

ÁLVARO NAVARRO SÁEZ

ESPAI COWORKING: UTOPIC

TREBALL DE FI DE GRAU

TUTOR: GERARD VALLDUVÍ BOTET

**DOBLE GRAU EN ADMINISTRACIÓ I DIRECCIÓ D'EMPRESES I
FINANCES I COMPTABILITAT**



**FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili**

Reus

2019



ÍNDEX DE CONTINGUTS

1 INTRODUCCIÓ	10
Objectiu	12
Metodologia	12
Estructura	13
2 PRESENTACIÓ DELS PROMOTORS	15
2.1. Identificació de l'equip fundador	15
2.2. Aportacions econòmiques	15
3 PLA ESTRATÈGIC DE L'EMPRESA: OBJECTIUS I ANÀLISIS INTERN ...	16
3.1. Visió, missió i valors	16
3.2. Objectius de l'empresa a llarg i curt termini	17
3.3. Cadena de Valor	18
3.4. Quadre comandament	20
3.5. Pla d'actuacions	21
4 ANÀLISI DE L'ENTORN GENERAL I ESPECÍFIC	21
4.1. Anàlisi de l'entorn general	22
4.1.1. Entorn Polític.....	22
4.1.2. Entorn Econòmic.....	23
4.1.3. Entorn Sòcio- Demogràfic i cultural	26
4.1.3. Entorn Tecnològic	28
4.1.5. Conclusions de l'anàlisi PEST	29
4.2. Anàlisi de l'entorn específic	29
4.2.1. Competidors actuals:	30
4.2.2. Competidors potencials:	33
4.2.3. Proveïdors.....	34
4.2.4. Productes Substitutius	34
4.2.5. Clients.....	35
4.3 . Anàlisi DAFO	36
4.4 . Estratègia competitiva de l'empresa	41
5 PLA DE MÀRQUETING	42
5.1 Màrqueting Estratègic	43
5.1.1. Anàlisi del mercat.....	43
5.1.2 . Segmentació del mercat	45
5.1.3. Anàlisi dels clients i Públic objectiu	46
5.2 . Estratègia Comercial: Màrqueting Mix	48
5.2.1 . Política de Producte.....	48
5.2.2 . Política de Preu.....	49
5.2.3 . Política de Comunicació.....	50
5.2.4 . Política de Distribució	51
6 PLA D'OPERACIONS	52
6.1 . Descripció tècnica del servei	52
6.2 . Descripció del servei	52



6.3 . Capacitat.....	53
6.4. Localització de l'empresa	53
6.5 . Descripció del local i Distribució en planta : LAYOUT.....	54
5.6 . Gestió de la qualitat	54
7 PLA DE RECURSOS HUMANS	55
7.1 . Estructura organitzativa: Organigrama.....	55
7.2 . Descripció dels llocs de treball.....	56
7.3 . Política de selecció i contractació del personal.....	57
7.4 . Política salarial i despeses laborals.....	57
7.5 . Retenció, formació i motivació del personal.....	58
7.6 . Seguretat i higiene en el treball.....	59
8 ESTRUCTURA LEGAL.....	59
8.1 . Forma jurídica	59
8.2 . Tràmits a realitzar: agenda de constitució	60
8.3 . Altres normatives a aplicar : obligacions fiscals	64
8.4 . Altres normatives a aplicar : obligacions laborals.....	65
9 PLA ECONÒMIC-FINANCER.....	67
9.1. Antecedents i supòsits de treball. Objectius financers	67
9.2. Pla d'inversions.	68
9.3. Pla de Finançament.....	70
9.4. Pressupostos.....	71
9.4.1. Balanços anuals	73
9.4.2. Comptes resultats anuals	74
9.4.3. Càlcul del punt mort per a cada període.....	75
9.5. Valoració i viabilitat del projecte	75
9.5.1. Fluxos de caixa del projecte d'inversió	76
9.5.2. Valoració i viabilitat econòmica	78
10 CONCLUSIÓ	79
11 BIBLIOGRAFIA	80
12 ANNEXOS.....	82
12.1 Pla d'inversió.....	82
12.2 Taula d'Amortització Econòmica.....	83
12.3 Taula d'Amortització Financera	84
12.4 Despeses de Constitució.....	85
12.5 Compte de Resultats Mensual ANY 1.....	86

ÍNDEX DE TAULES I GRÀFICS

Taula 1 Quadre de comandament d'Utopic. S.L. Font: Elaboració Pròpia.....	20
Taula 2 Pla d'actuacions d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.....	21
Taula 3 Anàlisi de la Competència (Multioficines MO). Font: elaboració pròpia a partir de http://oficinasreus-mo.com	31
Taula 4 Anàlisi de la Competència (Col54). Font: elaboració pròpia a partir de http://www.col54.com	31
Taula 5 Anàlisi de la Competència (Espai Factoria). Font: elaboració pròpia a partir de http://www.facebook.es/espaiactoria	32
Taula 6 Anàlisi de la Competència (Cowork Tarraco). Font: elaboració pròpia a partir de http://www.coworktarraco.es	32
Taula 7 Anàlisi de la Competència (Espai La Magrana). Font: elaboració pròpia a partir de http://www.espailamagrana.cat	32
Taula 8 Anàlisi de la Competència (Avant Coworking). Font: elaboració pròpia a partir de http://www.coworkingtarragona.com	32
Taula 9 Anàlisi de la Competència (La Caravana Coworking). Font: elaboració pròpia a partir de http://www.lacaravanacoworking.com	32
Taula 10 Matriu DAFO d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.....	39
Taula 11 Capacitat del negoci segons distribució. Font: Elaboració pròpia.....	50
Taula 12 Tarifes dels serveis d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.....	53
Taula 13 Tarifes de Llicència d'obres. Font: Elaboració pròpia a partir de http://www.gencat.cat	62
Taula 14 Estructura financera dels préstecs contractats per Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de cada entitat.....	70
Taula 15 Balanç de Situació d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.....	73
Taula 16 Compte de Pèrdues i Guanys d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.....	74
Taula 17 Vendes d'equilibri d'Utopic S.L. segons import monetari i nombre de clients. Font: Elaboració Pròpia.....	75
Taula 18 Fluxos de caixa del projecte d'inversió d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.....	76
Taula 19 Anàlisi de la inversió d'Utopic S.L. mitjançant els mètodes estàtics. Font: Elaboració Pròpia.....	77
Taula 20 Anàlisi de la inversió d'Utopic S.L. mitjançant els mètodes dinàmics. Font: Elaboració Pròpia.....	77
Taula 21 Anàlisi de la valoració i viabilitat econòmica d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.....	78

ÍNDEX DE IL·LUSTRACIONS

Il·lustració 1 Representació de la cadena de valor d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Vidal Suñé, A (2018).....	18
Il·lustració 2 Representació de l'entorn general i específic d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Navas, J.E. i Guerras, L.A. (2007).....	22
Il·lustració 3 Representació de l'entorn general d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Navas, J.E. i Guerras, L.A. (2007).....	22
Il·lustració 4 Gràfic corresponent al PIB del sector serveis a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	23
Il·lustració 5 Gràfic corresponent a les entitats del sector serveis a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	25
Il·lustració 6 - Gràfic corresponent a la població de Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	26
Il·lustració 7 Gràfic corresponent a la població de Tarragona (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	26
Il·lustració 8 Gràfic corresponent a la taxa d'atur a la província de Tarragona (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	27
Il·lustració 9 Gràfic corresponent a la població activa la província de Tarragona (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	27
Il·lustració 10 Gràfic corresponent al nivell d'estudis a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	28
Il·lustració 11 Gràfic corresponent a les empreses establides a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de http://www.idescat.cat	28
Il·lustració 12 Representació de l'entorn específic d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Navas, J.E. i Guerras, L.A. (2007).....	30
Il·lustració 13 Imatges de la localització del local on es situarà Utopic S.L. Font: Imatges extretes de Google Maps.....	54
Il·lustració 14 Plànol de la distribució del local on es situarà Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.....	54
Il·lustració 15 Organigrama de l'equip humà d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.....	56
Il·lustració 16 Imatge resum de les obligacions fiscals d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.....	64

RESUM

En aquest treball de final de grau s'ha elaborat un pla d'empresa per a valorar i analitzar la viabilitat d'obrir un espai de treball compartit o coworking a la ciutat de Reus. Durant l'estudi es podrà veure com a partir d'una idea sorgida fa uns anys sobre la necessitat dels estudiants entre 10 i 18 anys de la necessitat d'un espai per a desenvolupar els treballs acadèmics ja que aquests ho acostumen a fer a les pròpies llars poden causar molèstia a l'entorn familiar, és per això que aquesta idea ha convergit en un centre coworking ja que en l'actualitat es troben en creixent demanda i per a empresaris, professionals i emprenedors forma una nova manera de treballar.

En aquest punt és on apareix l'objectiu d'aquest treball. La intenció és que aquest espai coworking que s'obrirà, sigui un centre de coneixement i de treball per a qualsevol usuari, ja sigui un estudiant o un empresari, m'agradaria amb això ajudar als estudiants a encarar el seu futur i a despertar en ells la inquietud del treball, l'educació i la responsabilitat. Per una banda, ajudar als emprenedors, empresaris, etc. a realitzar les seves tasques i així puguin crear contactes i que s'ajudin mútuament, per una altra banda, ajudar a aquells estudiants en el seu dia a dia i així que puguin descobrir en que volen dedicar-se en un futur degut al entorn professional del coworking i la gran varietat d'usuaris que hi ha en ell.

PARAULES CLAU: Pla, Empresa, Coworking.

RESUMEN

En este trabajo de final de grado se ha elaborado un plan de empresa para valorar y analizar la viabilidad de abrir un espacio de trabajo compartido o coworking en la ciudad de Reus. Durante el estudio se podrá ver como a partir de una idea surgida hace unos años sobre la necesidad que tienen los estudiantes de entre 10 y 18 años de encontrar un espacio para desarrollar los trabajos académicos, puesto que estos lo acostumbran a hacer en los propios hogares de los jóvenes, esto puede causar molestia en el entorno familiar, y es por eso que esta idea ha convergido en un centro coworking debido a que en la actualidad se encuentran en creciente demanda en el que para empresarios, profesionales y emprendedores representa una nueva manera de trabajar.

En este punto es donde aparece el objetivo de este trabajo. La intención es que este espacio coworking que se abrirá, sea un centro de conocimiento y de trabajo para cualquier usuario, ya sea un estudiante o un empresario, con esto me gustaría estimular a los estudiantes a encarar su futuro y a despertar en ellos la inquietud de los valores del trabajo, la educación y la responsabilidad. Por un lado, ayudar a los emprendedores, empresarios, etc. a realizar sus tareas y que así puedan crear contactos y que se ayuden mutuamente, y por otro lado, ayudar a aquellos estudiantes en su día a día y así que puedan descubrir en que quieren dedicarse en un futuro debido al entorno profesional del coworking y la gran variedad de usuarios que hay en él.

PALABRAS CLAVE: Plan, Empresa, Coworking.

ABSTRACT

In this final degree project, a business plan has been prepared to assess and analyze the feasibility of opening a shared work space or coworking in the city of Reus. During the study can be seen as from an idea emerged a few years ago about the need for students between 10 and 18 years to find a space to develop academic work, since they usually do in their own homes of young people, this can cause discomfort in the family environment, and that is why this idea has converged into a coworking center because they are currently in growing demand in which for entrepreneurs, professionals and entrepreneurs represents a new way to work

At this point is where the objective of this work appears. The intention is that this coworking space will be opened, be a knowledge and work center for any user, whether a student or an entrepreneur, with this I would like to encourage students to face their future and awaken in them the concern of the values of work, education and responsibility. On the one hand, help entrepreneurs, entrepreneurs, etc. to carry out their tasks and so they can create contacts and help each other, and on the other hand, help those students in their day to day and so they can discover what they want to do in the future due to the professional environment of coworking and great variety of users that are in it.

KEY WORDS: Plan, Business, Coworking

RESUM EXECUTIU	
<p><u>LOGO:</u></p>  <p><u>CONTACTE: UTOPIC S.L.</u></p> <p>Telèfon: +34 977 34 04 96</p> <p>E-mail: alvaro.navarros@estudiants.urv.cat</p> <p><u>SECTOR:</u> Terciari</p> <p><u>EQUIP:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Álvaro Navarro Sáez- Noemí González Rovira <p><u>ALIANSES/PARTNERS:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Es pretén establir acords amb entitats educatives i del sector públic. <p><u>INVERSIONS:</u></p> <p>Inversió inicial: 61.849,00 €</p> <p>Inversió a c/t: 8.151,46 €</p> <p><u>ÚS DELS FONDS:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Compra de mobiliari- Sous i salaris- Màrqueting i publicitat	<p>Descripció de l'empresa</p> <p>Utopic ofereix un espai de treball compartit per a que els clients realitzin les seves tasques on gaudiran d'un ampli ventall de serveis per treure el màxim profit de l'estància.</p>
	<p>Problema que resol</p> <p>Resol el problema d'interacció social entre usuaris que comparteixen una mateixa finalitat, mateixos objectius i mateixos valors.</p>
	<p>Solució</p> <p>Oferir un servei innovador dins el coworking en que s'origini una comunitat de persones on comparteixin els seus coneixements i projectes futurs de treball.</p>
	<p>Mercat al que es dirigeix</p> <p>Estudiants, Emprenedors, Freelance, Autònoms, Empresaris, etc.</p>
	<p>Competència</p> <p>Competència directa: tots aquells coworkings situats a la província.</p> <p>Competència indirecta: tots aquells espais en que es puguin desenvolupar les mateixes tasques sense cap cost (biblioteques, llars, etc.)</p>
	<p>Avantatges Competitius</p> <p>Disposició de les més noves tecnologies.</p> <p>Espai especialitzat en la transmissió de coneixement.</p> <p>Diferenciació dels serveis oferts a la zona.</p>
	<p>Model de Negoci.</p> <p>Centrat en la proposta de valor de generar coneixement i provocar un impacte a la societat de la província.</p>
	<p>Fites aconseguides i futures.</p> <p>En l'actualitat, el negoci es troba en procés d'anàlisi de viabilitat, en un futur s'espera aconseguir un servei de referència per al públic objectiu del Camp de Tarragona, vinculat a la viabilitat i al creixement.</p>

1 INTRODUCCIÓ

En aquest Treball de Final de Grau, s'hi desenvoluparà una idea sorgida fa uns quants anys sobre la necessitat d'un espai de treball comú i accessible per a tothom en aquesta societat actual del Segle XXI. Aquesta opció que m'ha brindat la Universitat Rovira i Virgili de realitzar un Treball Final de Grau en l'àmbit de redactar un pla d'empresa, conjuntament amb els coneixements que he après durant els 4 anys del Doble Grau d'Administració i Direcció d'Empreses i Finances i Comptabilitat, em serviran per a plasmar aquest projecte fent un pla d'empresa.

L'idea va sorgir quan cursava Batxillerat on tots els estudiants de Catalunya ens preparàvem per a fer les Proves d'Accés a la Universitat (PAU). Com a estudiants i persones que som, tots som diferents. Mentre uns dominàvem els números, altres dominàvem les lletres. El fet de poder ajudar-nos en les matèries que més ens costava i ensenyar aquelles que més dominàvem i compartir coneixements mentre cada un realitzava la seva feina va aparèixer l'idea i a la vegada necessitat de l'existència d'un local o un espai de reunió/treball on es poguessin fer aquestes activitats.

Més endavant, em va reafirmar en aquest pensament la necessitat que tenen els nens i nenes que estudien a Primària o a l'Educació Secundària Obligatoria de tenir un lloc on puguin realitzar els treballs grupals que se'ls hi demana, ja que és força incòmode fer-ho a casa d'algun membre del grup ja que pot ser incòmode per la família, pels nens, etc.

Durant aquests 4 anys d'estudis Universitaris i l'accés al món laboral relacionat en l'àmbit d'aquests, he pogut comprovar palpar aquesta necessitat que poden tenir, per exemple; futurs emprenedors, on aquests tenen una idea de negoci i poden arribar a trobar a faltar fer-ho en un espai de treball comú on també hi vagin d'altres emprenedors i així poder compartir idees, i a la vegada tenir contacte amb empresaris on poder transmetre'ls-hi; empresaris/freelance/autònoms, on aquests per la seva vida laboral han de viatjar d'una ciutat a una altre presten els seus serveis i en aquesta destinació els hi manca un espai on treballar.

Finalment, s'ha pogut veure que la necessitat d'aquests espais en el nostre dia a dia existeix ja sigui per uns motius o per d'altres.

La finalitat d'aquests tipus d'espais no solament es tracta de que sigui únicament per a treballar, el que es pretén es que sigui un lloc de reunió d'empresaris o d'estudiants en el que tots els usuaris que hi assisteixin, sigui amb un fi comú i puguin intercanviar opinions, coneixements, informació, experiències, etc.

Al mateix temps, durant aquests últims anys he pogut viatjar i conèixer noves ciutats on aquesta idea de negoci que pretenc plasmar està més evolucionada i professionalitzada

per aquest públic objectiu que en faran ús. Aquests espais de treball estan situats en el centre urbà on és més accessible per tothom.

Objectiu

L'objectiu principal d'aquest treball final de grau és aconseguir plasmar aquesta idea de negoci del espai de treball/coworking en un pla d'empresa en el que s'hi recullin tota la informació necessària per a posar-ho en pràctica.

De la mateixa importància que es ser capaç de desenvolupar aquesta idea, es necessari estudiar la viabilitat tècnica i econòmica d'aquest projecte. Per a que aquest es compleixi, cal realitzar un estudi detallat i plantejar una estratègia amb uns objectius inicials i intermedis per al compliment d'aquesta viabilitat.

Alguns objectius intermedis i inicials d'aquest projecte són el de fer un anàlisi exhaustiu de l'entorn per conèixer qui són els competidors i que ofereixen aquests; i qui són els clients potencials i que busquen aquests. Un cop fet això, es tindrà un punt de partida inicial per a portar a terme aquesta idea de negoci.

Malgrat conèixer aquest punt de partida i tenir la capacitat de desenvolupar aquest espai de treball, caldrà realitzar un pla econòmic financer per a determinar el finançament i inversió necessària per implantar-ho i conèixer la viabilitat econòmica d'aquest.

No obstant, com a objectiu personal, dur a terme aquest pla d'empresa em servirà per a comprovar i veure els meus coneixements i quina és la meva habilitat en implantar-ho. Així doncs, podré observar i fer una matriu DAFO sobre mi i millorar com a persona i com a futur emprenedor/empresari alhora de ficar en pràctica aquest espai coworking o qui sap si una altre idea de negoci.

Personalment, el fet de poder implantar sobre un pla d'empresa les meves idees i els meus objectius em genera una motivació extra alhora de realitzar aquest treball final de grau, ja que hem considero una persona amb iniciativa i amb certes inquietud on en un futur m'agradaria dirigir aquest negoci o algun altre que em sorgeixi com a idea i exercir de l'empresari.

Altres objectius personals que pretenc assolir és el de comunicar adequadament les idees i implantar-la correctament, convèncer als lectors d'aquest treball que es tracta d'una idea de negoci innovadora i amb una alta probabilitat d'èxit.

Metodologia

Aquest Treball de Final de Grau tracta de l'àmbit de Pla d'Empresa, i tindrà l'estructura que es requereixen en aquests tipus de treballs. Tot i que tenen una estructura generalitzada els treballs de final de grau, els treballs enfocats en la realització d'un Pla

d'Empresa no existeix uniformitat per a la presentació ja que existeixen diferents variants d'aquests pel que he decidit seleccionar l'estructura de Business Plan realitzada a l'assignatura de Planificació Econòmica i Financera al tractar-se d'una estructura força completa en el que cada apartat està ben desenvolupat i en total conformen 11 apartats diferenciats i separats segons l'àmbit que es tracti.

El treball de Fi de Grau es realitzarà mitjançant els coneixements adquirits durant el Doble Grau d'Administració i Direcció d'Empreses i Finances i Comptabilitat. Les assignatures que aquest Treball Final de Grau té forta implicació i que s'haurà d'aplicar el coneixement assolit en aquestes serien Fonaments i Direcció Estratègica de Màrqueting per als conceptes que s'hi desenvoluparan en el Pla de Màrqueting; Direcció de Recursos Humans per al Pla de Recursos Humans; Dret Mercantil per conèixer l'estructura legal; Direcció d'Operacions per al Pla d'Operacions; Direcció Financera: Inversió, Direcció Financera: Finançament i Planificació Econòmica i Financera per al Pla Econòmic i Financer.

Estructura

L'estructura que seguirà aquest treball començarà amb la presentació dels promotors i quina aportació realitzarà cada un.

Seguidament, es realitzarà el pla estratègic de l'empresa on es descriuran la visió, missió i valors de l'empresa, així com els objectius d'aquesta, anàlisi intern del negoci, el quadre de comandament i el pla d'actuacions per als pròxims mesos.

Després, es realitzarà l'anàlisi de la situació actual en que s'hi analitzarà l'entorn general i específic, aquest estudi ens conduirà a recollir una quantitat d'informació que servirà per a la realització d'un anàlisi DAFO on s'ordenarà les amenaces, oportunitats, fortaleeses i debilitats del negoci. Un cop determinat aquest anàlisi, es podran establir estratègies a partir de la matriu DAFO i es determinarà l'estratègia competitiva del coworking.

Posteriorment, el pla de màrqueting es realitzarà un estudi per conèixer qui es el públic objectiu, per tal de realitzar una segmentació i posicionament correcte i així aplicar les polítiques del Màrqueting Mix el més acurades possibles.

Pel que fa al pla d'operacions, entre d'altres, es mostrarà el funcionament d'aquesta idea de negoci, a la vegada que s'hi descriurà el producte ofert i el procés d'aquest.

Un cop fet tot això, s'explicarà el pla de recursos humans en el que s'hi mostrarà l'organigrama dels treballadors que tindrà aquest espai, alhora de descriure els llocs de treball, quina és la política salarial que tenen, la política de retenció de l'organització, etc.

Posteriorment, es tractarà l'estructura legal de l'organització, així com els tràmits necessaris que calguin per a inscriure-la i quines són les obligacions fiscals i laborals que cal complir.

Abans d'acabar, es realitzarà el pla econòmic i financer en el que entre d'altres s'hi estudiarà mitjançant mètodes valoratius s'hi aquest projecte és viable o no, i quins son els plans de finançament i d'inversió que conformarà l'organització.

2 PRESENTACIÓ DELS PROMOTORS

2.1. Identificació de l'equip fundador

L'equip fundador que durà a terme la implantació d'aquesta idea està format per un total de 2 socis, pel que la figura jurídica més adient serà una Societat Limitada. Els membres de l'equip fundador consten per el Álvaro Navarro Sáez i la Noemí González Rovira.

Álvaro Navarro Sáez amb DNI 39xxxxxx-x, nascut i resident a Reus, amb titulació universitària de Administració i Direcció d'Empreses i Finances i Comptabilitat, amb experiència laboral com a administratiu i experiència de cara al públic.

Noemí González Rovira amb DNI 39xxxxxx-x, nascuda i resident a Reus, amb titulació universitària de Dret, amb experiència laboral en administració en temes legals i de cara al públic.

Dels estudis d'ambdós es pot percebre una gran base alhora de iniciar un projecte conjunt gràcies a la complementarietat que poden aplicar amb aptituds de gestió empresarial i econòmica d'un i fiscalitat, lleis i obligacions fiscals de l'altre.

Entre les seves competències adquirides pels seus respectius estudis destaquen ambdós en la capacitat que tenen d'organització i planificació, presa de decisions, motivació per emprendre aquest projecte, capacitat de resolució de problemes i el treball en equip.

Pel que fa a les competències personals destaquen l'empatia, pro activitat, la creativitat, capacitat per adaptar-se en noves situacions, esperit emprenedor, bona actitud davant del públic, prioritització dels interessos comuns per davant dels propis, etc.

Noemí i Álvaro inicien aquest projecte amb la intenció de provocar un canvi en l'entorn que els envolta pel que fa a la joventut. El seu objectiu és despertar inquietuds dins d'ells en relació a l'emprenedoria i fomentar els valors de sacrifici, responsabilitat, generositat i demostrar que 1+1 no és 2 sinó que 1+1 és un equip.

2.2. Aportacions econòmiques

En un inici, el capital provindrà de dues fonts diferenciades:

- Fons Propis: 14.000 € dividit en les aportacions dels socis fundadors.
- Fons Aliens: 47.849 € dividit en 2 préstecs diferents.

Des dels membres directius s'intentarà no realitzar ampliacions de capital i els resultats obtinguts es destinaran a reserves per en un futur invertir-ho en la millora del negoci.

3 PLA ESTRATÈGIC DE L'EMPRESA: OBJECTIUS I ANÀLISIS INTERN

En aquest punt s'hi desenvoluparà el pla estratègic de l'empresa. Representa un pla d'actuació en el que s'hi detalla tot allò que pretén assolir l'organització i com ho farà per aconseguir-ho, alhora, també s'hi explica les grans decisions i actuacions que marcaran l'estratègia per a situar-se en els objectius establerts a mig termini.

En resum, el pla estratègic conforma quins objectius té l'organització, la seva raó de ser, com es pretén dur a terme tot, un petit anàlisi intern per desenvolupar la matriu DAFO posteriorment i quines estratègies es duran a terme per assolir aquests objectius.

3.1. Visió, missió i valors

L'adequada selecció i aplicació de la visió, missió i valors per al negoci és una eina que ajuda en gran part a aconseguir d'èxit. Aquests tres conceptes definits amb claredat permeten al mateix temps establir millors accions als plans de màrqueting, recursos humans, etc. i alhora permeten afrontar de millor manera complicacions al llarg de la vida del negoci, ja que així les decisions es prendran sent conscients de qui som, que es vol i com es vol aconseguir.

La visió serveix per a establir quins són els objectius que es pretenen assolir en un futur, on vol estar situat l'organització i és un concepte inspirador ja que ajuda a establir la missió i els valors d'acord amb que volem ser. Pel que fa a la visió d'Utopic consisteix en establir-se com a centre neuràlgic de coneixement, informatiu, formatiu i de treball; i generar canvis en la societat en termes d'innovació mitjançant projectes que aportin valor en la província de Tarragona.

La missió serveix per a definir quina és la raó de ser de l'organització. La missió d'Utopic és crear un espai de treball comú i proporcionar les eines necessàries per a formar una comunitat de persones en que desenvolupin amb èxit i satisfacció les activitats que realitzen, amb una idea diferent, on no sol sigui un espai de treball, sinó que compartir sigui la principal activitat que es realitzi dins les instal·lacions i crear així un nou model de negoci on sorgeixin així projectes que aportin valor a la societat.

Els valors són els principis ètics de comportament de l'organització i serveixen per establir la cultura organitzativa del negoci i les pautes de comportament que es desenvoluparan al llarg de la vida del negoci. Aquests valors que es regirà la forma d'actuació de l'organització són el de fer als usuaris tinguin la sensació d'estar en un entorn familiar, de companyerisme, tots compartint una mateixa cosa com es el coneixement a través dels nostres serveis. Alguns valors que es poden nombrar són la qualitat en els serveis prestats, tenir en compte el feedback dels clients, generositat i

compartir, innovació, responsabilitat, compromís amb les persones, tenir cura del medi ambient, etc. En resum, aplicar tots els valors familiars per a crear una comunitat.

3.2. Objectius de l'empresa a llarg i curt termini

Un cop establert les bases d'acció de l'espai coworking com són la visió, missió i valors, cal seguir establint les següents etapes dins del pla estratègic, on s'hi han de detallar una sèrie d'objectius tant a llarg com a curt termini que Utopic intentarà assolir.

Els objectius per a tota organització són aquelles metes que es marquen i serveixen com referència alhora de determinar quines accions i plans que en un futur s'hauran de executar seran més adequats al compliment d'aquests. Els objectius s'han de fixar separatament entre llarg i curt termini ja que un cop establerts els primers, els segon hauran de ser corresponents als primers, ja que el seu assoliment repercutirà en els objectius estratègics a llarg termini que té tota organització.

En primer lloc, aquests objectius a llarg termini que s'han fixat per al compliment d'ells són els següents:

- Obtenir una gestió econòmica on l'autofinançament sigui la clau de la inversió.
- Incrementar la inversió destinada al negoci en quatre o cinc anys.
- Ampliar les instal·lacions i oferir més serveis dels que es pretenen oferir actualment.
- Expandir el negoci i obrir franquícies en d'altres llocs del territori.
- Formar una comunitat entre tots els usuaris.
- Establir el coworking com una manera de treballar alternativa.
- Augmentar els clients.
- Crear llocs de treball estables.

Un cop determinats aquests objectius a llarg termini, s'han d'establir els objectius a curt termini on l'assoliment d'aquests ajudaran a la consecució dels objectius a llarg termini. Tot seguit anem a determinar quins són aquests:

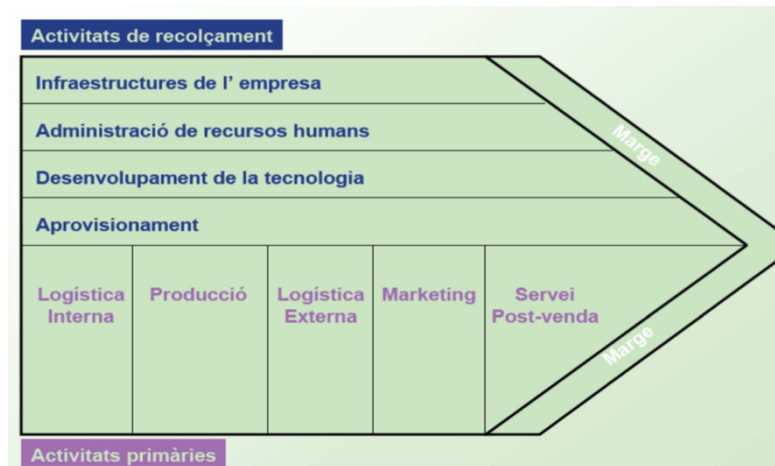
Obtenir una gestió econòmica on l'autofinançament sigui la clau de la inversió.

- Captar nova clientela i fidelitzar-la.
- Obtenir beneficis mensuals per a fer reinversió en el coworking i millorar-lo progressivament.
- Minimitzar les pèrdues durant l'inici del negoci o aconseguir resultats positius ràpidament.
- Un cop el negoci s'hagi estabilitzat, mantenir les despeses per sota d'un nivell d'ingressos fixes.
- Establir acords de col·laboració amb d'altres entitats.
- Millorar el coneixement de la societat respecte els espai coworking.
- Augmentar la visibilitat del coworking mitjançant una bona política de comunicació.
- Tenir en compte el feedback dels usuaris per conèixer els seus gustos i preferències.

3.3. Cadena de Valor

El concepte de cadena de valor fa referència a la desagregació de l'empresa en activitats bàsiques que cal portar a terme per a comercialitzar un servei. Cada activitat que la conforma incorpora una part del valor que el servei final representa. (Vidal Suñé, 2018)

Un cop definida la cadena de valor, es podrà realitzar un anàlisi intern i identificar l'avantatge competitiva d'aquesta empresa respecte a la competència.



Il·lustració 1 Representació de la cadena de valor d'Utopic S.L. **Font:** Elaboració Pròpia a partir de Vidal Suñé, A (2018)

Les activitats de la cadena de valor estan relacionades entre elles pel que no ha de perquè obtenir l'avantatge competitiu amb el funcionament individual d'una d'elles sinó també de les interaccions entre elles, les baules horitzontals i verticals.

Pel que fa a les activitats de recolçament, les que consisteixen en donar suport a les activitats primàries, estaran realitzades gairebé la totalitat d'elles pel personal de l'empresa ja que tenen la formació i la capacitat per dur a terme varies activitats:

- Infraestructura de l'empresa: en aquesta activitat trobem totes aquelles activitats que donen suport a l'empresa com són la comptabilitat, les finances, etc. Per a Utopic aquestes activitats les desenvolupen els membres ja que tenen el coneixement i la formació per dur-la a terme sense la necessitat d'externalitzar cap tasca a excepció de la neteja.
- Administració de Recursos Humans: en aquesta segona activitat trobem totes aquelles accions destinades a la recerca del personal, així com la contractació, les polítiques de recursos humans, etc. Els socis fundadors s'encarregaran de la recerca del personal que s'adaptin millors a les necessitats del projecte, ja que, cal que aquests tinguin una formació elevada i àmplia per poder ser tot l'equip humà treballadors polivalents.
- Desenvolupament de la tecnologia: aquesta activitat es dedica a la recerca i investigació de la tecnologia del negoci per a general valor o menys costos.

Avançant-nos a les activitats primàries, al tractar-se de treballadors polivalents els quals estaran en contacte amb els usuaris i tindran feedback de les instal·lacions en tot moment, a la vegada que els treballadors també utilitzaran els serveis, aquest desenvolupament de la tecnologia recaurà el seu pes en la comunitat del coworking, ja siguin usuaris o treballadors, ja sigui en una millor distribució del lay-out del local o amb noves xarxes socials o aplicacions.

- **Aprovisionament:** aquesta última activitat fa referència a l'emmagatzematge de les existències, materials, etc. Al tractar-se d'un negoci de serveis, no es necessari l'adquisició i emmagatzematge de mercaderies.

Un cop analitzades les activitats de recolzament, detallarem les activitats primàries les quals són:

- **Logística Interna:** al igual que succeeix amb els aprovisionaments, Utopic no executa aquesta activitat.
- **Producció:** en aquesta activitat trobem la manera en que es presta el servei i quin tracte amb el client es té mentre aquest està a les instal·lacions. Al tractar-se d'un equip humà amb un gran nivell formatiu, aquest servei es produirà amb un alt grau d'acompliment per part dels nostres usuaris ja que cobreixen amb la seva formació un gran ventall de necessitats.
- **Logística Externa:** al igual que succeeix amb els aprovisionaments com a activitat de recolzament i logística interna com a activitat primària, Utopic no executa aquesta activitat.
- **Màrqueting i Servei Post Venda:** aquestes dues activitats que són separades però la descripció per el negoci coincideix, seran executades com succeeix amb la producció pel personal d'Utopic ja que al ser descrits com a polivalents, estant en tot moment amb els clients i coneixent de primera mà les seves necessitats, aquests podran executar unes accions de publicitat per el local amb millor eficàcia a l'hora de estar en contacte amb els usuaris i un cop dut a terme el servei, estar en contacte amb ells per a donar suport en els projectes dels clients, per a fidelitzar-los, etc.

Aquesta interrelació que genera l'avantatge competitiu d'Utopic es genera per coordinació ja que al realitzar la totalitat de les activitats els membres del negoci, els quals seran quatre, i no es desagreguen les activitats en àrees ni departaments, aquests poden desenvolupar totes les activitats d'una manera més eficient ja que tenen coneixement de les necessitats dels clients, ja que estan en contacte en la producció, en el moment del servei del client, aquest contacte els genera un feedback, unes inquietuds dels usuaris, etc. pel que pot ser que el usuari reclami ajuda en temes fiscals (es realitzaria un programa de formació dels treballadors), pot necessitar una aplicació informàtica (es produiria el desenvolupament tecnològic sense cap cost de recerca), pot

estar realitzant un important projecte a presentar i no tornar-hi mai més al local (se li preguntaria com li ha anat i es realitzaria el servei post venda) o estant en contacte amb els usuaris, els hi permet tenir coneixement de quin segment de client adquireix més el servei i quin de menor manera, pel que es realitzaria accions de màrqueting per atraure més consumidors, o enfocar-se més a un segment de mercat, etc.

3.4. Quadre comandament

En aquest punt s'hi establirà el quadre de comandament el qual es tracta d'una eina de gestió on s'hi representa de manera gràfica els principals objectius que té el negoci des de diferents perspectives com són la financera, els clients, els processos interns i l'aprenentatge i creixement.

Un cop tenir establerts els objectius segons les diferents perspectives, s'han de identificar en el gràfic quins són els indicadors que s'utilitzaran per a comprovar en quina situació es troba l'objectiu.

Realitzar aquest quadre de comandament té grans beneficis per al gestor ja que ofereix una visió general i sintetitzada de com funciona el negoci, pot establir quina és la possible evolució que obtindrà el negoci i permet prendre decisions ràpidament amb informació de dades actualitzades.

A continuació, s'hi detallarà el quadre de comandament per a Utopic:

	OBJECTIUS	INDICADORS	BO	NORMAL	DOLENT	RESULTAT	SOLUCIONS
FINANCES	<ul style="list-style-type: none"> - Augment dels beneficis - Millorar de la relació usuaris-beneficis 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultat de l'exercici - Despeses 					
CLIENTS	<ul style="list-style-type: none"> - Fidelització - Satisfacció 	<ul style="list-style-type: none"> - Enquestes - Creixement dels clients 					
PROCESSOS INTERNS	<ul style="list-style-type: none"> - Assegurar la qualitat del servei - Oferir més serveis als clients 	<ul style="list-style-type: none"> - Intervals de temps buits. - Formació del personal 					
APRENETATGE I CREIXEMENT	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicació interna - Qualitat del personal 	<ul style="list-style-type: none"> - Clima laboral - Formació continua 					

Taula 1 – Quadre de comandament d'Utopic. S.L. Font: Elaboració Pròpia.

3.5. Pla d'actuacions

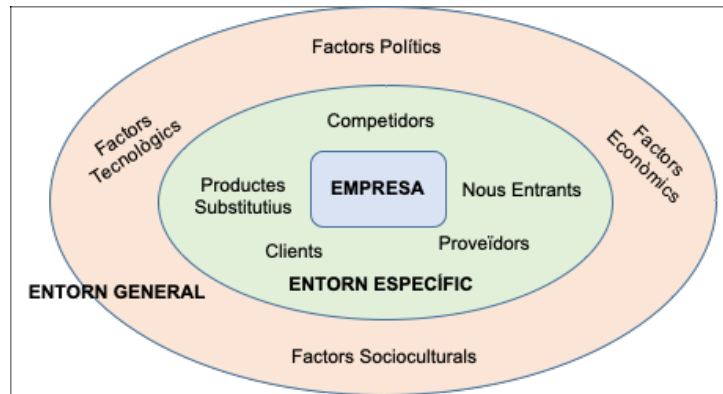
Per a desenvolupar aquests pla d'actuacions s'ha fet un cronograma en forma de diagrama de Gantt, en el que s'ha conformat una llista amb totes les activitats a realitzar abans de l'inici de l'empresa que estaran ordenades de forma seqüencial. La durada des de la realització d'aquest pla d'empresa es de 8 mesos, començant al juny del 2019 i acabant al gener de 2020.

	JUNY	JULIOL	AGOST	SEPTEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	GENER
1.- PLA D'EMPRESA	x							
2.- TRÀMITS		x						
3.- L·LICÈNCIA D'OBRES			x					
4.- CONTRACTAR PROFESSIONALS D'OBRA			x					
5.- PROJECTE DEL LOCAL.			x					
6.- REALITZACIÓ D'OBRES				x	x			
7.- ADQUISICIÓ DE MOBILIARI I MATERIAL					x			
8.- DEFINIR OFERTA COMERCIAL					x			
9.- CONTRACTAR PERSONAL						x		
10.- DISSENY XARXES SOCIALS						x	x	
11.- DISSENY DE LA WEB						x	x	
12.- CAMPANYA PUBLICITÀRIA						x	x	x
13.- CAPTACIÓ D'USUARIS								x
14.- APERTURA								x

Taula 2 – Pla d'actuacions d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.

4 ANÀLISI DE L'ENTORN GENERAL I ESPECÍFIC

En aquest bloc es pretén desenvolupar un anàlisi de l'entorn general i específic que afecten al negoci. Ambdós entorns, tot són externs tot i presentar diverses diferències entre ells. Mentre que l'entorn general les variables afecten a moltes empreses a la vegada de diferents àmbits i d'una manera mes superficial sobre les quals a les empreses els hi costa influir en ell, l'entorn específic les variables i agents actuen directament amb l'empresa en qüestió. Un cop es tingui coneixement de totes les variables de l'entorn que afecten al negoci i els punts forts i punts febles, podrem elaborar una matriu DAFO que servirà per elaborar diferents alternatives estratègiques adequades per al negoci, millorar la presa de decisions, establir objectius tant a llarg com a curt termini d'acord amb les possibilitats reals que permet l'entorn i el sector i establir l'estratègia competitiva.



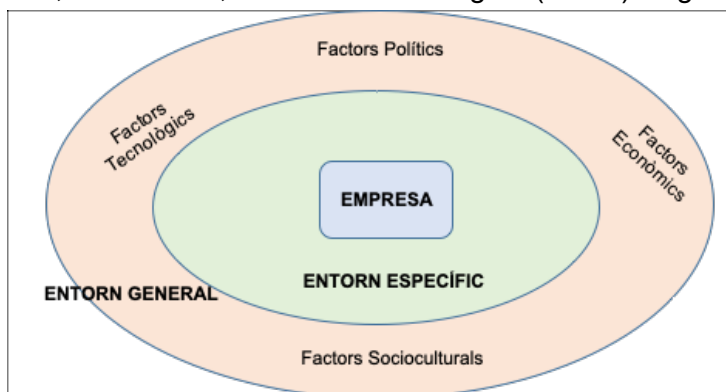
II-lustració 2 – Representació de l'entorn general i específic d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Navas, J.E. i Guerras, L.A. (2007)

4.1. Anàlisi de l'entorn general

Per a realitzar un anàlisi a l'entorn general de les empreses, existeixen diferents eines per a poder estudiar-ho. Existeix el model de les 7's, la matriu Boston Consulting Group, l'anàlisi PESTEL, l'anàlisi FODA, etc. de tots ells, l'eina que utilitzarem serà l'anàlisi PEST per analitzar l'entorn general.

En l'apartat s'estudiarà l'anàlisi PEST el qual fa referència a l'enumeració i identificació dels factors d'aquest entorn general que afecta al negoci i aquest no pot fer res per evitar que la seva influència. L'objectiu d'aquest estudi és conèixer les variables de l'entorn que afecten a la nostra empresa i al mateix temps, reduir la incertesa i determinar amenaces i oportunitats. (Navas, J.E. i Guerras, L.A, 2007)

Aquest anàlisi és un instrument que facilita la definició i coneixement de l'entorn centrant-se en els factors Polítics, Econòmics, Socials i Tecnològics (PEST). Alguns avantatges que té aquest mètode d'anàlisi és la seva fàcil i ràpida adaptació per a cada negoci sigui quin sigui el seu àmbit, ajuda a la presa de decisions dels directius, permet adaptar-se i avançar-se a les tendències del mercat, etc.



II-lustració 3 – Representació de l'entorn general d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Navas, J.E. i Guerras, L.A. (2007)

4.1.1. Entorn Polític

L'entorn polític actual a Catalunya es troba en una situació d'inestabilitat durant els últims anys, degut al Procés Català. A causa d'aquest intent d'independència de la Generalitat de Catalunya i la contundent resposta del Govern d'Espanya, a provocat una divisió en la societat, moltes empreses han traslladat el seu domicili social de Catalunya

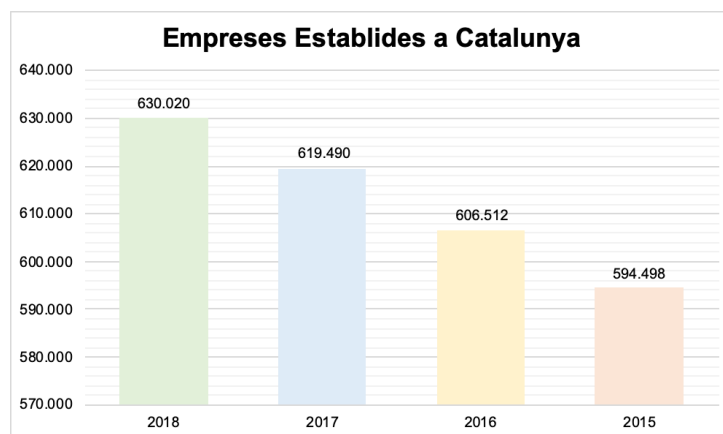
cap a la resta de l'Estat Espanyol com per exemple Codorniu o bancs importants que cotitzen en Borsa i degut al enfonsament que varen patir i garantir així una estabilitat al seu accionariat, com podria ser Caixabank o Banc Sabadell. (Los bancos catalanes, castigados en bolsa por el impacto de esta crisis en su negocio, *El confidencial*, Setembre 2017)

Aquesta inestabilitat ha provocat canvis en la presidència del govern d'Espanya perllongant aquesta a les polítiques econòmiques i als pressupostos de l'Estat, els quals van ser rebutjats.

Aquests fets han derivat en la convocatòria anticipada d'eleccions al govern de l'Estat on la societat s'està mostrant molt dividida, protagonitzant varies manifestacions i enfrontaments.

Tot i aquesta situació, es considera que no hauria d'afectar a la creació de noves empreses i que aquestes haguessin de tancar degut a aquests fets.

Es pot apreciar com tot i aquest entorn polític inestable, el nombre d'empreses que es creen o les que decideixen establir-se des de l'any 2015 va augmentant pel que es podria afirmar que no afecta a la confiança en escollir la seu d'una empresa aquestes variables.



Il·lustració 4 - Gràfic corresponent a les empreses establides a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

4.1.2. Entorn Econòmic

Per a explicar l'entorn econòmic, una eina de referència que ens informa d'aquesta situació en el nostre entorn són les publicacions trimestrals que fa el Departament d'Economia i Hisenda que pública a la pàgina web de la Generalitat de Catalunya. És una informació important ja que és necessari conèixer en quin cicle econòmic es troba l'economia i la seva conjuntura. En aquest cas, l'informe publicat al Gener destaca els següents punts importants d'una manera sintetitzada:

- *“Revisió a la baixa en les expectatives sobre l'economia internacional, en particular a la zona euro. La rebaixa s'explica pel debilitament del comerç mundial, pel to menys*

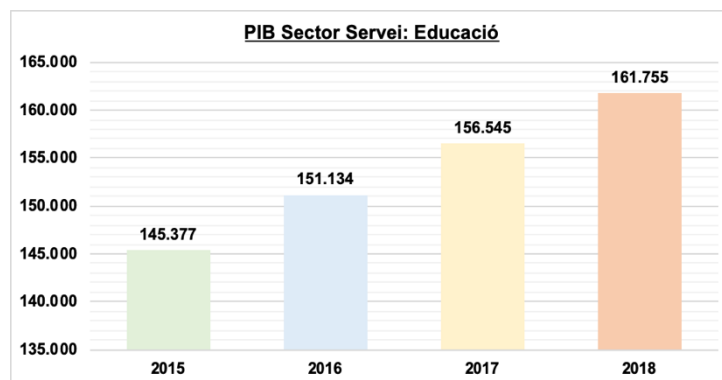
favorable de les condicions financeres i per la incertesa derivada de factors com el Brexit.

- *El quart trimestre del 2018 el PIB català creix un 0,6 % Inter trimestral, una dècima per sobre de l'increment del tercer trimestre. El creixement interanual es modera fins a un 2,2 %.*
- *Aquest creixement més baix es deriva fonamentalment d'un context internacional menys favorable, que està provocant que la demanda externa i el sector industrial (el sector més obert a l'exterior) experimentin un deteriorament.*
- *Tot i la moderació, el creixement econòmic a Catalunya supera en un punt percentual el registrat a la zona euro, on el creixement s'ha desaccelerat fins a un 1,2 % interanual el quart trimestre.*
- *En mitjana anual del 2018, el PIB català ha crescut un 2,6 %, per sota del creixement d'un 3,4 % registrat l'any 2017.*
- *La construcció manté un creixement notable el quart trimestre (4 % interanual), mentre que els serveis han accelerat el ritme fins a un 3,3 %. En sentit oposat, el sector industrial és el més afectat per la feblesa de la demanda externa i el seu VAB es contreu el quart trimestre un 1,5 % en termes interanuals.*
- *Durant el 2018 la despesa del turisme estranger ha seguit a l'alça, amb un creixement d'un 6,4 % anual en acumulat fins al novembre.*
- *El creixement de les exportacions de béns s'ha alentit al llarg del 2018. En termes acumulats fins al novembre augmenten un 1,9 % en valors corrents, per sota del 2017. En canvi, les importacions de béns segueixen amb un creixement significatiu, d'un 7,2% en termes acumulats fins novembre.*
- *L'ocupació segueix creixent a un ritme notable. En el conjunt del 2018, el nombre d'ocupats ha augmentat un 2,7 % segons l'EPA, tot i que l'ocupació temporal creix més que el nombre d'assalariats indefinits; la taxa d'atur baixa fins a un 11,5%, el valor més baix en deu anys.*
- *En el total de l'any, la inflació ha estat moderada (1,8 %), quatre dècimes per sota de la de l'any anterior. A la part final del 2018, la inflació s'ha moderat més (i tanca desembre en un 1,4 % interanual) per l'evolució a la baixa del petroli, després d'una primera meitat del 2018 amb una cotització elevada.*
- *El cost laboral per treballador i mes del tercer trimestre va augmentar un 2,3 % interanual. Això s'explica per la recuperació progressiva dels salaris durant el 2018. Tot i que el creixement del cost laboral supera el que s'havia registrat els últims anys, continua sent un augment moderat, en línia amb el creixement que registren els preus.*

- Els principals índexs borsaris europeus han registrat pèrdues importants durant el quart trimestre i han acabat el 2018 amb caigudes anuals de dos dígitos. L'IBEX-35 registra una caiguda acumulada del 15,0 % anual en el tancament del 2018.
- Els ingressos no financers de la Generalitat fins al novembre augmenten un 3,4 % anual, amb un creixement notable de les bestretes del model de finançament (4 %). L'alentiment del ritme de comptabilització d'algunes partides frena l'increment del conjunt de despeses no financeres, que fins al novembre van ser un 1 % més elevades que el mateix període de l'exercici anterior." (Departament d'Economia i Hisenda de la Generalitat de Catalunya, 2019)

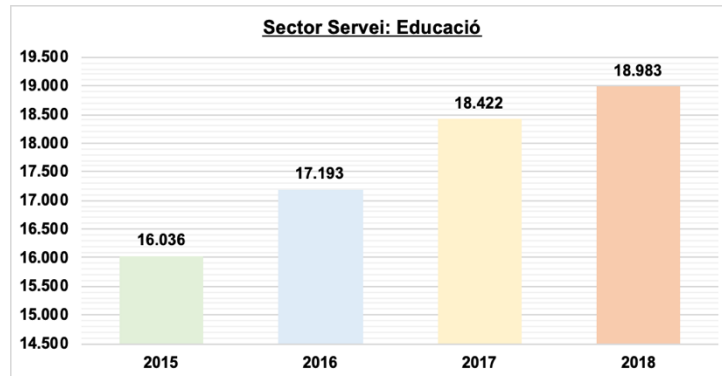
Un cop havent realitzat l'anàlisi d'aquests indicadors, podem comprovar com tot i que existeixen algunes dades que provoca que hi hagi una certa prudència a l'hora d'emprendre un negoci, la majoria d'elles són esperançadores per a qualsevol emprenedor i pot afavorir el fet que no existeixi cap impediment econòmic alhora de tirar endavant el projecte. Una dada a destacar és l'increment interanual del PIB català fins al 2,2%. Tot i tractar-se d'un augment moderat i inferior al de l'any passat, augmenta en un punt percentual en comparació amb el PIB de la zona econòmica europea. Això és una dada econòmica molt favorable ja que significa que ja s'ha deixat enrere la crisi econòmica i a partir es pot presumir un creixement econòmic que ajudarà al conjunt d'emprenedors a ser valents a l'hora de posar en pràctica les seves idees de negoci, els quals podrien esdevenir clients potencials del coworking i a l'hora també augmentarà l'ocupació provocant l'augment de treballadors autònoms, freelance i petites i mitjanes empreses.

L'augment del PIB català també es veu reflectit en l'augment del PIB del sector servei a preus corrents pel que fa a l'educació on segons dades recollides des de 2015, el PIB d'aquest sector ha anat augmentant.



Il·lustració 5 – Gràfic corresponent al PIB del sector serveis a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

Com es pot apreciar en el següent gràfic, una altra dada significativa es que el nombre de entitats relacionades amb el sector educatiu de serveis ha augmentat al igual que succeeix amb el PIB d'aquest durant els últims quatre anys.

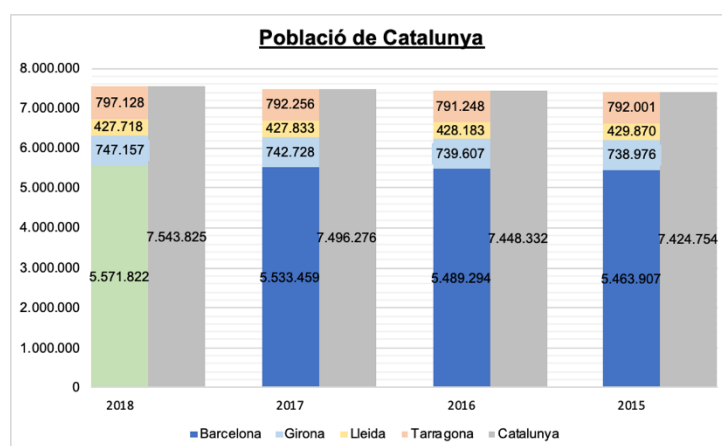


Il·lustració 6 - Gràfic corresponent a les entitats del sector serveis a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

Aquests dos últims gràfics són representatius del negoci que es pretén crear com és l'espai coworking ja que aquest tindrà una vessant educativa i professional per a tots els usuaris que hi assisteixin. En aquest cas trobem que les entitats d'àmbit educatiu durant els últims anys han anat en augment.

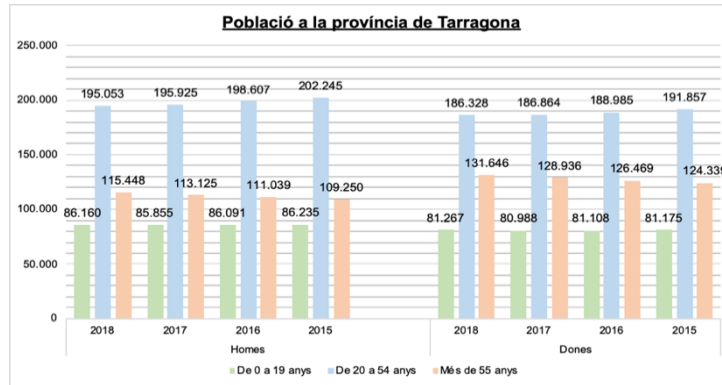
4.1.3. Entorn Sòcio- Demogràfic i cultural

Pel que fa a l'anàlisi de l'entorn sociocultural, es pot apreciar com la població a la província de Tarragona ha anat disminuint durant els darrers anys. Des de l'any 2015, quan va decreixer un 1% fins el següent any, la població ha agafat una tendència estable amb unes variacions lleugeres durant els tres últims anys situant-se al voltant del 792.000 habitants.



Il·lustració 7 - Gràfic corresponent a la població de Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

Aquesta projecció de disminució de la població també la podem observar en el conjunt de la població de Catalunya on des de l'any 2015 ha anat disminuint any rere any.

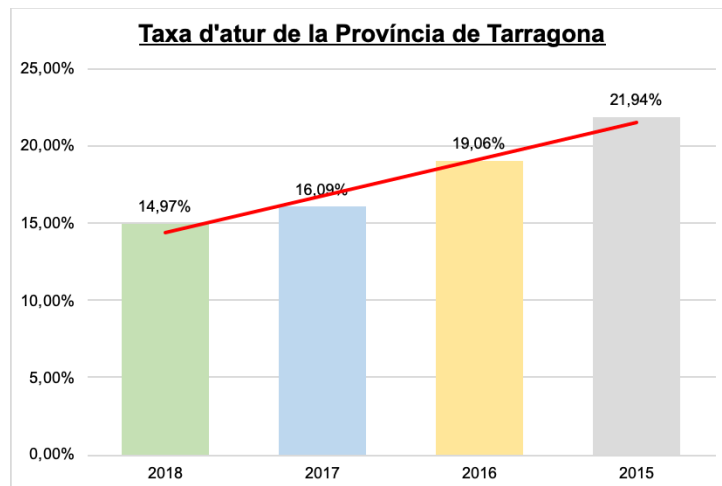


Il·lustració 8 - Gràfic corresponent a la població de Tarragona (2015 a 2018). **Font:** Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

L'objectiu principal del coworking és oferir el servei a aquella part de la població de la província de Tarragona, que és on es situarà el negoci, i que encaixi en el perfil del client que es pretén dirigir el negoci. És per això que és necessari estudiar el col·lectiu en qüestió.

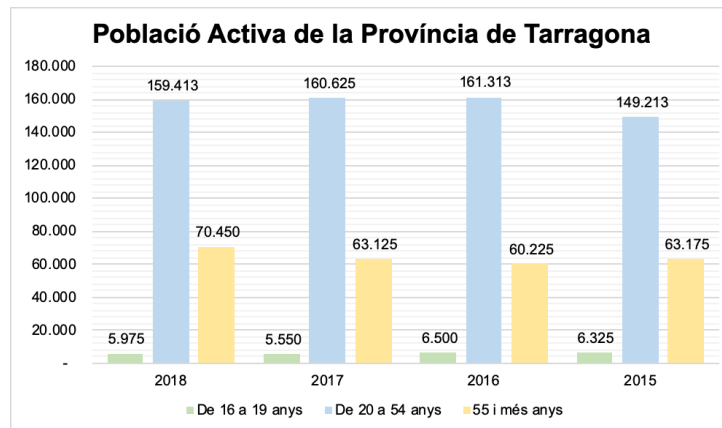
Com més endavant es detallarà, el perfil de client està comprès fins als 65 anys aproximadament i que es dediqui al sector educatiu, empresarial, emprenedor o fins i tot gent inscrita a l'atur.

L'atur a la província de Tarragona ha anat augmentant durant els quatre últims anys fins a arribar a una taxa de l'any anterior de 22% aproximadament on representa una xifra molt elevada tenint en compte que és gairebé una quarta part de la totalitat de la població activa que té el territori.



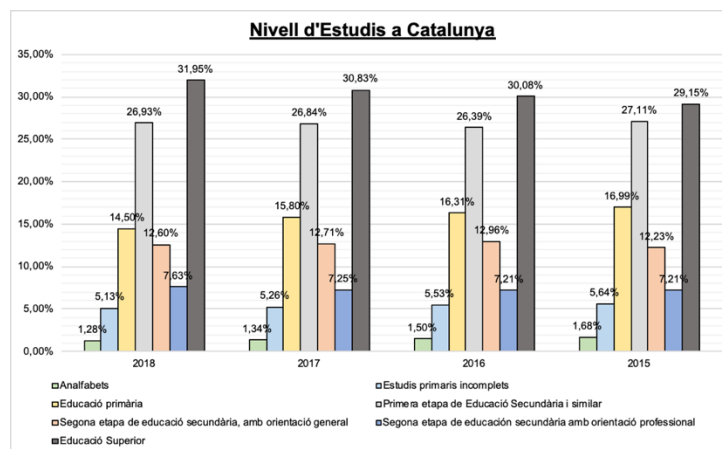
Il·lustració 9 - Gràfic corresponent a la taxa d'atur a la província de Tarragona (2015 a 2018). **Font:** Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

Tot i les altes xifres d'atur, trobem que les xifres de població activa van augmentant conforme passen els anys a la província, això significa que la piràmide poblacional s'està eixamplant per la meitat i ha augmentat el nombre de habitants que s'inclouen dins aquesta edat de treballar.



Il·lustració 10 - Gràfic corresponent a la població activa la província de Tarragona (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

Aquest aspecte és important ja que un dels objectius del coworking és obrir noves vies laborals a tota aquesta població que comprenen la població aturada i la població activa. En referència als factors culturals, podem observar com la formació acadèmica és part important del futur públic objectiu que tindrà l'espai coworking ja que és el nivell d'estudis superiors o post obligatoris a Catalunya durant els últims anys ha anat en augment. Aquestes ganes de seguir formant-se que tenen els joves és una eina a tenir en compte i que caldrà seguir la seva evolució.



Il·lustració 11 - Gràfic corresponent al nivell d'estudis a Catalunya (2015 a 2018). Font: Elaboració pròpia a partir de dades de <http://www.idescat.cat>

4.1.3. Entorn Tecnològic

L'entorn tecnològic és aquell que afecta al sector o servei en el que es posiciona el projecte, és a dir, tot allò que es refereix a la innovació, les noves tendències que apareixen en l'àmbit tecnològic i els nous canals de comunicació.

En aquest cas, com Utopic és tracta d'un espai coworking en el que no té un gran impacte les noves tecnologies al tractar-se d'un espai comú on tothom hi assistirà amb el seu material tecnològic necessari, aquest entorn tecnològic no té incidència directa en poder extreure el màxim profit per al negoci alhora d'innovar o de crear noves tendències tecnològiques.

Tot i així, l'espai coworking disposarà de l'equipament tecnològic necessari i innovador del mercat per a que els usuaris que en requereixin del seu ús, puguin fer el que necessitin amb la màxima eficàcia i eficiència, com podria ser la connectivitat a internet, cursos formatius via telemàtics, etc.

És per això que tot i no ser un element de l'entorn que afecti al dia a dia del negoci, és un factor molt significatiu degut a la tendència que esta agafant en la societat en les formes d'estar comunicats amb l'entorn i s'haurà de tenir en compte ja que una bona utilització pot marcar l'evolució futura del coworking.

A banda d'això, Utopic aprofitarà les noves tecnologies de la informació per a donar-se a conèixer i ser-hi present en el dia a dia de la població.

Malgrat això, pel que fa a l'entorn del Camp de Tarragona s'hi pot afirmar que és una zona amb innovació tecnològica ja que aquests últims anys s'hi està observant un gran creixement que fa que les persones integrin més el seu dia a dia amb les noves tecnologies.

4.1.5. Conclusions de l'anàlisi PEST

Com a resum podem concloure que Catalunya tot i trobar-se en una situació d'incertesa política, és pot observar com no afecta al sector empresarial a l'hora de prendre la decisió de establir la seu a Catalunya o obrir un negoci. Pel que fa a l'economia, en l'últim document de la Generalitat de Catalunya comenta com els indicadors estan en creixement i que la situació de crisi viscuda queda lluny. En l'àmbit sociocultural veiem que tot i reduir-se la població, aquesta augmenta en les edats on es permet el treball pel que pot haver saturació de treballs i és un bon indicador per oferir des de el negoci una via alternativa i per últim, la tecnologia va en augment en el dia a dia de la societat i pot ser un canal de comunicació amb els clients i donar a conèixer el negoci pel que resulta molt important.

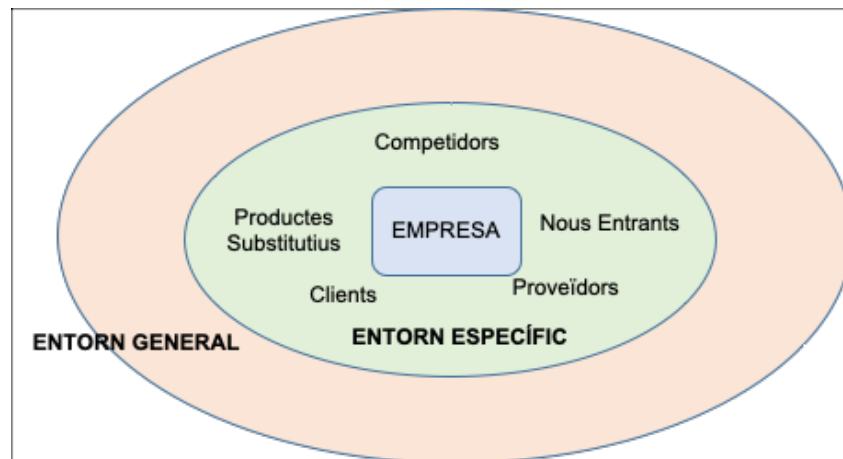
4.2. Anàlisi de l'entorn específic

En l'apartat anterior s'han analitzat els factors externs que no tenen relació directa amb el negoci com són el factor polític, econòmic, social i tecnològic els quals són incontrolables per a qualsevol negoci. És per això que un cop havent recollit informació sobre l'entorn general actual, anem a detallar l'entorn específic de l'empresa el qual el formen els seus stakeholders, o grups d'interès, els quals són variables externes però que mantenen relació directa amb el negoci.

Per als projectes i les idees de negoci en l'actualitat, el més important no només es tracta de disposar d'avantatges competitius i explotar-los al llarg del temps, tot i que és un factor clarament important, sinó que el que realment és imprescindible i ha de complementar a això és tenir la capacitat d'estar en constant contacte i interacció amb tot l'entorn, tant general com específic, i no només amb l'entorn més directe, amb

l'objectiu de tenir el màxim d'informació necessària per a prendre decisions estratègiques per a l'organització i renovar-se al llarg del temps.

Per tant, a continuació es realitzarà l'anàlisi de l'entorn específic mitjançant la teoria de les cinc forces competitives de Michael E. Porter que estàn dividides per:



Il·lustració 12 - Representació de l'entorn específic d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia a partir de Navas, J.E. i Guerras, L.A. (2007)

4.2.1. Competidors actuals:

En aquest apartat s'analitza l'estat actual de l'entorn específic per Utopic dins del sector del coworking entre els competidors establerts. En tots els sectors inclòs aquest, com més competitivitat i rivalitat existeixi entre les empreses establertes, farà que la possibilitat d'obtenir grans beneficis per a aquestes sigui inferior al normal i per tant l'atractiu del sector desapareixerà. (Vidal Suné, 2017)

Per analitzar aquest fet, existeixen diversos factors que determinen la competitivitat dels rivals com el número de competidors (grau de concentració); l'existència de barreres de sortida del mercat en el cas de tenir costos fixos elevats, etc.


En aquest cas, per Utopic no existeixen aquests factors que facin que l'atractiu del sector sigui menor ja que els competidors que estan establerts a la ciutat de Reus no tenen una gran competitivitat entre ells ja que s'entén el servei com un estil de treball i es tracta d'un sector en expansió. A més a més, degut a la plena ocupació de tots els coworkings competidors a la ciutat de Reus és necessari la creació d'altres ja que la capacitat d'aquests és limitada i aquests no tenen suficient capacitat per a més usuaris.

Deixant de banda les biblioteques, les oficines o les pròpies llars dels futurs clients que podrien identificar-se com un servei substitutiu del espai coworking, s'hi farà un anàlisi de la competència directa, espais coworking, i que ofereixin una oferta similar destinada al mateix mercat que Utopic.


Les ciutats amb major nombre d'espais coworking de la província són Reus i Tarragona, és per això que a continuació s'analitzarà aquests espais i els situats en poblacions properes com són Valls i La Selva del Camp.

Aquests espais són Multifocines MO, Espai Factoria, Col54 i Redessa a la ciutat de Reus; la Caravana Coworking, Avant Coworking i Cowork Tarraco a la ciutat de Tarragona; El Taller Coworking al poble de La Selva del Camp; i per últim Espai La Magrana al poble de Valls.


L'enfocament valoratiu que realitzaré tindrà diferents vessants. En primer lloc a qui va destinat (coworkers i/o empresaris), valor afegit (servei pur o formar part d'una comunitat) i quin nivell de competència te (competidor directe fort o dèbil):

	Nom: Multifocines MO
	Ciutat: Reus
	Direcció: Avinguda la Salle, 45 (43205)
	Espais: Zona Co-Working, Lloguer d'oficines (privat, mixte, per dies) , Sala de Reunions
Serveis:	
<ul style="list-style-type: none"> - Zona Co-working (recepció de correspondència, missatges i paquets; climatització; accés a internet; taquilla; fax; impressora i escàner de documents) - Lloguer d'oficines permanent (Domiciliació social i fiscal; accés 24/7; atenció telefònica; recepció de correspondència; climatització) - Sala de Reunions (accés a internet; pantalla i projector; cadires i taules, begudes i càtering segons tarifa; servei d'interpret segons tarifa) 	
Horari: 09:00 a 19:30h de dilluns a divendres	Tarifes: <ul style="list-style-type: none"> - 90€/mes mitja jornada (14:30 a 20:30h). - 150€/mes jornada completa
Anàlisi Valoratiu: Sens dubte es tracta d'un gran competidor per la gran varietat de serveis que ofereixen, tot i això, hi ha un enfocament més al vessant professional d'empresaris i no tant als coworkers on la majoria son emprenedors i a aquests no els hi ofereix un valor afegit que es el de formar part d'una comunitat, compartir coneixement, tallers, etc.	


Taula 4 - Anàlisi de la Competència (Multifocines MO). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://oficinasreus-mo.com>

	Nom: Col54
	Ciutat: Reus
	Direcció: Carrer Ample 54, 3r 3a (43202)
	Espais: Espai obert, Espai Tancat i Sala de Reunions
Serveis: Despeses de llum, aigua i calefacció, 5h/mes d'ús de la sala de reunions, internet (wifi i fibra òptica), impressores, cuina equipada.	
Horari: 08:00 a 20:00h de dilluns a divendres	Tarifes: <ul style="list-style-type: none"> - Espai Obert: 140€/mes (sense iva) - Espai Tancat: 210€/mes (sense iva) - Sala de Reunions: 15€/hora
Anàlisi Valoratiu: Espai de treball destinat a coworkers, amb poca capacitat per acollir grups nombrosos. Al igual que Espai Factoria i d'altres que vindran a continuació, ofereixen el valor afegit de formar part d'una comunitat única.	


Taula 3 - Anàlisi de la Competència (Col54). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.col54.com>

	Nom: La Carava Coworking
	Ciutat: Tarragona
	Direcció: Carrer Joaquina de Verduna, 8 Pral "D" (43002)
	Espais: Zona coworking repartides amb taules, sala de reunions
Serveis: Espais de 1.6m amb cadira, taula, buc, calaix i làmpada; Manteniment i neteja de l'espai; recepció de visites, missatgeria, impressió,... ; Wifi; Custòdia d'ordinadors portàtils; cafè i pastes de cortesia; zona de descans	
Horari: 9:00 a 20:30h de dilluns a divendres	Tarifes: <ul style="list-style-type: none"> - 75€/mes mitja jornada (14:30 a 20:30h) - 125€/mes jornada completa
Anàlisi Valoratiu: La Caravana Coworking té una gran oferta i es un competidor fort ja que ofereix preus atractius. Al igual que els anteriors, segmenta el seu mercat als coworkers i deixa de banda a empresaris o professionals.	


Taula 5 - Anàlisi de la Competència (La Caravana Coworking). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.lacaravanacoworking.com>

	Nom: Espai La Magrana
	Ciutat: Valls
	Direcció: Miralbosc, 8
	Espais: Zona Coworking, Sales Privades, Sala de reunions, Sala d'actes, Bar.
Serveis: Internet d'alta velocitat; telèfon; despeses de llum, aigua, calefacció i neteja	
Horari: 09:00 a 21:00h de dilluns a divendres.	Tarifes: <ul style="list-style-type: none"> - 2 dies/setmana amb espai variable: 60€/mes - 3 dies/setmana amb espai variable: 75€/mes - Mitja jornada amb espai fix: 100€/mes - Jornada Completa amb espai fix: 150€/mes - Equips de 2 persones amb espai fix: 250€/mes
Anàlisi Valoratiu: Espai La Magrana té una gran varietat de tarifes que permet adaptar-se a una gran quantitat d'usuaris, però malgrat això, només es destina al igual que la gran majoria a coworkers i emprenedors.	


Taula 6 - Anàlisi de la Competència (Espai La Magrana). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.esपालmagrana.cat>

	Nom: Cowork Tarraco
	Ciutat: Tarragona
	Direcció: Pau Claris 2, semisótano (43005)
	Espais: Despatx Individual, Open Space, Sala de Conferència.
Serveis: Internet + Wifi; impressora multifunció; Fax; Projector; Domiciliació Fiscal; Recollida de paqueteria; Atenció de visites; Aire Acondionat; Zona de descans	
Horari: 09:00 a 20:30h de dilluns a divendres	Tarifes: - Despatx individual: 225€/mes - Open Space: 135€/mes - Pla Flexible: 80€/mes (5 hores diàries) - Sala de Conferència: 15€/hora
Anàlisi Valoratiu: Al igual que d'altres, Cowork Tarraco deixa de banda a empresaris i professionals per centrar-se en els coworkers i sense oferir formar part a la seva comunitat ni serveis o formació extra.	

Taula 7 - Anàlisi de la Competència (Cowork Tarraco). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.coworktarraco.es>

	Nom: Espai Factoria
	Ciutat: Reus
	Direcció: Raval de Santa Anna, 41-43 2n 1a
	Espais: Zona Coworking, Sala de reunions, Sala d'skype, Sala atelier
Serveis: Espai obert de treball amb accés a totes les sales, wifi, office, impressora, camara de vigilància.	
Horari: Obert 24 hores	Tarifes: 140€
Anàlisi Valoratiu: Aquest competidor té el mercat segmentat cap a coworkers i no cap a empresaris o professionals. En aquest cas Espai Factoria si que ofereix el servei amb el valor afegit de formar part d'una comunitat i sentir-se participi amb ella.	

Taula 8 - Anàlisi de la Competència (Espai Factoria). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.facebook.es/espaifactoria>

	Nom: Avant Coworking
	Ciutat: Tarragona
	Direcció: Avda. de Roma, 23 (43005)
	Espais: Open Space, Despatx individual, Despatx fins a 4 persones, Sala de Reunions, Coworking amb terrassa
Serveis: Internet + Wifi; Cuina; Accés 24/7; Aire Acondionat; Secretaria; Sala de Reunions	
Horari: Obert 24 hores	Tarifes: - Open Space: 150€/mes - Despatx Individual: 275€/mes - Despatx fins a 4 pax: 500€/mes - Sala de Reunions: 25€/hora o 100€/ dia
Anàlisi Valoratiu: Avant Coworking és el competidor més directe que pot tenir Utopic ja que ofereix una oferta de serveis i tarifes similars. Tot i així, la diferència que té amb Utopic es la localització on es troba i a diferència d'aquest, Utopic també presta serveis a estudiants de Batxillerat o Tècnic Superior i fomenta l'emprenedoria a la joventut.	

Taula 9 - Anàlisi de la Competència (Avant Coworking). Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.coworkingtarragona.com>

Fent un resum dels anàlisis de la competència, s'ha pogut comprovar que la gran majoria dels Espai Coworking que existeixen a l'entorn del territori ofereixen els seus serveis a emprenedors que volen desenvolupar els seus projectes o els que ja els han emprés. Per aquest fet, tots aquests competidors els assignaríem de dèbils ja que només ofereixen una part dels serveis que ofereix Utopic.

D'altra banda, Multioficines Mo (Reus) i Avant Coworking (Tarragona) es podrien catalogar com a competidors més directes perquè alhora que ofereixen serveis a emprenedors, també ofereixen serveis a empreses, empresaris i professionals a utilitzar les seves instal·lacions. La única diferència que existeix entre aquest és el valor afegit que no aporten als seus clients per part de l'equip humà com si fa Utopic.

Per tant, Utopic es situarà en el mercat oferint als coworkers el valor afegit que ofereixen els espais de coworking petits com és formar part d'una comunitat, formació a través de tallers, cursos, etc. i oferir als empresaris i professionals serveis per ajudar-los en el seu dia a dia i les seves necessitats. La gran diferència i el que cap d'aquests ofereix és un servei al rang d'edat entre 16 i 24 anys on aquests podran assistir-hi per realitzar els seus treballs i tasques, alhora que es fomenta l'emprenedoria en aquests al estar en contacte amb els altres clients.

En síntesi, tot i existir un gran nombre de competidors actuals al sector on només dos d'ells es troben en l'actualitat oferint un servei similar al que pretén oferir Utopic, l'amenaça d'aquests competidors no és gran degut a que l'oferta de serveis que ofereix el nostre negoci és més àmplia que les competidores.

4.2.2. Competidors potencials:

Pel que fa a l'apartat de competidors potencials, s'analitza quin és el nivell d'amenaça de que entrin nous competidors al sector. Per a fer aquest anàlisi i veure quin és aquest nivell, s'han de tenir en compte les següents dues variables.

En primer lloc cal veure quin és el grau d'atractiu del sector. Tot i que des d'un principi la opció d'obrir un espai coworking es atractiva pel fet de que es un negoci actual sorgit en els últims anys, els beneficis d'aquests solen poc elevats o a llarg termini, no com succeeix en altres tipus de negocis.

En segon lloc cal veure quina és el grau de facilitat o dificultat d'accés a aquest sector. En aquest cas no existeixen grans barreres d'entrada ja que principalment, la gran partida d'actiu que disposa un negoci en aquest sector és el seu mobiliari. (Vidal Suné, 2017).

Tot i així, és necessari que aquests espais disposin d'equipament a la alçada per a poder desenvolupar el servei el millor possible d'acord amb la última tecnologia disponible.

En aquest sector del coworking no existeix un monopoli ja que es tracta d'un conjunt de diferents espais sense que existeixi una empresa de grans dimensions que pugui fixar una estratègia de preus i condicionar el mercat. Com ja s'ha comentat anteriorment, tampoc és necessari disposar de tecnologies específiques, recursos materials extraordinaris o permisos o polítiques especials pel que aquests no serien barreres d'entrada.

Alguns aspectes que pot arribar a considerar-se barreres d'entrada seria la necessitat d'un capital inicial tot i que no hauria de ser en grans quantitats. També es pot considerar la necessitat de tenir la experiència necessària per a desenvolupar aquestes activitats que s'exigeix. Per últim, es considera com una barrera d'entrada la lleialtat dels usuaris

cap als seus espais coworking, ja que és realment és senzill adquirir captar nous clients que no hagin sigut mai usuaris d'un espai coworking, el realment complicat és atraure aquells clients que ja són clients en algun altre espai coworking i possiblement no buscaran un canvi.

En síntesi, existeix un alt percentatge de que sorgeixin possibles competidors en un futur degut a l'atractiu del negoci i les escasses barreres d'entrada, el problema del sector apareixerà quan existeixi un excés d'oferta d'aquests serveis.

4.2.3. Proveïdors

Una de les forces competitives que analitza Michael Porter es tracta dels Proveïdors, on aquest comenta que contra menys proveïdors hi hagin en qualsevol sector de cada negoci es pitjor, ja que aquests tindran més poder de negociació tindran. Això significa que contra més poder de negociació tinguin aquests, el negoci tindrà menys opcions per escollir. (Vidal Suné, 2017)

L'anàlisi d'aquest punt no té gairebé importància ja que no es té dependència d'aquests com pot succeir en negocis industrials, sinó que el negoci es basa en la prestació de serveis.

Únicament és necessari adquirir els recursos bàsics com la connexió a internet, la llum o el servei de manteniment i de neteja. Tots aquests recursos compten amb una gran varietat d'ofertes pel que el poder de negociació d'aquests es nul.

En resum, es pot afirmar que el poder de negociació dels proveïdors és nul degut a la àmplia varietat que existeixen i la facilitat que existeix alhora de substituir-los.

4.2.4. Productes Substitutius

Pel que fa a l'anàlisi dels productes substitutius que fa Porter, engloba a tots aquells serveis que compleixen o satisfan les mateixes necessitats al mateix grup d'usuaris. En conseqüència, implica que contra més productes substitutius hi hagin i millor siguin, és negatiu pel negoci ja que la indústria serà menys atractiva i limitarà els beneficis que podrien obtenir les empreses ja establertes. Aquesta amenaça de productes substitutius és més gran quan el grau de satisfacció de les necessitats que substitueixen és major, els preus són inferiors al producte o servei al que substitueixen, la qualitat és similar i aporten valor afegit, arribant a provocar que els negocis tanquin degut al gairebé inexistent cost de canvi de producte que té el client. (Vidal Suné, 2017)

Malgrat que els espais coworking són uns negocis sorgits en els últims anys, existeixen diversos altres serveis que són similars a aquest com podrien ser les oficines compartides, els centres de negoci o les biblioteques o centres de recerca i innovació per a l'emprenedoria.

Els dos primers consisteixen en compartir un mateix espai de treball sense cap interacció ni contacte entre els usuaris d'aquest, per tant, no són exactament substitutius de forma directa ja que el servei no és exactament igual, mentre que les biblioteques o els centres de recerca són espais on s'hi accedeix a una gran quantitat d'informació per als emprenedors i poden anar formant el seu projecte però en aquest cas individualment. El preu d'aquests espais seran inferiors o gratuïts en alguns casos en comparació al coworking ja que no ofereixen les mateixes prestacions.

Com a conclusió, l'amenaça de productes substitutius existeix degut a que el servei bàsic, espai de treball, que ofereix el espai coworking és ofert per altres vies. Tot i això, al tractar-se d'una altre via innovadora de oferir un espai per al treball, en el seu servei complet que consta aquest, l'amenaça de productes substitutius es escassa.

4.2.5. Clients

En aquest apartat s'hi analitzarà l'última força competitiva de Michael E. Porter, els clients. De la mateixa manera que succeïa amb els proveïdors, contra menys clients hi hagin en el sector és més negatiu ja que augmenta el grau de dependència que es té cap a ells i per tant el poder de negociació d'aquests serà major. (Vidal Suné, 2017)

Els elements que afavoreixen als clients és la capacitat de concentració, la quantitat que compren, la sensibilitat respecte al preu, l'existència de productes substitutius, etc. Aquest punt és força important ja que el coworking es basa en la figura del client i de prestar-li un servei. Aquest és l'eix central del negoci pel que totes les actuacions i decisions preses seran pensant en ells.

A Reus com s'ha vist anteriorment, existeix diversos centres que ofereixen espais coworking el que fa guanyar poder de negociació al client tenint la capacitat d'elegir quin s'adapta millor a les necessitats que aquest requereix.

Tot i això, el client trobarà diferents serveis dins de totes les ofertes que existeixen a la ciutat. El client podrà escollir quin espai utilitzarà i quines característiques concretes d'aquests satisfan millor les seves necessitats. Malgrat sembli que els espais coworking són similars entre ells, es ben al contrari, ja que tots tenen varietat en els serveis que ofereixen reflectint-se això en la varietat de preus dels competidors.

A banda, cal tenir present que hi haurà una part del públic objectiu que pot considerar que les biblioteques o des de casa seva poden desenvolupar la mateixa tasca que des de un coworking com s'ha comentat en l'apartat dels productes substitutius, es per això que en aquest cas el poder de negociació d'aquests serà alt.

A la vegada, el client té un alt poder de negociació si pren la decisió de canviar-se a un altre espai coworking, ja que té uns costos nuls per a ells ja que no existeix període de

permanència en cap espai pel que el client hi anirà al que millor s'adapti a les seves necessitats.

Per últim, cal mencionar que donat que la majoria dels usuaris amb anterioritat han treballat des de casa o altres espais, aquests tenen la possibilitat de tornar-hi si aquesta nova experiència i manera de treballar no els hi resulta convincent.

En resum, s'ha comprovat que el poder de negociació que tenen els clients en aquest negoci es alt si el que aquest busca bàsicament és un espai de treball, mentre que si el client valora les prestacions i serveis que s'ofereix, el poder de negociació serà baix ja que cap competidor ho ofereix. Per aquest motiu, si es vol tenir èxit amb el negoci, s'ha de tenir present i fer el màxim per a satisfer totes les necessitats dels usuaris.

4.3 . Anàlisi DAFO

En aquest apartat es realitzarà l'anàlisi DAFO que és de gran utilitat per a conèixer en quina situació estratègica es troba l'empresa i així establir estratègies.

Aquest tipus d'anàlisi es molt utilitzat ja que d'una forma ràpida i intuïtiva proporciona a l'organització la informació útil per a desenvolupar les millors estratègies possibles i plans que es duran a terme.

Consisteix a determinar, separatament entre factors interns i externs del negoci, quines són les debilitats, fortaleces, amenaces i oportunitats. Els dos primers conceptes configuren els factors interns de l'organització mentre que els altres dos formen part dels factors externs. (Porter, 2009)

El negoci haurà de executar les estratègies que els hi permeti corregir les seves debilitats internes i mantenir les fortaleces, alhora que explota les oportunitats externes i afronta les amenaces que es presenten.

A continuació es detallaran les accions que s'han de dur a terme en cada factor i s'explicaran els factors que la componen:

Corregir les debilitats

- L'empresa es desconeguda ja que és un negoci sorgit en els últims anys i encara no coneix tota la societat, llavors el que cal fer és dur a terme una pla de comunicació per donar a conèixer el projecte que s'inicia i el negoci del que es tracta per tal de ampliar l'abast dels possibles clients.
- Els recursos econòmics quan sorgeix un projecte i s'emprèn sempre són escassos, pel que un cop haver iniciat i en els propers mesos, la gestió financera ha de ser molt bona per obtenir rendiment.

- La manca d'experiència en els dos socis de cara a portar a terme un negoci i gestionar-lo es un factor a tenir en compte, ja que tot i tenir una base consolidada en coneixements, el dia a dia exercint aquesta professió farà millorar aquest factor.
- Els inicis sempre són difícils i tenint en compte la dificultat que pot tenir aquest tipus de negoci alhora de captar clients encara requereix una dificultat afegida ja que una gran part del target ja es troba utilitzant aquests serveis en altres espais i es complicat fer que canviïn tot i que els que no han provat mai aquest servei serà més fàcil, pel que cal ser conscient de que durant els inicis, l'espai comptarà amb excés de places ofertes.

Mantenir les fortaleses

- La varietat de serveis que ofereix Utopic respecte la gran majoria d'espais d'aquest tipus ha de ser un factor determinant alhora de mantenir els clients. Deixant de banda de que la gran majoria dels espais tenen els mateixos serveis, els altres competidors ofereixen un paquet de serveis destinats a grups particulars i no a tots els grups en general com fa el nostre negoci. Les tarifes per aquests serveis seran amb preus competitius i el punt fort és oferir a un mercat molt ampli tot una oferta de serveis a un bon preu.
- Aquests serveis que oferirà segons a que destini l'espai l'usuari té la característica de que rebrà un tracte personalitzat amb totes les necessitats d'aquests. Al comptar amb personal amb una gran base formativa amb diversos temes, garantirà un assessorament personalitzat per a tots els usuaris.
- L'equipament que s'utilitzarà serà d'una gran qualitat per a facilitar les tasques que aquests usuaris puguin dur a terme en les nostres instal·lacions, ja sigui des de sales amb bona insonorització, com amb cadires ergonòmiques, impressores multifuncions o equipament informàtic per exemple.
- Un punt clau d'Utopic és la seva localització, situat a l'Avinguda de Sant Jordi, prop de la fira centre comercial i del centre urbà de Reus, amb fàcil accés mitjançant vehicle propi, transport públic o a peu. Aquesta localització juntament amb el local el qual permet una gran capacitat d'acollir clients farà que al tractar-se d'un lloc de pas per la gran majoria de població de Reus sigui un lloc on estar-hi.
- Tal com s'ha dit anteriorment, pel que fa a l'equip humà d'Utopic, compta amb grans treballadors amb una gran base de coneixements que farà poder assessorar als nostres clients i que aquests rebin una resposta o consell per a les seves tasques.

Afrontar les amenaces

- El desconeixement informatiu sobre els coworkings que té la gran majoria de la població és una dada amb perill ja que si no se'ls hi fa entendre que és el que ofereix un espai com aquest pot ser que ho vegin amb mals ulls al trobar moltes similituds

amb altres espais on també poden satisfer les necessitats que satisfà un coworking com poden ser els serveis substitutius sense cap preu.

- L'existència de serveis substitutius com bé s'ha dit anteriorment pot provocar que al tractar-se de biblioteques, a casa o en cafeteries on poder fer projectes o treballar entre d'altres gratuïtament o amb un preu molt reduït no acudeixin a Utopic.
- La competència existent analitzada en punts anteriors ja compta amb clients fixes per la qual cosa aquests clients serà molt difícil captar-los per a que siguin usuaris del nostre coworking.
- Al tractar-se d'un mercat atractiu ja que està en augment en l'actualitat, la possible entrada de potencials competidors veient el gran èxit que tenen i l'impacte que generen poden fer atractiu aquest fet.

Explotar les oportunitats

- La crisi econòmica que va succeir l'anterior dècada i que ha durat durant molts anys ha provocat que la gent, degut a la manca de treball, sorgeixin més la idea de emprendre una idea i dur-la a terme, com fan els emprenedors. Aquests per a formar i desenvolupar aquesta idea o un cop aplicada, necessiten estalviar costos i és una avantatge aquest tipus d'espais ja que alhora d'estalviar costos, tenen millors resultats ens els seus projectes pel fet de estar rodejats amb persones.
- Existeix una escassa competència al ser un negoci iniciat fa pocs anys i si es dona a conèixer a la major quantitat de gent i s'aconsegueix fidelitzar-la, pot fer expandir el negoci mitjançant el boca orella.
- L'increment de la demanda dels coworking és una gran oportunitat ja que qui la produeix són generalment els autònoms, empresaris, freelance i emprenedors conforme va passant el temps, per això és important que el negoci generi confiança i sigui capaç de captar el major nombre d'usuaris mitjançant el pla de màrqueting.
- Es pretén acordar col·laboracions amb altres entitats com són centres educatius, universitats i empreses per tal de fomentar la transmissió de coneixement i el treball i així generar un canvi en la mentalitat de la societat i en l'àmbit educatiu i laboral.

<u>UTOPI C</u>	<p>Fortaleses</p> <p>F1 – Varietat de serveis. F2 – Tracte personalitzat. F3 – Instal·lacions de qualitat. F4 – Bon equip humà F5 – Ubicació. F6 – Poder de negociació baix dels clients que valorin l'oferta completa de serveis.</p>	<p>Debilitats</p> <p>D1 – Empresa desconeguda. D2 – Pocs recursos econòmics. D3 – Falta d'experiència. D4 – Inicis amb pocs clients.</p>
<p>Oportunitats</p> <p>O1 – Sector emergent. O2 – Col·laboracions amb altres entitats. O3 – Augment de la demanda. O4 – Augment del preu del lloguer. O5 – Crisis econòmica. O6 – Augment del nivell educatiu. O7 – Canvi de mètode de treball. O8 – Augment de l'ús de les noves tecnologies.</p>	<p>Estratègia ofensiva</p> <p>PUBLICITAT AMB LES NOVES TECNOLOGIES DE LA INFORMACIÓ.</p>	<p>Estratègia de reorientació</p> <p>ESTABLIR ACORDS AMB ALTRES ENTITATS.</p>
<p>Amenaces</p> <p>A1 – Desconeixement informatiu sobre els coworkings. A2 – Alta competència amb serveis substitutius de paquet bàsic. A3 – Competència establerta amb clients fidelitzats. A4 – Alta probabilitat de potencials competidors .</p>	<p>Estratègia defensiva</p> <p>POSICIONAR EL NEGOCI SEGONS L'ESTRATEGIA COMPETITIVA DE DIFERENCIACIÓ ENFRONT LA COMPETENCIA.</p>	<p>Estratègia de supervivència</p> <p>ACONSEGUIR UNA BONA QUOTA DE CLIENTS I FIDELITZAR-LOS RÀPIDAMENT.</p>

Taula 10 - Matriu DAFO d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.

Un cop determinades les variables de la matriu DAFO, es durà a terme l'anàlisi FODA la qual és una tècnica seqüencial a la matriu anterior en el que permet establir una sèrie d'estratègies a seguir per el negoci segons les variables enumerades. Aquestes estratègies les podem configurar segons quatre maneres depenent de la finalitat i

l'objectiu que es vol dur a terme. A continuació, es mostren les estratègies que es duran a terme:

- **Estratègia ofensiva (FO, maxi-maxi)**

Optimitzar fortaleeses per maximitzar oportunitats = estratègia ofensiva (Maxi – Maxi). Aquesta estratègia es coneix com a ofensiva perquè tracta de aprofitar les oportunitats mitjançant les fortaleeses de l'organització. En resum, fer servir les forces internes per aprofitar les forces externes. Un cop fet l'anàlisi de la matriu DAFO i havent detectat les fortaleeses i oportunitats principals i immediates del coworking, s'ha pogut determinar la següent estratègia.

En aquesta situació, l'estratègia que Utopic durà a terme serà la de promocionar l'espai a través de les noves tecnologies degut a l'augment de l'ús d'aquestes durant els últims anys.

- **Estratègia de reorientació (DO, mini-maxi)**

Contrarestar debilitats per explotar oportunitats = desenvolupar fortaleeses per estratègies ofensives (Mini – Maxi). Aquesta estratègia es coneix com de reorientació perquè pretén superar les debilitats internes aprofitant les oportunitats externes. Un cop fet l'anàlisi de la matriu DAFO i havent detectat les debilitats i oportunitats principals i immediates del coworking, es pot dur a terme:

Es buscarà acords de col·laboració amb altres entitats del sector educatiu, sector públic i d'altres per tal de donar a conèixer el negoci i així aconseguir recursos econòmics per minimitzar l'impacte que genera en el cost inicial ja sigui mitjançant augmentant els clients o amb subvencions.

- **Estratègia defensiva (FA, maxi-mini)**

Optimitzar fortaleeses per minimitzar amenaces = estratègia defensiva (Maxi - Mini). Aquesta estratègia es coneix com a defensiva perquè tracta de aprofitar les fortaleeses de la empresa per tal de evitar i disminuir les amenaces externes. Un cop fet l'anàlisi de la matriu DAFO i havent detectat les fortaleeses i amenaces principals i immediates del coworking, es pot dur a terme l'estratègia següent:

Com s'ha determinat en apartats anteriors, existeixen una quantitat considerables de competidors però de tots ells, només un d'ells s'aproxima als nostres serveis. El que realitzarà Utopic és mitjançant l'estratègia competitiva de diferenciació del servei, posicionar el negoci en la ment dels clients com un espai únic en el que la qualitat dels serveis i la varietat d'ells no es trobarà en cap altre lloc.

- Estratègia de supervivència (DA, mini-mini)

Contrarestar debilitats i amenaces = desenvolupar fortaleces per estratègies defensives (Mini-Mini). Aquesta estratègia es coneix per ser de supervivència perquè pretenen disminuir les debilitats internes i evitar les amenaces de l'entorn.

Un cop fet l'anàlisi de la matriu DAFO i havent detectat les debilitats i amenaces principals i immediates del negoci, es pot dur a terme l'estratègia de supervivència següent:

Els inicis dels negocis són complexes degut a la dificultat d'aconseguir una quantitat de clients considerables, a sobre, en els coworkings és major aquesta dificultat degut a que els clients que ja estan instal·lats en algun, és molt complicat atraure'ls. Per tant, cal fidelitzar ràpidament els clients mitjançant l'oferta de serveis per minimitzar l'impacte que genera els serveis substitutius bàsics com són les biblioteques o els serveis substitutius complets com són els altres coworkings.

Un cop analitzades les quatre estratègies que es realitzaran segons el moment del cicle de vida del servei i les variables de l'entorn, s'ha decidit durant l'inici del negoci aplicar l'estratègia defensiva de posicionar l'estratègia competitiva de diferenciació enfront els competidors actuals ja que davant les amenaces de l'entorn i el desconeixement que existeix en una part de la població cal establir el negoci dins del mercat en una posició diferent a la competència potenciant les diferències que tenim amb ells en quant a serveis. Un cop els públic objectiu tingui coneixement del negoci i hagin adquirit una idea de l'oferta i del que és Utopic, realitzarem una estratègia ofensiva mitjançant la publicitat digital per arribar al màxim nombre de consumidors i guanyar així quota de mercat degut a l'augment de demanda d'aquests serveis.

4.4 . Estratègia competitiva de l'empresa

Aquestes estratègies permeten determinar com els negocis adquireixen un avantatge competitiu respecte els competidors i explotar aquest fet durant el cicle de vida del servei. En aquest punt es detallarà l'estratègia competitiva del espai coworking en el que segons Michael Porter s'ha d'escollir depenent de les variables particulars de cada negoci tenen en compte l'anàlisi fet en l'anterior apartat. Alhora, Michael Porter planteja que per fer front a les cinc forces competitives exitosament i augmentar la rendibilitat i la competitivitat del negoci a llarg termini les companyies pot entre tres estratègies: Lideratge en costos, Segmentació i Especialització. Aquestes estratègies surten d'analitzar les avantatges competitives, com són els punts forts detectats al anàlisi

DAFO, i les forces competitives, les quals són les oportunitats competitives identificades al DAFO. (Porter, 2009)

L'estratègia de lideratge en costos es basa en centrar els esforços en aconseguir uns costos per el negoci inferiors als de la competència produint un producte o servei de la mateixa qualitat, on gràcies a aquests baixos costos, permet reduir el preu del producte o servei en comparació amb el de mercat i obtenir així grans beneficis.

La segona estratègia es la de diferenciació la qual consisteix en dissenyar un producte o servei el qual s'ha de procurar que sigui únic i el públic objectiu així ho percebi. Per a realitzar això, alguns dels elements claus són la tecnologia, l'atenció al usuari, l'equip humà, els elements intangibles, etc.

L'última estratègia és la d'especialització. Aquesta requereix una certa complexitat i estudi de mercat previ degut a que cal obtenir informació sobre quines són les necessitats i gustos del públic objectiu i dissenyar un producte o servei del que realment volen. (Vidal Suñé, 2017)

L'estratègia que es durà a terme des de Utopic i tenint en compte el seu entorn, serà la de diferenciació de servei, ja que l'objectiu és aconseguir que els serveis que s'hi ofereixin al centre siguin únics i exclusius i que aquests estiguin disposats a pagar un preu que correspongui amb aquests serveis. A més a més, al haver analitzat la competència, en el cas de Utopic no es restringeix a cap segment de mercat ni especialitzar-se en cap, sinó que anirà dirigits i així es segmentarà el mercat a emprenedors, autònoms, freelance, empresaris, empreses i estudiants on aquests últims no se'ls incloïa cap oferta per a ells. Aquest fet diferenciat respecte els altres competidors farà que Utopic sigui un centre de coneixement per a totes les edats i que cap persona pugui quedar-se exclosa.

Per tant, basaré els serveis que s'ofereixen i obtenir l'avantatge competitiu en tenir una major qualitat ja que els treballadors seran d'una gran qualitat i seran conjuntament assessors i consultors, equipament d'alta qualitat per afavorir totes les tasques que vulguin fer els usuaris i crear una comunitat entre tots els grups de clients, on un emprenedor pugui ajudar a un estudiant; un estudiant comparteixi espai amb un dissenyador informàtic i descobreixi que és el que realment li agradaria estudiar en un futur o que un emprenedor necessiti finançament per engegar un projecte i un empresari es converteixi en el seu business angel.

5 PLA DE MÀRQUETING

En aquest apartat del pla de màrqueting es farà una subdivisió en dos apartats. En el primer apartat s'analitzarà el màrqueting estratègic en el que és la part del màrqueting

que està més enfocada al mig i llarg termini mentre que en el segon apartat s'estudiarà el màrqueting operatiu que correspon al curt termini i a les accions directes de màrqueting. (Kotler. 2008)

5.1 Màrqueting Estratègic

El màrqueting estratègic correspon a l'anàlisi i coneixement del mercat amb la finalitat de identificar oportunitats de mercats que ajudin als negocis a satisfer en un grau més eficient i òptima al públic objectiu que la resta de competidors. Els negocis no funcionen creant un producte o servei i seguidament ficar-lo a la venda, sinó que cal esbrinar quines necessitats existeixen dins del mercat al que ens volem dirigir i dissenyar un producte acord a les necessitats.

És per això que en el màrqueting estratègic podem trobar diverses estratègies les quals es duran a terme a continuació. Aquestes són l'anàlisi de mercat, estratègia de segmentació i anàlisi dels clients i públic objectiu.

5.1.1. Anàlisi del mercat

Utopic S.L. es troba situat en el sector terciari, concretament en el sector serveis. Aquest tipus de sector econòmic té la característica comuna que s'hi engloben el conjunt de totes les activitats que no ofereixen béns materials, sinó que la formen tots aquells serveis que són oferts a la població per a satisfer les necessitats.

L'espai de treball comú i/o compartit anomenat coworking sempre ha de estar orientat a transmetre els valors i la filosofia que tenen aquest tipus d'espais com són la responsabilitat, el coneixement i el treball.

Durant els últims anys arran de la crisi, ha augmentat en un gran nombre els usuaris que utilitzen els espais coworking. Aquest fet reflexa sense cap dubte l'interès que és apostar per aquest sector veient la tendència de demanda del mercat durant aquests últims anys per aquests.

D'altra banda existeixen diferents resultats d'enquestes que indiquen que gairebé la majoria dels espais coworking al cap de dos anys són rentables, tot i que té una gran dependència aquesta rendibilitat de la mida de metres quadrats que disposi el centre, ja que d'això implica acollir un major o menor nombre d'usuaris. En aquesta mateixa enquesta també s'indica que el principal handicap per iniciar un projecte d'aquestes característiques es trobar el capital inicial necessari.

S'han publicat diverses notícies en diaris estatals que parlen sobre els espais coworking i en que s'hi destaquen la confirmació sobre la situació en que es troba aquest mercat.

La primera notícia (El 'coworking' triplica la contratación y lidera el mercado de oficinas en el 2018, *La Vanguardia*, Desembre 2018) ofereix un altre punt de vista sobre aquests espais. Els espais coworking han crescut fins a tal punt en que es preveu en un futur

que les grans multinacionals tindran al voltant d'un 30% de la seva plantilla instal·lada en aquests centres. S'indica que aquestes empreses destinen una part de la seva plantilla en coworkings gràcies a que aquests els faciliten entorns creatius, oberts i flexibles.

La segona notícia (El 'coworking', un sector en auge en Barcelona, *El Economista*, Agost 2018) també s'afirma el gran creixement d'aquests negocis, on la ciutat en la que s'hi concentren més coworking és Londres per davant de Nova York, mentre que a l'estat espanyol es situa al capdavant Barcelona per davant de Madrid.

Malgrat això, sense anar tan lluny, podem veure una última notícia (Los coworking ganan terreno en Reus ante la creciente demanda, *Diari de Tarragona*, Abril 2019) on s'hi detalla l'augment de la demanda que tenen els espais coworking a la ciutat de Reus. En l'article s'hi fa una entrevista a la propietària d'un d'ells on comenta que degut a la necessitat personal de buscar un coworking fa un temps, va decidir obrir-ne un. Aquest mateix en l'actualitat es troba ple d'ocupació i estan fent gestions per incorporar-ne un altre. Com aquest, els altres coworkings de Reus també es troben plens d'ocupació.

Segons les dades i notícies obtingudes, aquest augment està provocat per l'increment de treballadors autònoms i freelance, ja que el tipus de treball que desenvolupen aquests, necessiten un mètode alternatiu. Aquests usuaris com són els autònoms i freelance destaquen que els espais coworking els permeten situar-se en un lloc físic de treball fixe en el que a la mateixa vegada els hi permet adquirir una major experiència professional gràcies a la xarxa de contactes que s'hi formen en aquests amb d'altres usuaris que tenen entre ells unes característiques similars.

L'espai coworking els hi faciliten en les seves instal·lacions generalment un centre de treball privat, un lloc fixe per a desenvolupar les tasques, sales de reunions segons les necessitats dels usuaris, cursos de formació per adquirir coneixements professionalment, etc. Tot això permet als usuaris seleccionar la ubicació que millor s'adapti segons cada necessitat d'ells.

Aquests aspectes nombrats fan que dins de cada espai s'hi origini un sentiment de pertinença i de comunitat amb els demés usuaris o coworkers.

Els professionals que desenvolupen les seves tasques en espais com aquests a la llarga els hi implica un augment positiu en els seus resultats, a la vegada que augmenta la confiança en ells mateixos en comparació amb els professionals que desenvolupen les tasques en les oficines d'empreses com les coneixem normalment.

Això és degut a la gran flexibilitat que aporten aquests espais, oferint tot tipus de serveis com cursos o seminaris i a més d'ampliar les xarxes de contactes professionals estan en contacte amb d'altres que els hi permet relacionar-se i fer-se preguntes i respostes entre ells. D'altra banda, aquests al deixar de treballar des de casa d'una manera aïllada

i sense relacionar-se, es senten dins aquests espais més acompanyats fent que augmenti la seva productivitat i conseqüentment els seus ingressos.

5.1.2 . Segmentació del mercat

La segmentació de mercat és un procés necessari per a qualsevol projecte de negoci que es tingui la intenció de llençar al mercat o per negocis ja existents ja que la finalitat d'aquest es determinar quin és el públic objectiu del negoci.

Determinar el públic objectiu mitjançant el procés de segmentació del mercat es realitza mitjançant la separació o segmentació en grups homogenis que conformin una mateix tret comú, aquesta segmentació es pot dur a terme amb tants criteris com siguin necessaris arribant a identificar quins són els consumidors potencials a qui ens haurem de dirigir per a que contractin el que l'hi estem oferint ja sigui un producte o un servei. Per tant, aquest procés ajuda a tenir clar quines són els canals d'arribar a aquest públic objectiu. (Kotler. 2008)

Un cop explicat amb quina finalitat es realitza el procés de segmentació del mercat, pel projecte de negoci d'Utopic s'han procedit a realitzar els següents tipus de segmentació:

- Segmentació geogràfica: Aquesta segmentació es realitza amb la finalitat de dividir els clients segons la procedència geogràfica. El motiu d'aquest es que el servei es realitza a Reus, per tant, tot i que està disponible per a tot el públic, ens centrarem en els clients potencials de les comarques del Baix Camp, Tarragonès i Alt Camp ja que aquestes engloben la major part de la població de la província.
- Segmentació demogràfica: Un cop determinat el radi al que es dirigirà Utopic, un altre criteri de segmentació és el demogràfic segons el nivell d'estudis, la professió i l'edat.

Pel que fa a l'edat anirà destinat a la població que disposin entre els 16 anys d'edat i els 65 anys d'edat. Un mínim de 16 anys pot sobtar però Utopic també vol que formin part de la comunitat aquells joves que hagin de realitzar treballs escolar i/o universitaris. Aquest punt és un valor afegit per l'espai ja que amb aquest fet promourà el coneixement i la cultura als joves de la província.

La segmentació segons la professió respon a que Utopic anirà dirigit a estudiants, professionals ja siguin empresaris per compte aliena o pròpia i emprenedors

La segmentació segons el nivell educatiu es realitzarà per uns estudis mínims de Batxillerat i/o Tècnic Superior.

- Segmentació psicològica: Aquest criteri de segmentació gairebé és el més important de tots i el més significatiu. El projecte de negoci d'Utopic pretén destinar-se a aquelles persones que valorin i es preocupin pel coneixement, la cultura, que tinguin dedicació pel treball i alhora també valorin el valor afegit que els aporta realitzar les activitats que realitzaran en un entorn compartit per altre gent amb les mateixes

inquietuds i aficions. D'altra banda, un tret comú que representa als usuaris d'aquests espais són la creativitat, el dinamisme i la inconformitat que tenen. Aquest segmentació serà un factor important per a fer formar una comunitat entre els usuaris d'Utopic i crear així un valor afegit del negoci.

Per tant, un cop havent realitzat el procés de segmentació amb diferents criteris s'hi ha pogut conformar un públic objectiu. Aquest públic objectiu al que Utopic es dirigirà seran totes aquelles persones de les comarques de l'Alt Camp, Baix Camp i Tarragonès, ja sigui que hi visquin o estiguin de pas per diferents motius, que es trobin entre 16 i 65 anys, amb un nivell d'estudis mínim de Batxillerat i/o Tècnic Superior, que la seva professió sigui d'estudiants, empresaris, autònoms/freelance i emprenedors, que tinguin una profunda passió pel coneixement, que tinguin dedicació pel treball i que valorin de forma positiva el fet de compartir coneixements amb altres persones comunes entre elles.

5.1.3. Anàlisi dels clients i Públic objectiu

Un cop realitzar la segmentació del mercat al qual ens volem dirigir i havent identificat el públic objectiu, anem a realitzar l'anàlisi d'aquests centrant-nos en ells i explicar el seu comportament dins del espai. Aquest anàlisi es realitzarà separatament segons quina sigui la finalitat que dugui a terme dins l'espai coworking:

- Els estudiants conformen el grup de clients amb menor experiència i costum en freqüentar aquests espais de treball a causa de la proximitat de la biblioteca del Institut o del Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació (CRAI) de les Universitats. Aquest target de mercat és tant important com els demés ja que un bon servei per Utopic que compleixi amb escriu les seves expectatives pot suposar un augment d'usuaris per al Coworking degut als contactes que tenen amb el seu entorn educatiu. Aquest grup d'estudiants que forma una part dels clients s'estima que tindran una edat entre 16 i 24 anys, on els principals serveis que requeriran seran espais individuals oberts per a realitzar projectes educatius de manera individual o espais en grup ja siguin oberts o tancats per a fer-ho conjuntament, on se'ls hi oferirà tenir a l'abast unes excel·lents fonts d'informació de primera mà i d'alta qualitat ja sigui per les persones que formen part de la comunitat del coworking com el suport als recursos electrònics que disposarà Utopic.
- Un segon grup de clients que seran usuaris del coworking són els emprenedors. Aquests es caracteritzen per emprendre les seves iniciatives i projectes sorgides de manera autònoma. Utopic serà l'espai ideal per a que puguin emprendre les seves idees ja que ser usuari d'aquests tipus d'espai està demostrat que fomenta la creativitat ja que surten de la rutina de casa seva i alhora els permet compartir el seu

treball i socialitzar amb altres persones, on aquests contactes poden permetre donar-li un altre punt de vista del seu projecte i fer-lo més complet.

Els emprenedors que formaran part dels clients del coworking no s'estima que estiguin entre cap franja d'edat ja que l'esperit emprenedor és dins de cada un i pot sorgir en qualsevol moment. Tot i així, els principals serveis que utilitzaran seran els espais individuals ja siguin oberts o tancats.

- El tercer target de clients que se'n divideix del espai coworking el conformen els empresaris. Aquests són treballadors i/o empresaris per compte aliè en que Utopic els hi proporcionarà un espai de treball per a ells que compleixi totes les necessitats que aquests tinguin. Els serveis que es preveu que contractin serà tant els serveis oberts i tancats de les sales individuals i grupals.

Al ser tant genèric l'especificació dels serveis que contractaran, un exemple d'aquests poden ser la contractació de sales de reunions per empreses en els qui s'hi poden fer reunions de ventes, brainstorming, etc. Una altre situació en que els empresaris poden tenir la necessitat d'utilitzar aquest espai es quan es dona el cas que l'empresa està situada en una localitat i tenen varis empresaris destinats a un territori, al tenir un cost superior alquilar una oficina per aquests treballadors, se'ls hi ofereix la possibilitat d'utilitzar el nostre espai. Per últim, un altre cas també pot ésser una organització tingui comercials de ventes i durant la vida laboral hagi de viatjar a contactar amb nous clients i mantenir els actuals, doncs aquests comercials en comptes de treballar des de l'hotel, Utopic els hi oferirà un espai per a que puguin realitzar el seu treball en les nostres instal·lacions.

- Per últim, trobem el target dels autònoms o freelance. Aquests són treballadors i/o empresaris per compte pròpia on l'espai coworking d'Utopic els hi facilitarà l'espai de treball individual que necessitin conjuntament amb tots els serveis que s'ofereixen. Aquests, generalment utilitzaran espais de treball individual on a banda d'això i al igual que amb tots els clients, gaudiran d'un ampli servei ofert per als usuaris en el que particularment, per aquells que així ho vulguin, poden aprofitar-se de la possibilitat d'establir com a domicili fiscal Utopic, així com el servei de secretariat i recollida de correu, alhora, l'espai també els hi proporcionarà assessorament fiscal i comptable.

Com a síntesi dels dos apartats anteriors, el públic objectiu d'Utopic s'ha descrit en punts anteriors, exactament, a persones d'entre 16 i 60 anys que siguin estudiants, emprenedors, treballadors, empresaris, autònoms o freelance de la província de Tarragona, en el que hi assistiran per dur a terme les tasques anteriors.

5.2 . Estratègia Comercial: Màrqueting Mix

El màrqueting mix o màrqueting operatiu té la finalitat de determinar els plans d'acció amb l'objectiu de donar a conèixer el producte per a incrementar els ingressos i els clients, fidelitzar-los i mostrar-li'ls com es satisfaran les seves necessitats mitjançant els nostres serveis. (Kotler. 2008)

Per a això, a continuació es desenvoluparan les quatre variables del màrqueting mix com són el preu, producte, comunicació i distribució:

5.2.1 . Política de Producte

El producte que ofereix Utopic és tracta d'un servei diferenciat en el que els professionals independents (freelance), emprenedors, petites i mitjanes empreses i estudiants on mitjançant el lloguer d'un espai de treball en el coworking i sense tenir la necessitat aquests de posseir un despatx propi, tindran al seu abast una sèrie de serveis que permeti la complementació i la millora en el desenvolupament de les seves tasques, a tot això, cal afegir que es comptarà amb el millor equipament tecnològic.

Un dels valors afegit que es vol fer arribar als nostres clients es el poder formar part d'una comunitat, on amb el simple fet de compartir l'espai, els usuaris puguin interaccionar entre ells i que col·laborin.

Aquest fet d'oferir als clients la possibilitat de, a banda de realitzar la feina que tenen per objectiu, poder compartir experiències i sortir de la zona de confort, on els autònoms facin distinció entre casa seva i el seu treball, on un emprenedor dissenyador web necessiti ajuda en temes fiscals i un estudiant que domini aquests apartats l'ajudi o per últim els estudiants per a realitzar un treball sobre química els ajudi un treballador del sector químic, condueix a la possibilitat d'ampliar la xarxa de contactes o networking, sinergies de treball i on al mateix temps que es forma una comunitat entre tots els membres arribant a la possibilitat de realitzar projectes conjunts.

Un cop succeeixi això, l'objectiu és fer que l'usuari d'Utopic visqui una experiència única un cop entrin per la porta que derivi en confiança i satisfacció per la seva part i que el porti a repetir experiència en altres ocasions o a ser un usuari fixe i fer que el recomani a amics, familiars, coneguts o altres empreses amb la finalitat de que aquest fet aportí valor afegit al servei que ofereix Utopic.

La finalitat d'aquest espai coworking es que aquest conformi un centre de coneixement en el que tots els usuaris, un cop finalitzat la seva estada durant el dia, surtin d'aquest amb la sensació de que han après coses noves o que han realitzat la feina que havien de fer d'una manera millor a la que ho haguessin fet si no haguessin vingut.

Estar pendent del client pot augmentar la seva fidelitat cap al nostre espai i aquest fet és molt més econòmic i fàcil que aconseguir un de nou. Per aquest motiu, cal tenir en

compte i present que és més important la satisfacció dels usuaris i no la venda massiva dels nostres serveis.

Per a que tot això sigui possible, alguns dels serveis que comptarà Utopic seran:

- Espais dotats amb taules, cadires, calaix individual i làmpada.
- Personalització de l'espai de treball.
- Manteniment i neteja de l'espai.
- Zones comuns per als usuaris (cafeteria, vestuari, espai de relax, sala de reunions/treball, lavabos)
- Serveis extres de recepció de correspondència, establir domicili fiscal, servei de secretariat, material audiovisual, etc.
- Cursos de formació (Anglès, gestió fiscal, gestió administrativa, programació, etc.).
- Connexió a internet.
- Impressores multitasques.
- Servei de coaching i assistència.
- Organització d'esdeveniments.
- Activitats en grup.

5.2.2 . Política de Preu

El preu és la part del màrqueting operatiu que proporciona ingressos al negoci, pel que s'haurà d'adaptar a les situacions que aquest tingui durant el temps i al que els clients estan disposats a pagar per satisfer les seves necessitats. L'objectiu de la política de preus en l'inici d'Utopic no es tracta d'obtenir grans beneficis i grans vendes, sinó que la intenció es obtenir una rendibilitat mínima que permeti la continuïtat del negoci i seguir creixent per a anar complint els objectius a llarg termini. Un factor important que serà positiu i que permetrà un major nombre de clients serà la flexibilitat de tarifes i preus per a que tothom qui vulgui fer servir els nostres serveis no trobi cap impediment.

És per això que segons les diferents estratègies de fixació de preus que existeixen com són la econòmica, desnatació, de prestigi i de penetració; Utopic durà a terme una estratègia de preus de penetració al mercat ja que la qualitat del servei és alta i el preu no es tant elevat com els de la competència amb l'objectiu d'aconseguir una gran quantitat de clients des d'un principi i obtenir un rendiment ràpid.

A continuació es detallarà els preus segons les tarifes que disposa Utopic:

TARIFES		
Servei	Preu	
Us Individual	Sala Individual Oberta (dia)	3,00 €
	Sala Individual Oberta (setmana)	14,00 €
	Sala Individual Oberta (mes)	55,00 €
	Sala Individual Tancada (dia)	3,00 €
	Sala Individual Tancada (setmana)	14,00 €
	Sala Individual Tancada (mes)	55,00 €
	Us col·lectiu	Sala Grupal Oberta (dia)
Sala Grupal Oberta (setmana)		32,00 €
Sala Grupal Oberta (mes)		105,00 €
Sala Grupal Tancada (dia)		7,00 €
Sala Grupal Tancada (setmana)		32,00 €
Sala Grupal Tancada (mes)		105,00 €
Sala Reunions (hora)		8,00 €
Sala Conferencies (hora)		8,00 €

Taula 11 - Tarifes dels serveis d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.

5.2.3 . Política de Comunicació

La comunicació és vital per al desenvolupament del projecte ja que sense comunicació és com si el projecte no existís. Es realitzaran accions concretes per expandir el coneixement d'Utopic cap al públic objectiu i convertir l'espai el més atractiu possible per aquests i per a que quedi clar el fet diferenciador que proporciona Utopic respecte dels demés competidors. La imatge que es vol transmetre es basa en el sentiment de pertinença a la comunitat en el que les persones que la formen, comparteixen perfils diferents, però amb gustos i interessos similars, on es crea un ambient de treball, comprensió, compartir coneixements i assolir conjuntament els objectius de cada un, gestionat per l'equip humà que forma l'espai que estarà en contacte amb aquests usuaris per connectar-los entre ells de tal manera que es coneguin i col·laborin entre ells i sorgeixin projectes comuns.

Aquesta és la base en la que la política de comunicació farà arribar al nostre públic objectiu mitjançant diferents eines.

La primera mesura de comunicació consisteix en la creació d'una web pròpia ja que és fonamental en aquests temps tenir presència digital, ja que així els potencials clients poden buscar informació sobre el servei, veure les instal·lacions, comparar amb d'altres competidors i conèixer les activitats que s'ofereixen, alhora d'un formulari de contacte per resoldre dubtes i publicacions d'usuaris actuals sobre que li ha aportat Utopic.

Un altre mètode es publicar-se en web de tercers com poden ser webs on informen de quins espais de treballs hi ha en cada província, per així aparèixer als llistats i els professionals o empresaris que es trobin de passada als voltants de Reus vinguin a Utopic i ho recomanin en els seus destins.

Al igual que es important crear una pagina web per promocionar-se, també ho es tenir perfils a les xarxes socials ja que la gran part de la població hi està present on gairebé el 100% del públic objectiu del negoci esta registrat en alguna. Les xarxes socials formen un canal mes de publicitat i alhora és un canal gratuït arribant amb ells a gairebé mes població que amb qualsevol altre mètode pel que es converteix en imprescindible ser actius en elles i mantenir-lo actualitzat. Pel que fa a les xarxes socials en les que apareixerà serà Facebook, Twitter, Instagram i LinkedIn.

Un altre forma de publicitat són els tríptics i cartells. Consistiria en realitzar un missatge clar i concís sobre el que ofereix Utopic i els serveis que ofereixen i repartir-ho arreu del territori per diferents establiments els tríptics i en diferents zones viàries els cartells, on en ambdós casos siguin zones concorregudes per la població i així arribar a més persones.

Al igual que la web i les xarxes socials, els propis clients són una forma de promocionar els serveis gratuïtament. Els primers clients que arribin a l'espai serà imprescindible que quedin satisfets i fidelitzar-los per a que recomanin el servei al seu entorn i ho recomanin mitjançant el boca orella.

Durant els dies anteriors a l'apertura i els posteriors, es realitzarà promoció de l'apertura de l'espai en els diaris de la província, alhora que s'intentarà realitzar acords de col·laboració amb les universitats i entitats educatives del territori per a donar el conèixer el nostre servei i estimular als joves estudiants a fomentar el coneixement i les oportunitats que poden trobar-se dins les nostres instal·lacions.

5.2.4 . Política de Distribució

El servei que ofereix Utopic com a espai de treball compartir és distribueix de manera tradicional per canal directe de venda, ja que no hi ha cap intermediari. Malgrat això per a contractar els serveis es pot fer mitjançant per tres canals de distribució possibles:

- Venda directa als usuaris des de l'espai físic que es produeix un es contracten els serveis al mateix local. Els clients es desplacen fins allí en el que s'informen de tots els serveis que ofereix, s'ensenya les instal·lacions, es detallen que pot aconseguir-ji i es tria quina tarifa contractar.
- Venda directa a través de la pàgina web que es produeix quan els usuaris contracten els serveis mitjançant el portal electrònic d'Utopic, alhora que s'ha auto informen aquests dels serveis que pot gaudir i visualitza les instal·lacions mitjançant les imatges que disposa el negoci.
- Venda directa a través de trucada telefònica que es produeix normalment per clients que repeteixen el servei o d'altres que ja han estat informats per altres vies i no tenen la possibilitat de contractar els serveis per cap dels dos canals anteriors.

6 PLA D'OPERACIONS

6.1 . Descripció tècnica del servei

El servei que oferirà Utopic és un servei que és existent però que generalment es destina a un tipus de clients, ja siguin emprenedors, o professionals, o ambdós però sense crear valor afegit per a cap. Utopic és per a un públic general aportant valor afegit per a tots, sentint aquests l'exclusivitat de formar part d'una comunitat com la d'Utopic, amb una gran qualitat de treballadors i clients, tenint en compte la sostenibilitat i el coneixement com a centre del negoci. El local estarà situat a l'Avinguda Sant Jordi a Reus on es tracta d'un local de planta baixa amb accés d'una porta directament al carrer on l'exterior del local està recobert amb vidrieres, comptarà amb una zona de recepció, cafeteria/bar, vestuaris, zona de descans, dos zones de treball individual (obert i tancat), dos zones de treball en grup (obert i tancat), sala de reunions, sala de conferències, biblioteca, taquilles, etc. A l'exterior del local hi haurà un cartell amb el logotip de l'empresa amb un eslògan i les xarxes socials per contactar amb Utopic.

6.2 . Descripció del servei

Un cop detallat en que consisteix el servei que oferta l'espai de treball, s'haurà de detallar com serà el procés productiu del negoci. Aquest procés consta de diferents etapes on el primer pas consisteix en la captació d'usuaris, ja que sense usuaris no hi ha servei a oferir. Per a això, l'equip humà mitjançant la promoció feta en el màrqueting mix tractaran de convèncer als clients i captar l'atenció d'aquests mostrant la qualitat del servei ofert, del valor afegit del negoci i de les possibilitats que li poden sorgir un cop dins. El segon pas després de captar el client es tracta de determinar quin servei vol contractar ja que disposa de diferents sales on dur a terme les seves tasques i de diferents opcions segons quina sigui la freqüència de visita a les instal·lacions. Un cop determinant quina es la tarifa que vol adquirir, el següent pas es tracta del cobrament d'aquesta per tal de poder accedir a l'espai. Per últim i no menys important, un cop dins de les instal·lacions, es farà un seguiment del servei per a satisfer les necessitats dels clients i sobrepassar les seves expectatives per tal de que repeteixi assistència, fidelitzar-lo i que dugui a terme promoció del negoci.

6.3 . Capacitat

L'espai de treball Utopic tindrà les portes obertes des de les 8:00 hores del matí a les 22:00 hores de la nit de dilluns a dissabte amb 4 treballadors que són els que formen la plantilla.

La capacitat de persones dins el negoci és de 120 usuaris aproximadament. Aquesta limitació de capacitat no es deu als metres quadrats del local, que són 400 m², sinó per les capacitats de cada sala que estan estructurades amb aquella quantitat d'usuaris que

		CAPACITAT	
		Servei	Usuaris
Ús Invididual	Sala Individual Oberta		20
	Sala Individual Tancada		20
Ús col·lectiu	Sala Grupal Oberta		18
	Sala Grupal Tancada		18
	Sala Reunions		16
	Sala Conferencies		16
Total			120

faciliti aquest intercanvi de coneixements entre ells i les relacions personals i també faciliti les tasques a realitzar d'aquests.

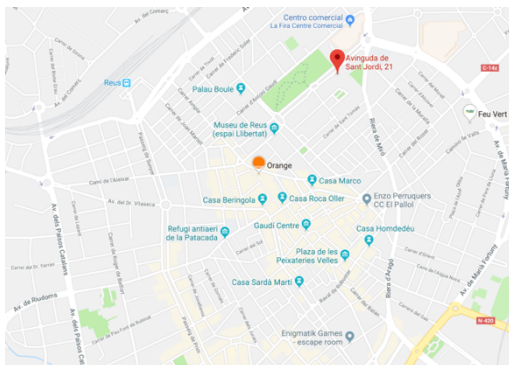
A continuació, s'indican el nombre màxim d'usuaris que te capacitat cada sala:

Taula 12 - Capacitat del negoci segons distribució. Font: Elaboració pròpia.

6.4. Localització de l'empresa

Per a la localització del negoci, s'ha escollit a la ciutat de Reus, en concret a l'avinguda Sant Jordi número 21, ja que es tracta d'un carrer molt transitat per usuaris ja sigui en vehicle o a peu gràcies al centre comercial la fira de reus que esta situat al davant del local. Pel voltant d'aquesta ubicació no es troba cap competidor que ofereixi els serveis que Utopic fa, és per això que gràcies per aquests dos motius es tracta d'una zona idònia per a establir-se.

La zona en qüestió on es situarà Utopic, es tracta d'un barri de Reus cèntric on en els últims anys hi ha molta aflluència de gent pels voltants, ja que gràcies al centre comercial, el comerç per les rodalies està en augment i per tant pot haver part del públic objectiu que té el negoci per les rodalies.



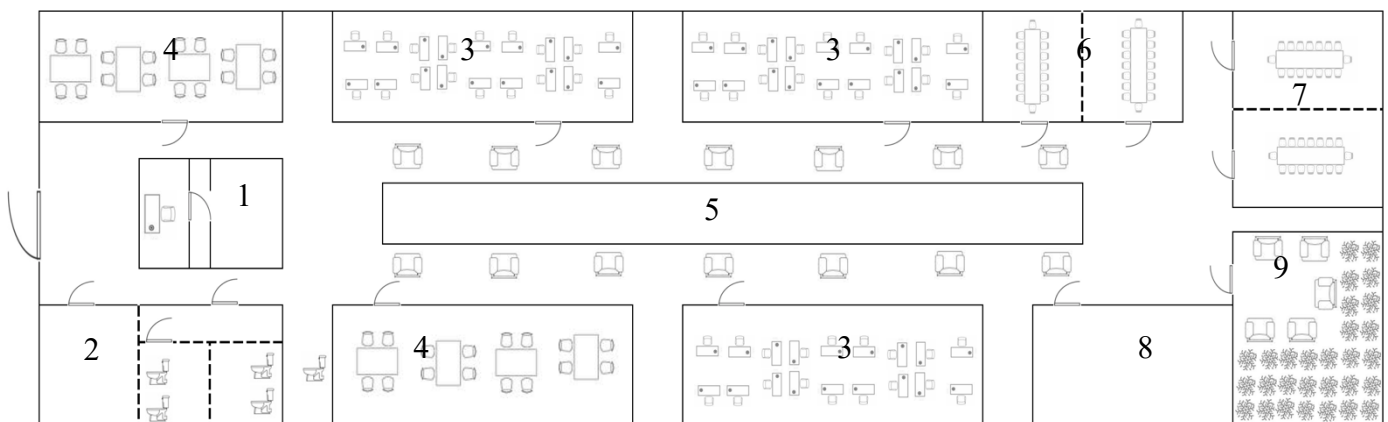


Il·lustració 13 - Imatges de la localització del local on es situarà Utopic S.L. Font: Imatges extretes de Google Maps.

6.5 . Descripció del local i Distribució en planta : LAYOUT

El local on es situa Utopic es tracta d'un local de planta baixa de 400 m² de construcció ja existent. Al tractar-se d'un local per arrendar, s'hi hauran de fer reformes per a la distribució desitjada pels socis. Cal dir que gairebé el 50% del local està envoltat per vidres, fet que proporcionarà llum natural per als usuaris que els hi afavorirà en aquests. La distribució de la planta serà la següent:

- 1.- Recepció/Oficina:
- 2.- Vestidor/Lavabo:
- 3.- Sala Individuals (Oberta/Tancada):
- 4.- Sala Grupal (Oberta/Tancada):
- 5.- Biblioteca:
- 6.- Sala de Reunions:
- 7.- Sala de Conferències:
- 8.- Cafeteria:
- 9.- Zona de Descans:



Il·lustració 14 - Plànol de la distribució del local on es situarà Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a la gestió de la qualitat del servei, es realitzarà mitjançant enquestes de satisfacció al client. Un cop el client acabi de realitzar les seves tasques a les nostres instal·lacions, trobarà a la seva sortida del local un enquesta per a omplir-la voluntàriament i mitjançant les xarxes socials on es podrà trobar un directori a omplir una enquesta i donar la seva opinió on s'hi es complimenta, entrarà en un sorteig de regals de diferents tipus.

D'altra banda, a la recepció es trobarà disponible una bústia per a fer reclamacions dels clients i també una bústia online al igual que les enquestes per a fer-nos arribar els problemes que tinguin els usuaris.

7 PLA DE RECURSOS HUMANS

7.1 . Estructura organitzativa: Organigrama

L'estructura organitzativa d'un negoci mostra quin es l'organigrama d'aquest i els càrrecs que hi figuren, les tasques que han d'executar i les relacions jeràrquiques que s'hi conformen. En el cas de l'espai coworking, aquest organigrama no presenta dificultats alhora de configurar-lo però en el fons sí ja que aquests càrrecs, a banda d'estar assignats per a controlar una àrea, les persones en qüestió han de ser treballadors polivalents, per tant, l'elecció d'aquests treballadors haurà de ser mitjançant el compliment d'uns requisits indispensables.

En aquest tipus de negocis, és molt important la capacitat organitzativa i la formació dels treballadors que formaran part del projecte, a banda que han d'estar amb una gran implicació i creença en aquest.

L'estructura organitzativa d'Utopic és troba dividida en tres àrees on la delimitació de cada una es evident però, com s'ha dit abans, hauran de ser treballadors polivalents.

En primer lloc es troba l'àrea de administració, la qual s'encarregarà de la direcció i control de les tasques financeres, organitzar les diferents àrees, prendre decisions, etc. en aquesta trobarem dos membres que la conformaran com seran el gerent i el assessor/consultor.

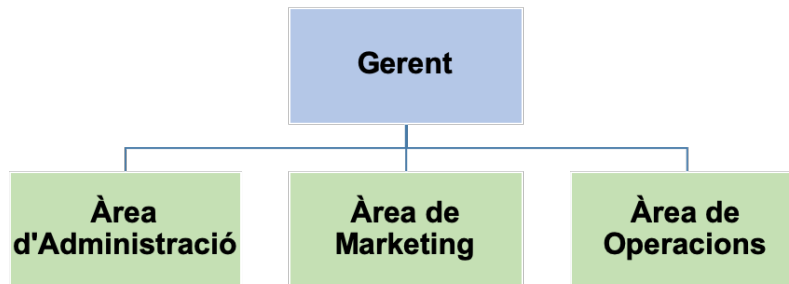
En segon lloc trobem l'àrea de màrqueting on es portarà la gestió amb els usuaris, el màrqueting mix del coworking, el pla de comunicació i publicitat, disseny de nous serveis a oferir, etc. on trobarem la figura d'un únic membre amb el càrrec de assessor/consultor.

Per últim, trobem l'àrea de operacions que es la que s'encarrega de les tasques del dia a dia com són la prestació dels serveis, organització dels esdeveniments que s'hi faran, atenció i assessorament als usuaris, recerca d'acords de col·laboració, etc.

D'altra banda, l'espai coworking també comptarà amb els serveis de neteja i manteniment que ambdós s'externalitzaran.

Per als serveis de neteja s'hi contractarà a una empresa especialitzada en el sector i que tingues bones referències, pel que a les tasques de manteniment fa referència en situacions puntuals en cas de que es produïssin averies a les instal·lacions que els treballadors no poguessin solucionar.

A continuació es pot observar l'organigrama d'Utopic:



Il·lustració 15 - Organigrama de l'equip humà d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.

7.2 . Descripció dels llocs de treball

Els diferents llocs de treball que podem trobar dins d'Utopic són dos i els descrivim a continuació:

- Gerent: El/la gerent de l'espai coworking serà un dels socis que inicien aquest projecte i s'encarregarà de dirigir les altres tres àrees que formen l'organigrama, gestionarà internament totes les àrees existents, recerca de clients, resoldre conflictes interns, etc.
- Consultor/a: els consultors seran treballadors amb aquesta missió ja que des d'un inici, Utopic no té la capacitat de poder oferir altres llocs de treball amb d'altres responsabilitats. La tasca que desenvoluparan els consultors és de gran importància degut a que seran la cara més visible del coworking cap als clients.

Cada àrea tindrà les seves responsabilitats comentades anteriorment. L'àrea d'administració, la qual l'ocuparà l'altre soci per així tenir el nucli dels socis en aquestes tasques, s'encarregarà de donar suport als clients en temes relacionats, als temes financers i comptables del negoci, controlar el pagament de les quotes i serveis per part dels usuaris i a donar suport a les altres àrees. L'àrea de Màrqueting s'encarregarà de dur a terme l'execució de les polítiques del Màrqueting Mix que Utopic realitzarà, actualitzar les xarxes socials potenciar les relacions entre els usuaris, alhora de donar suports a les altres àrees entre d'altres tasques enumerades en el punt anterior. I per últim, l'àrea de Producció s'encarregarà del funcionament diari dins les instal·lacions, des de organitzar actes, com oferir serveis als usuaris que ho necessitin, atenció a aquests, coordinar les sales, atenció telefònica, etc.

7.3 . Política de selecció i contractació del personal

La política de selecció del negoci, tot i que en aquest cas concret no es tracta d'una estructura organitzativa i plantilla de treballadors amplia, aquesta política de selecció ha de ser acurada per tal de seleccionar als empleats adequats.

Com bé s'ha dit anteriorment, els treballadors de l'espai coworking, tot i estar establerts en una àrea, hauran de ser treballadors polivalents, per tant, hauran de tenir experiència i/o coneixements de tots els departaments per donar-li suport i així conformar un equip humà d'una gran qualitat.

A banda de permetre ajudar-se mútuament entre els treballadors, li proporciona al negoci un valor afegit pel fet de que qualsevol aspecte pot ser resolt per qualsevol d'ells. Un criteri alhora d'establir una preferència entre els candidats és la concordança amb la descripció del lloc de treball i les àrees que formen part del negoci. En aquest sentit, s'hi valora tenir estudis acabats de alguna de les branques d'economia, administració, màrqueting o dret. Un altre criteri a tenir en compte és el nivell d'experiència laboral en els llocs assignats i per últim la proximitat al negoci, donant preferència a aquells candidats que tinguin residència a la ciutat.

Tot i establir aquests criteris perfectament mesurables, els criteris més importants que hauran de complementar els anteriors són intangibles com són les habilitats personals. El tracte amb el client, l'actitud proactiva, la responsabilitat, la ràpida solució dels problemes, establir una bona comunicació amb els clients, tenir iniciativa, etc. són les més importants ja que es tracten de factors humans que en un negoci dedicat a donar servei és imprescindible.

Degut a que es tindrà en compte aquests criteris, als candidats se'ls hi plantejaran situacions corrents del dia a dia del coworking i així es podrà tangibilitzar aquests criteris i poder realitzar una avaluació dels candidats fàcilment.

La selecció dels recursos humans del negoci la duran a terme conjuntament entre els dos socis fundadors i seran ells qui s'encarregaran de la gestió i coordinació dels treballadors.

7.4 . Política salarial i despeses laborals

En aquest apartat s'hi mostrarà les condicions salarials dels treballadors del coworking on comptarà amb quatre empleats fixes (un gerent i tres consultors) i dos serveis subcontractats com són els de manteniment i neteja.

Pel que fa al gerent de l'espai coworking, les condicions laborals que s'estableixen són flexibles degut a que és un dels socis principals i no imposarà els seus interessos personals per sobre dels interessos del projecte, és per això que l'horari que realitzarà i el salari que percebrà inicialment serà variable.

L'horari del gerent inicialment correspondrà la seva jornada laboral a l'horari d'apertura de l'espai, així el que s'aconsegueix és impulsar el projecte i dotar-lo d'una estabilitat que requereixen els negocis que s'inicien, mentre que el salari inicial que rebrà serà de 1.200€ al mes subjecte als resultats que obtinguts durant els primers mesos amb les corresponents pagues extres als mesos de Març, Juliol i Desembre.

En total fa un sumatori estimat el salari anual de 18.000€ dividit entre les 15 pagues que es pagaran.

En la segona categoria laboral trobem els consultors on les condicions laborals entre els tres que comptarà Utopic són diferents entre ells ja que un d'ells es soci del coworking i tot i tenir un altre càrrec, les condicions entre ambdós seran les mateixes. En aquest cas correspon al assessor/consultor administratiu pel que aquest tindrà les mateixes condicions laborals que el gerent, tenint el mateix salari i el mateix horari laboral tot i que durant l'inici del projecte, aquestes dues variables seran flexibles. Pel que fa a l'horari, un cop el negoci porti uns mesos de funcionament i s'hagin adaptat els treballadors al dia a dia i percebre certa estabilitat, faran un horari de vuit hores diàries, mentre que per la part del salari, tant gerent com assessor/consultor durant els primers anys del projecte rebran una remuneració de 1.200€ degut a que durant els inicis, els projectes no són rentables, es per això que un cop el negoci sigui rentable i obtingui beneficis, el salari s'augmentarà d'acord amb les circumstàncies futures.

Els altres dos consultors (Màrqueting i Producció) tindran un salari de 1.100€ al mes amb les corresponents pagues extres als mesos de Març, Juliol i Desembre, fent un total de 16.500€ anualment. Pel que fa a l'horari que tindran ambdós serà de 40 hores laborals a la setmana repartides de Dilluns a Dissabte. Aquests dos membres del equip humà, al contrari que succeïa amb els fundadors, l'horari i la remuneració mensual es mantindrà fixe.

El servei de neteja es contractarà per a tres dies a la setmana (dimarts, dijous i dissabte) i dues hores al dia, fent un total de 6 hores setmanals i 24 hores mensuals. El preu del servei de neteja per hora correspon a 35€, fent un total de 210€ setmanals i 840€ mensuals de cost que assumeix el projecte. (Reial Decret Llei 1077/2017, de 29 de Desembre, sobre Salari Mínim Inter Professional).

El servei de manteniment es contractarà exclusivament quan sigui necessari. Es tindrà en compte que el personal sigui qualificat i ofereixi una tarifa a desemborsar bona segons l'oferta que hi ha en el mercat. Al ser una despesa difícilment avaluable al ser esporàdica no pot quantificar-se monetàriament.

7.5 . Retenció, formació i motivació del personal

En aquest punt s'hi detallarà de quina manera es realitzarà les polítiques de retenció, formació i motivació del personal.

Pel que fa a la retenció del personal, Utopic opta per donar estabilitat als treballadors amb contractes laborals indefinits des de l'inici, amb la intenció de mostrar la confiança que es té amb ells i per a que la percebin, per a que es sentin a gust en la feina que desenvolupen i així garantir un tracte als usuaris més pròxim.

Des de la figura dels dos socis, gerència i administració, es faran propostes de millorar els coneixements dels treballadors mitjançant formació continua. D'altra banda també s'ajudarà a conciliar l'horari laboral amb la vida personal.

Un altre punt a tenir en compte és la d'organitzar ocasionalment durant el mes, reunions entre els treballadors per a reportar aspectes a millorar i assegurar el bon funcionament del centre, aconseguint així que tots es sentin part del projecte per igual i motivant als empleats per al dia a dia.

Per últim, en el pla de negoci del coworking es té l'objectiu d'obrir diferents centres arreu del territori, per tant, existeixen possibilitats de millora lligades al creixement del negoci i situació econòmica favorable. Aquestes millores representen càrrecs de més responsabilitat, horari més flexible, augment salarial.

7.6 . Seguretat i higiene en el treball

La seguretat i higiene en els centres de treball és un aspecte amb molta importància degut a tractar-se d'un negoci en donar un servei, es per això que Utopic es compromet en termes de seguretat i salut laboral a fer complir la legislació vigent, gestionar i prevenir els riscos laborals relacionats amb les activitats que s'hi realitzen i promoure la cultura basada en la seguretat i higiene laboral mitjançant una informació d'aquesta continua i la supervisió de les tasques que s'hi realitzen, optimitzar els recursos econòmics ja siguin tècnics o humans i la millora continua de la seguretat per la salut dels treballadors. Per tal de dur a terme aquestes accions, s'hi realitzarà un pla mínim de prevenció de riscos laborals per a informar i fer complir la normativa vigent, prevenir els riscos laborals i crear una cultura de prevenció d'aquests riscos entre els membres de l'espai coworking.

8 ESTRUCTURA LEGAL

8.1 . Forma jurídica

UTOPI C serà una societat mercantil amb forma jurídica de Societat Limitada "S.L." ja que al tractar-se d'una petita empresa en la que hi formarem part un total de dos socis, per tant, aquest tipus de forma jurídica com són les Societats Limitades es la que més facilita les gestions a dur a terme.

Al mateix temps, la Societat Limitada aporta una sèrie d'avantatges com la de tenir una flexibilitat major en termes burocràtics que d'altres formes jurídiques, també permet una

major relació entre els socis que la conformin, la responsabilitat dels socis es limita únicament al capital aportat sense haver de respondre del seu patrimoni personal davant dels deutes, la tramitació de algunes gestions de les Societats Limitades s'agilitza gràcies a la possibilitat de poder-la realitzar electrònicament com podria ser la constitució d'aquestes, entre d'altres.

Malgrat això existeixen alguns inconvenients per aquestes formes com podria ser l'exigència que tenen un cop constituïdes de tenir el capital mínim aportat totalment subscrit i desemborsat, no poder acollir-se a les bonificacions en la quota d'autònom (RETA) de la Seguretat Social, la garantia dels proveïdors queda limitada al patrimoni social, obligatorietat de portar una comptabilitat formal, complexitat de l'impost de societats, majors despeses que els empresaris individuals o comunitat de béns, etc.

Algunes característiques de les Societats de Responsabilitat Limitada són les següents:

- Constitució mitjançant escriptura pública i inscripció en el Registre Mercantil.
- Capital Social mínim de 3.000€, totalment subscrit i desemborsat, constituït per les aportacions dels socis que ho poder fer mitjançant diners en metàl·lic, béns que posseïxin o drets.
- No s'exigeix un nombre mínim de socis.
- La transmissió de les participacions socials no pot fer-se lliurement a persones extres de la societat sense el consentiment previ de la Junta General, que la formen els socis. Aquests gaudeixen d'un dret de tempteig en l'adquisició de participacions de socis sortints.
- Tributen per l'Impost de Societats (IS).

El marc legal en que està regulat les Societats de Responsabilitat Limitada són els següents:

- Reial Decret Legislatiu 1/2010, del 2 de juliol, en el que s'aprova el text refós de la Llei de Societats de Capital.
- L'ordre JUS/3185/2010, del 9 de Desembre, en el que s'aproven els Estatut-tipus de les Societats de Responsabilitat Limitada.
- Reial Decret Llei 13/2010, del 3 de Desembre, d'actuacions en l'àmbit fiscal, laboral per a fomentar la inversió i la creació d'ocupació.

8.2 . Tràmits a realitzar: agenda de constitució

Per a la seva constitució es seguiran els passos següents:

A) Tràmits de Constitució de la Societat

1. Demanar el certificat negatiu en el Registre Mercantil Central, la verificació negativa pot tardar 15 dies aproximadament.

Aquest document és un certificat que acredita de que el nom escollit per a la Societat Limitada no coincideix amb el de cap altre. Per a la creació de qualsevol empresa es necessari aquesta obtenció.

On: a través de la web <http://www.rmc.es>

Termini: Abans d'anar al notari fins a un màxim de 3 mesos de validesa.

Cost: 18,24 € per correu certificat / 22 € si l'envien mitjançant missatgeria.

2. Obertura compte corrent. Dipòsit capital mínim i obtenció del Certificat de Dipòsit del capital social.

Un cop obtingut el certificat negatiu de la denominació social, cal anar a qualsevol entitat bancària per a obrir un compte corrent amb el nom de la societat, ingressant el capital mínim. Un cop es realitzi l'ingrés, el banc expedirà un certificat que cal presentar-ho davant notari.

On: Bancs o caixes.

Cost: 0€. Les aportacions del capital social no són un cost, sinó una inversió.

3. Constitució de la societat - Atorgament de l'Escriptura Pública.

S'han de constituir el nom, l'objecte social, el capital social, domicili social.

Documentació necessària: Certificació negativa nom no coincident, Certificat Dipòsit capital social, Estatuts: es recomana que encomaneu la redacció dels Estatuts a la notaria, per tal d'evitar problemes a l'hora d'inscriure l'escriptura en el Registre Mercantil.

On: Notaria

Cost aproximat: Capital social de menys de 6.010,12 € 98,15 € Còpia autèntica 3,00 € per foli (20 folis x dos còpies) 120,00 € Còpia simple 0,6 € per foli (20 folis x tres còpies) 36,00 € TOTAL 254,15 €

4. Obtenció de CIF.

El CIF es un còdig que serveix per a poder identificar la societat a efectes fiscals.

On: Delegació d'Hisenda que correspongui per districte postal al domicili de l'empresa. Documentació necessària: Còpia simple i autèntica de l'escriptura de constitució, Fotocòpia DNI administrador/ra signant i de les persones sòcies, Imprès 036 (en aquest imprès s'han de declarar les obligacions fiscals que genera la nostra activitat; per fer-ho de forma correcta en cada Delegació d'Hisenda hi ha un departament d'Informació Tributària on assessoren sobre el número d'epígraf d'IAE i les obligacions que corresponen a l'activitat en concret).

Cost: preu imprès (1,5 €), encara que és possible obtenir el imprès de forma gratuïta mitjançant la web de l'Agència Tributària (<http://www.aeat.es>).

5. Inscripció Registre Mercantil

En el termini de 2 mesos després que s'entregui l'escriptura de constitució pel notari, la Societat cap presentar-se per a inscriure's al Registre Mercantil que correspongui segons el domicili social fixat en els Estatuts.

On: Registre Mercantil corresponent a la província del domicili de l'activitat
Termini per presentar l'escriptura per a inscripció: 2 mesos SL/SLL des de firma escriptura.

Documentació necessària: Còpia autèntica i omplir en imprès de presentació, Fotocopia del CIF de la societat a inscriure.

Cost: - 6,01 € per presentació - +Conceptes objecte d'inscripció - +Publicació BORME (98,30 €).

B) Tràmits davant Hisenda

1. Alta en l'impost sobre activitats econòmiques (IAE)

Aquest Impost té un tribut de caràcter local que graba l'exercici d'activitats empresarials, professionals o artístiques. L'IAE és d'obligat compliment per a totes les societats, ja siguin empresaris o professionals.

Documents a presentar: Model 036 (alta censal).

Termini: Un mes des de l'inici.

Lloc: Administració Tributària corresponent.

Cost: Variable segons quina sigui l'activitat que realitzi la societat.

2. Declaració censal (IVA)

La declaració censal es la declaració de inici, modificació o de finalització de l'activitat. Ha de ser obligatòriament presentada per les societats que estiguin subjectes a tributar per obligació.

On: Delegació d'Hisenda del domicili fiscal de la societat .

Termini: Abans de l'inici de l'activitat.

Documents a presentar: Model 036 (alta censal) .

Cost: Cost imprès (1,5 €), possibilitat d'obtenir-lo de forma gratuïta a la web de l'Agència Tributària (<http://www.aeat.es>).

3. Sol·licitud CIF definitiu

Cost aproximat: El cost de l'imprès, però és possible descarregar-lo gratuïtament.

Dirigir-se a: Aquest tràmit es pot fer presencialment o telemàticament si es té firma digital. A l'administració d'Hisenda que correspon per domicili. Delegacions i Administracions .

Documentació: Imprès normalitzat Model 036
<https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/procedimientoini/G322.shtml>.

Escritura de constitució, juntament amb la resolució i el segell acreditatiu de la inscripció al Registre.

4. Legalització dels llibres oficials

Llibre d'inventari i comptes anuals, llibre diari, llibre d'actes, llibre de socis.

On: Registre Mercantil de la Província per registrar-los, els llibres es poden adquirir en papereries.

Cost: 17 € per legalització de llibre.

Termini: una setmana aproximadament.

C) Tràmits davant l'Ajuntament:

1. Règim de comunicació

On es tramita? Davant el departament d'urbanisme o llicències d'activitat de l'ajuntament on es vol obrir l'establiment.

Temps que pot trigar el tràmit: Resposta "on-line" i 1 mes per aportar la documentació.

Inici de l'activitat: L'endemà de lliurar tota la documentació completa.

2. Règim de llicència d'obertura

On es tramita? Davant el departament d'urbanisme o llicències d'activitat de l'ajuntament on volem obrir l'establiment.

Temps que pot trigar el tràmit: El termini de la resolució és de 3 mesos.

Cost: 710,33 € + Impost sobre construccions, instal·lacions i obres (3,25% sobre pressupost de la implantació, ampliació, modificació o reforma de les instal·lacions) + Redacció projecte tècnic (uns 1.300 €)+ Certificat o informe positiu d'una EAC (uns 600 €) Total: mínim de 2.610,33 € + 3,25% Pressupost + Llicència d'Obres

3. Llicència d'obres

TIPUS	LLICÈNCIA D'OBRES MAJORS	LLICÈNCIA D'OBRES MENORS	COMUNICAT D'OBRES
COST	5,96€ per m ² d'obra + 3,25% del cost de l'obra + cost del projecte d'obres (de 300€ a 1.500€ segons complexitat del projecte)	338€ llicència (amb projecte) + 3,25% del cost de l'obra + cost del projecte d'obres (de 300€ a 1.500€ segons complexitat del projecte)	196€ (sense projecte) +3,25% del cost de l'obra

Taula 13 - Tarifes de Llicència d'obres. Font: Elaboració pròpia a partir de <http://www.gencat.cat>

D) Tràmits davant la Tresoreria General de la Seguretat Social:

1. Inscripció de l'empresa a la Seguretat Social i altes empresari/es i treballadors/res

Cost: 0€

2. Afiliació i alta dels treballadors

Cost: 0€

3. Cotització

Cost: 0€

E) Tràmits davant la Direcció General del Treball:

1. Comunicació d'obertura d'un centre de treball

F) Tràmits davant el Servicio Público de Empleo Estatal:

1. Notificació i registre dels contractes de treball

2. Sol·licitud de treballadors

8.3 . Altres normatives a aplicar : obligacions fiscals

<p>Impost d'activitats econòmiques (IAE).</p> <p>Epígraf: 899</p> <p>Tributació per IRPF :</p> <p><input type="checkbox"/> Règim d'estimació directa normal</p> <p><input type="checkbox"/> Règim d'estimació directa simplificada</p> <p><input type="checkbox"/> Règim d'estimació objectiva</p> <p>Tributació per Impost de Societats</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Impost de societats</p> <p>Règim de l'IVA</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Règim general</p> <p><input type="checkbox"/> Règim simplificat</p> <p><input type="checkbox"/> Règim especial de recàrrec d'equivalència</p> <p><input type="checkbox"/> Règim especial de l'agricultura, ramaderia i pesca</p> <p><input type="checkbox"/> Règim especial de béns usats, objectes d'art i antiguitats</p> <p><input type="checkbox"/> Règim especial d'agències de viatges</p>
--

Il·lustració 16 - Imatge resum de les obligacions fiscals d'Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia.

a) Epígraf

Utopic forma part de la divisió vuit en la que s'hi classifiquen els professionals relacionats amb altres serveis, concretament, al no trobar cap epígraf concret per als espais coworking s'inclourà en l'epígraf 899 en el que pertanyen a altres professionals relacionats amb els serveis als que fa referència aquesta divisió.

b) Tributació per IRPF

Com a figura jurídica de Societat de Responsabilitat Limitada, la forma de tributar no correspon a l'Impost de la Renda per a Persones Físiques.

c) Tributació per Impost de Societats

En aquest cas, per Utopic la forma de tributar si que correspon a l'Impost de Societats. El tipus general d'aquest impost es del 25% però al tractar-se d'una empresa de nova

creació, durant els 2 pròxims exercicis econòmics s'aplicarà un tipus reduït del 15% en cas que la base imponible sigui inferior a 300.000€, en cas contrari, s'aplicarà un tipus impositiu del 20%.

d) Règim de l'IVA

Pel que fa a l'Impost sobre el Valor Afegit, s'ha optat per presentar el règim general. En aquest cas, s'ha de presentar i ingressar trimestralment el model 300 corresponent a aquest impost, a més, en l'últim trimestre s'ha d'adjuntar un resum anual de l'IVA a nivell informatiu que correspon al model 390.

En cas que es produís la situació de que la base imposable fos negativa durant els primers 3 trimestres, hi ha l'opció de compensar-ho en l'últim trimestres o sol·licitar la devolució si calgués.

e) Model 347

Aquest model correspon a la declaració anual d'operacions amb tercers que es purament informativa i no econòmica. Tot i així, es obligatori la seva presentació ja que en cas contrari pot ser motiu de sanció econòmica amb una multa. En aquesta es detalla el total de les operacions econòmiques que s'han dut a terme amb terceres persones, ja siguin proveïdors o clients durant l'exercici.

8.4 . Altres normatives a aplicar : obligacions laborals

a) Alta en contingència d'accidents de treball i malaltia personal

Amb aquesta gestió d'inscripció a la Seguretat Social es pretén cobrir el cost de les prestacions a les que té dret el personal que treballi en la societat en cas d'accident laboral o malaltia. També inclou els costos de les revisions, les operacions i les recuperacions dels treballadors que tinguin un accident per motius professionals. L'empresari propietari de la societat pot triar de realitzar aquesta gestió davant mútua privada o per l'Institut Nacional de la Seguretat Social per a la cobertura de la prestació econòmica.

b) Registre de marques, noms comercials i rètols

Un cop constituïda la societat cal registrar la marca davant l'Oficina Espanyola de Patents i Marques o per la web <http://www.oepm.es>. Això servirà per a identificar el producte o servei que només podrà oferir Utopic com a Societat de Responsabilitat Limitada i evitar plagis o apoderaments de marques. Aquesta gestió aporta un valor econòmic a la marca i a la imatge del coworking.

c) Establiment del calendari i horari laboral

En el calendari laboral s'ha de registrar els dies que es treballaran durant l'any i els horaris de la jornada laboral. En aquest cas, al tractar-se d'un espai coworking destinat a oferir serveis i al comptar amb escassos membres en plantilla, l'horari serà l'establert

anteriorment en el que estarà obert tots els dies excepte els dies festius segons el calendari de Catalunya.

d) Ordenança general de seguretat i higiene en el treball i prevenció de riscos laborals

Tota societat a d'adoptar les mesures necessàries per a que els llocs de treball no generin riscos per a la seguretat i salut dels treballadors i clients.

Aquests espais han de complir amb els mínims que exposa la normativa com les següents: les zones de pas, les sortides i les vies de circulació del lloc de treball cal que es mantinguin lliures d'obstacles, el local i les instal·lacions s'han de netejar amb freqüència, aquestes accions de neteja no han de comportar riscos per ningú realitzant-ho amb els mitjans i equipament adequat.

e) Formalització de contractes de treball

Es d'obligat compliment que l'acord de treball entre empresari i treballador estigui documentat mitjançant un contracte de treball, en el que s'establirà la retribució i les condicions de treball. Aquest contracte pot formalitzar-se per escrit o de paraula en la que cadascuna de les dues parts pot obligar a que es realitzi per escrit en qualsevol moment de la relació laboral entre ambdues parts dins del període de treball.

f) Llibre de visites

El llibre de visites és obligatori per a totes les societats ja que en cas d'inspecció de treball, cal la seva presentació.

g) Documents d'empresa

Totes les societats necessiten per a dur a terme la seva activitat una sèrie de documents. Aquests documents són:

- El llibre diari: aquest és el llibre principal de la comptabilitat i on es registren els moviments comptables que es produeixen durant l'activitat de l'empresa.
- El llibre d'inventaris i balanços: aquest llibre d'inventaris s'ha de iniciar amb el balanç inicial de l'empresa i s'hi registrarà anualment els moviments d'inventari.
- Els comptes anuals: totes les societats estan obligades a presentar els comptes anuals que aquests han d'incloure el balanç, el compte de pèrdues i guanys i la memòria. S'han de formular en un termini màxim de tres mesos després d'acabar l'exercici econòmic i presentar-se davant el registre mercantil en un termini màxim de 1 mes després de que la Junta d'accionistes les aprovi.
- El llibre de factures emeses: aquest llibre recull el total de les factures emeses per la societat i així portar un registre diari de les operacions comercials fetes per ella sent obligatori conservar-ho durant un període de sis anys.

- El llibre de les factures rebudes: aquest llibre recull el total de les factures rebudes per la societat i així portar un registre diari de les operacions comercials fetes per ella sent obligatori conservar-ho durant un període de sis anys.
 - El llibre d'actes: en aquest llibre figuren tots els acords presos per la Junta d'accionistes.
 - El llibre de registre de socis: aquest llibre recull tots els socis que formen part de l'empresa.
 - El llibre de matrícula del personal contractat.
 - El llibre de sancions.
 - El registre de les aportacions socials.
- h) Contracte de lloguer

El local on Utopic establirà l'espai coworking es arrendat pel que és necessari que s'estableixi un contracte de lloguer que figurei l'acord entre el propietari i el llogater pel qual aquest cedeix les seves instal·lacions per a l'explotació de l'activitat.

En aquest contracte ha de figurar el període de lloguer, la fiança inicial que s'exigeix, la renda que es pagarà al propietari, la forma i el termini de pagament i la clàusula d'actualització d'aquesta renda que generalment es realitza segons l'índex de Preus al Consum (IPC).

9 PLA ECONÒMIC-FINANCER

9.1. Antecedents i supòsits de treball. Objectius financers

En aquest apartat corresponent al pla econòmic i financer del projecte s'hi detallarà les qüestions a tenir en compte de cara al seu desenvolupament.

Pel que fa al pla d'inversions, cal començar parlant del local el qual és de lloguer, per tant, en el moment d'arrancar el projecte no cal una inversió en terrenys i construccions. Tot i això, la gran part de la despesa correspondria a les reformes dutes a terme en el local per tal d'adaptar-lo a les necessitats del coworking. Aquestes obres d'adaptació s'estima un cost de 15.000 € que aniran a despeses de l'exercici. Per altra banda, cal tenir en compte que s'hi prestarà un servei en el qual s'ha d'adquirir un mobiliari, instal·lar maquinaria, decorar, tresoreria, etc. Aquest segon pas per a la preparació del local i la seva posada a punt el qual el major cost el trobem en l'adquisició de tot el mobiliari i equipament s'estima un cost de 61.849,00 €. Aquest import és elevat degut a la extensa capacitat que comptarà el local per acollir el màxim nombre d'usuaris possibles sense interferir en l'acompliment de les seves necessitats.

Pel que fa al pla de finançament, el negoci es finança amb fons propis i fons aliens el qual un dels dos proveïdors de préstecs d'aquests fons aliens esta correlacionat amb l'immobilitzat necessari per a desenvolupar l'activitat econòmica mentre que els fons propis que s'aporten està d'acord amb les possibilitats dels socis fundadors del negoci. Un cop analitzat el pla d'inversions i el pla de finançament, anem a veure el compte de resultats per als primers mesos. Els resultats mostraran el nivell d'ingressos mensuals que es preveu obtenir tenint en compte unes variables. El negoci s'ha considerat estacional degut a que l'oferta del servei engloba a estudiants i com es normal, aquest factor repercutirà en l'assistència d'aquests on els mesos d'estiu s'ha estimat una menor ocupació que durant al llarg de l'any. Tot i això, els preus seran fixes durant tota l'estimació del projecte. Un cop s'ha tingut en compte aquesta variable de l'ocupació, en quant a les despeses podem observar que totalitat corresponen a despeses fixes on podem trobar el lloguer del local, tributs, les subcontractacions del servei de neteja, publicitat, assegurances, etc.

Per als següents anys, s'ha establert un increment percentual dels socis potencials i de les despeses segons la previsió de la viabilitat del negoci.

Pel que fa a l'impost de societats, els dos primers exercicis és del 15% degut a que es considera una empresa de nova creació i els següents exercicis es tributarà pel tipus general del 25%.

L'objectiu d'aquest pla econòmic i financer es determinar, segons la inversió inicial i el finançament realitzat, el negoci es viable econòmicament o pel contrari ha d'ajustar-se durant el transcurs d'aquests algunes partides.

9.2. Pla d'inversions.

En aquest punt es detallarà tota la inversió que s'ha tingut que realitzat inicialment i la seva amortització durant aquest exercici i els pròxims quatre anys.

Aquest pla d'inversió esta estimat de la manera més acurada possible, analitzant preus i comparant entre diferents proveïdors i detallant cada inversió necessària per a cada espai del negoci.

Cal comentar que Utopic haurà de realitzar un desemborsament inicial considerable degut a que per a la posada en funcionament del negoci es requereix d'immobilitzat específic:

El projecte d'inversió segons els espais d'Utopic són:

- **Sala de reunions:** es realitzarà una inversió inicial de **3.448,00€** per als diferents elements (taules, cadires, pantalles, pissarres, armaris,...) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal repartides entre 15 anys tot el mobiliari i 5 anys els equips informàtics.

- **Sala de conferencies:** la inversió necessària es situa en **3.688,00€** per als elements (taules, cadires, pantalles, pissarres, armaris...) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal repartides entre 15 anys tot el mobiliari i 5 anys els equips informàtics.
- **Sales individuals:** la inversió necessària es situa en **12.090,00€** per als elements (taules, cadires, calaixeres, armaris, penjadors, papereres, impressores, telèfons,...) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal repartides entre 15 anys tot el mobiliari i 5 anys els equips informàtics (ordinador i impressora).
- **Sales Grupals:** la inversió necessària es situa en **11.347,00€** per als elements (taules, cadires, calaixeres, armaris, penjadors, papereres, impressores, telèfons,...) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal repartides entre 15 anys tot el mobiliari i 5 anys els equips informàtics (ordinador i impressora).
- **Espai recepció-oficina:** la inversió necessària es situa en **1.980,00€** per als elements (taules, cadires, calaixeres, armaris, penjadors, papereres, impressores, telèfons,...) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal repartides entre 15 anys tot el mobiliari i 5 anys els equips informàtics (ordinador i impressora).
- **Cafeteria:** la inversió necessària es situa en **615,00€** per als elements (taules, cadires, cafetera, nevera i microones) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal de 15.
- **Vestuari:** la inversió necessària es situa en **400,00€** per als elements (bancs i taquilles) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal de 15.
- **Extres:** la inversió necessària es situa en **28.531,00€** repartida en: 245,00€ per extres de mobiliari de jardineria i decoració amb una amortització lineal durant 5 anys; un cotxe d'empresa per 13.000,00€ amb una amortització lineal durant 8 anys, l'acondicionament del local valorat en 15.000,00€ on anirà com a despesa

del compte de pèrdues i guanys i no s'amortitza; mobiliari d'il·luminació per 286,00€ amb una amortització lineal durant 5 anys.

- **Biblioteca:** la inversió necessària es situa en **2.130,00€** per als elements (prestatgeries, sofàs, taules i cadires) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal de 15.
- **Zona de descans:** la inversió necessària es situa en **620,00€** per als elements (sofàs, butaques i cadires) i se li ha estimat una amortització formada entre les taules d'amortització fiscal i la considerada per Utopic. Tots els elements tindran una amortització lineal de 15.
- **Caixa:** es fa una inversió en caixa de **12.000,00€** durant el primer any.

Pla d'inversions: Veure **Annex 12.1**

Taula d'amortitzacions: Veure **Annex 12.2**

9.3. Pla de Finançament

Pel que fa al pla de finançament, la inversió d'Utopic anteriorment detallada es finançada de dues formes.

En primer lloc trobem el capital propi constituït per les aportacions dels dos socis fundadors del projecte per valor total de 14.000 € en total.

En segon lloc, trobem dos préstecs de dos proveïdors. S'ha sol·licitat un préstec per import de 8.000 € a IKEA al tipus d'interès nominal del 13,20% i el segon préstec sol·licitat per import de 39.849 € correspon a un préstec ICO amb un tipus d'interès nominal de 6,70%.

Pel que fa als venciments d'ambdós préstecs són de 5 anys respectivament.

Préstec IKEA	8.000 €	Préstec ICO	39.849 €
Venciment	5	Venciment	5
Amortització mensual	12	Amortització mensual	12
Interès nominal	13,20%	Interès nominal	6,70%
Interès mensual	1,10%	Interès mensual	0,56%
Quota	182,84 €	Quota	783,43 €

Taula 14 - Estructura financera dels préstecs contractats per Utopic S.L. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de cada entitat.

Taula d'Amortització Financera. Veure **Annex 12.3**

9.4. Pressupostos

Després d'haver realitzat el pla d'inversions i pla de finançament, es parteix de que el negoci comença a funcionar l'1 de gener de l'any 2020, pel que significa que els exercicis econòmics són complets segons normativa fiscal.

Pel que fa al pressupost del Compte de Pèrdues i Guanys, els ingressos estan comptabilitzats segons una estacionalitat.

Considerem *Baixa ocupació* a una afluència del 20% de la capacitat per als mesos de Juny, Juliol i Agost degut a la inactivitat escolar; *Mitjà ocupació* a un 40% d'afluència de la capacitat durant el mes de Gener a causa de les vacances nadalenques i la disminució laboral que hi ha per part de empresaris i estudiants i *Alta ocupació* un 50% d'afluència segons la capacitat que alberga el local la resta de mesos de l'any.

Aquest supòsit es manté constant durant la resta dels 5 anys amb uns augments dels preus dels serveis i de les despeses segons una estimació en la que a partir de l'augment dels preus dels serveis a causa d'un augment dels usuaris, correspondrà amb un augment en les despeses degut a la major atenció que requeriran aquests.

Els ingressos venen determinats segons les tarifes que s'assignen segons el servei que es contracti.

Les despeses del coworking s'han enumerat en les següents: sous i salaris, telefonia, aigua, llum, gas, premsa, subcontractacions, promoció comercial, serveis exteriors, tributs, assegurances, despeses de constitució, arrendament i altres despeses. Durant el primer any, trobem l'import a aquesta última partida de 15.000,00€ corresponents a les despeses d'acondicionament del local.

L'impost de Societats durant els dos primers anys correspon a un 15% mentre que a partir del tercer any es el tipus general del 25%.

Pel que fa al Balanç de Situació hi trobem dins l'actiu no corrent a l'immobilitzat material, tot el mobiliari corresponent al pla d'inversions, l'amortització acumulada anual que al ser lineal, durant els cinc primers anys serà de 6.025,00€ anualment, a l'actiu corrent trobem la partida d'efectiu el qual correspon a l'excedent de tresoreria resultant del resultat de l'exercici.

En el Patrimoni Net i trobem durant al llarg dels anys el capital social de l'empresa que es de 14.000€ corresponent a les aportacions dels socis i els resultats dels exercicis els quals van destinats a reserves per a que en cas de que el projecte tingui èxit tenir capacitat d'autofinançament.

En el passiu no corrent trobem la comptabilització dels deutes dels préstecs sol·licitats que no corresponen a amortitzar durant l'exercici en curs, a diferència de l'actiu corrent el qual trobem la part d'aquests préstecs que es liquiden durant l'exercici en curs.

Un cop determinants aquests pressupostos del Balanç de Situació i el Compte de Pèrdues i Guanys, passem a analitzar en el supòsit de que la previsió duta a terme fos correcte, quines serien les vendes d'equilibri, o el que es el mateix, quin es aquell import que ingresem que fa que les despeses programades per els següents 5 exercicis fossin zero.

Aquest càlcul es realitza mitjançant el punt mort.
$$\text{Punt Mort} = \frac{\text{Costos Fixos}}{\frac{\text{Vendes} - \text{Cost de Vendes}}{\text{Vendes}}}$$

Per a realitzar aquest càlcul, s'ha pres com a despeses fixes totes les despeses del coworking sense comptar en el primer exercici ni les despeses de constitució (Veure **Annex 12.4**) ni l'acondicament del local ja que no poden considerar-se fixes període rere període. Pel que fa al càlcul del denominador, es el mateix valor que el marge de contribució que en aquest cas coincideix amb els ingressos d'explotació al no comptar el negoci amb despeses variables segons la venda de serveis.

Un cop s'ha obtingut aquest resultat de punt mort o vendes d'equilibri, s'ha fet una ponderació de la xifra total d'ingressos durant els pròxims 5 anys obtinguda en el Compte de Pèrdues i Guanys i la xifra d'ingressos corresponent a cada servei ofert on també la trobem desglossada en el Compte de Pèrdues i Guanys i amb això s'obté quin pes representa del total dels ingressos el servei que es contracta. Un cop tenim aquest percentatge, es procedeix a multiplicar per la xifra total de les vendes d'equilibri o punt mort obtinguda i obtenim les vendes d'equilibri de cada servei.

En cas que es vulgui precisar més, cosa que pot ser beneficiós de cara a enfocar el tipus de client que necessita el coworking que assisteixi més, es pot dividir aquest resultat de les vendes d'equilibri de cada servei per la tarifa que té aquesta i així sabrem quina es la quantitat de clients anuals que han d'assistir al coworking per a que les despeses d'aquest estiguin cobertes.

A continuació, en els següents apartats es detallarà aquests Estats Financers i càlcul del punt mort dut a terme.

9.4.1. Balanços anuals

Balanç de situació provisional						
	ANY 0	ANY 1	ANY 2	ANY 3	ANY 4	ANY 5
ACTIU						
ACTIU NO CORRENT						
Immobilitzat Intangible	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Immobilitzat material	49.849,00 €	49.849,00 €	49.849,00 €	49.849,00 €	49.849,00 €	49.850,00 €
Immobilitzat financer	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Amortització Acumulada	- €	- 6.025,00 €	- 12.050,00 €	- 18.075,00 €	- 24.100,00 €	- 30.125,00 €
ACTIU CORRENT						
Existències	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Deutors Comercials	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Efectiu	12.000,00 €	8.661,56 €	19.858,04 €	22.011,26 €	22.065,08 €	38.356,17 €
H.P. deutora	- €	- €	- €	- €	- €	- €
TOTAL ACTIU	61.849,00 €	52.485,56 €	57.657,04 €	53.785,26 €	47.814,08 €	58.081,17 €
PATRIMONI NET I PASSIU						
PATRIMONI NET						
Capital Social	14.000,00 €	14.000,00 €	14.000,00 €	14.000,00 €	14.000,00 €	14.000,00 €
Reserves	- €	- €	- €	12.760,30 €	18.395,62 €	22.700,41 €
Resultat	- €	-1.211,99 €	13.972,29 €	5.635,32 €	4.304,79 €	3.867,46 €
Resultat negatiu anteriors	- €	- €	- 1.211,99 €	- €	- €	- €
Subvencions de capital	- €	- €	- €	- €	- €	- €
PASSIU NO CORRENT						
Préstecs externs	6.790,42 €	5.411,15 €	3.838,39 €	2.044,99 €	- €	- €
Préstecs ICO	32.907,12 €	25.485,59 €	17.551,24 €	9.068,68 €	- €	- €
Altres deutes a llarg termini	- €	- €	- €	- €	- €	- €
PASSIU CORRENT						
Préstecs externs	1.209,58 €	1.379,27 €	1.572,76 €	1.793,40 €	2.044,99 €	- €
Préstecs ICO	6.941,88 €	7.421,54 €	7.934,34 €	8.482,57 €	9.068,68 €	- €
Crèdits comercials (proveïdors)	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Crèdits públics Seg.Social	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Creditors públic Hisenda	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Altres deutes a curt termini	- €	- €	- €	- €	- €	- €
TOTAL PATR.NET I PASSIU	61.849,00 €	52.485,56 €	57.657,04 €	53.785,26 €	47.814,08 €	58.081,17 €

Taula 15 - Balanç de Situació d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.

9.4.2. Comptes resultats anuals

Compte de resultats mensual ANY 1: (Veure Annex 12.5)

Ocupació	Total Any 1	Total Any 2	Total Any 3	Total Any 4	Total Any 5
Vendes en euros					
Sala Individual Oberta (dia)	14.400,00 €	14.544,00 €	14.834,88 €	15.279,93 €	15.891,12 €
Sala Individual Oberta (setmana)	8.960,00 €	9.049,60 €	9.230,59 €	9.507,51 €	9.887,81 €
Sala Individual Oberta (mes)	8.800,00 €	8.888,00 €	9.065,76 €	9.337,73 €	9.711,24 €
Sala Individual Tancada (dia)	12.150,00 €	12.271,50 €	12.516,93 €	12.892,44 €	13.408,14 €
Sala Individual Tancada (setmana)	7.560,00 €	7.635,60 €	7.788,31 €	8.021,96 €	8.101,82 €
Sala Individual Tancada (mes)	7.425,00 €	7.499,25 €	7.649,24 €	7.878,71 €	8.193,86 €
Sala Grupal Oberta (dia)	23.100,00 €	23.331,00 €	23.797,62 €	24.511,55 €	25.492,01 €
Sala Grupal Oberta (setmana)	14.080,00 €	14.220,80 €	14.505,22 €	14.940,37 €	15.537,99 €
Sala Grupal Oberta (mes)	11.550,00 €	11.665,50 €	11.898,81 €	12.255,77 €	12.746,01 €
Sala Grupal Tancada (dia)	23.100,00 €	23.331,00 €	23.797,62 €	24.511,55 €	25.492,01 €
Sala Grupal Tancada (setmana)	14.080,00 €	14.220,80 €	14.505,22 €	14.940,37 €	15.537,99 €
Sala Grupal Tancada (mes)	11.550,00 €	11.665,50 €	11.898,81 €	12.255,77 €	12.746,01 €
Total Ingressos	156.755,00 €	158.322,55 €	161.489,00 €	166.333,67 €	172.746,00 €
Sous i Salaris	55.200,00 €	60.720,00 €	69.220,80 €	71.297,42 €	72.637,89 €
Telefonia	1.440,00 €	1.512,00 €	1.602,72 €	1.714,91 €	1.852,10 €
Aigua	2.160,00 €	2.268,00 €	2.404,08 €	2.572,37 €	2.778,15 €
Llum	2.880,00 €	3.024,00 €	3.205,44 €	3.429,82 €	3.704,21 €
Gas	600,00 €	630,00 €	667,80 €	714,55 €	771,71 €
Prensa	1.320,00 €	1.386,00 €	1.469,16 €	1.572,00 €	1.697,76 €
Subcontractacions	10.080,00 €	882,00 €	890,40 €	898,80 €	907,20 €
Promoció Comercial	8.400,00 €	8.820,00 €	9.349,20 €	10.003,64 €	10.803,94 €
Serveis Exteriors	960,00 €	1.008,00 €	1.068,48 €	1.143,27 €	1.234,74 €
Tributs	900,00 €	945,00 €	1.001,70 €	1.071,82 €	1.157,56 €
Assegurances	3.600,00 €	3.780,00 €	4.006,80 €	4.287,28 €	4.630,26 €
Despeses de Constitució	8.600,00 €	9.030,00 €	9.571,80 €	10.241,83 €	11.061,17 €
Arrendament	37.200,00 €	39.060,00 €	41.403,60 €	44.301,85 €	47.846,00 €
Altres	15.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total despeses	148.340,00 €	133.065,00 €	145.861,98 €	153.249,56 €	161.082,69 €
EBITDA	8.415,00 €	25.257,55 €	15.627,02 €	13.084,11 €	11.663,31 €
Amortitzacions	6.025,07 €	6.025,07 €	6.025,07 €	6.025,07 €	6.025,07 €
Resultat d'explotació	2.389,93 €	19.232,48 €	9.601,95 €	7.059,05 €	5.638,24 €
Interessos	3.443,84 €	2.794,49 €	2.088,20 €	1.319,33 €	481,63 €
Resultat abans d'impostos	-1.053,90 €	16.437,99 €	7.513,75 €	5.739,72 €	5.156,61 €
Impost de Societats	-158,09 €	2.465,70 €	1.878,44 €	1.434,93 €	1.289,15 €
Resultat	-1.211,99 €	13.972,29 €	5.635,32 €	4.304,79 €	3.867,46 €

INCREMENTS	2n any	3r any	4t any	5è any	INCREMENTS	2n any	3r any	4t any	5è any
Sala Individual Oberta (dia)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Sous i Salaris	10,00%	14,00%	16,00%	20,00%
Sala Individual Oberta (setmana)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Telefonia	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Individual Oberta (mes)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Aigua	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Individual Tancada (dia)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Llum	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Individual Tancada (setmana)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Gas	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Individual Tancada (mes)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Prensa	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Grupal Oberta (dia)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Subcontractacions	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Grupal Oberta (setmana)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Promoció Comercial	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Grupal Oberta (mes)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Serveis Exteriors	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Grupal Tancada (dia)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Tributs	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Grupal Tancada (setmana)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Assegurances	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
Sala Grupal Tancada (mes)	1,00%	2,00%	3,00%	4,00%	Despeses de Constitució	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
					Arrendament	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%
					Altres	5,00%	6,00%	7,00%	8,00%

Taula 16 - Compte de Pèrdues i Guanyos d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.

9.4.3. Càlcul del punt mort per a cada període

Vendes d'equilibri					
	2019	2020	2021	2022	2023
Despeses Fixes	134.208,90 €	141.884,56 €	153.975,25 €	160.593,96 €	167.589,39 €
Marge de Contribució	100%	100%	100%	100%	100%
Vendes equilibri	134.208,90 €	141.884,56 €	153.975,25 €	160.593,96 €	167.589,39 €
Sala Individual Oberta (dia)	12.328,85 €	13.033,95 €	14.144,64 €	14.752,66 €	15.416,76 €
Sala Individual Oberta (setmana)	7.671,28 €	8.110,02 €	8.801,11 €	9.179,43 €	9.592,65 €
Sala Individual Oberta (mes)	7.534,29 €	7.965,19 €	8.643,95 €	9.015,51 €	9.421,35 €
Sala Individual Tancada (dia)	10.402,46 €	10.997,40 €	11.934,54 €	12.447,56 €	13.007,89 €
Sala Individual Tancada (setmana)	6.472,64 €	6.842,83 €	7.425,94 €	7.745,15 €	7.859,98 €
Sala Individual Tancada (mes)	6.357,06 €	6.720,63 €	7.293,33 €	7.606,84 €	7.949,27 €
Sala Grupal Oberta (dia)	19.777,52 €	20.908,64 €	22.690,37 €	23.665,72 €	24.731,05 €
Sala Grupal Oberta (setmana)	12.054,87 €	12.744,31 €	13.830,32 €	14.424,82 €	15.074,17 €
Sala Grupal Oberta (mes)	9.888,76 €	10.454,32 €	11.345,18 €	11.832,86 €	12.365,53 €
Sala Grupal Tancada (dia)	19.777,52 €	20.908,64 €	22.690,37 €	23.665,72 €	24.731,05 €
Sala Grupal Tancada (setmana)	12.054,87 €	12.744,31 €	13.830,32 €	14.424,82 €	15.074,17 €
Sala Grupal Tancada (mes)	9.888,76 €	10.454,32 €	11.345,18 €	11.832,86 €	12.365,53 €
Nº de Clients al Any					
Sala Individual Oberta (dia)	4110	4110	4110	4110	4110
Sala Individual Oberta (setmana)	548	579	629	656	685
Sala Individual Oberta (mes)	137	145	157	164	171
Sala Individual Tancada (dia)	3467	3666	3978	4149	4336
Sala Individual Tancada (setmana)	462	489	530	553	561
Sala Individual Tancada (mes)	116	122	133	138	145
Sala Grupal Oberta (dia)	2825	2987	3241	3381	3533
Sala Grupal Oberta (setmana)	377	398	432	451	471
Sala Grupal Oberta (mes)	94	100	108	113	118
Sala Grupal Tancada (dia)	2825	2987	3241	3381	3533
Sala Grupal Tancada (setmana)	377	398	432	451	471
Sala Grupal Tancada (mes)	94	100	108	113	118
Nº de Clients al Mes					
Sala Individual Oberta (dia)	342	342	342	342	342
Sala Individual Oberta (setmana)	46	48	52	55	57
Sala Individual Oberta (mes)	11	12	13	14	14
Sala Individual Tancada (dia)	289	305	332	346	361
Sala Individual Tancada (setmana)	39	41	44	46	47
Sala Individual Tancada (mes)	10	10	11	12	12
Sala Grupal Oberta (dia)	235	249	270	282	294
Sala Grupal Oberta (setmana)	31	33	36	38	39
Sala Grupal Oberta (mes)	8	8	9	9	10
Sala Grupal Tancada (dia)	235	249	270	282	294
Sala Grupal Tancada (setmana)	31	33	36	38	39
Sala Grupal Tancada (mes)	8	8	9	9	10

Taula 17 - Vendes d'equilibri d'Utopic S.L. segons import monetari i nombre de clients. Font: Elaboració Pròpia.

9.5. Valoració i viabilitat del projecte

Existeixen diferents maneres de valoració i selecció de projecte d'inversió i aquests com vam estudiar en Direcció Financera: Inversió, els podem dividir en dos grups:

- Criteris estàtics: aquests mètodes no tenen en compte la cronologia dels diferents fluxos de caixa, es a dir, no tenen en compte el factor temps i es valora tant com si es retornen al any 1 o al any 5.
- Criteris dinàmics: aquests mètodes si que tenen en compte el factor temps dels fluxos de caixa i s'utilitzen mètodes de capitalització i descompte, amb l'objectiu de poder comparar quantitats de diners que es reben en diferents moments del temps.

9.5.1. Fluxos de caixa del projecte d'inversió

Dels criteris estàtics podem veure: Els fluxos obtinguts cada any:

	0	1	2	3	4	5
Inversions	-61.849,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Fluxes de caia (EBITDA-z·BAIT)		8.056,51 €	22.372,68 €	13.226,53 €	11.319,35 €	10.253,75 €
Projecte Inversió	-61.849,00 €	8.056,51 €	22.372,68 €	13.226,53 €	11.319,35 €	10.253,75 €
Acumulat		-53.792,49 €	-31.419,81 €	-18.193,28 €	-6.873,93 €	3.379,82 €

Taula 18 - Fluxos de caixa del projecte d'inversió d'Utopic S.L. **Font:** Elaboració Pròpia.

- Quadre resum dels criteris estàtics:

MÈTODES ESTÀTICS	
Flux net de Caixa (FNC; suma fluxes)	3.380 €
FNC per unitat invertida (FNC/ao)	5,46%
FNCAUI (per any / num. anys)	1,09%
Pay-back (recuperació inversió)	5

Taula 19 - Anàlisi de la inversió d'Utopic S.L. mitjançant els mètodes estàtics. **Font:** Elaboració Pròpia.

- Flux Net de Caixa (FNC):

Aquest criteri considera viable el projecte si es recupera la inversió inicial. Per tant, si el FNC es positiu.

En el cas de Utopic, la inversió inicial que realitzem es de 61.849€ i com podem comprovar el resultat es superior a aquesta inversió per valor de 3.380 €. Per tant, segons aquest indicador, el projecte es viable.

- Flux net de caixa per unitat de inversió. (FNCUI):

Aquest mètode consisteix en sumar tots els fluxos de caixa de inversió i dividir el resultat pel desemborsament inicial. Amb aquest càlcul obtenim el flux mig per unitat monetària invertida. El FNCUI representa el excedent financer que s'obté per cada unitat monetària invertida.

En Utopic com podem veure, seria de 5,46%. Aquest valor significa que per cada unitat monetària invertida en aquest projecte, obtenim un excedent de 0,05€.

- Flux Net Anual de Caixa per unitat d'inversió (FNCAUI):

Aquest criteri estàtic relaciona el FNCUI amb la duració de la inversió. Aquest valor representa el excedent financer per cada unitat monetària invertida i per cada any de duració de Utopic.

El FNCAUI representa que per cada 1€ invertit en ell, obtenim 0,01€ d'excedent.

Aquest resultat representa que es negatiu ja que es valora una duració del projecte de 5 anys. La nostra intenció es perllongar al màxim aquest projecte per a que sigui el més

rentable possible, ja que amb una inversió tant elevada al inici és normal aquest valor tan petit.

- Pay back Estàtic:

Aquest criteri representa el nombre d'anys que necessita el projecte per a que els fluxos de caixa arribin al valor del desemborsament inicial. En el nostre cas, recuperem la inversió en l'any 5.

-Quadre resum dels criteris dinàmics

MÉTODES DINÀMICS						
Taxa actualització	1%					
Projecte actualitzat	-61.849,00 €	8.056,51 €	22.372,68 €	13.226,53 €	11.319,35 €	10.253,75 €
Acumulat fluxos actualitzats		-53.792,49 €	-31.419,81 €	-18.193,28 €	-6.873,93 €	3.379,82 €
Pay-back dinàmic	5,00 €					
VAN (suma)	3.379,82 €					
VAN	1.530,90 €					
TIR	1,86%					
Taxa de reinversió	0,00%					
TIRG o TIRM	1,07%					

Taula 20 - Anàlisi de la inversió d'Utopic S.L. mitjançant els mètodes dinàmics. Font: Elaboració Pròpia.

- Valor actual Net (VAN)

Es el resultat de traslladar financerament tots els fluxos de caixa net de la inversió a l'actualitat, utilitzant una taxa d'actualització i després fer la diferencia amb el desemborsament inicial.

El problema que te VAN és aquesta taxa d'actualització. En Utopic s'ha agafat la taxa d'actualització de 1% degut a que els tipus d'interès en el mercat estàn entre 0% i 1%. Llavors, la rendibilitat mínima s'ha fixat en aquella que faci retornar les fonts de finançament aliè.

Per tant, com podem observar en la taula anterior, el VAN del nostre projecte es de: 1.530,90€, això significa que generem un excedent financer d'aquest valor en termes absoluts.

Com a conclusió, es pot comprovar que el projecte es viable i es podria realitzar.

- Taxa Interna de Rendibilitat (TIR)

La TIR es aquella rendibilitat expressada com el tipus d'interès o taxa d'actualització que equilibra financerament el conjunt de fluxos de caixa nets que ens proporciona la inversió inicial.

Segons aquest criteri, solament ens interessarà aquells projectes en que la TIR sigui superior a la taxa de descompte k , es a dir, que el projecte es pot considerar viable. En el cas de Utopic, obtenim una TIR del 1,86%. Aquest resultat es molt superior al

1,00% que s'ha determinat com a la taxa de d'actualització i per tant es considera que el projecte es viable per a la seva realització.

9.5.2. Valoració i viabilitat econòmica

Nom	Expressió	Valor				
		Any1	Any2	Any3	Any4	Any5
Rendibilitat Econòmica	B.A.I.I. / Total Actiu	18,50%	29,37%	20,37%	15,91%	13,89%
Rendibilitat Financera	B.A.I. / Fons Propis	153,65%	129,16%	42,34%	25,32%	18,96%

Taula 21 - Anàlisi de la valoració i viabilitat econòmica d'Utopic S.L. Font: Elaboració Pròpia.

La rendibilitat econòmica o rendibilitat dels actius oscil·la sobre el 15% i significa que cada euro invertit en l'actiu, un 15% es transforma en resultat d'exploració. El valor és estable a aquest rendiment durant els anys perquè l'actiu i els ingressos augmenten de manera semblant.

La rendibilitat financera o rendibilitat dels fons propis és del 153,6% el primer any, és un valor molt elevat perquè pràcticament la inversió es finança amb fons aliens. Aquest valor va disminuint durant els anys ja que els resultats positius van augmentant les reserves i per conseqüència els fons propis. (a la vegada que es paguen els préstecs.) El cost del capital és del 5% el primer any i disminueix en els posteriors. Aquest s'entén com el percentatge que es paguen d'interessos en funció de les fons de finançament alienes. El valor va disminuint ja que cada any el valor de les fons alienes és menor.

En resum. el projecte de Utopic S.L. és viable, ja que genera suficients recursos/excedents com per a poder pagar els deutes, reinvertir part del capital que es genera i seguir finançant així aquest projecte tan atractiu per a inversors.

10 CONCLUSIÓ

Durant la realització del treball de fi de grau s'han anat fent un recull d'informació per determinar si l'idea inicial de crear un espai de treball coworking era viable.

Un cop havent realitzat tot l'estudi del treball, podem concloure que segons l'entorn, el projecte es factible ja que en els últims anys s'està vivint un creixement en l'apertura d'aquests espais, on al mateix temps es conforma com una forma de treballar alternativa a la habitual durant aquests últims anys. La zona de la província de Tarragona que es on es vol obrir aquest espai ofereix una gran quantitat d'avantatges degut a que concretament, a la ciutat de Reus, la totalitat d'aquests espais estan amb plena ocupació.

A banda d'això, amb l'anàlisi de la competència s'ha pogut observar com en tots els competidors, els estudiants i joves queden apartats del d'aquest món i es per això que m'agradaria incloure'ls i que coneguessin a professionals del sector i que aprenguessin d'aquesta experiència com a complement a la formació lectiva dels seus centres.

Pel que fa a l'equip humà de l'espai, forma un paper clau per transmetre als clients la motivació i les ganes de seguir aprenent coneixements i treballar en equip. És per això que sense aquest equip humà, el negoci no es podria començar, ja que formen un pilar fonamental per al funcionament del dia a dia.

Pel que fa al servei i al procés ofert, no té dificultats i es l'usuari qui selecciona l'oferta que vol.

El pla econòmic i financer, com es pot comprovar en ell, veiem que es necessita d'una gran inversió inicial, pel que amb els pressupostos analitzats i havent seleccionat aquests que s'han mostrat en el treball, es pot veure com tot hi la necessitat de demanar un crèdit a dos institucions per fer front al pla d'inversions, comprovem com en la previsió dels comptes de pèrdues i guanys dels pròxims 5 anys, sense ser optimista ni pessimista sinó seguint un criteri raonable d'augment de preus i despeses, mostren com el negoci es viable econòmicament pel que durant els anys s'esperen obtenir beneficis. De la mateixa manera que es pot comprovar en el Compte de Pèrdues i Guanys, també ho podem trobar tots els resultats positius en els criteris de valoració.

M'agradaria remarcar que tot i realitzar l'anàlisi financer i veure que s'obtenen beneficis i es rendible el negoci, la finalitat de voler dur a terme aquest projecte no es monetària sinó que també vocacional. Els joves en les edats de 14 a 20 anys es troben davant d'un desconeixement ja que no saben cap a quin camí anar i quins estudis triar. Es per això que esmento altre cop que a banda d'ajudar a professionals i treballadors en actiu, l'objectiu es que la barreja de personalitats dins l'espai pugui ajudar a la joventut i provocar canvis en la societat a llarg termini.

11 BIBLIOGRAFIA

- Agencia EFE (2018) El coworking, un sector en auge en Barcelona, El Economista, Recuperat de <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/9349762/08/18/El-cotrabajo-un-sector-en-auge-en-Barcelona.html>
- Bueno Campos, E. et al., Dirección estratégica: Desarrollo de la estrategia y análisis de casos., (2006), Madrid: Pirámide.
- Centro de Estudios Financieros, Fiscalidad Básica, 2012,
- Crear-Empresas (2019) Trámites para constituir una Sociedad Limitada o Anónima. Recuperat de: <http://www.crear-empresas.com/tramites-constituir-una-sociedad-limitada-anonima>
- Col 54 (2019). Recuperat de <http://www.col54.com>
- Cowork Tarraco (2019). Recuperat de <http://www.coworktarraco.es>
- Coworking Tarragona (2019). Recuperat de <http://www.coworkingtarragona.com>
- Durán, C. (2019). Fiscalitat (Material Acadèmic). Moodle URV. Material consultat durant la realització del treball del curs 2018-2019.
- Espai La Magrana (2019). Recuperat de <http://espailamagrana.cat>
- Facebook, Inc. (2019) Espai Factoria Reus. Recuperat de <https://es-es.facebook.com/espaifactoria/>
- Generalitat de Catalunya, Departament d'Economia i Hisenda (2019) Nota de conjuntura econòmica. Recuperat de http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxius/publicacions_periodiques/nota_de_conjuntura/NCE-103/NCE-103.pdf
- Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació (2019) Catalunya Emprèn. Recuperat de http://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/passes_crear_empresa/guia_formes_juridiques_cast_DEF_tcm141_53838.pdf
- Generalitat de Catalunya. Institut d'Estadística de Catalunya (2019). Recuperat de <https://www.idescat.cat>
- Idealista, Inc (2019). Recuperat de <https://www.idealista.com/inmueble/83453151/>
- Instituto de Crédito Oficial, ICO (2019), Recuperat de <https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores>
- Inter IKEA Systems B.V. (2019) Recuperat de <https://www.ikea.com/es/es/ikea-business/>
- Kotler, Philip, Dirección De Marketing, Madrid, Prentice Hall
- La Caravana Coworking (2019). Recuperat de <http://www.lacaravanacoworking.com>

- Ministerio de Trabajo, Inmigraciones y Seguridad Social (2019). Personas físicas trabajadoras afiliadas a la Seguridad Social. Recuperat de http://www.mitramiss.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/autonomos/estadistica/index.htm
- Ministerio de Trabajo, Inmigraciones y Seguridad Social (2019). Retribución de los trabajadores por cuenta ajena y garantías. Recuperat de http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_6/contenidos/guia_6_13_2.htm
- Multioficines MO (2019). Recuperat de <http://oficinasreus-mo.com>
- Navas, J. E. I Guerras, L. A. , La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones., (2007) Madrid: Thomson-Civitas.
- Plana, M (2019) Los coworking ganan terreno en Reus ante la creciente demanda, *Diari de Tarragona*, Recuperat de <https://www.diaridetarragona.com/reus/Los-coworking-ganan-terreno-en-Reus-ante-la-creciente-demanda-20190415-0011.html>
- Porter, M. E., Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia., (2009) Madrid: Pirámide.
- Salvador, R. (2018) El coworking triplica la contratación y lidera el mercado de oficinas en 2018, *La Vanguardia*, Recuperat de <https://www.lavanguardia.com/economia/20181224/453724186166/coworking-contratacion-mercado-oficinas-auge-datos.html>
- Segovia, E (2017) Los bancos catalanes castigados en bolsa por el impacto de esta crisis en su negocio, *El Confidencial*. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/mercados/2017-09-21/bancos-cataluna-caixabank-sabadell-bolsa-castigo_1447160/
- Vidal Suñé, A. (2017). Direcció Estratègica (Material Acadèmic). Moodle URV. Material consultat durant la realització del treball del curs 2016-2017.
- Workcase Coworking (2019). Recuperat de <http://www.workcase.es/oficina/>

12 ANNEXOS

12.1 Pla d'inversió

	Unitats	Preu de Compra	Total		Unitats	Preu de Compra	Total
Sala Reunions (2 sales)				Espai recepció - oficina			
Taula	2	160,00 €	320,00 €	Ordinador	2	700,00 €	1.400,00 €
Cadira	16	30,00 €	480,00 €	Taula	2	60,00 €	120,00 €
Pantalla TV	2	305,00 €	610,00 €	Cadira	4	20,00 €	80,00 €
Pissarra Magnètica	4	65,00 €	260,00 €	Calaixeres	4	30,00 €	120,00 €
Ordinador	2	635,00 €	1.270,00 €	Armaris	1	75,00 €	75,00 €
Armari	2	110,00 €	220,00 €	Penjador	1	15,00 €	15,00 €
Penjador	2	35,00 €	70,00 €	Impressora Multifunció	1	65,00 €	65,00 €
Cafetera	2	29,00 €	58,00 €	Telèfon	3	35,00 €	105,00 €
Dispensador d'aigua	2	80,00 €	160,00 €	TOTAL ESPAI RECEPCIÓ I OFICINA			1.980,00 €
TOTAL SALA REUNIONS			3.448,00 €				
Sala Conferències (2 sales)				Cafeteria			
Taula	2	160,00 €	320,00 €	Taules	5	20,00 €	100,00 €
Cadira	16	40,00 €	640,00 €	Cadires	10	10,00 €	100,00 €
Pantalla TV	2	305,00 €	610,00 €	Cafetera	1	25,00 €	25,00 €
Armari	2	110,00 €	220,00 €	Nevera	1	300,00 €	300,00 €
Penjador	2	35,00 €	70,00 €	Microones	2	45,00 €	90,00 €
Pissarra Magnètica	4	65,00 €	260,00 €	TOTAL CAFETERIA			615,00 €
Cafetera	2	29,00 €	58,00 €				
Dispensador d'aigua	2	80,00 €	160,00 €	Vestuari			
Megafonia	2	40,00 €	80,00 €	Bancs	4	40,00 €	160,00 €
Ordinador	2	635,00 €	1.270,00 €	Taquilles	2	120,00 €	240,00 €
TOTAL SALA CONFERENCIES			3.688,00 €	TOTAL VESTUARI			400,00 €
Sales Individuals (Obert i Tancat)							
Taules	40	90,00 €	3.600,00 €	Zona de Descans			
Cadires	40	32,00 €	1.280,00 €	Sofas	3	80,00 €	240,00 €
Calaixeres	40	50,00 €	2.000,00 €	Butaques	4	45,00 €	180,00 €
Armaris	4	85,00 €	340,00 €	Cadires	10	20,00 €	200,00 €
Penjadors	4	35,00 €	140,00 €	TOTAL ZONA DE DESCANS			620,00 €
Papereres	20	7,00 €	140,00 €				
Impressora Multifunció	2	110,00 €	220,00 €	Biblioteca			
Telefons	10	45,00 €	450,00 €	Prestatgeries	10	95,00 €	950,00 €
Ordinador	6	600,00 €	3.600,00 €	Sofa	8	80,00 €	640,00 €
Dispensador d'aigua	4	80,00 €	320,00 €	Taules	6	40,00 €	240,00 €
TOTAL SALES INDIVIDUALS			12.090,00 €	Cadires	12	25,00 €	300,00 €
				TOTAL BIBLIOTECA			2.130,00 €
Sales Grupals (Obert i Tancat)							
Taules	6	140,00 €	840,00 €	Extres			
Cadires	36	32,00 €	1.152,00 €	Jardineria			245,00 €
Calaixeres	36	50,00 €	1.800,00 €	Cotxe d'empresa	1	13.000,00 €	13.000,00 €
Armaris	4	80,00 €	320,00 €	Acondicionament local			15.000,00 €
Penjadors	4	35,00 €	140,00 €	Il·luminació			286,00 €
Papereres	15	7,00 €	105,00 €	TOTAL EXTRES			28.531,00 €
Impressora Multifunció	2	110,00 €	220,00 €				
Telefons	10	45,00 €	450,00 €	Actiu Corrent			
Ordinador	10	600,00 €	6.000,00 €	Caixa			12.000,00 €
Dispensador d'aigua	4	80,00 €	320,00 €				
TOTAL SALES GRUPALS			11.347,00 €	Total inversió	61.849,00 €		

12.2 Taula d'Amortització Econòmica

	Vida útil	%Amortització anual	Amortització anual	%Amortització mensual	Amortització mensual
Sala Reunions (2 sales)					
Taula	15	6,67%	21,33 €	0,56%	1,78 €
Cadira	15	6,67%	32,00 €	0,56%	2,67 €
Pantalla TV	15	6,67%	40,67 €	0,56%	3,39 €
Pissarra Magnètica	15	6,67%	17,33 €	0,56%	1,44 €
Ordinador	5	20,00%	254,00 €	1,67%	21,17 €
Armari	15	6,67%	14,67 €	0,56%	1,22 €
Penjador	15	6,67%	4,67 €	0,56%	0,39 €
Cafetera	15	6,67%	3,87 €	0,56%	0,32 €
Dispensador d'aigua	15	6,67%	10,67 €	0,56%	0,89 €
TOTAL SALA REUNIONS			399,20 €		33,27 €
Sala Conferències (2 sales)					
Taula	15	6,67%	21,33 €	0,56%	1,78 €
Cadira	15	6,67%	42,67 €	0,56%	3,56 €
Pantalla TV	15	6,67%	40,67 €	0,56%	3,39 €
Armari	15	6,67%	14,67 €	0,56%	1,22 €
Penjador	15	6,67%	4,67 €	0,56%	0,39 €
Pissarra Magnètica	15	6,67%	17,33 €	0,56%	1,44 €
Cafetera	15	6,67%	3,87 €	0,56%	0,32 €
Dispensador d'aigua	15	6,67%	10,67 €	0,56%	0,89 €
Megafonia	15	6,67%	5,33 €	0,56%	0,44 €
Ordinador	5	20,00%	254,00 €	1,67%	21,17 €
TOTAL SALA CONFERENCIES			415,20 €		34,60 €
Sales Individuals (Obert i Tancat)					
Taules	15	6,67%	240,00 €	0,56%	20,00 €
Cadires	15	6,67%	85,33 €	0,56%	7,11 €
Calaixeres	15	6,67%	133,33 €	0,56%	11,11 €
Armaris	15	6,67%	22,67 €	0,56%	1,89 €
Penjadors	15	6,67%	9,33 €	0,56%	0,78 €
Papereres	15	6,67%	9,33 €	0,56%	0,78 €
Impresora Multifunció	5	20,00%	44,00 €	1,67%	3,67 €
Telefons	15	6,67%	30,00 €	0,56%	2,50 €
Ordinador	5	20,00%	720,00 €	1,67%	60,00 €
Dispensador d'aigua	15	6,67%	21,33 €	0,56%	1,78 €
TOTAL SALES INDIVIDUALS			1.315,33 €		109,61 €
Sales Grupals (Obert i Tancat)					
Taules	15	6,67%	56,00 €	0,56%	4,67 €
Cadires	15	6,67%	76,80 €	0,56%	6,40 €
Calaixeres	15	6,67%	120,00 €	0,56%	10,00 €
Armaris	15	6,67%	21,33 €	0,56%	1,78 €
Penjadors	15	6,67%	9,33 €	0,56%	0,78 €
Papereres	15	6,67%	7,00 €	0,56%	0,58 €
Impresora Multifunció	5	20,00%	44,00 €	1,67%	3,67 €
Telefons	15	6,67%	30,00 €	0,56%	2,50 €
Ordinador	5	20,00%	1.200,00 €	1,67%	100,00 €
Dispensador d'aigua	15	6,67%	21,33 €	0,56%	1,78 €
TOTAL SALES GRUPALS			1.585,80 €		132,15 €
Espai recepció - oficina					
Ordinador	5	20,00%	280,00 €	1,67%	23,33 €
Taula	15	6,67%	8,00 €	0,56%	0,67 €
Cadira	15	6,67%	5,33 €	0,56%	0,44 €
Calaixeres	15	6,67%	8,00 €	0,56%	0,67 €
Armaris	15	6,67%	5,00 €	0,56%	0,42 €
Penjador	15	6,67%	1,00 €	0,56%	0,08 €
Impresora Multifunció	5	20,00%	13,00 €	1,67%	1,08 €
Telefon	15	6,67%	7,00 €	0,56%	0,58 €
TOTAL ESPAI RECEPCIÓ I OFICINA			327,33 €		27,28 €
Cafeteria					
Taules	15	6,67%	6,67 €	0,56%	0,56 €
Cadires	15	6,67%	6,67 €	0,56%	0,56 €
Cafetera	15	6,67%	1,67 €	0,56%	0,14 €
Nevera	15	6,67%	20,00 €	0,56%	1,67 €
Microones	15	6,67%	6,00 €	0,56%	0,50 €
TOTAL CAFETERIA			41,00 €		3,42 €
Vestuari					
Bancs	15	6,67%	10,67 €	0,56%	0,89 €
Taquilles	15	6,67%	16,00 €	0,56%	1,33 €
TOTAL VESTUARI			26,67 €		2,22 €
Zona de Descans					
Sofas	15	6,67%	16,00 €	0,56%	1,33 €
Butaques	15	6,67%	12,00 €	0,56%	1,00 €
Cadires	15	6,67%	13,33 €	0,56%	1,11 €
TOTAL ZONA DE DESCANS			41,33 €		3,44 €
Biblioteca					
Prestatgeries	15	6,67%	63,33 €	0,56%	5,28 €
Sofa	15	6,67%	42,67 €	0,56%	3,56 €
Taules	15	6,67%	16,00 €	0,56%	1,33 €
Cadires	15	6,67%	20,00 €	0,56%	1,67 €
TOTAL BIBLIOTECA			142,00 €		11,83 €
Extres					
Jardineria	5	20,00%	49,00 €	1,67%	4,08 €
Cotxe d'empresa	8	12,50%	1.625,00 €	1,04%	135,42 €
Acondicionament local					
Il·luminació	5	20,00%	57,20 €	1,67%	4,77 €
TOTAL EXTRES			1.731,20 €		144,27 €



12.3 Taula d'Amortització Financera

IKEA	Capital pendent	Interessos	Devolució	Quota	ICO	Capital pendent	Interessos	Devolució	Quota
1	8.000,00 €	88,00 €	94,84 €	182,84 €	1	39.849,00 €	222,49 €	560,94 €	783,43 €
2	7.905,16 €	86,96 €	95,89 €	182,84 €	2	39.288,06 €	219,36 €	564,07 €	783,43 €
3	7.809,27 €	85,90 €	96,94 €	182,84 €	3	38.723,99 €	216,21 €	567,22 €	783,43 €
4	7.712,32 €	84,84 €	98,01 €	182,84 €	4	38.156,77 €	213,04 €	570,39 €	783,43 €
5	7.614,32 €	83,76 €	99,09 €	182,84 €	5	37.586,38 €	209,86 €	573,57 €	783,43 €
6	7.515,23 €	82,67 €	100,18 €	182,84 €	6	37.012,81 €	206,65 €	576,78 €	783,43 €
7	7.415,05 €	81,57 €	101,28 €	182,84 €	7	36.436,03 €	203,43 €	580,00 €	783,43 €
8	7.313,77 €	80,45 €	102,39 €	182,84 €	8	35.856,04 €	200,20 €	583,23 €	783,43 €
9	7.211,38 €	79,33 €	103,52 €	182,84 €	9	35.272,80 €	196,94 €	586,49 €	783,43 €
10	7.107,86 €	78,19 €	104,66 €	182,84 €	10	34.686,31 €	193,67 €	589,76 €	783,43 €
11	7.003,20 €	77,04 €	105,81 €	182,84 €	11	34.096,55 €	190,37 €	593,06 €	783,43 €
12	6.897,39 €	75,87 €	106,97 €	182,84 €	12	33.503,49 €	187,06 €	596,37 €	783,43 €
13	6.790,42 €	74,69 €	108,15 €	182,84 €	13	32.907,12 €	183,73 €	599,70 €	783,43 €
14	6.682,27 €	73,50 €	109,34 €	182,84 €	14	32.307,42 €	180,38 €	603,05 €	783,43 €
15	6.572,93 €	72,30 €	110,54 €	182,84 €	15	31.704,38 €	177,02 €	606,41 €	783,43 €
16	6.462,39 €	71,09 €	111,76 €	182,84 €	16	31.097,96 €	173,63 €	609,80 €	783,43 €
17	6.350,63 €	69,86 €	112,99 €	182,84 €	17	30.488,16 €	170,23 €	613,20 €	783,43 €
18	6.237,64 €	68,61 €	114,23 €	182,84 €	18	29.874,96 €	166,80 €	616,63 €	783,43 €
19	6.123,41 €	67,36 €	115,49 €	182,84 €	19	29.258,33 €	163,36 €	620,07 €	783,43 €
20	6.007,92 €	66,09 €	116,76 €	182,84 €	20	28.638,26 €	159,90 €	623,53 €	783,43 €
21	5.891,16 €	64,80 €	118,04 €	182,84 €	21	28.014,73 €	156,42 €	627,01 €	783,43 €
22	5.773,12 €	63,50 €	119,34 €	182,84 €	22	27.387,71 €	152,91 €	630,52 €	783,43 €
23	5.653,78 €	62,19 €	120,65 €	182,84 €	23	26.757,20 €	149,39 €	634,04 €	783,43 €
24	5.533,13 €	60,86 €	121,98 €	182,84 €	24	26.123,16 €	145,85 €	637,58 €	783,43 €
25	5.411,15 €	59,52 €	123,32 €	182,84 €	25	25.485,59 €	142,29 €	641,14 €	783,43 €
26	5.287,83 €	58,17 €	124,68 €	182,84 €	26	24.844,45 €	138,71 €	644,72 €	783,43 €
27	5.163,15 €	56,79 €	126,05 €	182,84 €	27	24.199,74 €	135,12 €	648,31 €	783,43 €
28	5.037,10 €	55,41 €	127,44 €	182,84 €	28	23.551,42 €	131,50 €	651,93 €	783,43 €
29	4.909,66 €	54,01 €	128,84 €	182,84 €	29	22.899,49 €	127,86 €	655,57 €	783,43 €
30	4.780,82 €	52,59 €	130,26 €	182,84 €	30	22.243,91 €	124,20 €	659,23 €	783,43 €
31	4.650,57 €	51,16 €	131,69 €	182,84 €	31	21.584,68 €	120,51 €	662,92 €	783,43 €
32	4.518,88 €	49,71 €	133,14 €	182,84 €	32	20.921,76 €	116,81 €	666,62 €	783,43 €
33	4.385,74 €	48,24 €	134,60 €	182,84 €	33	20.255,15 €	113,09 €	670,34 €	783,43 €
34	4.251,14 €	46,76 €	136,08 €	182,84 €	34	19.584,81 €	109,35 €	674,08 €	783,43 €
35	4.115,06 €	45,27 €	137,58 €	182,84 €	35	18.910,73 €	105,58 €	677,85 €	783,43 €
36	3.977,48 €	43,75 €	139,09 €	182,84 €	36	18.232,88 €	101,80 €	681,63 €	783,43 €
37	3.838,39 €	42,22 €	140,62 €	182,84 €	37	17.551,25 €	97,99 €	685,44 €	783,43 €
38	3.697,76 €	40,68 €	142,17 €	182,84 €	38	16.865,82 €	94,17 €	689,26 €	783,43 €
39	3.555,59 €	39,11 €	143,73 €	182,84 €	39	16.176,55 €	90,32 €	693,11 €	783,43 €
40	3.411,86 €	37,53 €	145,31 €	182,84 €	40	15.483,44 €	86,45 €	696,98 €	783,43 €
41	3.266,55 €	35,93 €	146,91 €	182,84 €	41	14.786,46 €	82,56 €	700,87 €	783,43 €
42	3.119,63 €	34,32 €	148,53 €	182,84 €	42	14.085,59 €	78,64 €	704,79 €	783,43 €
43	2.971,11 €	32,68 €	150,16 €	182,84 €	43	13.380,80 €	74,71 €	708,72 €	783,43 €
44	2.820,94 €	31,03 €	151,81 €	182,84 €	44	12.672,08 €	70,75 €	712,68 €	783,43 €
45	2.669,13 €	29,36 €	153,48 €	182,84 €	45	11.959,41 €	66,77 €	716,66 €	783,43 €
46	2.515,65 €	27,67 €	155,17 €	182,84 €	46	11.242,75 €	62,77 €	720,66 €	783,43 €
47	2.360,47 €	25,97 €	156,88 €	182,84 €	47	10.522,09 €	58,75 €	724,68 €	783,43 €
48	2.203,59 €	24,24 €	158,61 €	182,84 €	48	9.797,41 €	54,70 €	728,73 €	783,43 €
49	2.044,99 €	22,49 €	160,35 €	182,84 €	49	9.068,68 €	50,63 €	732,80 €	783,43 €
50	1.884,64 €	20,73 €	162,11 €	182,84 €	50	8.335,89 €	46,54 €	736,89 €	783,43 €
51	1.722,52 €	18,95 €	163,90 €	182,84 €	51	7.599,00 €	42,43 €	741,00 €	783,43 €
52	1.558,63 €	17,14 €	165,70 €	182,84 €	52	6.858,00 €	38,29 €	745,14 €	783,43 €
53	1.392,93 €	15,32 €	167,52 €	182,84 €	53	6.112,86 €	34,13 €	749,30 €	783,43 €
54	1.225,41 €	13,48 €	169,37 €	182,84 €	54	5.363,56 €	29,95 €	753,48 €	783,43 €
55	1.056,04 €	11,62 €	171,23 €	182,84 €	55	4.610,07 €	25,74 €	757,69 €	783,43 €
56	884,81 €	9,73 €	173,11 €	182,84 €	56	3.852,38 €	21,51 €	761,92 €	783,43 €
57	711,70 €	7,83 €	175,02 €	182,84 €	57	3.090,46 €	17,26 €	766,17 €	783,43 €
58	536,68 €	5,90 €	176,94 €	182,84 €	58	2.324,29 €	12,98 €	770,45 €	783,43 €
59	359,74 €	3,96 €	178,89 €	182,84 €	59	1.553,83 €	8,68 €	774,75 €	783,43 €
60	180,86 €	1,99 €	180,86 €	182,84 €	60	779,08 €	4,35 €	779,08 €	783,43 €
61	- 0,00 €	- 0,00 €	182,84 €	182,84 €	61	- 0,00 €	- 0,00 €	783,43 €	783,43 €

12.4 Despeses de Constitució

Costos de constitució	
Alta en l'impost sobre activitats econòmiques	0,00 €
Declaració censal-alta fiscal-inici d'activitat	1,50 €
Sol·licitud CIF definitiu	0,00 €
Legalització dels llibres oficials	17,00 €
Total	18,50 €
Cost llicència obertura i obres	
Base fixa	710,33 €
Base imponible	150.000 €
3,25%	4.875 €
Certificats	600 €
Altres	2.000 €
Total	8.185,33 €
Cost de consitutució	
Atorgament de l'Escriptura Pública	254,15 €
Obtenció del CIF	1,50 €
Inscripció Registre Mercantil	98,30 €
Altres	22,00 €
Total	375,95 €
Costos de constitució totals	8.579,78 €

12.5 Compte de Resultats Mensual ANY 1

Ocupació	40%	50%	50%	50%	50%	20%	20%	20%	50%	50%	50%	50%	50%	Total Any 1
	Gener	Febrer	Maig	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre		
Vendes en euros														
Sala Individual Oberta (die)	1.152,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	576,00 €	576,00 €	576,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	1.440,00 €	14.400,00 €
Sala Individual Oberta (setmana)	716,80 €	896,00 €	896,00 €	896,00 €	896,00 €	358,40 €	358,40 €	358,40 €	896,00 €	896,00 €	896,00 €	896,00 €	896,00 €	8.960,00 €
Sala Individual Oberta (mes)	704,00 €	880,00 €	880,00 €	880,00 €	880,00 €	352,00 €	352,00 €	352,00 €	880,00 €	880,00 €	880,00 €	880,00 €	880,00 €	8.800,00 €
Sala Individual Tancada (dia)	972,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	486,00 €	486,00 €	486,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	1.215,00 €	12.150,00 €
Sala Individual Tancada (setmana)	604,80 €	756,00 €	756,00 €	756,00 €	756,00 €	302,40 €	302,40 €	302,40 €	756,00 €	756,00 €	756,00 €	756,00 €	756,00 €	7.560,00 €
Sala Individual Tancada (mes)	594,00 €	742,50 €	742,50 €	742,50 €	742,50 €	297,00 €	297,00 €	297,00 €	742,50 €	742,50 €	742,50 €	742,50 €	742,50 €	7.425,00 €
Sala Grupall Oberta (die)	1.848,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	924,00 €	924,00 €	924,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	23.100,00 €
Sala Grupall Oberta (setmana)	1.128,40 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	563,20 €	563,20 €	563,20 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	14.080,00 €
Sala Grupall Oberta (mes)	924,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	462,00 €	462,00 €	462,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	11.550,00 €
Sala Grupall Tancada (dia)	1.848,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	924,00 €	924,00 €	924,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	2.310,00 €	23.100,00 €
Sala Grupall Tancada (setmana)	1.128,40 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	563,20 €	563,20 €	563,20 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	14.080,00 €
Sala Grupall Tancada (mes)	924,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	462,00 €	462,00 €	462,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	1.155,00 €	11.550,00 €
Total Ingressos	12.540,40 €	15.675,50 €	15.675,50 €	15.675,50 €	15.675,50 €	6.270,20 €	6.270,20 €	6.270,20 €	15.675,50 €	15.675,50 €	15.675,50 €	15.675,50 €	15.675,50 €	156.755,00 €
Sous i Salaris	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	4.600,00 €	55.200,00 €
Telefonia	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	1.440,00 €
Aigua	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	2.160,00 €
Llum	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	240,00 €	2.880,00 €
Gas	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €
Premisa	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	1.320,00 €
Subcontraccions	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	10.080,00 €
Promoció Comercial	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	8.400,00 €
Servis Exteriors	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	960,00 €
Tribus	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	900,00 €
Assurances	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	3.600,00 €
Despeses de Constitució	8.600,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	8.600,00 €
Arrendament	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	3.100,00 €	37.200,00 €
Altres	15.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	15.000,00 €
Total despeses	33.995,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	10.395,00 €	148.340,00 €
EBITDA	-21.454,60 €	5.280,50 €	5.280,50 €	5.280,50 €	5.280,50 €	-4.124,80 €	-4.124,80 €	-4.124,80 €	5.280,50 €	5.280,50 €	5.280,50 €	5.280,50 €	5.280,50 €	8.415,00 €
Amortitzacions	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	502,09 €	6.025,07 €
Resultat d'exploració	-21.956,69 €	4.778,41 €	4.778,41 €	4.778,41 €	4.778,41 €	-4.626,89 €	-4.626,89 €	-4.626,89 €	4.778,41 €	4.778,41 €	4.778,41 €	4.778,41 €	4.778,41 €	2.389,93 €
Interessos	310,49 €	306,32 €	302,11 €	297,88 €	293,61 €	289,32 €	285,00 €	280,65 €	276,26 €	271,95 €	267,41 €	262,93 €	258,41 €	3.443,84 €
Resultat abans d'impostos	-22.267,18 €	4.472,10 €	4.476,30 €	4.480,53 €	4.484,80 €	-4.916,21 €	-4.911,89 €	-4.907,54 €	4.502,15 €	4.506,56 €	4.511,00 €	4.515,48 €	4.519,93 €	-1.053,90 €
Impos de Societats	3.340,08 €	-670,81 €	-671,45 €	-672,08 €	-672,72 €	-673,36 €	-673,99 €	-674,62 €	-675,25 €	-675,88 €	-676,51 €	-677,14 €	-677,77 €	-680,00 €
Resultat	-25.607,26 €	5.142,91 €	5.147,75 €	5.152,61 €	5.157,52 €	-5.653,64 €	-5.648,67 €	-5.643,67 €	5.177,47 €	5.182,54 €	5.187,65 €	5.192,80 €	5.197,91 €	-1.211,99 €