinària i

pintures, una taula de treball i un lloc per dipositar les eines. El cost és de 2000€

- Utilitatge: inclou material d'oficina (folis, bolígrafs, carpetes...). Aquesta classificació és de 50€
- Equipament: S'inclouen les eines i utensilis necessaris per als diferents serveis. Es realitzarà una inversió inicial de 4000€
- Vehicle de transport: valorada en 5328€ anuals (444€/mensuals) (servei de *renting*).
- Equips informàtics: 2 ordinadors, una impressora-fax-escàner. Etc. El cost total és de 2000€

1.3. ACTIU CORRENT:

Béns i drets necessaris per a l'activitat empresarial i que romandran a l'empresa durant un període inferior a un any. En destaquem:

- Existències, envasos, matèries primes i altres. S'haurà d'aprovisionar la quantitat d'estoc inicial necessària relacionada amb els serveis que oferim. Aquest serà de 1500€.
- Tresoreria començament: la quantitat de diner necessària per a mantenir l'activitat empresarial durant el primer exercici en funció de la demanda que es vegi ja que el primer any oferim un servei gratuït. No obstant, a partir del primer any anirà en funció dels pagaments i cobraments que esdevinguin.

INVERSIÓ INICIAL:

| CONCEPTE | PREU | IVA | TOTAL |
|---|------------|-----|--------------------|
| Equipament | 4.000,00 € | 21% | 4000 |
| Local de propietat | - € | 21% | 0 |
| Mobiliari | 2.000,00 € | 21% | 2000 |
| Utilatge | 50,00 € | 21% | 50 |
| Vehicle de transport | 5.328,00 € | 21% | 5328 |
| Equips informàtics | 2.000,00 € | 21% | 2000 |
| TOTAL IMMOBILITZAT MATERIAL | | | 13.378,00 € |
| Aplicacions informàtiques | 100,00 € | 21% | 100,00 € |
| TOTAL IMMOBILITZAT INTANGIBLE | | | 100,00 € |
| TOTAL ACTIU NO CORRENT | | | 13.478,00 € |
| Existències inicials (matèries primes, ...) | 1.500,00 € | 10% | 1.500,00 € |
| Tresoreria inicial | 3.265,00 € | | 3.265,00 € |
| TOTAL ACTIU CORRENT | | | 4.765,00 € |
| TOTAL INVERSIÓ | | | 18.243,00 € |
| IVA Soportat | | | 3.130,38 € |
| Total Impost Transmissió | | | - € |
| TOTAL NECESSITATS INICIALS | | | 21.373,38 € |

2. FONTS DE FINANÇAMENT

| CONCEPTE | PREU |
|--|--------------------|
| Capital Social: | 24.000,00 € |
| · empresari A | 12.000,00 € |
| · empresari B | 12.000,00 € |
| RECURSOS PROPIS (Fons Propi) | 24.000,00 € |
| Deutes bancaris a Llarg termini | 12.000,00 € |
| Altres deutes bancaris | - € |
| PASSIU NO CORRENT (Llarg termini) | 12.000,00 € |
| Proveïdors | - € |
| Acreeadors | - € |
| PASSIU CORRENT (Curt termini) | - € |
| NECESSITATS DE FINANÇAMENT TOTALS | 36.000,00 € |

Els recursos propis són el 100% dels empresaris. Cadascú aportarà el 50% del total, és a dir; 12000€ per persona. Per altra banda, s'està plantejant la possibilitat de considerar un préstec a llarg termini de 12000€ .

3. PREVISIONS D'INGRESSOS

En el primer any, l'any de constitució, és l'any que l'empresa procurarà introduir-se en el mercat. L'empresa iniciarà la seva activitat el dia 2 de gener.

Cal recordar que el primer any s'ofereix una garantia gratis en cas de cap grafiter els hagi fet malbé les persianes amb l'objectiu de fidelitzar el client i a partir del segon any és quan s'aplica el sistema tarifari.

L'idea és pintar totes les persianes de comerços i portes de garatges de Barcelona. Si l'idea funciona bé, més endavant ja ens expandiríem a nivell de tot Catalunya i a Espanya.

Actualment a la ciutat de Barcelona hi ha 84.184 locals dedicats d'ús comercial (segons fonts del diari de La Vanguardia) i pàrquings 66.612. Per tant, els consumidors potencials: 150.796 Barcelona ciutat exclusivament.

Amb l'estructura que creem al principi de l'empresa (2 pintors en règim d'autònoms) considerem una mitja de 4 persianes/pintor/dia x 2 = 8 persianes/dia. Venen a ser 160 persianes de mitja de total al mes. Aproximadament 2000 persianes a l'any.

Es preveu aconseguir uns beneficis del 20%. Si partim d'aquests resultats, les previsions a partir del moment en que es posi en marxa el sistema tarifari (segon any) els resultats seran els següents:

| Previsió Ingressos | 1 persiana | 2 persianes | 3 persianes | 4 persianes |
|---|------------|-------------|-------------|-------------|
| Quantitat mitjana de serveis prestats al client | 50 | 40 | 10 | 3 |
| Preu mitjà per servei | 100 | 190 | 270 | 340 |
| IVA Repercutit | 21% | 21% | 21% | 21% |

| Previsió d'Ingressos | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| DADES ESTIMADES | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
| Servei P1 | | | | | | | | | | | | | |
| Número de serveis P1 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 600 |
| Preu | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| Ingressos | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 60000 |
| Cost Producte/Servei | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servei P2 | | | | | | | | | | | | | |
| Número de serveis P2 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 480 |
| Preu | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | |
| Ingressos | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 7600 | 91200 |
| Cost Producte/Servei | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servei P3 | | | | | | | | | | | | | |
| Número de serveis P3 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 120 |
| Preu | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | 270 | |
| Ingressos | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 2700 | 32400 |
| Cost Producte/Servei | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servei P4 | | | | | | | | | | | | | |
| Número de serveis P4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 36 |
| Preu | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | |
| Ingressos | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 1020 | 12240 |
| Cost Producte/Servei | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| INGRESSOS PER VENTES | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 195840 |
| IVA Repercutit | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 3427 | 41126,4 |
| Facturat a clients | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 236966,4 |
| Cobraments del període | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 236966,4 |
| TOTAL DE COBRAMENTS | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 19747 | 236966,4 |

4. COSTOS DE PRODUCCIÓ

Els materials de pintura, elèctric entre d'altres són costos de producció que s'aniran adquirint a mesura que es requereixin. Malgrat això, s'ha fet una provisió d'estoc al començament per evitar cap manca de material a la feina. Aquesta tipologia de costos s'inclouran com costos variables juntament amb els costos provinents de la contractació del personal que prestarà els serveis.

5. PREVISIÓ DE DESPESES GLOBALES I DESPESES DE PERSONAL

5. 1. DESPESES GENERALS

Les despeses primordials que s'hauran d'assumir són:

- Despeses fixes: són aquelles despeses imprescindibles per al desenvolupament de l'activitat empresarial però que no estan directament relacionades amb la prestació dels serveis.

- Despeses variables: aquests costos estan directament vinculats amb les ventes. S'inclouen els costos de materials i els costos de la contractació de personal autònom. Aquest volum presenta un 75% dels ingressos.

A continuació presentem aquestes despeses en una taula:

| ANY 1 | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Compres: | | | | | | | | | | | | | |
| Equips informàtics i impressió | 1000 | 1000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2000 |
| Aplicacions informàtiques | 50 | 30 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 |
| Equipament i eines | 1500 | 1200 | 500 | 180 | 120 | 80 | 120 | 200 | 40 | 40 | 30 | 20 | 4000 |
| Mobiliari | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2000 |
| | 2950 | 2630 | 520 | 180 | 120 | 80 | 120 | 200 | 40 | 40 | 30 | 20 | 8100 |
| Despeses Variables: | | | | | | | | | | | | | |
| Materials | 300 | 125 | 125 | 125 | 300 | 125 | 125 | 125 | 50 | 50 | 25 | 25 | 1500 |
| Utilitatge | 10 | 0 | 0 | 10 | 5 | 10 | 5 | 0 | 0 | 10 | 0 | 0 | 50 |
| | 310 | 125 | 125 | 125 | 300 | 125 | 125 | 125 | 50 | 50 | 25 | 25 | 1475 |
| Despeses Fixes: | | | | | | | | | | | | | |
| Vehícle (furgoneta) | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 444 | 5328 |
| Local de propietat | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Promoció comercial | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 600 |
| Subministres (electricitat, aigua, internet) | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 2880 |
| Assegurances | 85 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 85 |
| Despeses de constitució, Registres,... | 690 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 690 |
| | 1509 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 743 | 743 | 9583 |
| TOTAL COMPRES I DESPESES | 4769 | 3489 | 1379 | 1039 | 1154 | 939 | 979 | 1059 | 824 | 824 | 798 | 793 | 19158 |
| IVA Soportat | 619,5 | 552,3 | 37,8 | 37,8 | 25,2 | 16,8 | 25,2 | 42 | 8,4 | 8,4 | 6,3 | 4,2 | 1701 |
| TOTAL Pagaments | 5388,5 | 4041,3 | 1416,8 | 1076,8 | 1179,2 | 955,8 | 1004,2 | 1101 | 832,4 | 832,4 | 804,3 | 797,2 | 20859 |

5.2. DESPESES PERSONAL

| ANY 1 | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Empresari 1 (gerència) | | | | | | | | | | | | | |
| Sou brut treballador | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 18000 |
| Quota Seguretat social | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 2880 |
| Cost empresa | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 20880 |
| Empresari 2 | | | | | | | | | | | | | |
| Sou brut treballador | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 18000 |
| Quota Seguretat social | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 240 | 2880 |
| Cost empresa | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 1740 | 20880 |
| COST EMPRESA | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 41760 |

5.3. ANÀLISI DE RESULTATS I RÀTIOS

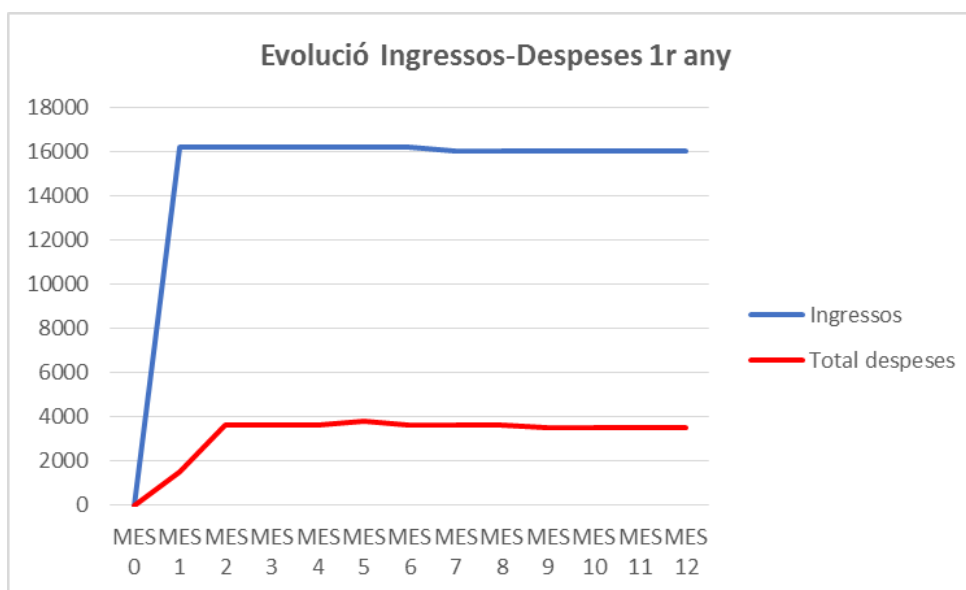
A continuació es mostra el Compte de Pèrdues i Guanys, Balanç i Ràtios.

5.3.1 COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS

| ANY 1 | MES 0 | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|
| INGRESSOS D'EXPLOTACIÓ | 0 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 16320 | 195840 |
| CONSUMS | 0 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 2700 |
| Marge brut | 0 | 16170 | 16170 | 16170 | 16170 | 16170 | 16170 | 16020 | 16020 | 16020 | 16020 | 16020 | 16020 | 193140 |
| Despeses de personal | 0 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 3480 | 41760 |
| Despeses variables | 0 | 310 | 125 | 125 | 125 | 300 | 125 | 125 | 125 | 50 | 50 | 25 | 25 | 18000 |
| Despeses fixes | 0 | 1509 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 734 | 9583 |
| Total despeses | 0 | 1509 | 3605 | 3605 | 3605 | 3780 | 3605 | 3605 | 3605 | 3530 | 3530 | 3505 | 3505 | 59760 |
| Despeses financeres | 210 | 70 | 69 | 69 | 68 | 68 | 67 | 66 | 66 | 65 | 64 | 64 | 63 | 1009 |
| Benefici Abans Interesses i Impostos | -210 | 1579 | 3674 | 3674 | 3673 | 3848 | 3672 | 3671 | 3671 | 3595 | 3594 | 3569 | 3568 | 130112 |
| IMPOST DE SOCIETATS (ISOC) | | | | | | | | | | | | | | 15% |
| RESULTAT DE L'EXERCICI | | 1579 | 3674 | 3674 | 3673 | 3848 | 3672 | 3671 | 3671 | 3595 | 3594 | 3569 | 3568 | 19517 |

Al tractar-se d'una **Empresa de Nova Creació**, els dos primers períodes impositius que s'obtinguin beneficis –els dos primers exercicis econòmics- es tributarà al tipus impositiu de l'Impost de Societats del 15%.

Gràfica relació ingressos-despeses del primer any:



5.3.2. BALANÇ DE SITUACIÓ

| BALANÇ DE SITUACIÓ | | | |
|---|--------------|---|--------------|
| ACTIU | | PATRIMONI NET I PASSIU | |
| I. ACTIU NO CORRENT: | 13478 | I. PATRIMONI NET | 43517 |
| 1. <u>Immobilitzat intangibles</u> | 0 | Capital social | 24000 |
| Investigació i Desenvolupament | 0 | Resultat de l'exercici | 19517 |
| Aplicacions informàtiques | 100 | Subvencions | 0 |
| 2. <u>Immobilitzat material</u> | | II. TOTAL PASSIU: | 12000 |
| Terrenys i béns naturals | 0 | PASSIU NO CORRENT | 12000 |
| Construccions | 0 | Proveïdors llarg termini | 0 |
| Maquinària | 4000 | Deutes a llarg termini amb entitats de crèdit | 12000 |
| Utilitatge | 50 | | |
| Mobiliari | 2000 | PASSIU CORRENT | 0 |
| Elements de transport | 5328 | Proveïdors a curt termini | 0 |
| Equips informàtics | 2000 | Hisenda Pública, creditora per conceptes fiscal | 0 |
| 3. <u>Inversions immobiliàries</u> | 0 | Organismes Seguretat Social creditors | 0 |
| 4. <u>Inversions financeres a llarg termini</u> | 0 | | |
| II. ACTIU CORRENT: | 42039 | | |
| 1. <u>Existències</u> | 1800 | | |
| 2. <u>Clients</u> | 0 | | |
| 3. <u>Tresoreria</u> | 40239 | | |
| TOTAL ACTIU | 55517 | TOTAL PATRIMONI NET I PASSIU | 55517 |

5.3.3. RÀTIOS

| Ràtios | Fórmula | Ràtio del primer any d'activitat |
|-------------------------------|--|----------------------------------|
| Fons de maniobra | Actiu Corrent - Passiu Corrent | 42039,00 |
| Ràtio d'Endeutament | Passiu Total/Patrimoni Net | 28% |
| Ràtio de solvència | Actiu Total/Passiu Total | 350% |
| Punt d'equilibri | Despeses fixes/Marge brut | 0,0496 |
| Rentabilitat Econòmica | Benefici Abans Interessos i Impostos/Actiu Total | 2,34 |
| Rentabilitat Financera | Benefici Net/Patrimoni Net | 45% |
| Termini de cobrament | Clients/Ventes *360 | 0 |
| Termini de pagament | Proveïdors/Inversió Inicial *3 | 0 |

L'indicador més important que mostra aquesta taula és el punt d'equilibri el qual indica les ventes necessàries per començar a obtenir beneficis i s'estima en 0,0496€.

X. CONCLUSIONS

L'empresa PINTURES NET S.L. desenvolupa el primer exercici econòmic assolint els seus principals objectius: penetració en el mercat de les reformes de Barcelona, fidelització i captació de nous clients i productivitat que es reflexa en molt bons resultats financers.

Els indicadors en què ens basem per concloure això, són els resultats financers –Compte Pèrdues i Guanys, Ràtios, etc- elaborats prèviament.

El gràfic d'ingressos i despeses ens mostra l'evolució d'aquests factors durant el primer any de l'empresa. Es pot observar com els ingressos per ventes a final de l'any són de 236966,4€ i les despeses són 60769€. L'evolució mostra com fins el primer mes, els ingressos augmenten i després s'estabilitzen a 16.000€ mensuals fins a final de l'any. També succeeix el mateix amb les despeses, però en aquest cas creixen fins el segon mes i després s'estabilitzen a 4000€/mensuals. La diferència és clarament significant.

El resultat de l'exercici és 19517€. Els beneficis obtinguts es destinaran d'una banda a reserves i per altra banda es destinarà a repartir entre els socis.

Durant els dos primers anys al ser una empresa de nova creació es podrà beneficiar de l'Impost de Societats d'un 15%.

Es conclou que l'estratègia que es porta a terme ha estat un èxit gràcies als dos aspectes diferenciadors respecte la competència: tarifa plana amb preus *low-cost* i una campanya comercial molt potencial i agressiva. El fet d'anar a botiga per botiga i fer el primer contacte *face to face*, evidencia la captació de clientela respecte la competència, fidelització –ja que la demanda es manté constant- i en general, una satisfacció convertida en productivitat. La rentabilitat econòmica (2,34) i la rentabilitat financera (45%) ho confirmen.

En motiu d'aquesta gran implementació en el mercat, s'haurà de contractar a més pintors per tal de cobrir la demanda requerida. També, s'assistirà a fires per tal de consolidar la presència en tots els mitjans de comunicació i per formar-se abans d'una possible expansió a d'altres territoris.

Amb la nostra proposta de negoci, convertim una externalitat negativa en una externalitat positiva ja que ara, els propietaris dels locals, pàrquings i/o comunitats de veïns tenen cura dels seus edificis i per tant, generen una **externalitat positiva** sobre els vianants que gaudeixen contemplant façanes netes i en bones condicions.

Al generar un **augment** de la **productivitat**, es produeix un **increment** en l'**oferta de llocs laborals** que permeten contribuir a **reduir l'atur**.

És important citar, que **satisfà les principals necessitats** que tenen els clients (**nínxol de mercat**); satisfà la millora de la imatge dels edificis, els preus són assequibles i clars des del principi i amb garantia. Per tant, hi havia un **gap** en el mercat que ara queda cobert.

Pel que fa a la competència, com s'ha comentat és únicament competència en quan a l'activitat de pintar, ja que ningú fins ara ha ofert un sistema de preus tarifa plana amb preus *low-cost* ni tampoc, en la metodologia de promoció comercial d'anar botiga per botiga presentant l'empresa i intentant fer negoci des del primer moment amb la *tablet* fent captura de les imatges dels edificis i disposant dels preus *ipso facto*.

El sector en el què es desenvolupa aquesta empresa és el **sector de serveis**. Segons uns estudis de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques de l'any 2009, el número d'empreses és de 13.547.919 i el nombre de locals 69.462. Segons el Ministeri de Foment, a Catalunya l'any 2014, hi ha 1192 edificis a rehabilitar i 5903 habitatges. Concloem que hi ha un gran potencial de volum de negoci.

Si s'analitza l'estat de conservació dels edificis en funció dels districtes de Barcelona – en base estudi de l'Institut Nacional Estadística any 2011-, els districtes segons aquesta classificació són en primer lloc l'Eixample, en segon lloc Sant Martí i en tercer Sants-Montjuïc. En darrera posició el barri de Les Corts.

Si la classificació es basa en funció dels locals cadastrals – Institut Nacional Estadística any 2014- el *ranking* és semblant: l'Eixample, Sant Martí i Sarrià-Sant Gervasi

Finalment concloure que les debilitats que trobàvem en el **DAFO**, com el posicionament en el mercat, les ventes i el fet de que l'empresa sigui desconeguda, al final del primer exercici econòmic s'han convertit en **fortaleses** per l'empresa.

XI. BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Apunts de Marketing, Microeconomia, Fiscalitat de l'Empresa. Universitat de Barcelona

Diari ABC

Diari La Vanguardia

<http://artes.uncomo.com/articulo/como-interpretar-y-analizar-grafiti-de-pandillas-139.html#ixzz3qB4U7sVr>

http://catalogo.artium.org/dossiers/4/traves-del-graffiti-de-la-pared-los-libros/tipologias#_ftn1

<http://catalunyaempren.gencat.cat/inicia/cat/creacioEmpresa.do>

http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/10/20/catalunya/1382291400_794866.html

http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/10/26/catalunya/1414348812_811177.html

http://empresa.barcelonactiva.cat/empresa/images/cat/Dossier%20Catala%20PAE_tcm92-33924.pdf

<http://empresaylimpieza.com/not/475/productos-para-limpiar-graffitis/>

http://noticias.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/pintura/la-normativa-condena-al-graffiti-en-espana_tf2OyCDEgV

<http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SRL/Paginas/SRL.aspx>

http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/AppJava/notapremsavw/123568/ca/grafiters-persianes-lliures-collaboren-interns-centre-pe

<http://tiendas.mediamarkt.es/limpieza-y-vapor/m/karcher?gclid=CMex-6Pv0coCFWgOwwodEpoBDA>

<http://w110.bcn.cat/fitxers/egovernment/mod.6usospaisatge.4941.451.pdf>

http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba?lang=es_ES

<http://web.pimec.org/ca/actualitat/noticies/tornen-les-subsuncions-per-a-joves-empreses-innovadores>

<http://www.abc.es/local-comunidad-valenciana/20140419/abci-perfil-grafitero-201404190946.html>

<http://www.bcn.cat/estadistica/catala/dades/anuari/pdf/cap16.pdf>

<http://www.corhorta.com/media/file/documentos/AJUTS.pdf>

<http://www.diariodesevilla.es/article/sevilla/2010205/busca/grafitero.html>

<http://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20140120/vizcaya/grafiteros-toman-tres-trenes-20140120.html>

<http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/graffiti-versus-street-art-4117357>

<http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-costos-fijos.html>

<http://www.fomento.es/BE/?nivel=2&orden=09000000>

<http://www.fomento.es/BE/?nivel=2&orden=10000000>

http://www.graffiticompany.es/graffiti_para_negocio.html

<http://www.graffitihotel.es/en/pictures>

http://www.huffingtonpost.es/2015/05/19/graffitis-barcelona_n_7265168.html

<http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/cataleg/pdfdocs/xifresct/xifres2016ca.pdf>

<http://www.ine.es/daco/daco42/iass/iass1115.pdf>

http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259944283340&p=1254735116567&pagename=ProductosYSer

<http://www.lacronica.net/los-graffiteros-lo-tendran-mas-dificil-con-la-nueva-ordenanza-de-9642.htm>

<http://www.lasprovincias.es/valencia-ciudad/201505/22/coste-limpieza-graffitis-metro-20150522105526.html>

<http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20130313/54369249203/limpiaran-persianas-comercios-rambla-sagrada-familia>

<http://www.lavanguardia.com/vida/20101227/54092822960/los-comerciantes-de-barcelona-seran-multados-si-encargan-graffiti>

<http://www.mantylim.com/mantylim-servicio-limpieza-de-graffitis.htm>

<http://www.murslliures.com/ca/blog/post/yrwing/>

<http://www.perfil.com/sociedad/Bandas-de-grafiteros-extranjeros-vienen-a-pintar-los-subtes-portenos-20140504-0055.html>

<http://www.personales.ulpgc.es/mramirez.dch/downloads/27.pdf>

<http://www.radioalcoy.com/News/New/el-pp-pide-un-plan-choque-grafitis>

<http://www.valladolidwebmusical.org/graffiti/historia/09morfologia.html>

<https://directa.cat/fer-grafitis-al-carrer-significa-democratitzar-laccs-lart>

<https://www.kaercher.com/es/>

www.ben-net.es

www.berok.es/es/servicios

www.cnae.com

www.cnae.com

www.fomento.gob.es

www.fomento.gob.es

www.globalserviciosgenerales.com

www.idescat.cat

www.idescat.cat

www.limpieza-barcelona.es

www.net-tais.com

www.plangeneralcontable.com/

www.plangeneralcontable.com/

www.serviciodelimpiezabarcelona.com

www.webnode.es

<http://www.termcat.cat/ca/Cercaterm/>

<http://databases.unesco.org/thessp/>

XII. ANNEXOS

- 1. Local**
- 2. Fotografies *graffitis* carrers de Barcelona**
- 3. Recull de premsa**

1. DADES LOCAL EMPRESA

CONSULTA DESCRIPTIVA Y GRÁFICA DE DATOS CATASTRALES BIENES INMUEBLES DE NATURALEZA URBANA

Municipio de BARCELONA Provincia de BARCELONA

REFERENCIA CATASTRAL DEL INMUEBLE
0752201DF3805B0025RK

DATOS DEL INMUEBLE

LOCALIZACIÓN
CL CASTILLEJOS 414 Es:B Pl:00 Pt:01
08024 BARCELONA [BARCELONA]

USO LOCAL PRINCIPAL: **Residencial** AÑO CONSTRUCCIÓN: **1975**

COEFICIENTE DE PARTICIPACIÓN: **0,980000** SUPERFICIE CONSTRUIDA (m²): **69**

DATOS DE LA FINCA A LA QUE PERTENECE EL INMUEBLE

SITUACIÓN
CL CASTILLEJOS 414
BARCELONA [BARCELONA-HORTA-GUINARDO] [BARCELONA]

SUPERFICIE CONSTRUIDA (m²): **4.916** SUPERFICIE SUELO (m²): **681** TIPO DE FINCA: **[division horizontal]**

ELEMENTOS DE CONSTRUCCIÓN

| Uso | Escalera | Planta | Puerta | Superficie m² |
|-------------------|----------|--------|--------|---------------|
| VIVIENDA | B | 00 | 01 | 65 |
| ELEMENTOS COMUNES | | | | 4 |

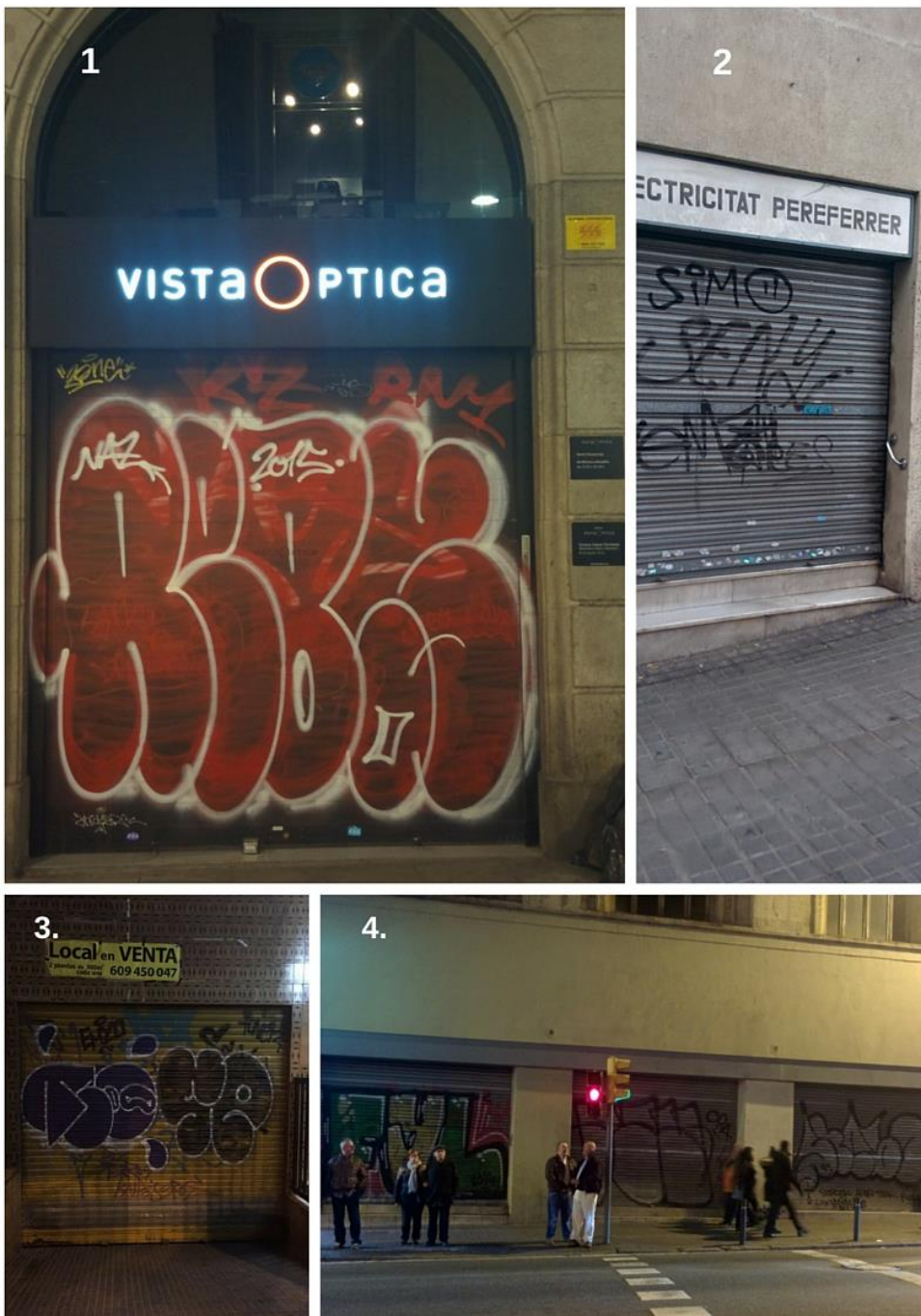
INFORMACIÓN GRÁFICA E: 1/500

Este documento no es una certificación catastral, pero sus datos pueden ser verificados a través del 'Acceso a datos catastrales no protegidos' de la SEC.

Sábado, 16 de Febrero de 2013

2. FOTOGRAFIES GRAFFITIS CARRERS DE BARCELONA

Font: Totes les imatges són realitzades per l'autora del treball



Imatge 1: Carrer Portaferrissa 34, Barcelona – Barri Gòtic

Imatge 2: Passeig Sant Gervasi- Plaça Alfonso Comín, Barcelona

Imatge 3: Barri de Sants, Barcelona

Imatge 4: Via Laietana, Barcelona



Imatge "La Vanguardia": Passeig Maragall- Plaça Maragall, Barcelona.

Imatge 6: Passeig Vall d'Hebron- Hospital Quiron, Barcelona

Imatge 7: Carrer Craywinckel 15, Barcelona



Fotografies de garatges:

Imatge 8: Via Augusta 158, a prop de Plaça Molina, Barcelona.

Imatge 9: Carrer Balmes, Barcelona

Imatge 10: Barri de Sants, Barcelona



Imatge 11: Carrer Portaferrissa, Barcelona. Barri Gòtic

Imatge 12: Carrer Ramón Albó 12, Barcelona. Barri Maragall

Imatge 13: Carrer Craywinckel, Barcelona. Districte Sant Gervasi

Imatge 14: Passeig Vall d'Hebron- Hospital Quiron. Districte Gràcia

3. RECUIL DE PREMSA

3.1.

C. VALENCIANA / TRANSPORTES

El perfil del grafitero: un joven de 17 años, agresivo y de clase media

A. C. / VALENCIA | Día 19/04/2014 - 09.50h

► Las empresas que gestionan explotaciones ferroviarias detectan un cambio en el perfil de los vándalos

Las empresas que gestionan los Metros en España han detectado que el **perfil del grafitero ha dado un giro radical en los últimos años**. Si al inicio del siglo éste era un varón, de entre 22 y 26 años, de clase «media-alta», que viajaba de ciudad a ciudad con asiduidad, con vestimenta y actitud normal y que solo se dedicaba a pintar, a partir de la nueva década ha variado su conducta y forma de actuar. Ahora, **la edad ha descendido hasta los 17 años** y, aunque sigue siendo varón que viaja habitualmente, su clase social es «media», **van encapuchados, son agresivos** y, además de pintar, cometen actuaciones vandálicas, como interceptar la vía con barricadas.

Esta última cuestión agrava el problema, dado que, por un lado, **ponen en peligro sus propias vidas** y, por otro, se pasa de una «falta» por deslucir un bien inmueble a un «delito» contra la seguridad vial al poner obstáculos en la vía y un «delito» contra el orden público causando daños por interrumpir y obstaculizar las vías férreas.

► COMENTARIOS

► IMPRIMIR

COMPARTIR



G+ 1

EN VÍDEO

▶ Toda la actualidad de Local

EN IMÁGENES

▶ Toda la actualidad de Local

Noticias

Font:<http://www.abc.es/local-comunidad-valenciana/20140419/abci-perfil-grafitero-201404190946.html>

3.2.

Tregua para los 'graffitis'

• El Ayuntamiento de Barcelona y los artistas buscan fórmulas para permitir nuevos murales

CLARA BLANCHAR | Barcelona | 26 OCT 2014 - 21:20 CET

1

Archivado en: Grafiti | Arte urbano | Barcelona | Cataluña | España | Arte



El artista español ESCIF, en la calle Espronceda, en el distrito 22@. / GIANLUCA BATTISTA

 274
 0
 2
 3
 Enviar
 Imprimir
 Guardar

Con la ordenanza de civismo de 2006 se esfumaron. Los *graffiteros* casi desaparecieron de una ciudad que en los 90 había forjado una cantera de escritores y en 2000 era referente del arte urbano, Barcelona. Fueron años de paredes grises, evocan los expertos: los escritores dejaron de pintar en la ciudad; y los que lo hacían, perseguidos, tenían que hacerlo tan rápido que la calidad de los murales cayó en picado. También se perdieron murales de gran valor. El mismísimo Banksy había pintado aquí.

Pero la tolerancia cero y la criminalización tuvieron respuesta por parte de los propios autores de *graffitis*. El colectivo Difusor fue uno de ellos. Llevan años trabajando para buscar "canales de intervención", mediando entre artistas y autoridades, explica Xavi Ballaz. Porque la actual ordenanza no puede ser más clara: considera que el *graffiti* es vandalismo. Los de Difusor abrieron la Galería Abierta, un proyecto pionero que permitía a los artistas pintar de forma legal pero desde el anonimato en el parque de les Aigües.

Font: www.cca.elpais.com/cca/2014/10/26/catalunya/1414348812_811177.html

3.3.

Barcelona, a través de los grafitis fotografiados por Lluís Olivé (FOTOS)

EL HUFFINGTON POST | Por Jaime Rojo y Steven Harrington

Publicado: 19/05/2015 07:48 CEST | Actualizado: 20/05/2015 18:53 CEST



| | | | |
|----------|-----------|--------|-------------|
| 776 | 205 | 0 | 0 |
| Me gusta | Compartir | Tuiter | Comentarios |

Lluís Olivé lleva fotografiando la ciudad de Barcelona desde hace 50 años: escenas callejeras, manifestaciones, desfiles, detalles arquitectónicos, azulejos, esculturas de hierro, pomos de puertas, ventanas y, por supuesto, grafitis y arte urbano. Olivé, quien se autodenomina *amateur*, ha capturado cómo ha evolucionado el panorama artístico de la Ciudad Condal en la última década. El fotógrafo ha compartido sus imágenes favoritas de entre los más de 2.500 retratos que ha tomado de la ciudad.



Font: http://www.huffingtonpost.es/2015/05/19/grafitis-barcelona_n_7265168.html

De grafitis murales a firmas furtivas

- La fracasada política sancionadora de las ordenanzas de civismo con las pintadas provoca que las persianas de los comercios se llenen de 'autógrafos'

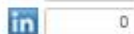
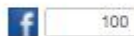
POL PAREJA | Barcelona | 21 OCT 2013 - 00:02 CET

2

Archivado en: Grafiti · Xavier Trias · Arte urbano · Barcelona · Ayuntamientos · Cataluña · Administración local · España · Arte · Administración pública · Sociedad



Montaje panorámico de los comercios de la calle Duque de la Victoria, con las persianas repletas de 'tags'. / JOAN SÁNCHEZ



Enviar

Imprimir

Guardar

La tarde del 9 de diciembre de 2010, el todavía líder de la oposición en el Ayuntamiento de Barcelona, Xavier Trias, se reunió con un grupo de ocho grafiteros en el Bar Kimera, un sencillo local frecuentado por gente joven en la calle Mozart del barrio de Gràcia. Los ánimos estaban caldeados en un sector del grafiti barcelonés, formado por los partidarios de pintar con permiso municipal y de mantener una relación cordial con las autoridades. El motivo: el Instituto de Paisaje Urbano del Consistorio había empezado a multar tanto a grafiteros como a los comerciantes que les contrataban para decorar las persianas de sus comercios.

En la reunión, Trias se desmarcó de la mano dura impuesta por la ordenanza de civismo de 2006 (aprobada con los votos favorables de su partido, CiU, el PSC y ERC), les aseguró que encontraba horrible el gris de las persianas de la ciudad y se mostró partidario de fomentar la vertiente "más artística" de este fenómeno. "Es muy raro que multen a un comerciante por pintar su persiana", deslizó a los jóvenes, entre los que se encontraba Marc García, el responsable de la iniciativa Persianes Lliures, que ponía en contacto a grafiteros y comerciantes para que los primeros les pintasen gratuitamente a los vendedores las persianas de sus comercios.

En el Ayuntamiento son conscientes de que en Barcelona hay un problema con los grafitis: la política represiva no ha funcionado. A pesar de aumentar la

Las multas pueden llegar a los 3.000 euros en caso de espacios protegidos

Font: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/10/20/catalunya/1382291400_794866.html

Las pintadas del «turismo de grafiteros» suben en metro y trenes

Limpiárselas cuesta más de un millón de euros cada año. Son jóvenes llegados de Europa tras ser convocados por las redes sociales

NÚRIA BONET ICART
 nbonet@20minutos.es / twitter: @20m
 20 minutos

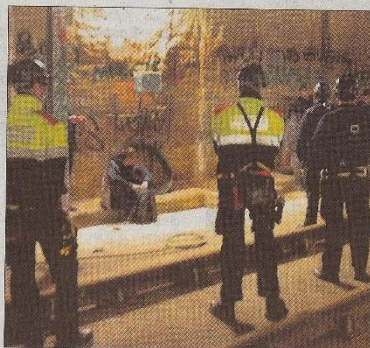
Barcelona sigue siendo una de las ciudades más atractivas de Europa para los grafiteros. Pese a las multas y las campañas policíacas que les van a la zaga, el fenómeno no se extingue, sino que aumenta, sobre todo en los túneles del metro. Llegan a la ciudad en grupos numerosos que actúan cada vez de forma más violenta. Los Mossos hablan ya de una suerte de «turismo de grafiteros».

Cada vez hay más superficie pintada, tanto en la calle como en el suburbano. El pasado año, según datos provisionales manejados por el grupo municipal del PPC, se llegó a los 447.204 m², lo que supuso un

incremento del 5,4% respecto a 2011. En los trenes, tanto en su interior como en el exterior, las pintadas no han dejado de aumentar y sumaron 74.708 m² en 2012, casi el triple que dos años antes. En las estaciones, la cifra es aún mayor: 119.323 m², más del doble.

A través de la redes

Barcelona experimentó un auténtico boom de grafiteros de 2011 a 2012. Según relataba ayer a **20 minutos** el subjefe del Área de Seguridad del Transporte Metropolitano de los Mossos, Carles Vallès, «hay mucha movilidad». Los jóvenes se convocan a través de las redes sociales y llegan desde diversos países de Europa, y los grafiteros «locales»



Los Mossos atraparon in fraganti a un grupo de grafiteros en el metro. CMC

Un grupo atrapado en plena acción

Dos grafiteros procedentes de Polonia fueron detenidos la noche del 30 de enero mientras pintaban en las paredes de los túneles del metro. Sus compañeros, siete jóvenes españoles, fueron denunciados y se exponen a sanciones de hasta 3.000 euros. Entraron a las instalaciones usando una sierra radial, pero los Mossos ya los esperaban porque captaron su cita a través de las redes. Casos como este son habituales en el metro,

los guían por los túneles del metro y otros lugares.

Desde TMB apuntaban que existe una «preocupación» por los pintores de grandes murales, que «cada vez son más agresivos». Vallès relata que lanzan piedras o vierten el contenido de extintores sobre los agentes en su huida.

Todo esto supone un gasto que también ha ido en aumento. Así, en 2012 la limpieza de las estaciones costó 581.000 euros y repintar los trenes otros 595.000 euros, lo que asciende a 1,18 millones, un 47% más que en 2010.

20 SEGONS

Detencions per aldarulls a Ciutat Vella

Els Mossos van detenir ahir tres persones de 19, 20 i 21 anys d'edat per la seva participació en els disturbis que van tenir lloc durant la manifestació del passat 17 de gener i que van acabar amb l'atac a la comissaria de la Guàrdia Urbana a la Rambla i al Tribunal Superior de Justícia.

'Cas Raval'

La Fiscalia ha arxivat la denúncia contra un sindicat de mossos per revelar que l'empresari Benítez, mort al Raval, patia VIH.

Un any del Barts

147.000 espectadors han passat per la sala Barts en el seu primer any de vida. L'ocupació ha estat del 70%. La promotora creu que la sala ja està «l'imaginari» de la ciutat.

Entitats i usuaris del transport reclamen reduir un 50% el trànsit

Nova protesta contra la pujada de tarifes. La Confederació d'Associacions Veïnals de Catalunya, l'Associació per a la Promoció del Transport Públic, Ecologistes en Acció i els sindicats de CCOO i la UGT han presentat al·legacions al Pla d'actuació per a la millora de la qualitat de l'aire de la Generalitat, perquè hi fa falta mesures «estrictes».

46 estacions

dels transports públics van ser escenari ahir de la nova protesta contra el 'tarifazo'

En aquest sentit, entitats i veïns exigeixen un nou pla per a la transició cap a un model de mobilitat sostenible i social, amb una reducció de fins al 50% del trànsit de vehicles privats i la potenciació del transport públic, per exemple, amb una baixada de les tarifes. De fet, ahir, hi va haver una nova protesta dels usuaris contra el tarifazo del 2014.

Font: Diari 20 Minutos. Dijous 6 de Febrer, 2014.