

TFG Activitats físiques “Viabilitat projecte Jungle Gym a Barcelona”

Alex Martínez Heredia

Tutor: Josep Torres Prunyonosa

Data: 20/05/2020

MEMÒRIA FINAL DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: 4t ADE+GI

Estudis: Administració i direcció d'empreses i gestió de la innovació

Índex

Resum	8
1. Introducció	9
2. Persona emprenedora	10
3. El negoci.....	12
3.1 Missió.....	12
3.2 Visió	12
3.3 Valors.....	12
3.4 DAFO	13
3.4.1 Debilitats	13
3.4.2 Amenaces.....	14
3.4.3 Fortaleses	14
3.4.4 Oportunitats	15
4. Anàlisi del mercat.....	16
5. Model de negoci	19
5.1 Associacions clau.....	19
5.2 Activitats clau	19
5.3 Recursos clau	20
5.4 Proposta de Valor.....	21
5.4.1 Validació de la proposta de valor: Testeig.....	24
5.5 Relació amb clients	30
5.6 Segments de clients	30
5.7 Canals.....	30
5.8 Estructura de costos.....	31
5.9 Fonts d'ingressos	32
6. Públic objectiu.....	33
6.1 Buyer persona	34
7. Anàlisi de la competència.....	37
7.1 Competència potencial	38

7.2 Competència real	38
7.3 Matriu de competència	43
8. Pla de màrqueting.....	45
8.1 Portafolis de serveis	45
8.2 Pla de comunicació primer any.....	47
8.2.1 Accions pre-venda	48
8.2.2 Accions durant la venda.....	49
8.2.3 Accions post-venda.....	50
8.3 Canals de distribució	51
8.4 Política de preus.....	52
8.5 Les 4c's del màrqueting.....	55
9. Previsió de vendes.....	58
10. Pla d'operacions	60
10.1 Guia d'actuació.....	60
10.1.1 Primer contacte.....	60
10.1.2 Cerca d'informació presencial	61
10.1.3 Prova gratuïta	61
10.1.4 Adquisició del servei	62
10.1.5 Reserva sessions.....	62
10.1.6 Realització de les classes.....	62
10.2 Tecnologia necessària dels processos	62
10.3 Objectius a partir de la previsió de vendes	63
10.4 Activitats clau per la prestació del servei	63
10.5 Recursos materials e immaterials.....	65
11. Previsió de costos.....	69
12. Pla d'organització i RRHH.....	71
12.1 Organigrama	71
12.2 Competències requerides i tasques específiques.....	72
12.2.1 El gerent	72

12.2.2 Monitor 1- Halterofília.....	74
12.2.3 Monitor 2- loga.....	75
12.2.4 Monitor auxiliar.....	77
12.2.5 Comercial.....	78
12.2.6 Altres tasques externes.....	79
12.2.7 Pla de formació.....	80
12.3 Política retributiva.....	81
12.4 Valoració econòmica pla de RRHH.....	82
13. Pla jurídic i fiscal.....	85
13.1 Forma Jurídica.....	85
13.2 Tràmits de constitució.....	86
13.3 Altres requeriments normatius.....	87
14. Pla econòmic i financer.....	89
14.1 Previsió d'inversions i finançament.....	90
14.1.1 Escenari 1- Finançament bancari.....	91
14.1.2 Escenari 2- Proveïdor xinès i més inversió material.....	92
14.2 Previsió d'ingressos i despeses (P&G).....	92
14.2.1 Escenari optimista.....	94
14.2.2 Escenari pessimista.....	95
14.3 Pla de tresoreria.....	96
14.3.1 Pla tresoreria escenari optimista.....	99
14.3.2 Pla de tresoreria escenari pessimista.....	100
14.4 Viabilitat financera.....	101
15. Conclusions.....	105
Referències bibliogràfiques.....	108
Annexos.....	111
1. Taula de descomptes.....	111
2. Repartiment percentual dels socis segons quotes.....	111
3. Repartiment abonament trimestral.....	111

Tabla 1: Persones que practiquen esport setmanalment segons comunitat autònoma (Font: Anuari d'estadística esportiva 2019, INE)	16
Tabla 2: Persones que practiquen esport setmanalment segons modalitat esportiva (Font: Anuari d'estadística esportiva 2019, INE)	17
Taula 3: Horaris de les activitats (Font: Elaboració pròpia)	47
Taula 4: Tarifes de preus del negoci (Font: Elaboració pròpia)	55
Taula 5: Previsió de vendes segons les quotes, ingressos totals (Font: Elaboració pròpia)	58
Taula 6: Comparació d'escenaris d'ingressos (Font: Elaboració pròpia)	59
Taula 7: Repartició anual dels ingressos (Font: Elaboració pròpia)	59
Taula 8: Costos detallats en Inversió inicial (Font: Elaboració pròpia)	67
Taula 9: Resum despeses de la inversió inicial de l'empresa (Font: Elaboració pròpia)	69
Taula 10: Costos fixos (Font: Elaboració pròpia)	69
Taula 11: Despeses variables de l'empresa (Font: Elaboració pròpia)	70
Taula 12: Despeses de personal (Font: Elaboració pròpia)	82
Taula 13: Conceptes a pagar a la seguretat social (Font: Pymesyautonomos.com)	83
Taula 14: Despeses per l'empresa del gerent (Font: Elaboració pròpia)	83
Taula 15: Costos d'autònom del gerent (Font: Elaboració pròpia)	84
Taula 16: Balanç de situació inicial (Font: Elaboració pròpia).....	89
Taula 17: Partides d'inversió i finançament (Font: Elaboració pròpia a partir de plantilla Barcelona activa)	90
Taula 18: Escenari 1 d'inversions i finançament (Font: Elaboració pròpia)	91
Taula 19: Escenari 2 d'inversions i finançament (Font: Elaboració pròpia)	92
Taula 20: Despeses en serveis exteriors (Font: elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)	93
Taula 21: Pèrdues i guanys dels tres primers anys (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)	93
Tabla 22: Escenari optimista del P& G (Font: Elaboració pròpia)	95
Taula 23: Escenari pessimista P & G (Font: Elaboració pròpia)	95
Tabla 24: Pla de tresoreria mensual primer any (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona activa)	96
Taula 25: Pla de tresoreria resum (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona activa)	97

Taula 26: Fluxos d'efectiu de caixa dels tres primers anys (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona activa)	99
Tabla 27: Pla de tresoreria escenari optimista (Font: Elaboració pròpia).....	100
Tabla 28: Pla de tresoreria escenari pessimista (Font: Elaboració pròpia).....	101
Taula 29: Rendibilitat econòmica (Font: Elaboració pròpia).....	102
Taula 30: Rendibilitat dels ingressos (Font: Elaboració pròpia).....	102
Taula 31: Rati EBITDA (Font: Elaboració pròpia)	102
Taula 32: Rendibilitat financera (Font: Elaboració pròpia).....	103
Tabla 33: VAN del projecte (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)	103
Tabla 34: TIR del projecte (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)	104
Taula 35: Càlcul dels descomptes a clients (Font: Elaboració pròpia)	111
Taula 36: Repartiment percentual dels socis segons les quotes (Font: Elaboració pròpia)	111
Taula 37: Repartiment percentual de l'abonament trimestral (Font: Elaboració pròpia)	111

Il·lustració 1: Quadre resum de l'anàlisi DAFO (Elaboració pròpia).....	13
Il·lustració 2: Model CANVAS gràfic (Font: Elaboració pròpia).....	32
Il·lustració 3: Perfil 1 buyer persona (Font: Google imatges).....	34
Il·lustració 4: Perfil 2 del buyer persona (Font: Google imatges).....	36
Il·lustració 5: Matriu de competència (Font: Elaboració pròpia).....	43
Il·lustració 6: Anunci publicitari de Facebook mvp (Font: Elaboració pròpia).....	49
Il·lustració 7: Anunci Instagram mvp (Font: Elaboració pròpia).....	49
Il·lustració 8: Organigrama empresarial (Font: Elaboració pròpia).....	71

Gràfic 1: Sexe dels participants de l'enquesta (Font: Formularis de Google).....	24
Gràfic 2: Edat dels participants de l'enquesta (Font: Formularis de Google).....	25
Gràfic 3: Freqüència amb la qual es practica esport setmanalment dels enquestats (Font: Formularis de Google).....	25
Gràfic 4: Interès en la pràctica del projecte a la platja de Mataró (Font: Formularis de Google).....	26
Gràfic 5: Interès pel material "Jungle gym" als enquestats (Font: Formularis de Google).....	26
Gràfic 6: Participants que publicarien a les seves xarxes socials (Font: Formularis de Google).....	27
Gràfic 7: Disposició de preus a pagar per entrenar 12 cops mensuals (Font: Formularis de Google).....	27
Gràfic 8: Disposició de preus a pagar per entrenar 16 cops mensuals (Font: Formularis de Google).....	27
Gràfic 9: Disposició de preus a pagar per entrenar il·limitats cops (Font: Formularis de Google).....	28
Gràfic 10: Gent inscrita a un centre de crossfit o gimnàs (Font: Formularis de Google).....	28
Gràfic 11: Disposició a pagar pel servei, gent inscrita a centres Crossfit i gimnàs (Font: Formularis de Google).....	29
Gràfic 12: Interès per classes per infants (Font: Formularis de Google).....	29

“CONEIX LES TEVES
LIMITACIONS PER PODER
DESAFIAR-LES”

Resum

El treball realitzat aborda la posada en marxa d'un Box a l'aire lliure en què es realitzaran classes dirigides bora el mar a la platja de Mataró. Es troba en un marc de realització d'un pla d'empresa i idees de negoci.

La idea sorgeix com a inspiració d'un gimnàs situat a Mèxic, concretament a la platja de Tulum. Aquest es va fer viral per la barreja que dona lloc a un nou concepte que combina la passió pel Fitness i l'esport, amb la naturalesa. Sovint és visitat per professionals d'aquest món.

És un concepte que promou l'activitat física en un sector que està en alça com és el Fitness.

Resumen

El Trabajo realizado aborda la puesta en marcha de un Box al aire libre en el que se realizarán clases dirigidas frente al mar en la playa de Mataró. Se encuentra en un marco de realización de un plan de empresa e ideas de negocio.

La idea surge como inspiración de un gimnasio situado en México, concretamente en la playa de Tulum. Este se hizo viral por la mezcla que da lugar a un nuevo concepto que combina la pasión por el Fitness y el deporte, con la naturaleza. A menudo es visitado por profesionales de este mundo.

Es un concepto que promueve la actividad física en un sector que está en alza como es el Fitness.

Abstract

This Project is about the start-up of an outdoor box in which classes will be held along the Mataró beach. It belongs to the framework of a business plan and business idea.

The idea came as an inspiration of a gym located in Mexico, specifically on Tulum Beach. It went viral by mixing a new concept that combines the passion for Fitness and sports with nature. It is often visited by professionals of those disciplines.

It is a concept that promotes physical activity in a sector that is on rise such as Fitness.

1. Introducció

És una realitat que des de fa alguns anys, la societat en el seu conjunt s'ha interessat per portar un estil de vida saludable, que busca el bon estat físic. Practicar algun esport s'ha convertit, a més, en una activitat de moda, per aquest motiu cuidar-se es considera una tendència de l'actualitat.

Les xarxes socials són un factor determinant per aquest canvi a una nova visió de l'esport, una preocupació d'entrenar i alimentar-se de forma saludable. És habitual veure perfils d'influencers d'Instagram pujant fotos sobre les seves rutines d'exercici i alimentació. És per això que molts perfils intenten imitar aquesta gent famosa.

Per fer aquest canvi, és comú les inscripcions en el gimnàs i començar a entrenar per aconseguir els propòsits desitjats.

Una de les modalitats més practicades és el loga, el qual el 2019 va agafar molta força, perquè és una disciplina que pot donar resposta a les necessitats tant físiques com mentals, sobretot per l'estrès propi de la societat actual.

Hi ha un altre disciplina anomenada “Bodyweigh training”, que com ve diu el seu nom es tracta d'entrenar amb el pes del propi cos. El seu objectiu és agafar força física sense necessitat de cap tipus de material.

Per als més exigents amb el seu cos, hi ha dues opcions molt completes. La primera d'elles és el HIIT, es tracta d'un entrenament d'alta intensitat, que es pot aplicar a qualsevol disciplina. D'altra banda, tenim el ja famós Crossfit, que barreja exercicis d'halterofília, amb carrera o exercicis gimnàstics. També es manté en el top un dels habituals esports, el boxa.

Qualsevol de les anteriors disciplines és beneficiosa per la nostra salut però la diferència amb els anys anteriors, és que avui dia, s'ha ficat més de moda els entrenaments col·lectius. La raó principal d'entrenar en grup és la motivació de rodejar-se de gent guiada pels passos de l'entrenador que els uneix un objectiu comú. Els beneficis no són únicament físics, sinó que l'estrès sol desaparèixer gràcies al bon entorn i ambient que es genera.

A partir d'aquí sorgeix el projecte, aprofitar la tendència alçada de la recerca continua d'un benestar físic per impartir classes grupals de les disciplines anteriorment mencionades.

2. Persona emprendora

Em presento, sóc l'Alex Martínez Heredia, estudiant d'administració i Direcció d'empreses i Gestió de la Innovació a la universitat UPF TecnoCampus Mataró. Actualment cursant el quart i últim curs del grau.

Em defineixo com una persona organitzada, treballadora, responsable, amb habilitat per treball en equip, un esperit emprendedor i resilient, és a dir, una capacitat d'afrontar les adversitats. Com a debilitats o punts febles a millorar, considero que sóc una persona que sempre li ha costat comunicar-se en públic, sobretot a l'hora de fer presentacions orals. Gràcies a aquests anys de carrera, ha pogut millorar notablement, però considero que encara queda un llarg camí. Pel que fa a termes de coneixement, s'ha de millorar considerablement l'ortografia i la repetició de paraules.

Les motivacions que duen a fer aquest treball van més enllà de la carrera, és a dir, és un repte que l'autor vol superar en concepte de millorar les seves debilitats i enfortir-les per desenvolupar el treball amb èxit. Crec que aquesta oportunitat acadèmica, és possiblement el que necessitava per saber si el projecte que es durà endavant podria ser viable per la seva posada en marxa al mercat.

Per entendre l'origen de les motivacions que han portat al desenvolupament d'aquest treball de final de grau, s'hauria de saber una mica més sobre la història i les característiques personals pròpies de l'autor.

Sempre, darrere de qualsevol persona hi ha una història que normalment la majoria no coneix. La meua va començar al sortir de primària i començar l'escola secundària obligatòria, més concretament, quan donaven les classes d'educació física i veia que tothom tenia una capacitat física superior per tenir una baixa forma física. Així que vaig decidir prendre el control i començar a millorar esforçant-me al màxim cada dia i fer activitats fora l'escola corrent per millorar.

En poc més d'un any vaig arribar a l'estat de forma considerat com normal i vaig començar a entrenar a casa fins a tenir l'edat suficient per apuntar-me a un gimnàs per poder muscular.

Aquest món em va començar a agradar, veia que tenia una capacitat més gran que la majoria de les persones per millorar més ràpidament la meua força i que no era tan difícil veure resultats a mitjà termini, és a dir, a partir d'uns sis mesos. Finalment, aquesta afició ha continuat fins avui dia.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

La raó principal per la qual considero que tinc la vena emprenedora és gràcies al meu pare, el qual sempre ha sigut una persona a qui admiro perquè mai s’ha conformat amb el que tenia per poder complir els seus somnis. Penso que una barreja entre aquesta admiració i tenir l’esperança en el fet que si ho intentes sense rendir-te, sempre acabaràs guanyant, encara que sigui pel que fa a aprenentatge i potser algun dia s’aconsegueix trobar una necessitat pròspera.

En definitiva, totes aquestes experiències han fet que tingui una disciplina, constància, ambició, capacitat de superació i mai rendir-se. Tot això són habilitats que he anat desenvolupant a través d’un hobby que permet cuidar el cos d’un mateix i la salut. A més de les habilitats apreses d’una figura líder, com podria ser la visió de futur, iniciativa emprenedora i la passió.

Mitjançant aquesta passió que se li dedica a un projecte de recerca, d’alguna cosa com un hobby, m’agradaria poder transmetre aquestes característiques i la motivació per ajudar a les persones a millorar el seu nivell de vida i salut.

3. El negoci

Jungle gym és un projecte enfocat a la salut física de les persones en un entorn d'inspiració i relaxació per alliberar-se de la vida quotidiana en comunitat.

Es tracta de fer esport a partir de classes dirigides i espais per pràctiques sense direcció a l'aire lliure de diferents modalitats com el Crossfit, Hiit, Ioga, Body weigh lifting, etc., on les persones trobaran una sèrie de peculiaritats desconegudes fins aleshores.

3.1 Missió

Som un Box a l'aire lliure que proposa ajudar a millorar la salut i la recerca continua de la forma física en les persones en un entorn llunyà de la vida quotidiana, basat en entrenaments dirigits per professionals per satisfer les necessitats dels nostres clients. Pretenem fonamentar l'esport a l'aire lliure respectant sempre la naturalesa.

3.2 Visió

El nostre objectiu és posicionar-nos com un Box innovador líder en el món dels esportistes, oferint el millor servei de manera eficient. Establint una estratègia de comunicació que ens permeti realitzar les necessitats dels nostres clients en la recerca de millores per finalment obtenir un prestigi a escala nacional.

3.3 Valors

És de vital importància mantenir uns valors per ajudar a una convivència sana i plena per cada un dels participants. Volem transmetre respecte, esforç, el treball en equip, solidaritat, constància i la capacitat de voler superar-se un mateix.

L'esperit del treball en equip ajuda als companys a esforçar-se, millorar i acabar els exercicis tots junts formant un equip darrere d'un objectiu comú.

Altres valors de l'empresa són: Qualitat del servei, Satisfacció del client i escolta activa.

3.4 DAFO

A continuació realitzarem un anàlisi DAFO com a eina visual que proporcionarà informació per fer un diagnòstic fiable del projecte per poder identificar fortaleses, amenaces, debilitats i oportunitats en el sector.

<p>Debilitats</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca experiència en iniciar un negoci ➤ Alta competència ➤ Negoci estacionari ➤ Gran quantitat de recursos dedicats a la captació de clients. ➤ Dificultat per aparcar vehicles 4 rodes 	<p>Amenaces</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Canvi en la tendència ➤ Sense barreres d'entrada, pot entrar-hi més competència directa ➤ Serveis substituïts
<p>Fortaleses</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Costos relativament baixos ➤ Gran nombre de clients ➤ Tendència naturalista ➤ Personal format ➤ Servei de qualitat amb atenció propera i familiar ➤ Localització 	<p>Oportunitats</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Població jove que es preocupa per la seva salut i benestar físic. ➤ Tendència creixent de l'ús de xarxes socials ➤ Entorn social com a comunitat

Il·lustració 1: Quadre resum de l'anàlisi DAFO (Elaboració pròpia)

3.4.1 Debilitats

Poca experiència en iniciar un negoci. A causa de la inexperiència dels participants que instituiran el projecte i en el funcionament d'un negoci. Falta de formació.

Alta competència. És un negoci en el qual hi ha moltes modalitats com Box de Crossfit i els gimnasos o establiments no abonats a les nostres activitats són competència directa.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Negoci estacionari. Com podem imaginar, el clima del mediterrani és un punt a tenir en conta a l'hora de l'estacionalitat en què es pot dur a terme les activitats. Des d'octubre fins març sol haver-hi un clima fresc i a més, les fortes pluges de la primavera afectaran negativament fins al punt de segons quin dia, no poder realitzar les activitats programades. Tot aquest conjunt de punts negatius, faran que la demanda de clients sigui més baixa en unes condicions climàtiques desfavorables.

Gran quantitat de recursos dedicats a captar clients. Es dedicarà gran quantitat de temps, recursos i coneixements en la captació de clients.

Dificultat per aparcar vehicles de 4 rodes. És una localització en què hi ha molt aparcament però, a l'estiu hi ha molts banyistes que venen en cotxe i ocupen places que podrien utilitzar els nostres clients.

3.4.2 Amenaces

Canvi en la tendència. Podria arribar a ser una amenaça que la tendència de cuidar la salut i el benestar físic canviés i deixés de ser important.

Sense barreres d'entrada. És una amenaça l'entrada de competidors que puguin obrir un centre encara que sigui en una platja d'una altra població o ciutat.

Serveis substituïts. Per culpa de l'alta tendència dels centres de Crossfit i gimnasos cada cop més preparats en la captació de clients, són centres on es realitzen les mateixes activitats esportives, on qualsevol pot donar classes i ofereixen un servei de baixa garantia impartit habitualment per monitors poc qualificats o alumnes en pràctiques.

3.4.3 Fortaleses

Costos relativament baixos. Gràcies a no haver de llogar o comprar un local, no hem de destinar tant de finançament com qualsevol altre establiment del mateix sector. La compra del material i la poca rehabilitació necessària del lloc on es realitzarà l'activitat és un avantatge respecte als altres competidors.

Gran nombre de clients. És un sector en alça d'abonaments i la nostra diferenciació seria el que necessiten molts d'ells per canviar la seva vida.

Tendència naturalista. Hi ha molts esportistes que es senten més còmodes al fer esport a la naturalesa. Els hi aporta certa pau i tranquil·litat sortir i deixar momentàniament la vida quotidiana.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Personal format. El nostre equip és personal qualificat i competent amb experiència prèvia que serà fonamental pel desenvolupament de les classes. Tenim especialistes en més d'un àmbit, és a dir, que un monitor no només farà les classes de loga, sinó que també pot fer “bodyweigh training”, per exemple.

Servei de qualitat amb atenció personalitzada. Com ja hem vist, el nostre servei serà d'alta qualitat en el que s'aplicarà una estratègia d'atenció al client propera i familiar mantenint una escolta activa per mantenir la proximitat amb el client i conèixer quines són les seves necessitats i si estem aplicant una bona estratègia empresarial.

Localització. Ens trobarem a la principal platja de Mataró que es troba molt ben situada per la bona comunicació del transport públic. L'estació de la Renfe i la xarxa d'autobús es troba molt a prop de la nostra localització. A més, és molt fàcil aparcar vehicles de dues rodes i hi ha un gran pàrquing per vehicles de quatre rodes.

3.4.4 Oportunitats

Població jove preocupada per la salut i el físic. Ja sabem que ens trobem en una societat cada cop més preocupada per la salut i el benestar físic, la població jove segueix les tendències socials i té més coneixements sobre els mites i realitats de l'alimentació i l'esport.

Tendència creixent en xarxes socials. Cada cop s'utilitza més aquest tipus de comunicació per fer màrqueting per part de les empreses. Podríem compartir les nostres sessions per les xarxes socials per poder tenir un fort impacte i un alt nombre de visualitzacions amb la finalitat d'atraure nous clients i fer promoció de l'empresa.

Entorn social com a comunitat. Com hem comentat anteriorment, a part d'escapar de la vida quotidiana, compartir l'activitat amb altra gent que comparteix un objectiu comú ajuda a la motivació personal. És una manera de crear una comunitat que es pugui portar més enllà de l'esport.

4. Anàlisis del mercat

Per realitzar l'estudi de mercat, ens basarem en el territori nacional per manca de dades d'interès de la comunitat de Catalunya.

11.2. Personas que practican deporte semanalmente según comunidad autónoma

(En porcentaje de la población total investigada de cada colectivo)

	PRÁCTICA DEPORTIVA SEMANAL					
	TOTAL		Hombres		Mujeres	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
TOTAL	37,0	46,2	45,4	50,4	28,8	42,1
Andalucía	33,6	45,7	43,1	50,3	24,5	41,3
Aragón	37,2	42,2	46,5	47,5	28,1	37,1
Asturias (Principado de)	31,9	40,1	38,8	46,6	25,7	34,3
Baleares (Illes)	43,6	54,2	51,9	57,4	35,4	51,1
Canarias	39,0	46,8	49,4	50,6	28,8	43,2
Cantabria	32,1	44,2	39,5	50,8	25,0	37,9
Castilla y León	32,4	40,9	38,6	43,8	26,3	38,1
Castilla-La Mancha	36,4	38,6	44,7	44,6	27,8	32,6
Cataluña	39,2	50,6	46,3	53,4	32,3	47,9
Comunitat Valenciana	38,7	47,0	48,6	51,7	29,1	42,6
Extremadura	28,8	41,1	35,0	43,3	22,6	38,9
Galicia	30,1	37,4	37,3	42,5	23,3	32,8
Madrid (Comunidad de)	42,9	50,5	49,5	53,5	36,4	47,8
Murcia (Región de)	35,6	43,2	50,0	49,9	20,6	36,4
Navarra (Comunidad Foral de)	42,9	53,3	53,7	59,5	32,0	47,3
País Vasco	37,6	46,9	46,9	54,1	28,9	40,3
Rioja (La)	43,0	45,0	47,9	48,4	38,3	41,6
Ceuta y Melilla	34,7	46,7	48,1	58,2	20,8	34,9

Fuente: MCUD. Encuesta de Hábitos Deportivos en España

Tabla 1: Persones que practiquen esport setmanalment segons comunitat autònoma (Font: Anuari d'estadística esportiva 2019, INE)

En la següent taula podem observar la gent que practica esport setmanalment per comunitats autònomes en l'àmbit nacional. L'evolució del 2010 al 2015 és bastant significativa per augmentar quasi nou punts percentuals a nivell espanyol.

Quant a Catalunya, la tendència és encara més gran, augmentant del 39,2% al 50,6% de la població en només cinc anys.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

11.4. Personas que practican deporte semanalmente según modalidades deportivas ⁽¹⁾

(En porcentaje de la población total)

	TOTAL		Hombres		Mujeres	
	2010	2015	2010	2015	2010	2015
PRÁCTICA DEPORTIVA SEMANAL	100	100	100	100	100	100
Tenis	1,9	1,9	3,0	3,0	0,9	0,8
Ping pong	0,3	1,1	0,5	1,8	0,0	0,3
Pádel	1,7	3,7	2,7	5,5	0,6	1,9
Squash	0,2	0,3	0,4	0,4	0,0	0,1
Golf	0,4	0,3	0,7	0,5	0,0	0,1
Natación	7,6	8,4	7,7	8,0	7,6	8,7
Surf	-	0,2	-	0,3	-	0,1
Vela	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,0
Esquí náutico	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,1
Piragüismo, remo	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1
Actividades subacuáticas	0,3	0,5	0,5	0,8	0,1	0,2
Deportes de invierno	0,5	0,2	0,7	0,3	0,3	0,2
Senderismo, montañismo	1,8	4,9	2,6	5,5	1,0	4,2
Atletismo	2,2	2,5	3,5	3,6	0,9	1,6
Carrera a pie	4,8	10,6	6,3	13,3	3,4	8,0
Triatlón	-	0,3	-	0,4	-	0,1
Boxeo	0,2	0,8	0,3	1,3	0,0	0,3
Artes marciales	0,8	1,0	1,3	1,6	0,3	0,4
Lucha o defensa personal	0,2	0,4	0,3	0,7	0,1	0,1
Caza	0,7	0,4	1,3	0,7	0,1	0,0
Pesca	0,7	1,0	1,3	1,8	0,1	0,3
Hípica	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,4
Ajedrez	-	1,0	-	1,4	-	0,5
Gimnasia	12,5	19,2	9,7	13,7	15,2	24,3
Otra act. fis. con música	1,3	3,6	0,7	1,3	1,9	5,7
Musculación, culturismo	1,7	8,2	3,0	12,1	0,4	4,5

Fuente: MCUD. Encuesta de Hábitos Deportivos en España
(1) Véase notas a los cuadros en el apartado Notas metodológicas

Tabla 2: Persones que practiquen esport setmanalment segons modalitat esportiva (Font: Anuari d'estadística esportiva 2019, INE)

Al final de la taula anterior podem veure que el 31% de la població del territori espanyol practica activitats que generalment són practicades a centres esportius com els gimnasos o Box de Crossfit.

Per tant, seguint el patró de creixement de les taules anteriors farem una aproximació de la nostra quota de mercat que volem assolir.

Com a previsió de gent que practica esport actualment fins al 2019, suposarem que el percentatge no ha augmentat en la mateixa mesura que la tendència d'evolució de 2010 a 2015, ens centrarem en un escenari on el 55% de la població de Catalunya practica esport.

Com hem pogut veure, l'evolució de les activitats que ens interessin pel nostre projecte han augmentat del 15,7% al 31%, és a dir, una diferència de quasi el doble. Per tant, per saber l'evolució dels últims 4 anys fins al 2019, suposarem un augment de la tendència al 38%, suposant un escenari més pessimista i real, tenint en compte que el creixement no sempre és lineal i sabent que Catalunya és la segona comunitat autònoma més poblada del territori amb més del 16% de la població total i per això, considerem que es practica més d'aquestes activitats en aquesta comunitat.

La nostra quota de mercat es veurà reflectida després de l'estudi del TAM, SAM, SOM, com a eina per fer l'estimació i podrem veure la quantitat de possibles clients que hi ha al mercat.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

El Tam podem definir-lo com tot el mercat possible al qual ens podem dirigir. En aquest cas a la població de Mataró i els seus voltants en una ràtio d'uns 20 km. Això inclou els 453.000 habitants del maresme i 88.000 habitants de Granollers, la roca i Cardedeu.

El Sam és el mercat disponible per nosaltres, inclourem el 38% de la població que practica les modalitats que nosaltres impartirem. En aquest cas seran 205.580 possibles clients.

La definició de Som és buscar el mercat final, d'aquells que seran els compradors que adquireixen el servei. La quota de mercat que volem assolir després d'atraure l'atenció del 10% dels possibles clients anteriors, serà del 0.17% respecte al percentatge anterior. Uns 350 socis actius serà l'objectiu del primer any, ja que comprenem que els inicis són difícils per tota empresa i la alta competència.

Així doncs, podem dir que la nostra quota de mercat en un 0.17% pel primer any.

5. Model de negoci

Per poder saber el mercat al qual ens dirigim i quin serà el públic objectiu, primer de tot cal definir el model de negoci en unes poques paraules. Així doncs, seran “ Activitats físiques bora el mar amb un material únic”.

En aquest apartat s'utilitzarà l'eina CANVAS com a model per definir el funcionament i totes aquelles preguntes essencials que cal respondre sobre l'empresa.

Per poder saber si el projecte podria passar a la realitat, es plantegen unes hipòtesis que s'hauran de respondre al finalitzar aquest.

- És viable portar el concepte “Jungle Gym” a Barcelona.
- Disponibilitat per consumir el servei per part d'un gimnàs.
- Disponibilitat per consumir el servei per part de persones particulars.
- Es pot adaptar el concepte a tot l'any.
- Apareixerà competència si el negoci funciona.

5.1 Associacions clau

En aquest cas, donat el nostre model de negoci tindrem d'igual forma com a clients i proveïdors a les empreses de gimnàs, les quals serien el que ens porten els seus clients per poder realitzar la nostra activitat.

D'altra banda, els socis clau de l'empresa serien la persona emprenedora, els diferents entrenadors personals, també anomenats Coach, que duen endavant les activitats. Podríem considerar també com a socis a les mateixes persones particulars, ja que sense ells no seria possible el negoci.

5.2 Activitats clau

El que ofereix la nostra empresa és fer activitats físiques d'una manera peculiar i diferent de com és comú veure. Proposem fer esport a la mateixa platja, bora el mar en un ambient agradable en el qual, pretenem que sigui aquest paisatge el que motivi a seguir practicant activitats amb nosaltres.

A més a més, oferim fer algunes de les activitats amb material diferent i únic que serà un distintiu de qualsevol gimnàs normal.

Per tant, les activitats clau que requereix la nostra proposta de valor són coordinació de les classes dirigides diàries, preparació del material i una bona disposició per part dels clients.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Volem tenir una relació propera amb els clients perquè se sentin còmodes realitzant activitats amb nosaltres, aquests arribarem mitjançant campanyes de Social Media màrqueting i atraient la seva atenció als gimnasos de la zona.

5.3 Recursos clau

Per tal de definir tots els recursos necessaris per a l'activitat empresarial, haurem de saber que seran essencials els diferents tipus: Humans, físics, intel·lectuals i econòmics.

Com hem vist a l'apartat anterior, volem arribar als clients mitjançant publicitat, per tant, els recursos clau per la nostra empresa són tant en línia com offline.

Pel que fa al online, les nostres xarxes socials seran de vital importància per generar leads mitjançant el contingut i interaccions. A més, d'alguns anuncis publicitaris.

En el cas de l'offline, necessitarem algú que pugui atraure l'atenció de la gent presencialment i que sigui bon comercial per aconseguir tenir els gimnasos de la nostra banda.

Quant a recursos humans i intel·lectuals es refereix, necessitarem monitors especialitzats i titulats i que en tinguin suficient experiència en el camp del Crossfit per poder transmetre de forma clara i segura la tècnica necessària per realitzar els exercicis. Es preveu que tenint 3 professionals seria suficient. A part, també caldria la persona encarregada de portar les xarxes socials i el màrqueting per desenvolupar estratègies d'atracció, conversió i fidelització al nostre espai, és la persona líder que com a funció principal haurà de dirigir, coordinar les activitats i s'encarregarà d'altres temes d'alta importància.

Si parlem de recursos físics, compren tot el material necessari que haurem de comprar per realitzar totes les activitats, un magatzem on guardar-ho tot i possiblement una carpa desmuntable i desplegable per protegir la zona del sol directe.

Per dur tot el projecte endavant, seria de vital importància aconseguir inversors que no només puguin ser familiars directes i amics, sinó atraure alguna marca important relacionada amb el món. Per aconseguir el finançament necessari, si no fos suficient, es demanaria un préstec.

5.4 Proposta de Valor

Per arribar a entendre l'activitat física emprenedora que es desenvoluparà en aquest TFG, cal saber les idees que han estat descartades i aquelles altres que han estat combinades o han donat peu a la creació d'aquesta proposta de valor.

En un principi la idea era muntar un “Jungle Gym” a la platja, és a dir, un gimnàs que estigués localitzat en una llarga com la “platja del Callao” de Mataró, on hi ha suficient extensió per a no envair la zona de banyistes. La diferència amb un gimnàs comú, és que aquest estaria dotat de politges en arbres, que utilitzaria en comptes de pesos roques i diferents elements com troncs i altres elements que podríem trobar a una selva o una illa deserta per realitzar l'activitat física. Aquesta proposta necessitaria una inversió inicial bastant gran, ja que es requeriria construir un local nou bora el passeig marítim i seria un procés llarg i complicat per aconseguir els permisos necessaris en cas que l'ajuntament ho permetés.

D'altra banda, un altra possible idea que havia sorgit, era fer classes dirigides de diferents modalitats físiques senzilles com el Body Pump, entrenament d'alta intensitat (Hiit), loga o algun art marcial. La idea estava bé però és bastant bàsic i normalment el públic sol tenir necessitats d'entrenament bastant més amples que no només aprimar-se o relaxar-se, sinó muscular i per les altres activitats tipus art marcial, el públic al qual estaria dirigit seria bastant reduït. A més, aquesta idea es volia tenir als gimnasos de la zona com els clients principals, per adoptar aquestes activitats com una pràctica extra que ells ofereixen.

Finalment, la idea de negoci ha sigut una combinació de les dues propostes anteriors i la intenció és tenir un petit magatzem, com els dels que disposen els negocis especialitzats en activitats aquàtiques com el surf, Paddle surf, Flyboard o vela, per tal de guardar el material necessari per realitzar les activitats. D'aquesta manera es solucionaria el problema de la forta inversió i la dificultat per aconseguir permisos de construcció.

Pel que fa a l'activitat del negoci, es farà una inversió en la compra de material de plàstic per fer classes dirigides de Body Pump, Hiit i Box training, però, a més a més, s'utilitzarà material com el que havíem vist que s'utilitzava en el concepte de Jungle Gym per la creació de noves classes dirigides i nous conceptes, com podria ser una classe de Crossfit amb aquest tipus de material.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Les activitats programades seguirien estant dirigides al públic dels locals esportius de la zona i voltants, podent aquests reservar unes hores setmanals fixes per realitzar les diferents activitats. A més es tindria unes hores lliures els caps de setmana per particulars i altres gimnasos o negocis esportius no inscrits.

La principal idea és que la gent que ve del gimnàs tingui les classes "gratuïtes", ja que el gimnàs haurà pagat per la classe a totes aquestes persones. D'altra banda, els particulars que no estiguin inscrits i vulguin realitzar les activitats, tindran la possibilitat de fer-ho pagant l'entrada d'una classe o segons convingui, uns tipus d'abonament per poder realitzar-ho durant un període determinat. Aquesta gent, l'entrada que pagarà serà una mica més cara del preu per persona, que la que han pagat un gym, aquesta serà el principal avantatge d'estar inscrit.

És un negoci estacionari que depèn del clima local per la realització de l'activitat, és per això, que per la temperatura i la claror del dia, es podria dur a terme durant tot el dia a partir de l'abril fins finals d'octubre. Es podria allargar més la temporada als matins únicament però no es creu que hi hagués gent suficient per realitzar l'activitat dels diferents gimnasos, per tant sense haver fet cap estudi per comprovar-ho, es podria estudiar la possibilitat de fusionar en certes hores tots els clients dels diferents gyms.

A partir d'aquí podem determinar el grau d'innovació del projecte:

- Un projecte empresarial el qual no s'havia portat a terme anteriorment al territori espanyol que combina diferents modalitats: Crossfit, loga, Hiit, Body pump, etc.
- Totes les activitats que es duen al gimnàs portades i adaptades a la natura.
- Innovació en espai mediambiental: A diferència de la resta de competència, sempre durà la seva activitat a l'aire lliure, a una platja. Es gaudirà de l'ambient natural que es genera bora el mar.
- Sent aquesta activitat dirigida per professionals formats, els quals ensenyaran la tècnica necessària per a la realització de les seves classes i vetllaran pel benestar físic dels clients.
- Tota mena d'activitats, per la gran quantitat d'espai lliure, podem fer Wods amb distàncies de córrer i altres en què utilitzar el mar com una prova més.

- Innovació de servei: En algunes classes el material a utilitzar està fora del que és habitual, troncs de fusta, esferes de pedra i altres materials que simulen ser trobats a una illa deserta, adequat per l'entorn en el qual es practicarà l'activitat, amb el que es pretén tenir una certa diferenciació respecte a la competència i aconseguir difusió a les xarxes socials.
- Innovació tecnològica: Tenim un sistema que facilitarà al client i a nosaltres l'aforament de la classe sense cap problema mitjançant les reserves web.
- Innovació processos: Els gimnasos tenen un altre servei que oferir de manera gratuïta als seus clients.
Noves maneres de dirigir i combinar els diferents tipus de classes pels diferents grups d'edat. Adaptant cada activitat al client.
Classes adaptades per nens, fent possible un benestar físic i combatre l'obesitat infantil. A més, és una manera pels tutors legals de compartir temps amb ells.
- Innovació en el procés de màrqueting: En el nostre cas farem col·laboracions amb els propis gimnasos per fer publicitat mútua.
- Gestió dels costos: Una manera d'estalviar costos sense altes inversions en infraestructures. Simplement un magatzem i un recinte a l'aire lliure amb els vestuaris. Estalvi en costos com la llum, neteja i gas.
- Entorn propici: Gràcies a l'ambient, els clients surten de la seva rutina i ajudarà a la seva salut mental.
- Quotes i preu: Sistema de quotes diferent a lo habitual i fem accessible per a tots els públics el nostre servei de manera molt més econòmica que qualsevol Crossfit i alguns gimnasos.
- Altres innovacions: Oferim un nou procés de venda entre gimnàs i nosaltres, fent que els clients del gimnàs puguin venir al nostre centre per un preu molt assequible.

Aquest tipus d'activitat es vol implementar pels canvis que ha patit la societat, és a dir, ens trobem en un marc social en què és molt habitual realitzar accions per modes i per això pretenem posar en tendència el nostre estil, deixant enrere la imatge d'un gimnàs tancat, amb monitors que habitualment no es preocupen per la clientela.

La diferenciació que oferim pot ser la motivació que necessiten les persones per començar a fer un canvi en la seva vida o tornar a sentir la passió per l'esport.

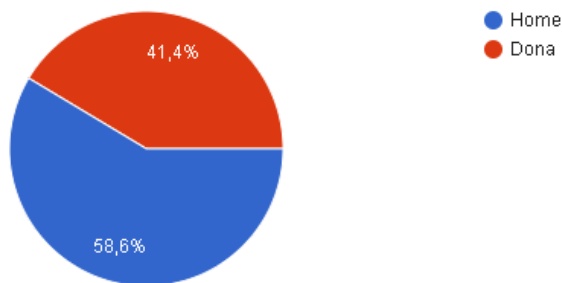
5.4.1 Validació de la proposta de valor: Testeig

A continuació es realitza un anàlisi i testeig estadístic per poder saber si és interessant el projecte pel client i posar a prova diferents preguntes relacionades.

S'ha fet una enquesta aleatòria simple que requeria una participació mínima de 384 persones amb un marge d'error del 5%, ja que és necessari tenir aquest nombre determinat de participants per poder validar les respostes pel nostre tamany de mostra superior a 200.000 persones.

Així doncs, l'estudi s'ha realitzat a un total de 391 participants, entre elles gent del cercle proper, amics, familiars i a més, es va difondre l'enquesta al gimnàs Paradise i al box de Crossfit Iluro en què tots ells havien de respondre a dotze preguntes relacionades amb el projecte i havien sigut informats prèviament del seu primer pensament de funcionament i les instal·lacions de les que disposarien.

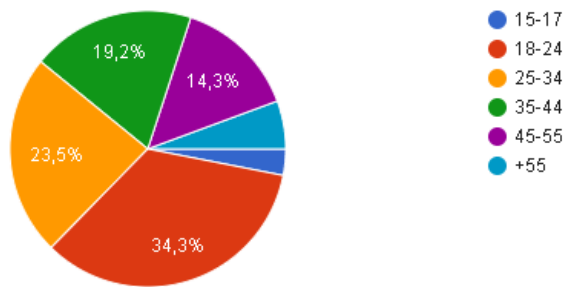
En primer lloc, es va introduir l'enquesta amb preguntes personals fàcils de contestar com el sexe i edat dels enquestats en diferents rangs. 162 participants eren dones i 229 d'ells eren homes.



Gràfic 1: Sexe dels participants de l'enquesta (Font: Formularis de Google)

En el gràfic que veurem a continuació, podem veure els diferents rangs d'edat que comprenia l'enquesta, la majoria dels enquestats ha estat gent jove. Les persones d'entre 45 i més de 55 anys són els que menys han participat tants per l'alta proporció de joves que trobem avui en dia als locals esportius.

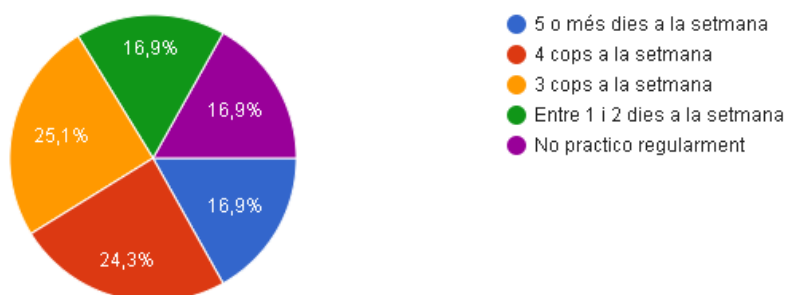
Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona



Gràfic 2: Edat dels participants de l'enquesta (Font: Formularis de Google)

La tercera pregunta formulada està relacionada amb la freqüència en què els participants fan esport setmanalment. Volíem saber principalment la quantitat de gent que entrena entre tres i cinc cops per setmana.

Els resultats han estat molt positius, ja que la gran majoria entrena normalment sovint, només el 33,8% dels enquestats no creiem que tindrien la regularitat com per participar mensualment al nostre projecte. En canvi, veiem que els resultats proporcionats mostren que el 25,1% fan esport tres cops en setmana; seguidament el 24,3% quatre cops i per últim, un percentatge del 16,9% han contestat que solen entrenar cinc o més cops. Entenem que aquesta gent és la que més en serio s'ho pren normalment.

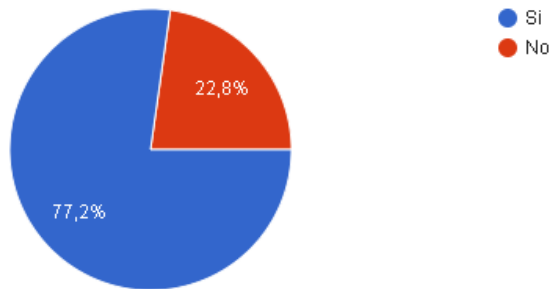


Gràfic 3: Freqüència amb la qual es practica esport setmanalment dels enquestats (Font: Formularis de Google)

En el següent gràfic trobem l'opinió sobre la pràctica de les activitats del nostre projecte a la platja de Mataró.

Els resultats afirmen que el 77,2% han valorat positivament la pràctica dels exercicis a l'entorn que valoràvem. Aquests coneixien les característiques de l'espai, serveis dels que disposarien i solucions a problemes climàtics com temporalitat del negoci.

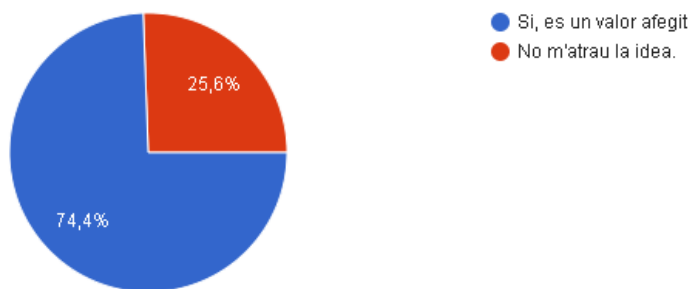
Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona



Gràfic 4: Interès en la pràctica del projecte a la platja de Mataró (Font: Formularis de Google)

Seguidament, es mostrava als participants una imatge del que es el material "Jungle gym" per saber si es interessant per ells entrenar amb aquest tipus de material.

Els resultats tornen a ser afirmatius amb gran majoria, casi un quart dels enquestats els hi agradaria o troben interessant el material.

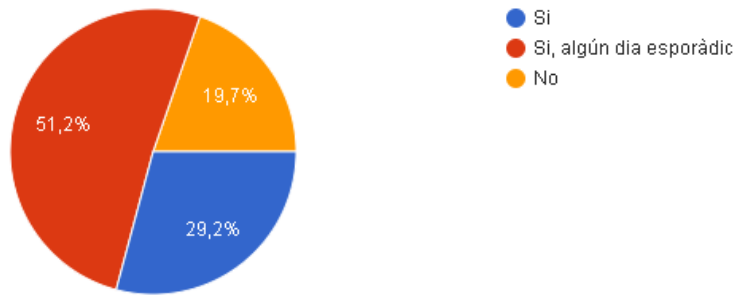


Gràfic 5: Interès pel material "Jungle gym" als enquestats (Font: Formularis de Google)

Pel que fa a la pregunta número sis, era important valorar un èxit a les xarxes socials i de la mateixa manera, la publicitat gratuïta que ofereix un usuari satisfet i que vol compartir-ho. És per això que es preguntava si en cas de poder utilitzar el material, pujarien publicacions o històries a les seves xarxes personals.

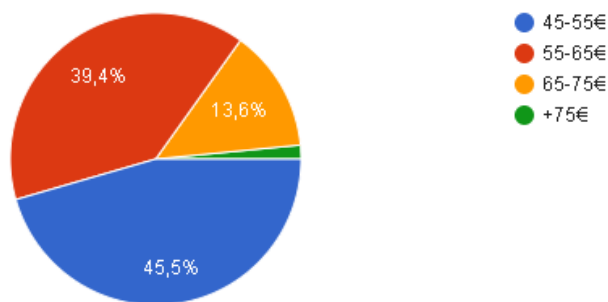
Aquest cop els resultats tornen a ser molt positius, ja que només un 19,7% creu que mai penjaria cap publicació. És a dir, més del 80% ho farien i per això s'ha de dur a terme el projecte de la millor manera possible, perquè aquestes mateixes persones recomanin el lloc.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

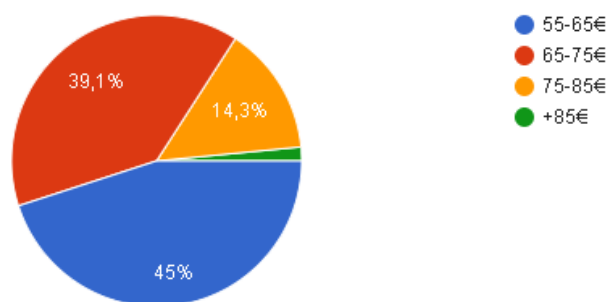


Gràfic 6: Participants que publicarien a les seves xarxes socials (Font: Formularis de Google)

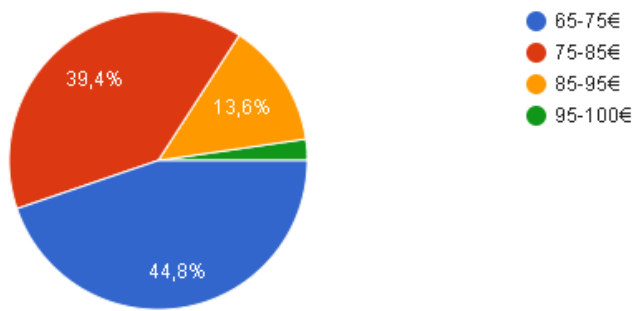
A continuació veurem tres gràfics que fan referència al preu que estarien disposats a pagar per consumir el servei. El primer gràfic és per entrenar amb una limitació de 12 classes mensuals; el segon per disposar de 16 classes mensuals i l'últim, per gaudir del servei limitació d'entrenaments.



Gràfic 7: Disposició de preus a pagar per entrenar 12 cops mensuals (Font: Formularis de Google)



Gràfic 8: Disposició de preus a pagar per entrenar 16 cops mensuals (Font: Formularis de Google)



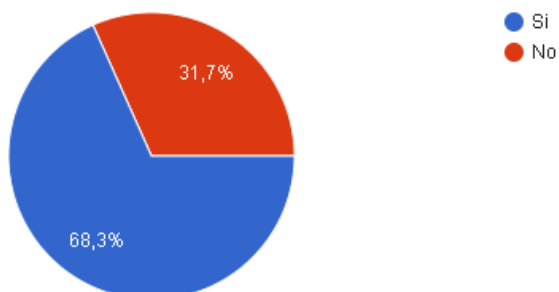
Gràfic 9: Disposició de preus a pagar per entrenar il·limitats cops (Font: Formularis de Google)

Es comenten els tres gràfics junts, ja que els resultats són molt igualats, normalment les persones que han triat un preu en el primer gràfic, es reflecteix d'igual forma en els següents. La primera opció més econòmica que oferíem ha estat pagar 45-55,55-65 i 65-75 euros mensuals. Aquesta ha sigut la més votada perquè entenem que és més accessible per tothom i la gent de gimnàs està acostumada a pagar preus al voltant dels quaranta euros i tenir servei il·limitat.

Seguidament, tenim amb percentatges del voltant d'un 39% les segones quotes més econòmiques. És un preu que està per sota dels Crossfits i per sobre dels gimnasos, entenem que és el rang de preus més equilibrat per a tothom.

Per últim, la tercera i quarta opció normalment ha sigut votada per gent de més alt poder adquisitiu i dels Crossfits.

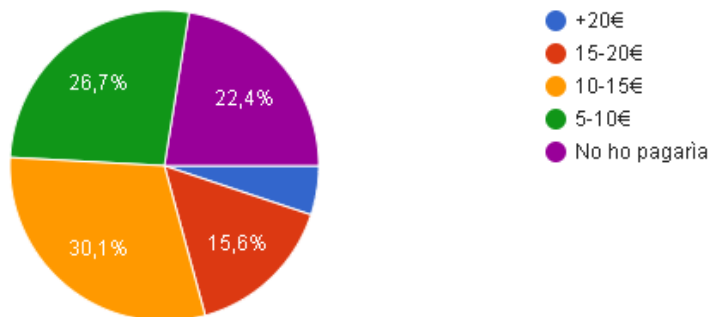
En la desena pregunta es volia saber quanta gent estava inscrita ja a un gimnàs o Crossfit per poder testejar la pregunta que la seguiria. Veiem que quasi el 70% dels enquestats estaven inscrits a algun d'aquests centres.



Gràfic 10: Gent inscrita a un centre de crossfit o gimnàs (Font: Formularis de Google)

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

En aquest cas, la pregunta relacionada amb l'anterior feia referència al preu que els clients inscrits en els centres esportius estarien disposats a pagar pel nostre servei.

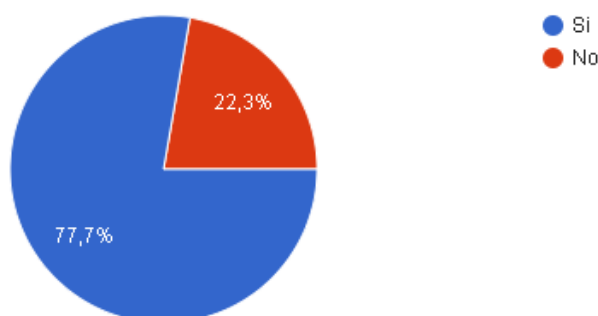


Gràfic 11: Disposició a pagar pel servei, gent inscrita a centres Crossfit i gimnàs (Font: Formularis de Google)

El gràfic anterior ha sigut el que més varietat de respostes ha obtingut. El 22,4% dels participants no estarien disposats a pagar el servei. En canvi la majoria pensen que podrien gaudir pagant entre 5 i 15 euros mensuals, a més de la seva quota del centre on estiguin abonats, la resta, estarien disposats a pagar més de quinze euros mensuals, aquest és un petit percentatge del voltant del 20%.

És un resultat interessant, ja que demostra que per part dels clients, estarien disposats a no desapuntar-se del seu centre i a més gaudir del nostre com una activitat més extra.

L'última pregunta de l'enquesta feia referència a unes classes per infants, la qüestió era saber si creuen interessant tenir classes per aquests i que ells també puguin entrenar amb els seus fills, germans, cosins, etc.



Gràfic 12: Interès per classes per infants (Font: Formularis de Google)

Els resultats han estat molt favorables, el 77,7% d'ells veuen interessant la proposta per poder compartir més moments amb els més petits.

5.5 Relació amb clients

Sabem que per qualsevol negoci és important tenir una bona relació amb el client per mantenir el negoci pròsper. És essencial que el client al pensar en el nostre negoci tingui una imatge positiva per tal de repetir l'experiència amb nosaltres.

Com hem vist anteriorment, la nostra relació amb els clients directes, és a dir, aquelles persones les quals participen i consumeixen el nostre servei, volem que mantenir una relació propera i tenir una bona comunicació mitjançant una escolta activa per saber en què podem millorar i quines necessitats no plantejades amb anterioritat podria tenir el client. Si mantenim aquesta filosofia d'atenció personalitzada i veuen que ens interessem en ells, aquests estaran contents i assegurarem una certa felicitat, per tant, serà més probable que al gimnàs al qual li venem l'activitat continuï consumint el servei.

Per a cada segment de client, haurem d'apropar-nos de manera similar però amb certes diferències. Volem persones solteres, parelles, famílies i inclús entreteniment perquè els fills puguin divertir-se d'igual manera que els pares. Per tant, cal guanyar-se la confiança de tothom, en especial la de les famílies, ja que en conseqüència, ens donaria una molt bona imatge.

5.6 Segments de clients

La proposta de valor anirà dirigida principalment a persones que ja han començat les seves activitats físiques, és a dir, aquelles que ja fan les classes al gym però podrien buscar un altre enfocament per motivar-se. Per nosaltres serà ideal que aquests clients ja estiguin iniciats en algunes classes com el Crossfit per temes d'aprenentatge i dinamisme, però també entenem que no tothom podrà estar al dia o tindrà les mateixes capacitats que una persona ja iniciada.

5.7 Canals

Per tal d'aconseguir arribar als gimnasos, haurem d'establir un marc estratègic positiu per ambdues bandes mitjançant els avantatges que podrien aconseguir i la capacitat de diferenciació que tindrien respecte a un local qualsevol. S'arribarà a partir del nostre comercial.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Respecte a la gent particular, la idea és atraure la seva atenció mitjançant Instagram, ja que la majoria de gent en té i en aquests ambients es porta molt seguir influencers fitness. Les publicacions i publicitat serà una bona eina per tal d'aconseguir cridar l'atenció i que aquelles persones que els hi agradi la idea puguin sol·licitar al seu gimnàs consumir l'activitat o simplement apuntar-se a les classes no vinculades. Dins d'aquesta xarxa social, seria interessant pagar a algun influencer de la zona per recomanar les activitats convidant-lo a participar.

Un altre possible canal serà la cooperació amb marques de suplementos o aliments i altres activitats complementàries, per tal de fer publicitat mútuament i aconseguir arribar a més públic.

5.8 Estructura de costos

Per tal de saber quins seran els costos del negoci, s'ha de definir una estructura referent a costos físics, humans, comercials i altres drets d'entrada.

Ja sabem que per poder iniciar l'activitat és necessari tenir a punt tots els permisos que demana l'ajuntament de la població on s'establirà el negoci i cal pagar uns drets d'entrada segons on ens trobem.

D'altra banda, per poder dur a terme l'activitat, hem de fer una inversió bastant alta, entre barres, discos, materials adaptats, etc. A més, guardar tot el material suposa un arrendament mensual o la compra d'un magatzem prefabricat.

Per poder dirigir les activitats, els treballadors hauran de cobrar una sèrie de sous mensuals. Implica pagar a cada un d'ells i a més al tenir un contracte abonar una certa quantitat per la seguretat social que va a càrrec de l'empresa. No només per monitors, sinó salaris del comercial i de l'emprenedor.

Uns costos que sabem que seran fixos al mes i que es podran anar augmentant a mesura que creixi el negoci són els publicitaris. Requereix inversió en xarxes socials per la creació dels anuncis i el seu manteniment, flyers, i altres costos en possibles col·laboracions.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona










5.9 Fonts d'ingressos

Per últim, per recuperar la inversió inicial i fer front als costos mensuals esmentats anteriorment, hem de saber d'on vindran els nostres ingressos.

Encara que és aviat per definir del tot aquesta estructura, se sap que la majoria d'aquesta entrada de diners vindrà d'una quota mensual ja pactada amb tots els gimnasos que hagin volgut iniciar les activitats amb nosaltres. També, com havíem comentat anteriorment la gent no inscrita a cap gym tindrà la possibilitat de pagar un abonament per un nombre concret de classes o un abonament mensual en el qual podrà venir en un horari limitat i encara que estigui per definir, és possible que aquests particulars puguin entrar a una classe dirigida fora de l'horari establert a condició que paguin un plus.

Per saber concretament el preu que estan disposats a pagar els establiments haurem de parlar prèviament amb ells i fer un estudi de mercat als particulars de peu.

Per aquests locals, el pagament serà pel mètode de transferència bancària per evitar problemes i pels clients que vinguin abonats es donarà la possibilitat de fer-ho en efectiu o amb targeta. En cas d'estar inscrits mensualment, serà una quota que es cobrarà directament al banc.

ASOCIACIONES CLAVE 	ACTIVIDADES CLAVE 	PROPUESTA DE VALOR 	RELACIONES CON CLIENTES 	SEGMENTOS DE MERCADO 
<p>Gimnasos com a clients i proveïdors.</p> <p>Socis: persona emprenedora, Coaches, propis clients.</p>	<p>Coordinació activitats físiques</p> <p>Preparació del material</p> <p>Predisposició dels clients.</p>	<p>“Jungle gym”</p> <p>Concepte de realització d'activitats dirigides com Crossfit o HIIT, localitzades a la platja amb un material exclusiu que simuli trobat a la naturalesa.</p> <p>Dirigit a gyms i particulars.</p>	<p>Mantenir una relació propera i bona comunicació mitjançant una escolta activa per saber la seva opinió per millorar</p>	<p>Per la nostre proposta, el client ideal seria algú ja iniciat en activitats com el Crossfit.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE </p> <p>XXSS I Publicitat</p> <p>Monitors</p> <p>Director MKT</p> <p>Líder</p> <p>Finançament</p> <p>Material.</p>		<p>CANALES </p> <p>XXSS: Publicitat i publicacions al perfil</p> <p>Contacte amb influencers fitness</p> <p>Cooperació amb marques de suplement esportiu.</p>	<p>Clients en fase d'aprenentatge.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTES </p> <p>Costos físic referent a material i magatzem, costos de personal, en publicitat i costos d'entrada.</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS </p> <p>Finançament inicial, quota mensual provinent dels clients i abonaments dels clients particulars</p>		

II-lustració 2: Model CANVAS gràfic (Font: Elaboració pròpia)

6. Públic objectiu

Així docs, podem definir el nostre públic objectiu en diferents segments, ja que la nostra empresa dona peu a poder impartir classes a diferents tipus de persones, edat i condició física.

En primer lloc descriurem el públic objectiu ideal en general per tal que la instrucció sigui el més dinàmic possible.

- ✓ Volem que vinguin persones d'entre 20 a 45 anys, ja siguin homes o dones, que visquin a prop de la zona a Mataró, perquè no tinguin problemes per arribar fins a nosaltres i que sigui gent experimentada en el camp de l'esport, és a dir, que tingui uns mínims coneixements de tècnica per dinamitzar tot.

Ara bé, com sabem que no tots els clients seran tindran les mateixes condicions, podem determinar diversos perfils que encaixarien com a públic objectiu, aquests els definirem en ordre d'edat.

- ✓ En primer lloc tenim els infants, aquests són joves menors de catorze anys que vulguin divertir-se amb companys de la seva edat o en família d'una forma saludable. Aquest grup consumirà qualsevol tipus de classe que realitzem.
- ✓ Adolescents: Comprèn l'edat d'entre catorze a dinou anys, són joves que generalment s'inicien en aquest món i tenen un objectiu físic que els hi farà consumir les nostres classes de pesos lliures i Crossfit.
- ✓ Adults: És un terme molt general, per això comprenem l'edat a partir de vint anys, es gent que generalment ja sap que vol consumir i dependrà molt del seu objectiu. Hi haurà gent que buscarà un objectiu físic, altres per diversió i pot haver-hi gent d'elit.
- ✓ Famílies: a part dels adults com a tal, tenim aquest grup que comprèn els pares i mares que volen compartir el seu temps a les nostres instal·lacions amb els seus fills i filles o altres condicions, un exemple seria un tiet o tieta i nebot o neboda. Consumiran qualsevol tipus de classe segons els interessos.
- ✓ Jubilats i condicions especials: Poden ser gent que la seva condició física per la seva edat no li permeti realitzar classes de pesos i que generalment consumirà les classes més tranquil·les i divertides per així dir-ho. També fiquem en aquest grup a possibles minusvàlids, que segons el seu grau de minusvàlua no podrà realitzar segons quines classes o exercicis.

6.1 Buyer persona

Per tal de descriure el perfil de client al qual ens dirigim, utilitzarem l'eina del buyer persona amb l'objectiu de tenir informació sobre el seu comportament, necessitats i motivacions. Es podria dir que es tracte de ficar-se en la pell del consumidor per entendre'l.

PERFIL 1.

Nom: Àngel Robles

Sexe: Home

Edat: 28 anys

Residència: Mataró

Altres dades personals:



Il·lustració 3: Perfil 1 buyer persona (Font: Google imatges)

Es va independitzar fa quatre anys a un pis al centre de la ciutat amb la seva parella.

Àngel és una persona jove que sempre ha gaudit de córrer pel passeig marítim i la muntanya amb la seva parella, fer excursions i nedar, afició adoptada des de ben petit. Està inscrit des de fa uns mesos al Dir Paradise però no hi va gaire per falta de coneixements i motivació.

És una persona connectada al món de les xarxes socials amb la que va trobar un grup que compartia la seva afició per les motos i alguns caps de setmana surten junts a fer rutes.

Informació professional:

Després d'haver estudiat Batxillerat va estudiar un cicle superior en enginyeria industrial per posteriorment començar al món laboral.

És un polidor amb vuit anys de recorregut professional a l'empresa Bachiller S.A. A causa de la seva experiència, la seva remuneració volta els 1500 € nets. Els ingressos de la llar sumen uns 3000 €.

Valors i pors: És una persona empàtica, respectuosa i amb forta capacitat de superació.

D'altra banda li preocupa no trobar un esport que s'adapti a les seves necessitats i perdi completament la motivació per l'esport.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Metes i reptes: Vol millorar la seva forma física gaudint de la natura amb alguna modalitat que li permeti muscular i definir el seu cos mentre es diverteix amb gent amb qui compartir un ambient positiu i agradable.

Vol preparar-se pel nivell professional de la Spartan Race i altres curses que no va poder completar per la falta força física. Encara que no només es conforma en acabar la cursa.

Necessitats: Espera poder trobar la modalitat que pugui practicar-se a l'aire lliure, unes classes de força i exercicis d'halterofília que li permetin completar els seus objectius. És clau per ell que les classes les imparteixin professionals per evitar lesions i tenir horari flexible per poder assistir a les lliçons de tardes.

PERFIL 2.

Nom: Carla García

Sexe: Dona

Edat: 33 anys

Residència: Premià de mar

Altres dades personals:



Il·lustració 4: Perfil 2 del buyer persona (Font: Google imatges)

La Carla és una dona que es va casar molt jove i va tenir una filla que és el viu mirall d'ella. Actualment està divorciada des de fa dos anys.

Sempre ha sigut una persona que li ha agradat cuidar la seva salut i el seu cos en conseqüència d'haver patit assetjament escolar per sobrepès.

És una persona que viatja en tren en el seu dia a dia degut a la normativa vigent de contaminació a la ciutat de Barcelona.

Informació professional:

Va estudiar odontologia a la universitat per finalment exercir a una clínica de Barcelona. El seu sou és de 33.202 € a bruts a l'any.

El seu horari de treball és de 8 h a 17 h de dilluns a divendres.

Valors i pors: És una persona responsable, atenta a la seva filla, perseverant i solidària.

Té por a no saber transmetre els seus valors a la seva filla de vuit anys.

Metes i reptes: El seu objectiu és compartir moments amb la seva filla i altres dies poder tenir temps lliure per ella mateixa i conèixer gent nova.

Necessitats: Vol trobar un lloc relativament a prop on poder compartir una de les seves aficions amb la seva filla com és l'esport en el qual puguin entrenar juntes, sempre que aquest lloc tingui els valors que ella té.

7. Anàlisi de la competència

Avui en dia és més difícil innovar i trobar una necessitat per poder cobrir, és per això que molts cops els empresaris solen copiar idees que han vist a altres països i les porten cap a la seva pròpia nació. És per això que s'ha volgut “copiar” la idea i dur-la al nostre país com el famós Tulum Jungle Gym del carib mexicà. Per la llarga distància que ens separa no podem considerar competència sinó únicament font d'inspiració pel projecte.

És cert que les nostres costes no són com les del carib, però tampoc són platges massives de gent o desertes per la brutícia del mar. Així doncs, a partir d'aquest concepte s'ha analitzat internet en cerca de competència, primer de tot en l'àmbit nacional i en segon lloc a escala de comunitat autònoma.

El més proper que es pot trobar a entrenament a la platja són instal·lacions adaptades pels ajuntaments tant a nivell espanyol com el barcelonès, que han posat a disposició dels habitants i visitants barres fixes i bancs per poder entrenar amb el pes corporal. Alguns inconvenients d'aquests són: Limitació de l'entrenament, incapacitat de muscular més enllà del que es fa amb el mateix pes, instal·lació petita i per tant fàcilment concorreguda.

D'altra banda, com era d'esperar, molts centres d'esport i diferents institucions han participat en esdeveniments puntuals on es feien classes dirigides de loga, Tai chi, Gap, etc. A nivell català tot això també s'ha fet a Pineda i Lloret. Un exemple és la Federació d'esport Municipal de València. Va ser un èxit, ja que ho feien en una platja gran i sobretot la gent gran s'apuntava a entretenir-se ballant. Però aquest no és el nostre públic objectiu.

A Huelva, es va promocionar un passeig que ofería diferents propostes esportives per totes les edats cada dissabte durant tot el mes d'Agost a l'estiu.

Aquestes propostes al estar tant lluny de la nostre zona, no són competència potencial o real.

En definitiva, la nostra proposta de valor ofereix un servei el qual és una barreja entre diversos conceptes que ningú altre ha muntat o se li ha acudit copiar la idea que és tendència a altres països del continent americà, per tant, no hem trobat ni a Catalunya ni a Espanya.

7.1 Competència potencial

A continuació veurem algunes propostes de competència potencial, de la mateixa manera que no són iniciatives de competència real per diferents motius que comentarem.

- ✓ **Iniciativa outdoor Barceloneta:** L'ajuntament de Barcelona va fer una col·laboració amb la coneguda empresa d'esport Nike per habilitar un gimnàs de barres a l'aire lliure a la Barceloneta on la gent pot fer cal·listènia i pràctiques amb el seu pes corporal. Degut a la distància que hi ha respecte a Barcelona, no ho considerem competència real.
- ✓ **Calisthenic Park Sant Cugat:** de la mateixa manera, és un altre parc de barres que va habilitar una empresa per entrenament de pes corporal.

Si busquem més concretament sobre Crossfit a l'aire lliure, el que podem trobar són ocasionalment a l'estiu algun dia en concret que els entrenadors han decidit portar algunes barres i discos a la platja per fer el que es diu un WOD (Work out of the day).

- ✓ **Crossfit competicions l'aire lliure:** el problema és que són accessibles per tothom que estigui inscrit i que ja porti un cert temps per no fer-se mal.

Altres opcions a l'aire lliure de Cross fit són els entrenaments a les terrasses, però tornem al mateix, tornes a estar a les instal·lacions del centre.

Finalment, contemplem com a potencial les iniciatives dels gimnasos de no practicar esport sempre a les seves sales.

- ✓ **Outdoor Gym i crossfit:** Els gimnasos i centres de Crossfit que disposin d'alguna terrassa lo suficientment gran com per poder fer una classe d'aforament suficient, poden optar per portar part del material allà i practicar l'esport sota el sol.

7.2 Competència real

Com a competència real valorarem la ciutat de Mataró i pobles del voltant.

Outdoor Gym: L'ajuntament de Mataró i dels pobles del voltant van implementar una iniciativa per la gent que no es podia permetre pagar un gimnàs i promoure l'esport mitjançant els parcs de barres a l'aire lliure.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

En aquests casos, farà que la gent que practica cal·listènia, no sigui client nostre i puguin practicar esport a l'aire lliure en un altre entorn.

Ara bé, per concretar i tenir dades reals de la competència directa, posarem alguns exemples de Mataró. Tenim 2 Box de Cross fits a la mateixa ciutat i alguns gimnasos, entre ells hi ha dos molt coneguts. En aquest sentit els considerarem competència sempre que no estiguin afiliats a nosaltres.

Crossfit Mataró. Va ser el primer Box de crossfit que es va obrir a tot el Maresme, concretament el 2014, per això, és com la referència en aquesta zona.

Es tracta d'una nau amb més de 70 metres quadrats adaptats per entrenar, disposa de 10 metres d'alçada i una forma que permet practicar qualsevol exercici sense limitacions.

Els preus de les seves tarifes varien depenent dels entrenaments que vulguis fer, aquests entrenaments anomenats “wods”- Work out of the day- es poden realitzar un número màxim al mes. Les seves tarifes són les següents:

- Bàsic: Inclouen 9 wods dirigits al mes i 4 lliures. 70 €
- Inter: 13 wods guiats i 4 open wods. 80 €
- Il·limitat: Wods i open wods sense límit. 90 €
- Altre tarifa: Abonament de 10 sessions. 120 €

En aquestes tarifes no s'apliquen els descomptes per estudiants, familiars, minusvàlids, etc.

Ara bé, a continuació analitzarem les principals diferències amb la nostra idea de negoci. Crossfit Mataró està ubicat al polígon industrial del pla d'en boet, una zona allunyada del centre i amb l'avantatge principal de la facilitat d'aparcament però llunyà dels serveis de transport públic, per això els clients han de desplaçar-se en vehicle propi.

Respecte a les activitats a proposar, és una disciplina que únicament es practica Crossfit, entrenaments d'halterofília, cardiovasculars i gimnàstics. Al tractar-se d'una nau industrial no disposen d'espais oberts practicables per fer l'activitat a l'aire lliure, cosa que nosaltres sí.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Pel que fa als preus, tenim clar que les nostres tarifes encara que tindrem un sistema de classes semblant en concepte de limitacions o sense límit per una quota més alta, els nostres preus seran més assequibles per tots els públics i tindrem abonaments especials per nens a diferència d'aquest establiment.

Oikos crossfit iluro. És un Box que va fundar Randall Clift, un dels dos socis creadors del Box esmentat anteriorment a l'any 2017 després de desacords en el funcionament del negoci.

És un espai industrial més petit però igualment adaptat a les necessitats de la modalitat. La diferència principal amb el Box anterior és l'estratègia que han adoptat. En aquest cas com veurem després els preus són semblants però estan més compromesos amb els seus clients i com a conseqüència, han adaptat els horaris per aconseguir tenir classes per nens, una nova forma de fer esport i evitar els problemes de salut que pateix la societat actual.

Segons testimonis propers, es respira millor ambient i no hi ha cap tipus de problema.

Les seves tarifes són les següents:

- Bàsica mensual: 2 classes setmanals i un open box. 72 €
- Media mensual: 3 classes setmanals i un open box. 82 €
- Il-limitada mensual: classes i open box il-limitats. 95 €

Amb aquest local tenim alguna semblança més que respecte a l'anterior, però encara així existeixen més distàncies de preus. Tornem a tenir avantatge en disposició d'espais oberts, un ambient de pau i tranquil·litat, que afectarà positivament en la relaxació i en ubicació, cosa aquest està situat als límits del pla d'en boet.

A part de tenir el material diferent que permet certa diferenciació, podem gaudir d'un altra activitat la qual qualsevol gimnàs, Crossfit o altres modalitats que puguin venir a la ment no contarà mai, el mar. A l'època d'estiu podem tenir l'avantatge d'utilitzar-ho com a eina de treball a l'hora de fer circuits o inclús com a temps d'oci després d'un dur entrenament.

Dir paradise Mataró. És un centre esportiu que porta molts anys en funcionament i que actualment l'ha adquirit la franquícia “Dir”. En realitat a nivell de client poques coses han canviat.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

És una instal·lació situada davant del Tecnocampus Mataró que permet gaudir de múltiples avantatges pel gran complexa de 4.000 metres quadrats i la diversitat d'activitats amb les quals conta. A diferència d'un Box, aquest gimnàs compta amb una sala de fitness, dues piscines, pistes de pàdel, sales de spinning on s'imparteixen classes d'aquesta modalitat i altres sales on practicar tota mena d'activitat com és el zumba, body pump, boxa, etc.

Les seves tarifes són:

- Tarifa de només matins o tardes: No especificat.
- Tarifa mensual normal: 56 €
- Tarifa estudiant: 42 € mensuals on pots gaudir de qualsevol activitat.
- Descomptes per minusvàlids del 50% sobre tarifa mensual normal.

Pel que fa a les diferències, no disposarem de tants metres per la realització dels exercicis però sí que disposem d'una xarxa ampla de transport públic per poder arribar-hi, una ubicació que a més es troba a prop del port i al costat del centre de natació que ens facilitarà les visites presencials per la presència del passeig marítim i la quantitat de gent que passa el seu temps a la platja.

En quantitat d'aparcament tenim un ampli pàrquing públic de sorra i altres aparcaments al llarg de tot el passeig marítim. Cosa que el Paradise no consta, ja que al voltant del gimnàs hi ha poc aparcament i alguns d'ells estan limitats per zona horària de càrrega i descàrrega.

El centre té instal·lacions preparades per la relaxació dels seus clients, cosa que s'ha de pagar a part a no ser que vulguis estar en un jacuzzi ple de bacteris, cosa que al mar no s'agafaran infeccions i és gratis.

D'altra banda, per nosaltres el client no serà un número més, el coneixerem lo suficient per conèixer les seves necessitats i preocupacions, sempre disposats a aconsellar sempre que es tingui el coneixement necessari.

McFit Mataró. Es tracta d'una franquícia Alemanya que opera a tot Europa, sent la més gran i coneguda. Aquests centres solen ser superfícies de més de 3000 metres quadrats i molts d'ells estan oberts les 24 h del dia. En el cas del de Mataró és el gimnàs amb horari més ampli de la ciutat, obert de 6 h a 23 h cada dia.

Es caracteritza principalment pel seu baix cost mensual i la quantitat de màquines i zones adaptades per entrenar sense cap monitor. Encara que en els últims anys han implementat classes guiades de “total body workout”, zumba, hiit, ioga i pilates.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Les seves quotes són les següents:

- Contracte estàndard dotze mesos: per 29,90 € mensuals tens accés a les instal·lacions. Al ser el mínim preu pel qual pots inscriure's una persona, tenen l'obligació contractual d'estar almenys un any de permanència, renovable automàticament.
- Contracte estàndard sis mesos: el preu és de 34,90 € amb la diferència que hi ha 6 mesos de permanència.
- Contracte estàndard tres mesos: per 39,90 € mensuals només tens obligació de pagar 3 anys de permanència.

Les quotes han pujat durant els últims anys degut a la presència de classes guiades per monitors. Es va fer famosa la franquícia principalment perquè fa uns anys podia inscriure's per 19,90 € al mes amb el dret d'accedir a la sala fitness i totes les instal·lacions de forma lliure, els inconvenients era que s'havia de pagar un euro per cada dutxa i les classes dirigides es trobaven en un paquet de preus a part.

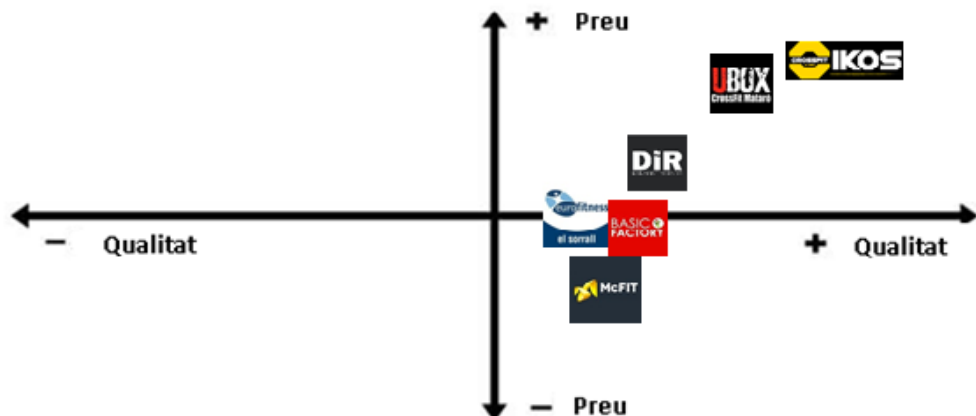
Últimament no té gaire bona fama degut a les renovacions automàtiques del contracte, és a dir, els usuaris contínuament es queixen que és impossible deixar de pagar la quota a no ser que es cancel·lin els cobraments i entris a la llista de morositat.

Aquest gimnàs que es troba a via Europa, una de les zones més coneguda de la ciutat en què només es pot arribar en autobús o vehicle personal en cas de viure lo suficientment lluny com per no poder anar caminant.

Hi ha diferents diferències que també s'havien esmentat anteriorment com: L'atenció al client, entorn natural, disponibilitat d'espai obert, possibilitat d'utilitzar a favor el mar i sobretot l'aparcament, ja que del que disposen és privat i molt petit.

La principal diferència que cal comentar amb més amplitud és que potser els preus són més alts per la nostre part, però mai obligarem a cap client a pagar una permanència contractual i molt menys tenir la imatge negativa que normalment tenen aquests centres esportius. El nostre entorn sempre serà positiu.

7.3 Matriu de competència



Il·lustració 5: Matriu de competència (Font: Elaboració pròpia)

Per la realització de la matriu de competència s’ha tingut en compte les variables qualitat i preu. A més podem veure que s’ha afegit com a competidor gimnasos que estan més llunyans i que són menys coneguts que la resta per estudiar si realment si la qualitat i preu poden afectar a la pròpia fama, tant positiva com negativa, i si estaran directament relacionats.

La variable preu està basada en la quota mensual que li costaria a una persona sense aplicar cap descompte, sense tenir en conta quotes amb restriccions d’horari, és a dir, que pels Crossfit s’ha agafat la tarifa il·limitada.

- A l’hora d’estudiar la qualitat, s’ha inclòs la qualitat dels serveis i instal·lacions com qualitat en formació del personal, sobretot la competència a l’hora d’impartir classes.

Les apreciacions que podem observar de la matriu són que la qualitat i el preu estan fortament relacionats, sobretot veient la diferència que hi ha entre un Box i un gimnàs. Podríem dir que si es vol uns alts coneixements, aquests es paguen a un alt preu. El sentit que se li pot trobar a això és que els Coach d’un Box estan especialitzats en la seva modalitat, cosa que per contra, en un centre esportiu aquests han d’impartir classes de tot tipus de modalitat. Tantmateix, veiem que tots els gimnasos es troben relativament a prop en qualitat- preu.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

D'altra banda, responent a la hipòtesi anterior sobre la fama d'un gimnàs i el seu preu, podem veure que per exemple , en els nous integrants inclosos com a competència, Eurofitness el Sorrall i Fitness factory, ambdós tenen una qualitat similar per un nivell mitjà-baix dels monitors o la qualitat del servei de les màquines i opcions d'entrenament amb pesos lliures. En aquest sentit tenen millor fama que el Mc fit, però tenir el preu més baix amb una certa qualitat d'instal·lacions, per regla general, els clients deixen de tenir present els comentaris i opinions negatius. Per tant, podem dir que un baix preu podria silenciar.

Finalment, per poder justificar la quota a assolir partint de la competència, sabem que no captarem l'atenció de tanta gent com voldríem ni podrem atraure a tots els socis dels voltants inscrits en cada gimnàs o socis particulars, per tant intentarem atraure el 10% dels socis de cada gimnàs que formi part del nostre projecte i descartarem a la resta, ja que per norma general, la gent de sala no es solen veure en aquest tipus d'activitat.

8. Pla de màrqueting

A continuació es realitzarà un pla de màrqueting empresarial com a estratègia per aconseguir arribar al client i donar a conèixer la marca abans de començar l'activitat, durant i després. És important definir com arribarem al client, per quins canals, quines accions es desenvoluparan i els recursos destinats a la campanya.

8.1 Portafolis de serveis

Per definir el portafolis de serveis es pot dividir segons les activitats que oferim i que el client té dret a consumir dintre de la seva quota. Més endavant veurem aquestes i el seu preu.

- **Crossfit:** Es tracta d'un mètode d'entrenament que barreja constantment exercicis de moviment funcional que s'executen a alta intensitat. Normalment són entrenaments que utilitzen policies, bombers i cossos militars. Generalment anirà dirigides a la élit, gent de gimnàs i adults que es vulguin introduir en una nova modalitat i que no tinguin limitacions físiques.
- **HIIT:** Les sigles d'aquesta modalitat denominen un entrenament d'interval d'alta intensitat. Generalment són curts períodes d'entre 4 i 30 minuts que combinen exercicis anaeròbics i aeròbics. Dirigida a clients de qualsevol edat que vulguin aconseguir un dèficit calòric o gaudir d'un dur entrenament en poc temps.
- **Body weigh training:** Són exercicis de força que utilitzen únicament el pes corporal de la persona executora. Proporciona resistència i tonificació muscular. En aquest cas creiem que tot el públic consumirà el servei.
- **Ioga:** Es tracta d'una disciplina física i mental que ajuda a la meditació i relaxació del cos, a l'hora que es practica exercici de manera més relaxada. Ens trobem en un ambient ideal per la pràctica d'aquesta modalitat. Creiem que la gent de la tercera edat serà més propensa a consumir aquesta activitat.
- **Zumba:** És una modalitat fitness que tracta de combinar exercicis de ball aeròbics per donar força i flexibilitat al cos. És una activitat divertida que combina ritmes llatins-americans accessible per tots els públics. Normalment consumirà aquesta activitat la gent que gaudeix amb el ball, sense exclusions, normalment hi participen més dones que homes. En cas de la tercera edat, l'equilibri entre sexes és major.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- **Lliure entrenament (OPEN):** Per últim, tindrem unes hores dedicades al lliure ús de les instal·lacions i accés al material, amb un monitor que estarà per si el client necessita ajuda o consells. Normalment dirigida a la gent de gimnàs i els crossfitters són els que estaran més disposats a consumir el servei, encara que avui dia s'ha vist tendència de totes les edats participar en sales d'entrenament lliure.

Totes aquestes activitats estan dirigides perquè tot el públic pugui participar de manera activa i complementen un equilibri entre exercicis aeròbics, musculació, força i flexibilitat. Les activitats de Crossfit i Hiit són més lesives si no s'aprenen de manera adequada la tècnica d'execució dels exercicis, així que entenem que les persones amb minusvàlues i de la tercera edat, haurem de conèixer la seva condició per adaptar alguns exercicis a ells.

Qualsevol client podrà accedir a totes les activitats oferides anteriorment independentment de la quota que tinguin, però d'altra banda, tenim unes classes dirigides a infants els quals tenen algunes limitacions.

- **Classes per nens:** Així doncs, les classes d'aquests seran sessions que tindran una part de musculació i força mitjançant exercicis amb pes propi, altres amb barres lleugeres i discos de fusta en la que practican tècnica d'exercicis compostos i, d'altra banda, hi haurà una part de la sessió que estarà programada per fer exercici aeròbic mitjançant jocs.
Tenint en compte que la gent més jove del nostre recinte està en creixement constant i no estan del tot desenvolupats, els hi oferirem i deixarem clar als seus tutors legals que l'entrenament està dirigit per millorar la seva condició física sense interrompre en el seu creixement.

És cert que moltes d'aquestes activitats estan organitzades en altres centres de la competència, però cap gimnàs té classes dirigides com les nostres pels més petits. El nostre compromís en totes elles és superior.

Per tal d'organitzar totes les classes, a continuació veurem un horari on es dimensionen les classes repartides al llarg de la setmana. Els horaris es poden veure modificats segons veiem al iniciar el negoci.

Està elaborat de manera que els monitors fan varies classes seguides a l'hora per poder tenir un horari de matí i tarda, de manera que no hauran d'estar totes les hores que obrim al recinte.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
7:00 - 8:00	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	CROSSFIT	IOGA
8:00 - 9:30	IOGA	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	IOGA	IOGA	B. WEIGH
9:30 - 11:00	CROSSFIT	CROSSFIT	CROSSFIT	CROSSFIT	CROSSFIT	KIDS/OPEN	CROSSFIT
11:00 - 11:30	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN
11:30 - 12:30	B. WEIGH	OPEN	B. WEIGH	OPEN	B. WEIGH	OPEN	CROSSFIT
12:30 - 13:30	IOGA	IOGA	IOGA	IOGA	IOGA	IOGA	KIDS/OPEN
13:30 - 14:30	ZUMBA	ZUMBA	ZUMBA	ZUMBA	ZUMBA	ZUMBA	ZUMBA
14:30 - 16:00	OPEN	B.WEIGH	OPEN	B.WEIGH	OPEN	B.WEIGH	OPEN
16:00 - 17:30	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN
17:30 - 18:00	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN	HIIT/ OPEN
18:00 - 19:30	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN	KIDS/OPEN
19:30- 21:00	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	IOGA	IOGA
21:00 - 22:00	IOGA	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	IOGA	CROSSFIT	

Taula 3: Horaris de les activitats (Font: Elaboració pròpia)

8.2 Pla de comunicació primer any

Una bona elaboració d'un pla estratègic de comunicació del primer any és clau pels anys següents d'activitats. Per això, cal definir una sèrie d'objectius específics, realistes i mesurables per tal de saber si han estat ben establerts aquests o si ha estat la manera correcta de transmetre el nostre missatge, el canal adequat i hem fixat el pressupost correcte.

Els objectius del primer any són:

- A partir de la creació de perfil a Instagram, arribar a tenir 700 seguidors reals
- Mitjançant el perfil de Facebook, tenir visibilitat i almenys 50 reaccions.
- Obtenir visibilitat de la marca, que els mitjans de comunicació publiquin almenys 3 articles de l'empresa.
- Fomentar la interacció a les xarxes socials.
- Tenir reserves de 20 persones per la web setmanalment

8.2.1 Accions pre-venda

En primer lloc ens focalitzarem en la comunicació pre-venda del servei per aconseguir els clients necessaris per començar a realitzar el servei. Aquesta estarà basada en una comunicació a través de les noves tecnologies com són les xarxes socials i la pàgina web.

A partir d'aquesta web els clients podran conèixer en profunditat el projecte i obtenir la informació necessària per finalment inscriure's al nostre servei. Apareixerà informació rellevant de l'empresa, el motiu per què es va crear i les metes. D'altra banda hi haurà un apartat reservar hora a l'hora de fer classe, la nostre ubicació, un altre per abonar-se en el que es podrà visualitzar els diferents tipus de preus i les condicions de cada un, i una última opció que permetrà al client contactar amb nosaltres.

Les xarxes socials que creiem que es poden adaptar a les nostres necessitats i al nostra target són Instagram i Facebook. Seran utilitzades com a eina per publicar contingut i publicitat pagada.

- **Campanya Facebook ADS:** Hem determinat que per les accions publicitàries en xarxes socials tindrem un pressupost de 400 € mensuals, cosa que haurem de repartir però no en parts iguals per Facebook i Instagram. Per tant, el pressupost anual és de 4800 €. En aquest cas, degut a la utilització més d'una xarxa que de l'altre, dedicarem el 33% del previst, és a dir, gastarem 1585 euros anuals per publicitat a la xarxa.
- **Anuncis publicitaris Instagram:** El cost per clic d'aquesta xarxa són uns 0,64 cèntims d'euro. Per tant, per arribar a l'audiència desitjada Catalana, podem invertir 3215€ anuals.



Il·lustració 6: Anunci publicitari de Facebook mvp (Font: Elaboració pròpia)



Il·lustració 7: Anunci Instagram mvp (Font: Elaboració pròpia)

A les imatges anteriors podem veure dos exemples dels anuncis publicitaris que es publicarien per tal de tenir la visibilitat necessària on el client podrà clicar per desplegar més informació d'interès i l'enllaç directe al web.

Tanmateix, el comercial de l'empresa haurà de visitar els diferents gimnasos de la zona i oferir la oferta al director per exposar el que oferim. A partir d'aquí, el comercial haurà d'atraure l'atenció dels socis mitjançant una campanya atractiva que cridi l'atenció com a activitat extra del centre inscrit.

8.2.2 Accions durant la venda

Durant el procés de venda, s'informarà al client de les particularitats del servei, preus, descomptes i tràmits necessaris mitjançant una actitud amable i propera, utilitzant la psicologia comercial com a eina per ser més humans i aconsellant al client sobre que es podria adaptar millor a les seves necessitats sense pràctiques intrusives. Un cop el client es vulgui inscriure, demanarà unes dades de contacte per poder comunicar-nos amb ell.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Campanya publicitària als gimnasos: Per tal de fer una campanya atractiva, es destinaran 500 € en l'elaboració dels cartells i altres mètodes publicitaris que s'instal·laran als gimnasos inscrits a nosaltres. A canvi, també farem publicitat de pancartes que ells ens vulguin facilitar. D'aquesta manera el client veurà en tot moment la col·laboració en ambdós centres.

8.2.3 Accions post-venda

Un cop efectuada la venda, el client podrà gaudir del servei acord a la seva quota. Durant aquest temps, s'utilitzarà el seu e-mail com a eina per transmetre la informació sobre canvis, festius, promocions, etc. Es recordarà al client perquè segueixi amb nosaltres i no perdi la motivació del dia a dia durant les mateixes sessions d'exercici, on els monitors hauran d'encarregar-se de crear una comunitat.

Es podria dir que el seu e-mail ens servirà com a canal bidireccional per obtenir feedback del client a partir d'enquestes de satisfacció, alguna reclamació i puntuació del nostre servei d'atenció al client sabent si ha sigut d'utilitat les nostres respostes. Podem afegir com a eina per obtenir el feedback les conversacions que els monitors poden arribar a tenir amb ells per posteriorment transmetre-ho al cap del projecte. A més, deixar una bústia de suggeriments anònims pot ser el medi complementari per saber que no està funcionant correctament i poder millorar-ho.

Altres accions publicitàries complementaries per donar a conèixer el moviment, serà la creació d'un vídeo a YouTube que atragui l'atenció i la creació d'un anunci a la ràdio més escoltada de Catalunya. Això es farà quan ja tinguem una certa visibilitat i major pressupost.

- Publicitat amb marques esportives: Buscarem col·laboracions que puguin beneficiar a les dues parts de marques de suplement com Nocco, per tal de millorar la visibilitat. Així doncs penjarem cartells i els hi farem promoció gratuïta a canvi de la seva. Aquesta tindrà cost 0.
- Vídeo de YouTube: La inversió del vídeo serà principalment la contractació d'un càmera amb la qualitat suficient per adaptar-se a les nostres necessitats i amb coneixements d'edició de vídeo. El pressupost destinat a aquesta acció serà de 400 €, ja que serà un spot publicitari de més tres hores o més de gravació.
- Anunci de Ràdio Flaixbac: El pressupost és de 600 € només pel primer mes. A falta de resposta de les tarifes de la cadena.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Per tant, el pressupost total del primer any serà de 6300 euros en campanyes i accions publicitàries.

8.3 Canals de distribució

En la nostra empresa tindrem dos tipus de canals de distribució, directes i indirectes:

- Canal directe: Els clients podran contactar amb nosaltres i comprar qualsevol dels nostres serveis mitjançant la pàgina web o presencialment. En el cas de fer la reserva dels serveis en persona, el gerent serà l'encarregat de gestionar l'abonament.
- Canal indirecte: Els anuncis de les xarxes socials o la ràdio són canals previs al contacte directe amb la nostra web, per això podem dir que són canals indirectes encara que les xarxes siguin pròpies.

D'altra banda, el canal indirecte més important és el comercial dels gimnasos, ja que serà un intermediari extern de l'empresa que disposarà de la informació suficient perquè un client contracti els nostres serveis. Encara que sigui un servei extra del gimnàs, no pretenem compensar amb cap retribució monetària, ja que ambdues parts es veuran beneficiades.

Com a canal complementari, buscarem marques disposades a col·laborar gratuïtament a canvi de publicitat bidireccional.

En el cas dels canals directes, els costos són mínims, ja que el gerent es trobaria dins la seva jornada laboral i per tant, entra dins del seu sou mensual que recordem que durant el primer any aniria en funció als beneficis de l'empresa. Pel que fa al lloc web, els costos es veuran reflectits pel manteniment d'aquesta, uns 120 € mensuals.

En canvi, els pressupostos dels canals indirectes es veuran compresos pels costos dels anuncis esmentats anteriorment i dels anuncis de ràdio esporàdics. Els costos de personal del gimnàs no els contem en el pressupost nostre, ja que és personal extern que actuaria dins la jornada laboral aliena a nosaltres. A més, les marques que buscaríem com hem dit abans, procurarem que sigui publicitat gratuïta.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Per tal de validar aquesta hipòtesi hem contactat amb els directors dels gimnasos Dir Paradise i Eurofitness Sorrall via mail, per posteriorment un cop oberts després de la pandèmia, fer una entrevista presencial. Hem ofert l'opció de promocionar en comptes de comissionar al gimnàs o comercials.

En el cas del Sorrall no hi ha hagut resposta, per la falta de temps post pandèmia, però, d'altra banda, el club manager del gimnàs Dir, Albert, ens ha comentat que ambdós opcions podrien ser interessants, ha acceptat la hipotètica opció d'intercanvi publicitari directament suposant que ambdues bandes arribessin a un acord i el projecte es posés a prova. En cas de no arribar al acord, la segona opció seria comissionar, cosa que no caldria però si s'hagués de fer els diners se'ls quedaria el gimnàs per posteriorment donar-li al comercial com a incentiu.

Per últim, al tenir un vincle de confiança amb el propietari de Crossfit Oikos, hem preguntat via videotrucada si seria possible la col·laboració amb Oikos i l'intercanvi publicitari. La resposta ha estat negativa degut a que ens considerarien competència forta degut a les tarifes i considera que els seus clients no pagarien una quota complementaria per practicar la modalitat que ells ofereixen.

8.4 Política de preus

L'estratègia de preus establerta actualment agrupa diversos objectius operacionals com de màrqueting que perseguiran una maximització dels beneficis, negoci rendible, posicionament al mercat i promoció del servei.

La fixació de les tarifes i abonaments han sigut fixats partint de diferents factors com ara resultats del testeig realitzat, preus de la competència, demanda alçista, costos més baixos que la competència.

- Enquesta: Com hem pogut veure, els resultats del testeig eren favorables a tarifes econòmiques, per això creiem que els preus fixats són adequats i ho que ho podran pagar la gran majoria dels usuaris. No podem adoptar la tarifa més baixa pels costos que tindrà el negoci i tampoc volem implantar tarifes excessives per poder arribar al màxim de clients possibles encara que impliqui reduir el marge de benefici.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- **La competència:** Segon els preus de la competència, s'ha establert unes tarifes més elevades que un gimnàs degut a la diferenciació i la qualitat del servei. Tanmateix, la quota mínima d'un centre de Crossfit la mitja són 75 €, cosa que trobem abusiu i que els clients agrairan tenint en conta que serà més accessible per més públic.
En el cas de les quotes adaptades als socis dels gimnasos abonats, ha estat fixada per poder tenir acceptació, és a dir, considerem que una persona que està pagant com a exemple 50 € mensuals de quota, no estarà disposada a pagar una alta quota extra per consumir un servei substitutiu encara que ho prefereixi. El preu sol ser el factor més important pels clients.
- **Demanda:** A partir de les quotes de mercat que volem aconseguir i la tendència alcista de la pràctica d'esport, cada cop hi ha més clients disposats a apuntar-se a llocs que els motivin a seguir mantenint una salut física.
- **Costos:** Pel fet de no tenir un establiment de grans dimensions que comprar o llogar, els nostres costos són menors amb diferència dels de la competència. Ens estalviem gran cost en el lloguer mensual, llum, aigua, contractació de personal de neteja i manteniment. Encara així les nostres tarifes buscant un benefici màxim que es veurà reflectit segons l'acollida del servei.

Ara bé, existeixen alguns factors que ens podrien afectar directament a la nostra política de preus.

En un escenari on l'acceptació del negoci hagi estat molt bona, als clients més antics els hi faríem un descompte respecte a la seva quota del 10% depenent de com vagi el negoci, d'aquesta manera fidelitzarem clients.

En canvi, en un escenari negatiu, on no hàgim tingut les vendes que preveiem, les quotes del segon any podrien veure's afectades a canvi d'afegir algun servei extra que per nosaltres suposi un cost mínim i que el client el trobés valuós.

A l'hora de definir les tarifes que oferim, les agruparem per preu i nombre de classes a les quals poden assistir setmanalment els clients, imitant així el sistema Crossfit degut a la quantia de demanda que prevenim i les necessitats del client. Conseqüentment ens adaptarem als diferents tipus d'aquests (Estudiants, famílies, minusvàlids, etc.).

Les següents tarifes no impliquen una major o pitjor qualitat del servei ofert, horaris restrictius, modalitats o prohibició a cap tipus de persona.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- **Entrada de prova:** Per gent que vulgui provar, hi haurà l'entrada gratuïta per una classe en la qual el convidat podrà veure el funcionament del servei. Qualsevol persona pot entrar.
- **Bàsic:** Aquest tipus d'accés permet gaudir de dotze sessions mensuals de qualsevol modalitat. Esta dirigida a qualsevol adult. Les raons per què oferim aquesta tarifa és per adaptar-nos a conjunts de persones que disposin de poc temps lliure o que s'estigui iniciant. El preu assignat és de 57 € mensuals.
- **User:** Es tracta d'un accés mitjà que permet accés a setze sessions al mes per a qualsevol modalitat. Aquestes sessions estan pensades per assistir a quatre d'elles setmanalment, dirigides a qualsevol adult que disposi del temps suficient i tingui la motivació per a voler assistir més sovint. El preu establert ha estat de 67 €.
- **Il·limitades:** Tarifa dedicada a gent sense límits, dedicada i compromesa a assistir setmanalment entre cinc i sis dies. Normalment serà gent que està molt satisfeta amb el servei o gent que té un cert nivell en termes de classes tipo Hiit o Crossfit, que generalment voldrà aconseguir un objectiu físic. El preu serà de 77 €.
- **Gym people:** Per aquelles persones que vénen del gimnàs associat a nosaltres, per 12 € podran accedir a deu sessions mensuals a les nostres instal·lacions com a extra. El gimnàs guanyaria clients satisfets amb un servei extra i els clients poder fer les activitats a l'aire lliure.
- **Kids:** Com a tarifa dirigida a menors de catorze anys, oferim classes de dotze sessions mensuals per 40€ al mes. Aquest servei està pensat perquè els nens puguin gaudir amb companys de la seva edat i introduir-se al món de l'esport. Hi haurà l'opció de poder fer les sessions amb els seus pares sempre i quan el monitor vegi que el menor està suficientment preparat.

A part d'aquests preus, oferim uns abonaments especials aplicables durant tota la temporada.

- **Abonament 10 access:** Aplicable a qualsevol modalitat impartida per nosaltres, el client tindrà l'opció de pagar un abonament que li permetrà accedir i beneficiar-se de les classes deu vegades. El seu preu és de 60 €. Està pensat per algú que vulgui provar durant un temps el servei o gent que sap que només pot assistir durant uns certs dies.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Abonament trimestral: Brindem l'oportunitat a qualsevol dels clients d'obtenir un descompte en les seves tarifes pagant tres mesos. Els preus de l'abonament trimestral són de 151 €, 180 € i 209 € respectivament a les tarifes esmentades anteriorment.

El benefici que aporta a l'empresa és tenir una certa assistència i ingressos durant els mesos que podrien ser menys concorreguts i assegurar clientela.

Els paquets d'agrupacions trimestrals predeterminades inclouen: Març, abril i maig; Juliol, agost i setembre. O a petició del client mesos correlatius.

Les nostres tarifes especials de descomptes van enfocades a famílies nombroses, estudiants, minusvàlids i gent parada, presentant els documents necessaris. Aquest conjunt de persones tindran un descompte del 10% aplicable a qualsevol de les tarifes.

D'altra banda, tindrem un programa de referits en el que amb el codi que s'ha assignat automàticament a cada client, podran compartir-lo per obtenir un descompte del 10% sobre la tarifa del client ja inscrit i un 5% sobre la tarifa del nou soci.

Tarifes bàsiques	Preu (en €)	Preu tarifa especial trim.(€)	Desc. tarifes especials	Desc. Referits i nous clients
Bàsic	57	151	10%	10-5%
User	67	180	10%	10-5%
Il·limitades	77	209	10%	10-5%
Gym people	12	-	10%	10-5%
Kids	40	-	10%	10-5%
Ab. 10 acces	60	-	10%	10-5%

Taula 4: Tarifes de preus del negoci (Font: Elaboració pròpia)

8.5 Les 4c's del màrqueting

Es tracta d'un anàlisi bàsic que estudia el producte o servei abans de la seva sortida al mercat en concepte de producte, promoció, distribució i preu. Per poder definir les 4p's cal centrar-se en la perspectiva del client i utilitzar les 4c's: Consumidor, comunicació amb el client, conveniència i costos del servei.

- *Consumidor:* La primera de les C's que trobem es centra en poder omplir el buit d'una necessitat en el client.

En el nostre cas, el client busca un entorn a l'aire lliure on poder practicar les seves modalitats esportives d'interès i divertir-se amb una comunitat unida per un mateix objectiu.

- *Comunicació:* En aquest cas, es tracta de la interacció personal del client amb el venedor i per tant, amb la marca. No es vol influir en ell.

Ja sabem que la relació amb el client es molt important per l'empresa, són la base del projecte i per això durant la venda el nostre comercial haurà de mantenir informat al client honestament sobre les particularitats del nostre servei sense ser invasiu.

Un cop el client es trobi consumint el servei, establim una connexió bidireccional per respondre a qualsevol nova necessitat, solucionar problemes i complementar el servei mitjançant petits canvis suggerits. L'atenció personalitzada dels monitors a ells serà de vital importància.

- *Conveniència:* Va més enllà del lloc, en aquest cas s'analitza si compren digitalment o presencialment i fins a on estan disposats a arribar els nostres clients per comprar.

Degut a les tendències actuals, sovint els clients es deixen emportar per impulsos a l'hora de comprar productes, però en el cas dels serveis creuen que és més important informar-se presencialment, ja que és un consum mensual i no una compra esporàdica.

Per aquest motiu, els nous clients estaran disposats a venir a la nostra ubicació per primer de tot tenir la informació que necessiten i posteriorment obtenir el servei ja sigui presencialment o en alguns casos, pensar-ho a casa per finalment la compra online.

En el cas de clients que vulguin renovar les quotes tenen l'opció d'avisar a l'instructor que es trobi en aquell moment per seguir amb la prestació del servei o tindran la facilitat de la compra al web.

En tot cas, el més lluny que hauran d'arribar els clients per comprar el servei serà fins a la nostra ubicació.

- **Cost:** No es tracta únicament de l'adequació del preu al servei que rep el client, sinó el conjunt de despeses que el client ha de fer per arribar a consumir el nostre producte.

En el nostre cas, tenim diverses opcions que el client pot arribar gastar per consumir el servei. Les opcions contemplades són: Automòbil, motocicleta, tren, autobús i bicicleta o a peu.

Per un tipus de client serà més rendible el servei que consumeix que per un altre segons els seus costos de transport, depenent principalment de la distància que es trobi de la ubicació, les decisions personals o en casos excepcionals, l'obligació de transport com és el cas d'un minusvàlid.

Per la gent que viatja en cotxe des d'una distància llunyana, el cost del servei serà més elevat que per algú que disposa de moto que en aquest cas consumeixen menys benzina o que la persona que està acostumada a agafar el transport públic que disposa d'abonaments i li sortirà més barat. Finalment també tenim la persona que viu a prop que pot arribar caminant o en bicicleta i el seu consum monetari és zero.

Com a últim factor a tenir en conta tenim el temps, per algunes persones és més valuós el temps que triga a arribar al lloc d'entrenament que no el cost monetari. En aquest cas les variables distància i transport del qual es disposi, serà un factor rellevant. Per exemple, un motorista té més possibilitats d'arribar abans que algú que viatja en cotxe pels possibles embussos a les carreteres o una persona que depèn dels horaris del transport públic.

9. Previsió de vendes

Per poder realitzar l'estudi sobre la previsió d'ingressos i vendes del projecte, hem tingut en compte l'estudi de mercat en el que volíem una capacitat de socis de 350 pel primer any i també cada un dels abonaments disponibles.

Després es farà un anàlisi d'escenaris optimista i pessimista per posar-nos en supòsits on l'acceptació del servei sigui molt bona o no tingui cabuda al mercat. En aquests casos la variació dels preus serà d'un 30%, ja sigui afectant positivament com negativament.

	Any 1	Any 2	Any 3
Socis	350	385	431
Basic	28.440,72 €	31.284,79 €	35.022,72 €
User	29.715,84 €	32.687,42 €	36.592,93 €
Il·limitados	17.075,52 €	18.783,07 €	21.027,28 €
Gym people	2.217,60 €	2.439,36 €	2.730,82 €
Kids	3.696,00 €	4.065,60 €	4.551,36 €
AB. Trim	24.591,00 €	27.050,10 €	30.282,06 €
Ab 10.	420,00 €	462,00 €	517,20 €
Total	96.199,18 €	105.819,10 €	118.462,42 €

Taula 5: Previsió de vendes segons les quotes, ingressos totals (Font: Elaboració pròpia)

En la taula podem observar en primer lloc una previsió de vendes de tres anys on la capacitat dels socis incrementen com a objectiu un 10% i un 12% respecte als anys anteriors.

Pel que fa a les quotes, hem suposat la següent repartició de percentatges per determinar els ingressos:

- 27% dels usuaris estaran abonats a la quota Basic
- 24% dels usuaris estaran disposats a pagar la quota User
- 12% seran els que paguin la quota il·limitada
- 10% d'aquests seran els abonats a un gimnàs
- Com a tarifa especial, hem suposat un 20% dels usuaris voldran pagar per quotes trimestrals. Els percentatges assignats a les quotes són del 40%, 35% i 25% respecte a les quotes principals.
- En canvi, només el 2% dels usuaris pagaran la quota de 10 accessos.

No obstant haver obtingut uns ingressos superiors al total que reflecteix la taula, hi ha tres supòsits extrems que determina que:

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- El 15% dels socis obtindran els descomptes del 10% per reunir les condicions de tarifes especials.
- També hem tingut en compte que un 5% d'aquests utilitzaran el sistema de referits.
- Finalment, les quotes es paguen en 8 mesos que dura la temporada, però no tothom pagarà totes les quotes pertinents sinó que els ingressos es veuran afectats al 66% per tal de que sigui realista.

Durant el primer any, a partir de la quantitat de socis i els preus de cada quota, obtindrem uns ingressos de 96.199,18 euros. En els anys següents serà superior gràcies a l'augment de socis inscrits, fins 105.819,10 euros el segon any i 118.462,42 euros pel tercer any.

Seguidament, podem veure la diferència que suposaria que el negoci fos més o menys rendible del que havíem previst. A partir dels costos veurem si podem fer front al primer any i sobreviure o podem implementar nous serveis gràcies a la bona acceptació

	Pesimista	Normal	Optimista
Any 1	67.339,43 €	96.199,18 €	125.058,94 €
Any 2	74.073,37 €	105.819,10 €	137.564,83 €
Any 3	82.923,70 €	118.462,42 €	154.001,15 €

Taula 6: Comparació d'escenaris d'ingressos (Font: Elaboració pròpia)

A continuació observem en funció dels mesos que considerem com a temporada alta (Maig, Juny, Juliol), temporada mitjana (abril, Agost, setembre) i baixa (març i octubre) podem veure com el repartiment d'ingressos durant l'any. Han estat repartits amb percentatges iguals d'un 5.6% per cada mes de temporada baixa, un 11.6% per la temporada mitjana i un 18% per l'alta.

	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre
Any 1	5.387,2 €	11.159,1 €	17.315,9 €	17.315,9 €	17.315,9 €	11.159,1 €	11.159,1 €	5.387,2 €
Any 2	5.925,9 €	12.275,0 €	19.047,4 €	19.047,4 €	19.047,4 €	12.275,0 €	12.275,0 €	5.925,9 €
Any 3	6.633,9 €	13.741,6 €	21.323,2 €	21.323,2 €	21.323,2 €	13.741,6 €	13.741,6 €	6.633,9 €

Taula 7: Repartició anual dels ingressos (Font: Elaboració pròpia)

10. Pla d'operacions

10.1 Guia d'actuació

L'estructura d'actuació que seguirà el client per finalment consumir el servei serà senzilla en el sentit de no haver de seguir gaires passos. Per tenir el recorregut complet que seguirà aquest, inclourem tots els possibles processos.

10.1.1 Primer contacte

En primer lloc, considerem que el client tindrà el primer contacte amb l'empresa generalment a partir de les xarxes socials, ja sigui per recomanacions de familiars o amics com pels anuncis publicats a Facebook i Instagram o el perfil de cada una d'aquestes xarxes socials on hi haurà un enllaç directe al lloc web.

El client s'interessarà pel perfil i s'informarà de les activitats que fem mirant les publicacions, mirant les històries i llegint comentaris.

A partir d'aquí, clicarà a l'enllaç de la biografia o la pestanya de “més informació” dels anuncis que el portarà directament a la web. Aquí veurà la informació d'interès i donarà suport un video promocional.

Per tal fer més fàcil el seguiment del procés i fer-ho visualment, s'ha creat la plantilla del lloc web.



Un cop el client es trobi al web, seguirà el següent procés:

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- ✓ Inici: És la pagina principal de l'adreça on el client podrà informar-se sobre què és jungle gym, les activitats que oferim per nens i joves, horaris, preus, comunitat, la prova gratuïta i un apartat per reservar les classes.
- ✓ Qui som: El segon pas dins la web que seguirà l'usuari serà per informar-se sobre qui som, els serveis que oferim i informar-se sobre el nostre personal.
- ✓ Nens i joves: En el cas de caps de família, obtindran informació sobre les classes especials que oferim per aquets
- ✓ Preus: Un cop interessat sobre el que fem, el client buscarà les nostres tarifes de preus, factor determinant per molts d'ells. En aquest apartat també s'inclouran les tarifes especials i descomptes.
- ✓ Contacte: Un cop ben informat, el client es dirigirà a l'àrea de contacte per saber on ens trobem i cercar informació presencialment o bé, trucar al telèfon de contacte o via correu electrònic.

10.1.2 Cerca d'informació presencial

En segon lloc, l'usuari s'aproparà a la ubicació on es realitza l'activitat empresarial per assegurar-se de les condicions del servei, veure si li pot agradar el servei i obtenir la motivació suficient per adquirir-ho.

En el cas de la gent que el seu gimnàs està inscrit, el primer contacte podrà ser presencialment al gimnàs a partir del cartell promocional i s'aproparia al punt d'informació on hi seria el comercial preparat per respondre totes les seves preguntes.

10.1.3 Prova gratuïta

Abans de l'adquisició de qualsevol servei, el client tindrà l'opció d'una prova gratis que reservarà presencialment o a l'apartat web per experimentar i veure la dinàmica de les sessions, l'entorn i el bon ambient de treball.

Els monitors seran els encarregats de mantenir una alta motivació de la classe i preguntar l'opinió de l'usuari en prova.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

10.1.4 Adquisició del servei

Un cop realitzada la prova, el client satisfet i amb ganes d'adquirir el servei podrà dirigir-se al punt de recepció on el monitor podrà inscriure'l segons les seves necessitats. Se li demanaran dades personals, dades bancàries per procedir al cobrament i, en cas de ser estudiant o poder disposar d'alguna de les tarifes especials, els documents necessaris que tindrà la possibilitat de presentar-los abans de complir el primer mes.

L'altre opció possible, és que el client decideixi adquirir el servei des de casa i per tant haurà d'omplir les dades mitjançant el web habilitat en l'apartat de preus.

10.1.5 Reserva sessions

Per evitar col·lapse de gent a les nostres sessions i tenir un registre, els clients hauran d'anar al apartat de reserves del lloc web per inscriure's a l'horari de les classes en l'apartat de reserves per socis. En cas de no tenir reserva, es podrà realitzar la classe si no hi ha aforament màxim.

10.1.6 Realització de les classes

Un cop realitzat els passos previs, el client tindrà dret a gaudir de qualsevol de les modalitats que els interessin acord a la seva tarifa mensual dins del nostre espai.

- ✓ Esdeveniments especials: El client tindrà un botó on apareixeran novetats sobre esdeveniments d'entrenaments diferents a lo habitual.

10.2 Tecnologia necessària dels processos

Per poder realitzar tots aquests processos serà necessari un equip informàtic per poder treballar en la pàgina web, realitzar inscripcions i atendre les peticions dels clients. A més, és necessari tenir un lloc web.

Per la compra dels equips informàtics, s'invertiran 1300 € per un ordinador portàtil que sigui d'utilitat i que compleixi els requeriments necessaris per dur l'activitat empresarial amb èxit i 800 € per l'adquisició d'una Tauleta. Amb aquesta serà més fàcil accedir al sistema en qualsevol moment a part de ser menys voluminosa.

Per la creació de la pàgina web es requereix un portal que s'adapti al que volem. Necessita un disseny personalitzat, l'opció de l'anglès com a idioma extra i una forma per realitzar les inscripcions per part del client i opció de pagament. El pressupost serà de 2400 €.

10.3 Objectius a partir de la previsió de vendes

Abans de posar en marxa el projecte, cal tenir present una sèrie de metes a perseguir que aniran guiades d'unes accions per finalment saber si s'ha complert l'objectiu de l'any.

Com hem pogut veure a la previsió de vendes, hem marcat objectius a curt termini a partir del primer any. Consistien a augmentar el nombre de nous socis en un 25%. Aquests serà d'un 30% per l'any següent.

Hem marcat que durant la temporada baixa, obtinguem una quota de socis d'almenys el 5.6% per cada un d'aquests mesos, que incrementarà al 11.6% pels mesos de temporada mitjana degut a la millora de les condicions climatològiques i finalment un 18% dels ingressos proveiran dels mesos de temporada alta.

A final del primer any l'objectiu és recuperar la inversió inicial, ja que en els supòsits tres escenaris la previsió de vendes és suficientment elevada com per cobrir els costos.

10.4 Activitats clau per la prestació del servei

Per poder realitzar les activitats és necessari varies accions clau que sense elles no podríem portar a terme el servei.

Les activitats principals són la disposició de l'espai, preparació de les classes, tenir un horari determinat, monitor preparat per la realització de cada sessió, disposició de magatzem, compra del material ,proveïdor de material adaptat, preparació del material i preparació dels equips de música.

Ara bé, alguns d'aquests són més importants que altres i en alguns casos es podrien obviar en casos de problemes puntuals.

Les activitats que considerem vitals, sense les quals no podríem realitzar la programació diària són:

- Disposar de l'espai bora la platja, on poder practicar la modalitat programada en aquell moment.

Com a única alternativa possible que compleixi els requisits que volem respecte a l'espai costaner, hauríem de buscar un altra ubicació, un poble que ens permeti executar l'activitat empresarial.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- La disposició del magatzem proper d'on poder extreure el material per poder realitzar la sessió, ja que sense aquest seria impossible tenir disponible el material.

En aquest cas, si no poguéssim disposar del magatzem a uns metres de la platja, l'opció que tenim és comprar una furgoneta on portar des d'un altre punt de la ciutat tot el material que utilitzarem i reservar un lloc dins la nostra àrea d'execució on poder tenir-lo apartat sense interferir en l'eficiència de les activitats. L'alternativa real que hem trobat és "Bluespace", una empresa de lloguer de trasters.

- A més, per totes les activitats necessitem un professional que dirigeixi i en cas de les sessions obertes, que vigili i aconselli als practicants per evitar, moviments mal fets, lesions i evitar el maltractament dels equips materials.

Com a segon pla, el monitor auxiliar serà l'encarregat d'estar disponible per impartir la lliçó, si aquest pel que fos tampoc estigués, el gerent efectuarià una classe més bàsica degut als seus coneixements.

- La compra del material és un concepte clau, la conseqüència de no tenir-ne, és que no es podria realitzar cap activitat diària.

L'única elecció que li quedaria a l'empresa, seria improvisar la programació i executar modalitats esportives que únicament sigues necessari el mateix pes corporal.

En els altres casos es podrien buscar solucions si no estiguessin preparats amb anterioritat.

- Primerament, no tenir preparada les sessions podria afectar el Planning però els nostres professionals tenen la formació suficient per a improvisar i portar-les endavant.
- Programació: És important tenir una programació pel client perquè pugui assistir a la modalitat que li sigui d'interès i l'hora programada per la seva realització.
- En cas que l'instructor no estigui preparat o comencés la sessió amb retard, afectaria la dinàmica però es podria portar a terme, sempre i quan siguin casos excepcionals.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

- Els proveïdors que trobem ideals per l'adaptació del nostre material són importants per complir amb un dels punts de diferenciació, el material que simuli ser natural. Del contrari, seria publicitat enganyosa.
- Per últim, la preparació del material i els equips de música són cosa de cada educador, és important que puguin tenir tot preparat per mantenir una dinàmica i donar un extra de motivació gràcies a la música.

Podem dir que totes aquestes activitats exceptuant una, es duran a terme per la pròpia empresa mitjançant una correcta programació, una excel·lent formació i realitzant els tràmits necessaris. Per contra, el servei d'adaptació del material, l'encarregarem a una empresa externa, amb la suficient experiència per a realitzar un treball satisfactori i tinguin la resistència adequada per la utilització de la matèria en el dia a dia.

10.5 Recursos materials e immaterials

Anteriorment ja hem vist que l'empresa requerirà certs recursos físics, humans, tecnològics i financers per poder començar el moviment.

Quant a tots aquells recursos tangibles que requereix l'empresa, s'inclouen els materials per les activitats, la compra d'un contenidor magatzem del tipus marítim, ja que disposa d'aïllament tèrmic i alta seguretat, una caseta-vestuari perquè els clients puguin canviar-se, dutxar-se i poder anar al lavabo quan ho precisin i, a més, la carpa que cobrirà el lloc en cas de mal temps. Altres costos físics comprenen la compra dels materials d'obra per l'adaptació i condicionament del terreny i magatzem.

En els recursos humans s'inclouen la mà d'obra dels professionals i els coneixements i experiència que aquests tenen en el seu camp. Per professionals ens referim a les persones externes que s'encarregaran d'adaptar el terreny, transport del magatzem i pintura; els encarregats de dissenyar i mantenir operativa la web; altres serveis esporàdics i els nostres professors d'activitats físiques, el comercial i gerent.

Com hem pogut veure, caldran certs recursos tecnològics pel funcionament del dia a dia del negoci. Les xarxes socials i la web són recursos intangibles que controlarem mitjançant els equips informàtics.

Per últim, el finançament necessari per a l'obertura l'obtindrem mitjançant un familiar directe, aprofitarem l'empresa parental per adquirir els seus recursos econòmics. En cas de no ser possible, l'alternativa és aconseguir un préstec bancari a cinc anys per la quantia de la inversió inicial.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Per cada servei que precisem, tindrem una relació diferent amb els nostres proveïdors. A part d'incloure els professionals comentats abans, inclouem la relació amb els gimnasos inscrits.

En el cas del vídeo promocional, obrers i pintors, s'establirà una relació laboral esporàdica, en la que requerirem els seus serveis un únic cop en principi. Mantindrem el contacte per qualsevol problema en la contractació o per algun possible projecte futur, ja sigui audiovisual o en concepte d'obra.

En canvi, per la resta de professionals serà necessari una relació continuada en que haurèm de tenir reunions amb l'informàtic per determinar el disseny, incloure noves opcions, solucionar problemes i mantenir-la actualitzada. De la mateixa manera, serà necessari tenir una relació propera amb el director de cada gimnàs abonat per estudiar els resultats obtinguts i analitzar possibles millores. Aquests estaran convidats a participar activament i supervisar la satisfacció dels clients.

A continuació es detallen a la taula següent tots els recursos materials que necessitem amb la quantitat necessària per dur a terme l'activitat i el preu corresponent unitari i total per veure-ho amb més detall.

Descripció Producte	Q	Preu	Total
Barra olímpica 20kg	10	117,85	1.178,50 €
Barra olímpica 15kg	10	79,9	799,00 €
Barra olímpica 9kg	8	63,9	511,20 €
Rack 9 barres verticals	3	170	510,00 €
Squad racks	2	195	390,00 €
Supporting bars (fondos)	2	74,95	149,90 €
Step 4 bases	5	60	300,00 €
Corda d'entrenament	4	99,95	399,80 €
Pilota pilates 25cm	8	8,5	68,00 €
Air platform	5	194,95	974,75 €
Roller	8	39,95	319,60 €
Rack discos bomper	2	140	280,00 €
Rack 2 safates kettlebell	1	229,95	229,95 €
Manuelles plàstic 0,5-9kg	90	-	325,00 €
Lot kettlebell	5	239,95	1.199,75 €
Topalls collaret barres	15	15	225,00 €
Lot discos 5-10-15-20kg	20+20+20+15	-	16.645,00 €
Barra z olímpica	2	49,95	99,90 €
Barra martell	2	55	110,00 €
Abs wheel	5	44,95	224,75 €
Gomes	5	12	60,00 €
Terreny per halterofília	2	895	1.790,00 €

Cronòmetre	1	340	340
Corda de salt	10	9,95	99,5
lot fit ball 3-9 kgs 5u	4	264,95	1059,8
Calaix per jerk	2	945	1890
Calaix salt	10	195	1950
Trineu arrossegament	2	315	630
Sandbag 67kg	2	70,02	140,04
Tronc Fusta strongman	2	719,95	1439,9
Estarelles ioga	15	8,75	131,25
Estanteria estarelles ioga	1	115	115
cinturó resistència	5	62,9	314,5
Pilota medicinal (8lb, 14lb 20lb)	15	58	870
condicionament Terreny (Q. M2)	160	17,6	2816
Condicionament material			7000
Total Inversió Inicial materials			45.586,09 €
Altres costos adaptació (pintura i condicionament)			2300
Compra magatzem prefabricat			1800
Caseta-vestuari			5000
Carpa			10400
Web			2400
Equips informàtics			2100
Total inversió Inicial			69.836,09 €

Taula 8: Costos detallats en Inversió inicial (Font: Elaboració pròpia)

Per tal de buscar altres opcions financeres per l'adquisició dels materials necessaris, hem avaluat l'opció d'adquirir material mitjançant el Leasing.

En primer lloc hem cercat informació sobre el Leasing del material tipus pes lliure, és a dir, barres, discos, peses, etc. No és possible la seva adquisició, ja que són materials que es degraden amb facilitat i que no duren prou temps per a poder utilitzar aquest sistema d'arrendament.

El que si hem vist que donaria peu a l'opció d'arrendament seria el magatzem prefabricat, la caseta vestuari, la carpa que cobriria l'espai i rènting dels equips informàtics.

- ✓ Magatzem: En aquest cas un Leasing seria una opció a tenir en compte, a partir de 35€ al mes hi ha magatzems que ens poden interessar. L'opció d'un contracte de 5 anys d'arrendament amb opció a compra podria ser útil per nosaltres.
- ✓ La caseta vestuari creiem que és millor l'opció de compra directe ja que els mòduls que es solen llogar són fets d'obra.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

- ✓ Carpa: En el nostre cas necessitem una carpa industrial, ja que les altres es lloguen per esdeveniments i festes puntuals. Hem demanat pressupost via telefònica, la resposta del comercial ha estat que el lloguer d'un mes pot costar al voltant d'uns 500€ i que per això, si és per un negoci surt més rendible comprar-la i quan ja no es necessiti vendre, ja que aquestes carpes si estan en bon estat no solen perdre gaire valor.
- ✓ Equips informàtics: El rènting dels ordinadors i tauletes que necessitem els podem tenir a partir de 45 euros al mes cada un d'ells. El que suposaria una inversió de 2160 euros en dos anys. Com els equips informàtics solen tenir garanties i el seu valor d'ús és de més de dos anys, descartarem aquesta opció.

Podem trobar les webs de consulta i contacte pels pressupostos a les referències bibliogràfiques.

11. Previsió de costos

Per tal de saber la inversió inicial a realitzar en el negoci i els costos mensuals fixos i variables, farem una previsió de costos dels primers 3 anys.

En primer lloc l'empresa necessita una previsió del finançament requerit per la inversió inicial.

Costos en materials d'esport	35.770,09 €
Condicionament material	7000
Condicionament terreny	2816
Altres costos condicionament	2300
Altres costos materials	17200
Despeses tecnològiques	4750
Total	69.836,09 €

Taula 9: Resum despeses de la inversió inicial de l'empresa (Font: Elaboració pròpia)

En la taula tenim un resum de les despeses que hem vist detallades en l'apartat anterior que suposen la inversió inicial.

- Pel que fa a condicionament de material ens referim al cost d'adaptació d'alguns equips que utilitzarem com si fossin de la naturalesa.
- Referent als costos de condicionament, s'inclouen despeses en reformes com per exemple, pintures.
- La compra del magatzem, la carpa que cobrirà la zona i la caseta prefabricada de vestuari, dutxa i lavabos són els components dels altres costos en materials.
- En l'apartat de despeses tecnològiques, fem referència als equips informàtics, web i equip de música.

Ara bé, pel repartiment de despeses fixes i variables en tenim menys en comparació amb la competència però encara així les hem de tenir en compte, aquestes són les següents:

	Mensual	Anual
Concessió permís	225	1800
Manteniment web	120	1440
Quota internet	25	300
Neteja	228	1824
Gestoria	180	2160

Taula 10: Costos fixos (Font: Elaboració pròpia)

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

La taula descriu els costos fixos mensuals i anuals de l'empresa. Hem previst requerirem la concessió dels permisos, un manteniment per mantenir la web actualitzada i adaptada a tots dispositius, una quota d'internet mensual per empresa, personal de neteja que pugui assistir una hora diària per mantenir neta la zona, sobretot la caseta-vestuari, en els vuit mesos d'activitat i finalment, el servei de gestoria que pagarem durant tot l'any.

	Bimestral	Anual
Llum	43	215
Aigua	61	305
	Mensual	Anual
Publicitat	525	6300

Taula 11: Despeses variables de l'empresa (Font: Elaboració pròpia)

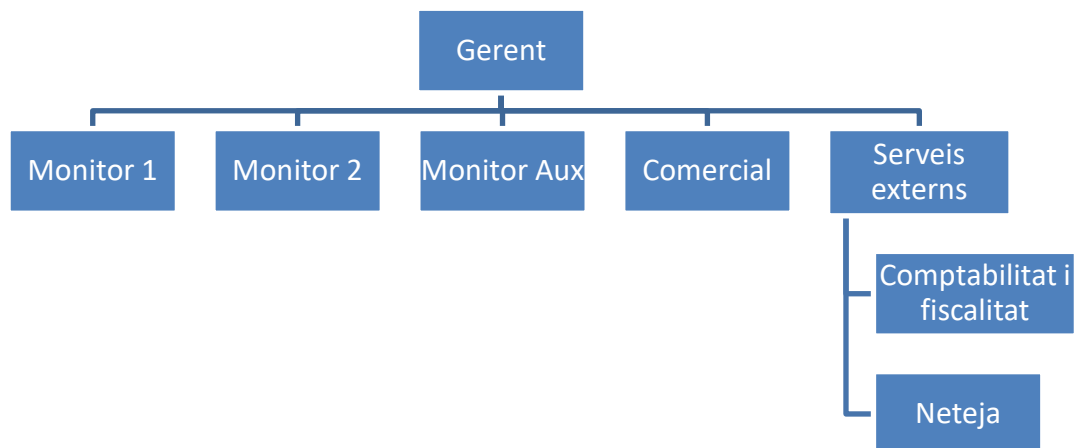
A continuació, es detallen els costos variables aproximats del projecte, ja que segons els clients que participin, tindrem més o menys costos en llum i aigua. Tanmateix, la publicitat és variable pel fet que està relacionat amb el nombre de clients que s'inscriguin, és a dir, com més inversió en publicitat, és més probable obtenir més clients i viceversa.

Així doncs, quantia del pressupost total de costos fixos i variables és de 14.344 euros anuals.

12. Pla d'organització i RRHH

Amb relació als aspectes d'organització i recursos humans del projecte, definirem els llocs de treball necessaris pel funcionament i les tasques que s'hauran de desenvolupar complementant amb la política retributiva que seguirà el negoci i els sous i salaris que percebrà cada treballador.

12.1 Organigrama



Il·lustració 8: Organigrama empresarial (Font: Elaboració pròpia)

En el cas del projecte hi ha dos nivells jeràrquics, sent el gerent l'única persona del primer nivell i per tant l'encarregada de dirigir a totes les altres del segon nivell. És així degut a que és una empresa petita en què no cal un gran número de treballadors.

Hi ha una dependència jeràrquica per especialització, la persona encarregada pot portar a quatre empleats especialitzats en diferents àmbits esportius i publicitat. Farà possible el creixement empresarial i els treballadors sabran qui és el cap del projecte a qui podran dirigir-se per reportar qualsevol problema del moment. Són ordres directes i amb una fàcil comunicació entre líder i treballadors.

Les funcions bàsiques que es desenvoluparan en cada lloc de treball són les següents:

- Gerent: És la persona encarregada d'organitzar coordinar i dirigir les activitats de l'empresa. És la persona encarregada de prendre les decisions i marcar els objectius a assolir tant a curt com mitjà termini. S'encarregarà de cercar els millors proveïdors.

En cas d'haver d'efectuar alguna classe, tindria els coneixements bàsics per impartir-la.

A més, serà l'encarregat de portar els esdeveniments i el dia a dia de la web.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

- **Monitor 1:** Hi haurà un dels monitors encarregat de les classes d'halterofília com el Crossfit, hiit, body weigh, etc. Les seves tasques estaran relacionades en establir un programa de direcció específic per aquestes sessions, dirigir-les i ensenyar. Pel que fa al material tots els monitors han de tenir tot el material preparat a l'hora d'impartir les classes.
- **Monitor 2:** Serà una persona que tingui coneixements més concrets sobre el loga i el Body weigh. Igual que el monitor 1, haurà de desenvolupar mateixes funcions, transmeten els seus coneixements al client.
- **Monitor Auxiliar:** Necessitarem una persona polivalent que pugui dirigir classes de tota mena per complementar les hores que els altres monitors no estiguin o en cas de baixa puntual per malaltia. A part, haurà de distribuir els missatges mail i gestions en xarxes socials.
- **Comercial:** Serà una persona especialitzada en publicitat i comercialització que s'encarregarà d'aconseguir clientela, promocions, reconeixement per la marca i col·laboracions. També s'encarregarà de portar les xarxes socials i el correu electrònic principal.
- **Comptabilitat i fiscalitat:** Es gestionaran a través d'una assessoria externa que portarà la gestió comptable i fiscal de l'empresa.

Comitè de seguiment: El gerent i tots els treballadors interns de l'empresa formaran el comitè de seguiment, en el que es reuniran mensualment per discutir, avaluar i resoldre diversos aspectes que volten el negoci. D'aquesta manera, encara que el gerent sigui el que té el poder de decisió, podrà escoltar i conèixer l'opinió dels empleats per tenir diferents punts de vista.

12.2 Competències requerides i tasques específiques

En aquest apartat veurem el nivell de formació, quines tasques clau, competències tècniques i personals ha de tenir cada treballador intern segons el seu lloc de treball per treballar amb nosaltres.

A més, veurem el temps empleat a cada tasca tenint en compte que moltes tasques es poden dur dintre d'un mateix horari, com la vigilància i la comercialització o són tasques que requereixen per exemple 10 minuts en certs moments del dia.

12.2.1 El gerent

- **Nivell de formació:** Grau en administració d'empreses i gestió de la innovació. Sense més requeriments, ja que és el líder.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Idiomes: Català i castellà nivell matern, anglès nivell alt, francès nivell B1, italià nivell bàsic.

- Competències tècniques: És necessari que porti a la pràctica tots els coneixements adquirits.

- Tècniques de negociació
- Coneixements d'estadística i Comptabilitat
- Mètodes d'implementació de tasques
- Coneixements de màrqueting i estudis de mercat
- Rrhh, lleis laborals, legislació dels treballadors

- Competències personals:

- Persona líder: El gerent ha de tenir certs trets de lideratge a l'hora de dirigir al personal, habilitats socials, empatia davant de qualsevol situació, comunicació assertiva per evitar conflictes, escolta activa en reunions i el dia a dia i s'ha d'expressar amb claredat a l'hora d'explicar els objectius d'una activitat i la forma en què s'ha de realitzar.
- Confiança: Un líder ha d'estar segur de si mateix per no decaure i afrontar els moments més durs.
- Persona exemplar: Ha de ser un model a seguir dins l'organització amb totes les característiques del líder. Una suma de qualitats que inspirin al personal.
- Compromís i implicació amb el negoci i l'equip

- Tasques clau: 58 hores setmanals, és el que més hores ha de fer al principi.

- Definició d'objectius: En primer lloc cal definir quins seran els objectius a curt i mitjà termini del projecte per tenir clar on es vol arribar. Repàs periòdic dels objectius a les reunions. *2h setmanals*
- Planificar: un cop coneguts els objectius a assolir per la companyia, el gerent s'encarrega de concretar els passos necessaris per arribar-hi. Definint un marc de treball, totes les accions i processos que s'han de posar en marxa. *8 hores a la setmana.*
- Organitza: eines, materials, equips ... L'organització és una de les funcions d'un que major incidència tenen en els beneficis. Saber aprofitar els recursos disponibles, fer una correcta distribució de la feina. Treball que s'ha de fer a diari i que en el còmput global són *7h setmanals.*

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

- **Controlar:** una vegada que tot està en marxa, una de les funcions d'un gerent és la supervisió. Validar, verificar i oferir retroalimentació són formes de no perdre ajust i mantenir l'alineació amb els objectius fixats. *10 hores a la setmana.*
- **Desenvolupar:** Es tracta de la que majors efectes produirà a mitjà i llarg termini en l'empresa. Establir programes de formació per fer créixer als membres de l'equip. *4 hores setmanals.*
- **Compra de material:** Haurà de buscar proveïdors, avaluar i decidir-se pels proveïdors més rendibles, sobretot a l'hora de fer l'alta inversió inicial que requereix la compra dels materials. Es farà tot de cop per això no es comptabilitza setmanal, sinó que serà una tasca a nivell global: *30 hores globals*
- **Web:** Al ser la persona al càrrec, controlarà les reserves de sessions que es fan a través de la web i afegirà i modificarà esdeveniments especials. *7 hores setmanals.*
- **Correu electrònic:** Gestió dels correus electrònics d'alta importància. A diari s'ha de revisar, *6 hores setmanalment.*
- **Comercialització:** Mentres estigui pel recinte, s'encarregarà de vendre el servei i informar de les particularitats als clients interessats. *14 hores setmanals.*

12.2.2 Monitor 1- Halterofília

- **Nivell de formació:** Certificat nivell 4 en Crossfit (CF-L4) implica experiència prèvia d'anys a un Box com a entrenador. Es valorarà positivament altres acreditacions i titulacions esportives.

- **Idiomes:** Es requereix nivell alt de català, castellà i anglès B2.

- **Competències tècniques:**

- Coneixements teòrics i pràctics sobre Crossfit
- Coneixements tècnics en altres modalitats- Hiit i body weigh
- Coneixements d'anatomia i fisiologia humana bàsica
- Coneixements psicològics
- Coneixements nutricionals bàsics

- **Competències personals:**

- **Escolta activa:** Ha de saber escoltar a l'alumne i l'equip de treball.
- **Adaptabilitat als canvis**

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Responsabilitat
 - Capacitat organitzacional
 - Font de Motivació: Ha de ser el responsable de mantenir la motivació a les classes.
 - Polivalència: Al tractar-se d'una empresa petita requerim polivalència per adaptar-se a les diferents situacions que ens podem trobar.
 - Rigorositat: Ser professional a l'hora d'impartir classes, planificar i implicació.
 - Exemple a seguir: Ha de ser un model ben cuidat a nivell físic per mantenir la motivació del grup.
 - Team Building: Ha de tenir certes habilitats en construcció d'equip o comunitat i resolució d'algun possible conflicte.
- Tasques clau: 40 hores de contractació setmanal
- Planificació de l'entrenament: ha de dominar tots els elements que incideixen durant l'entrenament; tant en la planificació prèvia, com en l'aplicació i seguiment de la programació. *2 hores setmanals*
 - Impartir classe: Dirigir les activitats i ajudar als alumnes a executar la tècnica de manera adequada. *25 hores setmanals*.
 - Coaching: Dintre de les hores de treball, s'encarregarà d'ajudar als clients en temes de nutrició i salut. *3 hores setmanals*
 - Vigilància: En hores d'exercici lliure, haurà d'observar i estar pendent de l'execució d'exercicis dels clients per evitar lesions i assegurar que ho fan de forma correcta. *6 hores setmanals*
 - Comercialització: El vigilant de la sala haurà d'encarregar-se de la comercialització i inscripció presencial. *4 hores setmanals*.

12.2.3 Monitor 2- loga

- Nivell de formació: Titulació professional en curs de formació de loga i titulació en cicle superior d'esport/ grau en CAFE o altres titulacions similars. Experiència mínima de 3 anys com a professional en centres esportius impartint les diferents modalitats.

- Idiomes: Es requereix nivell alt de català, castellà i anglès B2.

- Competències tècniques:

- Coneixements teòrics i control de les diferents postures de loga
- Coneixements en tècniques de meditació i relaxació
- Coneixements tècnics en altres modalitats- Body weigh i zumba

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Coneixements d'anatomia i fisiologia humana bàsica
 - Coneixements psicològics
 - Coneixements nutricionals
- Competències personals:
- Escolta activa: Ha de saber escoltar a l'alumne i l'equip de treball.
 - Adaptabilitat als canvis
 - Capacitat organitzacional
 - Responsabilitat
 - Font de Motivació: Ha de ser el responsable de mantenir la motivació a les classes.
 - Tranquil·la: En certs moments, haurà de saber transmetre la tranquil·litat i paciència necessària per l'execució de d'alguns exercicis.
 - Genera connexions: Més que els altres monitors inclús, ha de trobar la manera de connectar amb els clients.
 - Polivalència: Al tractar-se d'una empresa petita requerim polivalència per adaptar-se a les diferents situacions que ens podem trobar.
 - Rigorositat: Ser professional a l'hora d'impartir classes, planificar i implicació.
 - Exemple a seguir: Ha de ser un model ben cuidat a nivell físic per mantenir la motivació del grup.
 - Team Building: Ha de tenir certes habilitats en construcció d'equip o comunitat i resolució d'algun possible conflicte.
- Tasques clau: 40 hores de contractació a la setmana.
- Planificació de l'entrenament: tots els monitors hauran de tenir aquestes tasques de planificació prèvia, durant la classe i seguiment de la programació. *2 hores a la setmana.*
 - Impartir classe: Dirigir les activitats i ajudar als alumnes a executar la tècnica de manera adequada. *25 hores setmanals.*
 - Coaching: Aconsellar a aquells que ho necessiten en temes de nutrició i salut. *3 hores setmanals.*
 - Vigilància: En hores d'exercici lliure, haurà d'observar i estar pendent de l'execució d'exercicis dels clients per evitar lesions i assegurar que la correcta execució. *6 hores a la setmana.*
 - Comercialització: El vigilant de la sala haurà d'encarregar-se de la comercialització i inscripció presencial. *4 hores setmanals.*

12.2.4 Monitor auxiliar

- Nivell de formació: Cicle superior en esport/ Grau en CAFE. Es valorarà positivament altres titulacions. Requerim que hagi acabat les pràctiques mínimes formatives.

- Idiomes: Es requereix nivell alt de català, castellà i nivell d'anglès B1.

- Competències tècniques:

- Coneixements teòrics i pràctics esportius
- Coneixements tècnics en execució d'exercicis simples i compostos
- Coneixements d'anatomia i fisiologia humana bàsica
- Coneixements psicològics
- Coneixements nutricionals

- Competències personals:

- Compromís: Ha de ser una persona que s'impliqui en el seu treball i ho executi amb la màxima professionalitat.
- Responsabilitat
- Proactivitat
- Capacitat organitzacionals i puntualitat
- Habilitats socials i empatia

- Tasques clau: 30 hores setmanals de contracte. Les hores a les diferents tasques canviaran quan hagi assumit un nivell d'aprenentatge adequat.

- Aprenentatge: Una de les seves tasques serà aprendre dels altres monitors mentre executen les seves sessions. *4 hores a la setmana.*
- Planificació de l'entrenament: tots els monitors hauran de tenir aquestes tasques de planificació prèvia, durant la classe i seguiment de la programació. *2 hores setmanals.*
- Impartir classe: Dirigirà primerament les activitats més senzilles com Hiit o Zumba i ajudarà als alumnes a executar la tècnica de manera adequada. Posteriorment podrà efectuar les sessions més complexes com poden ser loga o Crossfit. *5 hores a la setmana que després serà més quan hagi après més.*
- Coaching: Aconsellar a aquells que ho necessiten en temes de nutrició i salut. Es pot compaginar a l'hora de la vigilància. *2 hores setmanals.*

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

- Vigilància: Serà el monitor de sala per excel·lència, el que més hores de vigilància farà. Haurà d'observar i estar pendent de l'execució d'exercicis dels clients per evitar lesions i assegurar que la correcta execució. *10 hores setmanals.*
- Comercialització: El vigilant de la sala haurà d'encarregar-se de la comercialització i inscripció presencial. Compaginat, *3 hores setmanals.*
- Bústia de correu electrònic: Gestionarà i repartirà el correu electrònic de l'adreça electrònica de l'empresa. Correus sobre dubtes i simples els gestionarà directament i els més importants els enviarà al gerent i comercial. *2 hores setmanals.*
- Xarxes socials: Pujarà les publicacions a les xarxes socials i respondrà als missatges privats. *2 hores setmanals*

12.2.5 Comercial

- **Nivell de formació:** Titulació cicle superior o grau en màrqueting i publicitat. Experiència mínima de dos anys com a comercial de vendes.

- **Idiomes:** Es requereix nivell alt de català, castellà i anglès B2.

- **Competències tècniques:**

- Fonaments teòrics i pràctics en màrqueting i vendes
- Coneixement d'eines i diagnòstic d'investigació de mercat
- Comunicació en E-màrqueting
- Coneixements en gestió de comunicacions digitals
- Publicitat en xarxes socials
- Comportament del consumidor
- Coneixements d'estadística i comptabilitat
- Estratègies i gestió de vendes
- Coneixements en campanyes publicitàries
- Reputació online i identitat digital

- **Competències personals:**

- Ambició
- Constància i rigorositat: Ha de tractar tots els processos comercials amb màxima serietat i importància.
- Formació: Actitud per estar disposat sempre a aprendre
- Optimisme

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Habilitats socials
 - Confiança en si mateix i el servei
 - Excel·lent comunicador
 - Gran negociador
- Tasques clau: 40 hores de contractació setmanal.
- Comercialització amb gimnasos: Estarà al càrrec de promocionar el negoci en els gimnasos i arribar a acords que els converteixin en els nostres col·laboradors i clients. *10 hores setmanals.*
 - Campanyes publicitàries: Per poder fer conèixer el negoci, s'encarregarà de proposar diferents campanyes publicitàries i portar-les a terme. Implica els cartells publicitaris, publicacions, i accions que s'executaran dirigides a particulars i empreses. *10 hores a la setmana.*
 - Aconseguir col·laboracions i promocions: Es posarà en contacte amb empreses del sector fitness i suplementes esportius per oferir col·laboracions, aconseguir promocions i compartir esdeveniments per poder expandir amb més facilitat el negoci. *7 hores setmanals.*
 - Xarxes socials: Serà l'encarregat d'accedir al perfil de xarxes socials de l'empresa per contactar amb altres empreses i promocionar el projecte. *6 hores a la setmana*
 - Correu electrònic: Gestionarà els assumptes que li arribaran referents a comercialització, promocions i col·laboracions. *7 hores a la setmana.*

Tots els treballadors interns tindran una tasca en comú, comunicar i comentar el dia a dia del negoci amb el gerent.

12.2.6 Altres tasques externes

A continuació veurem quines tasques es duran a terme fora de l'empresa i qui serà la persona que l'executarà.

- Comptabilitat i fiscalitat: Per tal de garantir un bon anàlisi de la informació financera de manera fiable, observar les dades d'evolució i millorar la seva gestió, ens reunirem periòdicament amb l'empresa de confiança "Ramells Ramoneda Assessors" per tenir la màxima informació i control de l'empresa. El seu treball no coneixem les hores empleades, però les nostres reunions amb ells són de *2 hores setmanals.*

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

- Neteja: En aquest cas com no ens interessava la contractació permanent, utilitzarem la web “Mypoppins”. Aquesta pàgina et fica en contacte amb una personal de neteja de manera ràpida i segura a la zona dels voltants. És un treball diari, que implica *7 hores setmanals*.
- Comercialització als gimnasos: Com ja havíem vist, aquesta comercialització la durà a terme els comercials del centre. Els gimnasos tindran un registre que facilitarà l'estudi de les dades. No coneixem amb exactitud, però podem estimar unes 3 hores a diari, que serà a sis dies, ja que el diumenge no solen anar gaire gent. *18 hores a la setmana*.

12.2.7 Pla de formació

Per tal de millorar les mancances de formació de l'equip de treball i millorar les seves qualitats i habilitats utilitzarem uns cursos específics formatius.

Hem detectat que els llocs de treball que més formació requeriran en la primera etapa de posada a punt del negoci són dos.

- Gerent: En el cas del gerent és una persona que té capacitat per liderar a l'equip però li fa falta aprendre les tècniques de comunicació per transmetre-ho. Per això haurà de fer un curs online en lideratge d'equips.

El curs que es realitzarà és l'ofert per l'Inem “Coaching i lideratge online 2020” impartit per la fundació Tripartita – Formació bonificada per empreses.

Es tracta d'un curs gratuït de 72 hores en el que s'aprendrà a liderar equips amb èxit. Està dirigit a persones en actiu i treballadors o directors a càrrec de persones que volen gestionar millor el seu lideratge.

- Monitor auxiliar: Hem trobat que el monitor auxiliar és una persona amb coneixements molt dispersos sobre fitness però res específic.

En primer lloc, requerirà assessorament i formació per part dels altres entrenadors, ensenyant-li com planificar i dirigir de la manera més eficaç les classes en les modalitats de Crossfit, HIIT i Bodyweigh principalment, no volem que imparteixi les classes de loga.

Posteriorment, es dedicarà un pressupost de 300 € i es portarà a un professional del lleure que impartirà un curs intensiu de com dirigir i coordinar de manera més eficaç les classes a infants i com resoldre les diferents situacions que poden sorgir. Tots els monitors podran participar en el curset per tal d'aprofitar el temps i la inversió.

12.3 Política retributiva

Tota empresa té una sèrie de despeses que ha d'afrontar, sent un dels més importants la despesa en recursos humans marcant així una política retributiva per tal de remunerar el treball de cada un dels empleats de l'empresa.

Ha de ser justa per als empleats i també per a l'empresa per poder comptar amb bons empleats i que no marxïn a la competència.

En cas de no ser justa per l'empresa ens podem trobar amb un problema de liquiditat, si s'està gastant en retribucions més del que hi hauria.

Per determinar el que han de cobrar les persones que ocupen cada un dels llocs de l'empresa cal tenir en compte diversos factors com el conveni col·lectiu, que regula les condicions laborals mínimes; la ubicació de l'empresa establerta en una ciutat; depèn del lloc de treball i la situació econòmica.

Ara bé, com serà la política retributiva de la nostre empresa? En criteris generals la compensació econòmica que retribuïrem serà en base a un salari fixe, però hi ha altres factors a tenir en compte aplicables a tots els llocs de treball.

- Salari base: Es tracta d'una retribució fixe mensual que rebrà el treballador entre el dia 26 i 28 de cada final de mes. En base a 12 quotes anuals.
- Hores extraordinàries: No hi haurà hores extra, ja que suposen un recàrrec del 75% sobre el sou, és a dir, la retribució base per hora es multiplica per 1,75.
- Pagues extra: No es realitzarà pagaments extra ni al Nadal ni a l'estiu.
- Salari en espècie: Estarà estipulat en el contracte que cada treballador fora del seu horari de treball, podrà gaudir de les instal·lacions de manera gratuïta.
- Sou variable: En cas de superar les expectatives de l'any en mes de 4000 €, l'empresa repartirà un 25% dels beneficis entre els treballadors.
Aquesta bonificació es dividirà de manera equitativa i s'abonarà el dia 1 de febrer de l'exercici següent. Gerent no inclòs.

Per poder especificar condicions concretes, dividirem la política d'incentius empresarial en tres grups: Gerent, Monitors i comercial.

- Gerent: En cas de superar les expectatives de l'any, tindrà dret a decidir percebre un màxim del 15% dels beneficis anuals o no cobrar-los i mantenir-ho com a reserves a l'empresa.
- Monitors: Sense més especificacions retributives.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

- Comercial: En cas d'haver de visitar proveïdors, se li pagarà les dietes presentant el tiquet de consum.

12.4 Valoració econòmica pla de RRHH

Un cop definit el que necessitem per a cada lloc de treball, definirem el sou de cada treballador i estudiarem les diferents variables que afecten cada lloc.

Primerament hem de comentar que els serveis externs, encara que estiguin inclosos en l'organigrama, no s'inclouran en la taula que resumirà els costos del pla de recursos humans, ja que els hem comptabilitzat com a despeses fixes anuals.

En segon lloc, tenim les despeses del personal intern de l'empresa, que podem resumir en la taula següent i explicarem les variables i condicions de contractació.

Personal	Sou brut	SS empresa (31,05%)	Total mensual	Total anual
Monitor 1	1.250 €	388,13 €	1.638,13 €	13.105,00 €
Monitor 2	1.250 €	388,13 €	1.638,13 €	13.105,00 €
Monitor. Aux	900 €	279,45 €	1.179,45 €	9.435,60 €
Comercial	1.200€	372,60 €	1.572,60 €	18.871,20 €
Total Costos personal				54.516,80 €

Taula 12: Despeses de personal (Font: Elaboració pròpia)

- Monitor 1 i 2: Aquests dos monitors són els especialistes en les seves modalitats que impartiran, per això seran els que més classes hauran de realitzar i estaran contractats a 40 hores setmanalment. El sou brut que percebran serà de 1250 euros. Sou més alt que la mitja per assegurar la seva comoditat i lleialtat. El càlcul surt a quasi 8 euros l'hora treballada. Un altre factor que explica el cost total anual és que estaran contractats durant els vuit mesos d'obertura en comptes dels dotze mesos de l'any.
- Monitor. Aux: Al tractar-se de la persona auxiliar, necessitarem contractar-la a 30 hores setmanals i per això percebrà un salari brut de 900 euros mensuals. L'hora la cobraria a 7,5 euros, més baixa que els altres monitors degut a la poca especialització. Encara així està suficientment ben pagat com perquè la persona es quedi amb nosaltres. Al igual que els altres monitors, treballarà durant els vuit mesos d'activitat de cara al client.
- Comercial: El seu sou l'expliquem de manera anual, és a dir, que el necessitarem durant tot l'any a 40 hores setmanals. El salari per hora és de 7,5 euros.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Ara bé, lloc contractat té unes variables i despeses fixes per l'empresa que provocaran un augment del cost de contractació, aquestes són:

- Seguretat social a càrrec de l'empresa: Per tots els treballadors de l'empresa la base a pagar es del 31,05% sobre el sou brut.

CONCEPTO	A CARGO DEL TRABAJADOR	A CARGO DE LA EMPRESA	TOTAL
CONTINGENCIAS COMUNES	4,70%	23,60%	28,30%
AT Y EP	0%	1,35%	1,35%
DESEMPLEO	1,55%	5,50%	7,05%
FORMACIÓN	0,10%	0,60%	0,70%
TOTAL	6,35%	31,05	**37,4%**

Taula 13: Conceptes a pagar a la seguretat social (Font: Pymesya autonomos.com)

Així doncs, a partir del sou brut hem calculat els impostos mensualment i el total anual per cada funció. Els costos del personal contractat ascendeixen a 54.516,80 euros anuals.

D'altra banda, tenim els costos que l'empresa paga pel gerent, ho hem ficat apart ja que serà ascendent en els anys tenint en compte que haurà de pagar uns impostos per la seva quota d'autònom.

Gerent	Total mensual	Total anual	Total costos Personal
Any 1	1.500,00 €	18.000,00 €	72.516,80 €
Any 2	1.700,00 €	20.400,00 €	74.916,80 €
Any 3	1.850,00 €	22.200,00 €	76.716,80 €

Taula 14: Despeses per l'empresa del gerent (Font: Elaboració pròpia)

Com els començaments són més difícils, hem aplicat un salari per l'emprenedor de manera que després de pagar els seus costos li quedi un salari net d'uns 1200€. Certament no està dins dels paràmetres que sol cobrar un gerent, però és un sou conservador i suficient com per tirar endavant, que a més se li suma els variables en cas d'anar bé l'empresa com hem comentat en l'apartat anterior.

S'ha fet la comptabilització de costos dels tres primers anys degut a que hi ha diferència de quotes que podem veure a la taula que ve a continuació.

Gerent	Total mensual	Q. Autònom	IRPF (15%)	Sou net
Any 1	1.500,00 €	60,00 €	225,00 €	1.215,00 €
Any 2	1.700,00 €	228,92 €	255,00 €	1.216,08 €
Any 3	1.850,00 €	286,15 €	277,50 €	1.286,35 €

Taula 15: Costos d'autònom del gerent (Font: Elaboració pròpia)

Les despeses fixes que s'apliquen són les següents:

- Quota autònom: Les quotes a pagar d'aquest impost són ascendents degut a que el primer any hi ha una bonificació per nous autònoms que fixa una quota de 60 euros durant els 12 primers mesos. Pel segon any, s'aplica un 50% de reducció de la quota normal, que serien 286,15€ durant els 6 mesos posteriors al primer any, i 30% de reducció sobre la quota normal en els altres 6 mesos de l'any. A partir del tercer any ja es paga la quota normal corresponent. La reducció en les quotes es tracta d'una petita ajuda per incentivar als nous autònoms i emprenedors.
- IRPF: Al tractar-se d'un impost sobre les persones físiques, l'autònom també està obligat a pagar-lo. En aquest cas com és un nou autònom l'empresari pot decidir aplicar un 7% en comptes d'un 15% que seria el normal. Degut a que a final d'any pot sortir a pagar a hisenda pública, hem decidit aplicar un percentatge del 15%.

En la taula podem veure que els costos del salari del gerent ascendeixen a 18.000 euros el primer any, 20.400 euros pel segon i 22.200 euros pel tercer any.

Hem totalitzat en la mateixa taula els costos totals de personal i gerent, de manera que el primer any els costos ascendeixen a uns 72.516,80 euros i van creixent a mesura que augmenta els costos en sous i salaris del gerent fins a 76.716,80 euros l'últim any, cosa que suposa una diferència de més de 4000 euros.

A part de les ajudes sobre les quotes d'autònom i la reducció d'IRPF que no hem volgut aplicar, no hem trobat cap ajut econòmics que puguem aplicar al negoci. Les ajudes de finançament no les volem aplicar degut a que ja tenim una font directa sense necessitat de crèdit i pagar impostos.

13. Pla jurídic i fiscal

L'elecció de la forma jurídica de l'empresa és un dels aspectes més importants en la creació d'una empresa, s'assumeix una identitat que marcarà entre altres aspectes, el tipus de fiscalitat que tindrà l'empresa, és a dir, la titularitat i responsabilitats del propietari o socis.

13.1 Forma Jurídica

L'empresa comptarà amb un únic soci, el que significa que podem descartar molts tipus de societats, quedant únicament les opcions de: Empresari individual, Societat Limitada Unipersonal (SLU), Societat Anònima (SA), Societat limitada de nova empresa i Societat Limitada de Formació successiva.

En quant a l'aportació mínima, no influeix en la constitució del projecte, sinó que per tal de respondre únicament amb el capital aportat i no el patrimoni de l'emprenedor, descartarem la Societat Anònima.

D'aquesta manera, la forma jurídica haurà de ser una de les societats limitades, tenint unes obligacions en forma d'impost de societats, el 25% sobre beneficis.

Finalment, triarem una Societat Limitada Unipersonal (SLU), ja que encara ser molt semblant en quant a les altres societats limitades, està més pensada per petites i mitjanes empreses i el capital pot estar constituït tant per béns materials com per diners aportats per un únic accionista o soci.

Així doncs, el gerent serà un autònom i no un assalariat que forma part de l'empresa per avantatge econòmic, el qual significa pagar menys impostos.

Com que no es un equip emprenedor el que durà a terme el projecte, no afegirem cap tipus d'especificacions sobre els acords entre socis.

Per tal de tenir més opcions, en cas que hi hagués algun problema i no puguem contractar els serveis de l'assessoria “Ramells Ramoneda”, hi ha altres destacades a nivell autonòmic a les que ens interessaria els seus serveis:

- Gestoria Raipe: Localitzada a la ciutat comtal, ofereix uns serveis integrals per a particulars, empreses i autònoms. Entre aquests serveis hi trobem el de creació d'empreses, assessoria i consultoria fiscal, assessoria laboral (nòmines, liquidacions, altes i baixes a la Seguretat Social, confecció IRPF, IVA, informes...), assessoria legal (tot tipus de tràmits legals societaris), assessoria financera i comptabilitat, a més de serveis per a autònoms.
- Gestoria Maresme GAM Mataró: Gestoria de la ciutat de Mataró especialitzada en PYMES i autònoms que ofereix de la mateixa manera assessoria fiscal, laboral i comptable.
- Coma & Roig: Es tracta d'una empresa amb més de 30 anys d'experiència amb un equip especialista en fiscalitat, contes, matèria fiscal i laboral i dret. Coneixen la llei i poden ser de gran ajut per utilitzar-la a favor del client econòmicament parlant.

13.2 Tràmits de constitució

Abans de posar en marxa l'empresa, cal seguir uns requeriments normatius a seguir per poder iniciar l'activitat, els primers són els tràmits de constitució.

Registre del nom de la societat. Pel registre del nom de la societat, caldrà sol·licitar el certificat negatiu de denominació social, el document que acredita que el nom triat no coincideix amb cap societat ja existent.

Compte bancari a nom de l'empresa. Un cop obtingut el certificat de denominació, s'haurà d'obrir un compte bancari a nom de la societat i ingressar el capital mínim inicial. El banc emetrà un certificat de l'ingrés, que haurà de presentar posteriorment a la notària.

Elaboració dels estatuts socials. Els estatuts són les normes que regiran la societat. En el nostre cas, els redactarà un advocat i tot seguit passarem pel notari per signar l'escriptura de constitució de la societat.

Alta a hisenda i declaració censal. Després de signar les escriptures, ens dirigirem a hisenda per obtenir el NIF provisional de la societat, així com les etiquetes i targetes identificatives

Inscripció en el registre mercantil. La societat s'ha d'inscriure en el Registre Mercantil de la província en què s'ha fixat el seu domicili social. Caldrà aportar: la còpia autèntica de l'escriptura de constitució de la nova societat, la certificació negativa de denominació social i la còpia de l'NIF provisional.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Obtenció de l'NIF definitiu. Completats els passos anteriors, s'haurà de canviar a Hisenda la targeta provisional de l'NIF per la definitiva, un cop s'hagi inscrit efectivament la constitució de la societat.

Tot el conjunt de tràmits, suposen uns costos de constitució de 450€, desglossats en 150 euros per la constitució i 300 euros en costos de gestoria.

13.3 Altres requeriments normatius

No existeix una normativa específica a nivell Europeu que reguli aquest tipus de negoci però sí a nivell estatal, en el que la constitució d'un servei d'activitats físiques és igual per totes les comunitats autònomes, veurem alguns aspectes específics a nivell provincial i municipal.

Un cop fet els tràmits de constitució, necessitarem una llicència d'activitat esportiva com la de qualsevol gimnàs, classificada en l'annex III. 2 segons l'ajuntament de Barcelona. El mateix annex que agrupa tota la província de Barcelona. Aquesta activitat haurà de ser aprovada per una entitat de control ambiental (EAC). Quan l'informe sigui favorable, es presenta a l'ajuntament i pots obtenir la llicència.

Els requisits legals que demanen en aquesta llicència recull: La llicència d'obres, que en el nostre cas és mínima; Una garantia econòmica com aval; Declaració impacte mediambiental i mesures de seguretat, que verifiquin la previsió de riscos així com davant d'incendis.

A més, pel nostre cas, necessitarem la concessió d'un permís especial d'activitats a la platja, que atorga cada ajuntament del municipi en concret. Una ocupació d'instal·lacions i serveis. L'ajuntament haurà de valorar la nostra proposta.

Un altre requisit fa referència als treballadors, aquest és el pla de prevenció de riscos laborals. Es tracta d'assegurar la legislació dels treballadors, de manera que un tècnic haurà d'avaluar els possibles d'anys i riscos i ha de fer un pressupost amb les petites mesures a adoptar per ajudar a que els treballadors no pateixin riscos innecessaris.

Evidentment hi ha limitacions en quant a normativa es refereix, la Unió europea regula sobretot els aspectes mediambientals i prohibeix les emissions i en espais naturals. Són aspectes que es controlen a nivell estatal per evitar la contaminació. Implica que en el nostre negoci hem de tenir cura i assegurar dipòsits d'escombraries com papereres o contenidors per evitar residus a les costes i al mar.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Hauríem de tenir en compte que certs canvis normatius evitarien l'obertura del nostre negoci o parar l'activitat un cop ja iniciada. Aquests aspectes poden ser canvis de la legalitat a nivell polític, econòmics i ambientals.

- Factors polítics: Canvis en polítiques monetàries, que impliquin l'obligació de pagament de quotes més elevades o canvis en els requisits de creació d'empreses que prohibeixin la nostra creació.

Altres factors a tenir presents, serien canvis normatius que impedissin que les empreses de transport públic poguessin oferir els seus serveis. En conseqüència, els nostres clients que consumeixen aquest tipus de transport, no consumirien el servei del projecte i tindríem menys abonats.

- Factors econòmics: La situació econòmica del país pot canviar i fer que el tipus d'interès pugi. Aquest factor provocaria que el preu dels diners augmenti i aconseguir finançament seria més difícil i més car. És cert que en el nostre cas no en necessitem de primeres, però si pel cas sorgís un imprevist i requeríssim finançament tant per començar l'activitat com un cop iniciada, dificultaria la facilitat d'obtenir crèdit bancari.

- Factors ambientals: Certs canvis a nivell mediambientals com la prohibició d'oferir serveis a les platges de la província de Barcelona, impediria l'obertura del negoci. Un altre exemple que afectaria la previsió de vendes, seria el cas de poder obrir el negoci però amb un aforament més limitat, diguéssim del 50%.

Un altre factor a tenir en compte seria la prohibició d'utilització de vehicles que consumeixin combustible, impediria que alguns dels nostres clients no vinguessin, com per exemple una persona que es troba en un poble que el transport públic ofereix els seus serveis cada hora i té una agenda amb certes limitacions.

14. Pla econòmic i financer

Per poder comprovar la viabilitat del projecte, veurem els diferents comptes de l'empresa des del moment inicial fins als tres primers anys de recorregut un cop iniciada l'activitat.

Per començar, ens trobem enfront del balanç de situació de l'empresa en l'any "0", és a dir, quan el projecte encara no s'ha iniciat i per tant, abans de poder oferir el servei al públic.

ACTIU	ANY 0	PASIU	ANY 0
ACTIU NO CORRIENTE	70.096	PATRIMONI NET	153.000
Immobilitzat Intangible	2.400	Capital Social	153000
Aplicacions informàtiques	2400	Aportacions Socis	153000
Immobilitzat Material	67.696		
instal·lacions tècniques	2816	Reserves	0
altres instal·lacions tècniques	2300	Resultat exercici anterior	0
Maquinària	0	Resultat de l'exercici	0
Utilitatge	0		
Material activitats	60.220	PASIVO NO CORRIENTE	-
Equips per a processos informàtics	2100	Préstec bancari a llarg termini	-
Mobiliari	260		
Inversions Immobiliàries	0	PASIVO CORRIENTE	0
Inversions financeres a llarg termini	0	Deutes a curt termini	0
ACTIVO CORRIENTE	82.904		
Existències	0		
Deutors comercials	0		
Inversions financeres a c/p	0		
Tresoreria	82904		
Caixa	3000		
Bancs	79904		
TOTAL ACTIU	153.000	TOTAL PN Y PASIU	153.000

Taula 16: Balanç de situació inicial (Font: Elaboració pròpia)

En el balanç podem veure la partida de mobiliari que no havíem comentat anteriorment, aquesta s'ha afegit com un actiu de l'empresa però no com a inversió degut a que ja s'aporta d'una habitatge.

Un cop mostrat el balanç, observarem les diferents partides d'inversió i finançament, el compte de pèrdues i guanys dels tres primers anys, el pla de tresoreria amb els fluxos de caixa i comentarem la viabilitat mitjançant comparacions i ràtios de finançament.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

14.1 Previsió d'inversions i finançament

A continuació mostrarem una previsió dels costos d'inversió necessaris per a iniciar el projecte. Com el projecte s'està fent durant el transcurs del 2020, hem fet un supòsit d'obertura en el mateix any i una obertura del negoci al març com el primer mes que iniciava la temporada.

DESPESES DE CONSTITUCIÓ	DATA
450	01/03/2020

ANY 1	Total	mar-20	abr-20	may-20
Immobilitzat intangible	2.400	2.400	0	0
Aplicacions informàtiques	2.400	2.400		
Immobilitzat material	67.436	60.186	7.000	250
Terrenys	0			
Construccions	0			
Instal·lacions Tècniques	2.816	2.816		
Maquinària	0			
Utilatge	0			
Altres instal·lacions	2.300	2.300		
Materials per l'activitat	60.220	52.970	7.000	250
Equips per a processos informació	2.100	2.100		
Elements de transport	0			
Altre immobilitzat material	0			
Fiances i Dipòsits a ll/t	0	0	0	0
Fiances a llarg termini	0			
Dipòsits a llarg termini	0			
TOTAL	69.836	62.586	7.000	250

TOTAL INVERSIONS	70.286	0	0
-------------------------	---------------	----------	----------

FINANÇAMENT			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Capital Social	153.000	0	0
Alex Martínez Heredia	3000	0	0
Alejandro Martínez	150000	0	0
TOTAL FINANÇAMENT	153.000	0	0
PROVISIÓ DE FONDS	82.714	0	0

Taula 17: Partides d'inversió i finançament (Font: Elaboració pròpia a partir de plantilla Barcelona activa)

En la taula de partides d'inversió i finançament, veiem en detall tots els costos materials que s'han tingut en compte i com es finançaran, mitjançant el capital aportat pel soci i el préstec entre familiars sense comissions.

La taula d'inversions tant materials com no materials que s'han de comprar, la podem trobar específicament en l'apartat "10.5 Recursos materials e immaterials".

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

La totalitat entre inversions i finançament suposen una diferència de 82.714 euros, quantitat que necessita l'empresa per pagar als seus treballadors i els diferents costos fixos i variables.

Ara bé, s'ha dissenyat una sèrie d'escenaris que impliquen diferents situacions en les que es podria trobar l'empresa a l'hora de les inversions i el finançament.

14.1.1 Escenari 1- Finançament bancari

El primer d'ells afecta directament al que és el finançament, mentre que el total d'inversions es troba fixe.

Hem suposat que l'empresa rebria un finançament del familiar de 50.000 euros en comptes dels 150.000 euros de l'escenari base. Per això, caldria finançar-se mitjançant un préstec bancari a llarg termini. Aquest préstec s'ha negociat a 150.000 euros per tenir més marge d'acció si l'empresa volgués fer més inversions.

Aquest préstec bancari es demanarà al Banc de Sabadell per una totalitat de 150.000 euros. Es tractarà d'un finançament del tipus ICO per a emprenedors i empreses. Tindrà una duració de 15 anys sense carència amb un interès del 4.56%. La quota mensual a pagar serà de 1.152,09€. Així doncs, es pagarà un total d'interessos de 57.376,20€. De manera que la totalitat del préstec a retornar seria de 207.376,20€

TOTAL INVERSIONS	70.286	0	0
FINANÇAMENT			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Capital Social	53.000	0	0
Alex Martínez Heredia	3.000	0	0
Alejandro Martínez	50.000	0	0
PRÉSTECs	150.000	0	0
LEASINGS	0	0	0
SUBVENCIÓ PER INVERSIÓ	0	0	0
TOTAL FINANÇAMENT	203.000	0	0
PROVISIÓ DE FONDS	132.714	0	0

Taula 18: Escenari 1 d'inversions i finançament (Font: Elaboració pròpia)

La provisió de fons a augmentat en 50.000 euros de diferència respecte al base.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Aquesta situació modificarà el balanç de situació inicial de manera que tindrem més líquid al banc, s'afegiran els 150.000 euros en la partida de préstec bancari a llarg termini i la disminució de l'aportació de socis, cosa que requerirà un pagament de quotes mensual que farà retornar més capital del que ens havia prestat el banc.

14.1.2 Escenari 2- Proveïdor xinés i més inversió material

En el segon cas, tenim un escenari que afecta les inversions però no al finançament que romandrà impassible com a l'escenari base.

Es tracta d'un supòsit en què l'empresa contactaria amb un proveïdor xinés que suposa un cost menor en materials per l'activitat empresarial del 33% incloent els ports per transport des de Xina.

TOTAL INVERSIONS	49.811	3.105	2.100
FINANÇAMENT			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Capital Social	153.000	900	1.300
Alex Martínez Heredia	3.000	900	
Alejandro Martínez	153.000		
TOTAL FINANÇAMENT	153.000	900	1.300
PROVISIÓ DE FONS	103.189	-2.205	-800

Taula 19: Escenari 2 d'inversions i finançament (Font: Elaboració pròpia)

Això suposaria que la inversió inicial disminuiria més de 20.000 euros i per tant l'empresa tindria més provisió de fons proporcional a la disminució anterior.

A més, gràcies a aquest augment de fons, l'empresa aportaria en els anys següents diferents materials per fer possible una satisfacció més elevada pels socis, cosa que es finançaria amb una aportació de capital i es deixaria a deure en la partida de "Proveïdors a curt termini". Modificant així els balanços inicials, més concretament les partides de "Materials per l'activitat" i "Bancs", en el que disposaríem de més líquid.

14.2 Previsió d'ingressos i despeses (P&G)

Tanmateix, veiem a continuació una taula amb totes les despeses fixes i variables que havíem quantificat anteriorment i la seva partida corresponent que figuraria en els balanços de situació del final de cada any per l'empresa. Tenim una partida de lloguer que és bàsicament la concessió dels permisos i un altra partida de serveis professionals, en la que podem trobar la suma dels costos de gestoria i neteja.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Agrupats en la partida de subministraments, tenim els costos variables de llum i aigua, a part d'un altra partida pels costos de publicitat.

L'última partida “Altres serveis” trobem els costos fixos en el que és el manteniment de la web i la quota anual d'internet.

SERVEIS EXTERIORS			
Concepte	Any 1	Any 2	Any 3
Lloguers	1.800	1.800	1.800
Serveis professionals independents	3.984	3.984	3.984
Serveis Bancaris	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0
Altres servies bancaris	0	0	0
Màrqueting i Publicitat	6.300	6.300	6.300
Subministraments	520	520	520
Altres Serveis	1740	1740	1740
TOTAL SERVEIS EXTERIORS	14.344	14.344	14344

Taula 20: Despeses en serveis exteriors (Font: elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)

En el nostre cas, al no tenir que finançar el projecte amb préstec bancari, no hem d'afegir els costos de les quotes mensuals i per tant, anuals que trobaríem a la partida de “Despeses de finançament”.

Per poder examinar els resultats d'ingressos i despeses de l'any, veurem el compte de pèrdues i guanys final dels tres primers anys d'activitat. Aquest l'anomenarem com a escenari base, ja que es l'escenari més probable i per tant, el més esperat.

Pèrdues i Guanys	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023
Vendes	96.199	105.819	118.462
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	-72.517	-74.917	-76.717
Altres despeses d'explotació	-14.794	-14.344	-14.344
Amortització de l'immobilitzat	-12.972	-14.287	-14.287
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	-4.083	2.271	13.114
Despeses financeres	0	0	0
B) RESULTAT FINANCER	0	0	0
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	-4.083	2.271	13.114
Impost sobre beneficis	612	-341	-3.934
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	-3.471	1.930	9.180

Taula 21: Pèrdues i guanys dels tres primers anys (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

A partir dels ingressos que obtindrà l'empresa mitjançant les vendes, haurà de fer front a les diferents despeses que es donen al llarg de l'any. Bàsicament, serà tres partides les diferents despeses que hi haurà: Despeses de personal, altres despeses d'explotació i l'amortització de l'immobilitzat.

En la partida “altres despeses d'explotació” es troben agrupades les partides que hem afegit en l'apartat de serveis exteriors i les despeses de constitució de l'empresa, que en aquest cas només s'aplica l'any 1.

Pel que fa a la partida de “l'amortització de l'immobilitzat” estan associades les partides materials i no materials d'inversió inicial i fet el càlcul pel mètode lineal corresponents a cada un d'aquests anys.

D'aquesta manera, podem trobar el resultat d'explotació restant les despeses als ingressos de l'any. Posteriorment, hauríem de descomptar les despeses financeres, que en el nostre cas no tenim, i l'impost sobre beneficis.

En el primer any, ens surt un resultat d'explotació negatiu de 4.083 euros, per tant no s'hauria d'aplicar el 25% de l'impost de societats, però, hem utilitzat un mètode que utilitzen algunes empreses per si dona pèrdua, com que aquesta es podrà compensar en exercicis posteriors on obtinguem beneficis, es calcula l'estalvi fiscal que tindrem a futur per compensar aquesta pèrdua, de manera que seran impostos que no pagarem a futur i d'aquesta manera “maquilem” la pèrdua d'aquest any minorant-la. D'aquesta manera s'ha aplicat un percentatge del 15% a l'hora de calcular l'estalvi fiscal.

Pels dos següents anys, al ser els ingressos superiors que les despeses tindrem un resultat d'explotació positiu i per tant, s'ha aplicat l'impost de societats. El segon any tindrem un resultat de l'exercici de 1930 euros, i el tercer any un resultat molt positiu, de 9.180 euros.

Com havíem fet a l'apartat anterior, veurem una sèrie de possibles escenaris que afectaran directament al nostre P&G.

14.2.1 Escenari optimista

Per la primera suposició, farem un escenari optimista en què les vendes augmentaran un 5% respecte a l'escenari base degut a que el negoci té més reconeixement de l'esperat, i no només això, sinó que les despeses per amortització de l'immobilitzat seran menors a causa de la compra del material al proveïdor xinès.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Pèrdues i Guanys	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023
Vendes	101.009	111.110	124.385
Despeses de personal	- (72.517)	- (74.917)	- (76.717)
Altres despeses d'exploració	- (14.794)	- (14.344)	- (14.344)
Amortització de l'immobilitzat	-8.562	-9.429	-9.429
A) RESULTAT D'EXPLORACIÓ	22.260	31.278	42.753
Despeses financeres	0	0	0
B) RESULTAT FINANCER	0	0	0
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	22.260	31.278	42.753
Impost sobre beneficis	(3.339)	(4.692)	(12.826)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	18.921	26.587	29.927

Taula 22: Escenari optimista del P & G (Font: Elaboració pròpia)

A causa de l'augment de vendes i la disminució de l'amortització, tindriem en tots els anys un resultat de l'exercici molt bo, encara que pagant els impostos sobre beneficis es perdria bastant, seguiria sent un negoci milionari en el sentit que tothom ho voldria obrir donant aquests beneficis.

14.2.2 Escenari pessimista

En aquesta situació, tornarem a tocar els ingressos, que disminuiran un 5% per unes vendes inferiors a les esperades i tindrem despeses financeres, corresponents al préstec de 150.000 euros com preveiem en les situacions dels escenaris de partides d'inversió i finançament. Aquest tindria un interès del 2% mensual a retornar en quinze anys com havíem vist a les condicions.

Pèrdues i Guanys	28/02/2021	28/02/2022	28/02/2023
Vendes	91.390	100.529	112.538
Despeses de personal	- (72.517)	- (74.917)	- (76.717)
Altres despeses d'exploració	- (14.801)	- (14.344)	- (14.344)
Amortització de l'immobilitzat	- (12.972)	- (14.287)	- (14.287)
A) RESULTAT D'EXPLORACIÓ	- (8.900)	- (3.019)	7.190
Despeses financeres	- (2.737)	- (2.155)	- (1.562)
B) RESULTAT FINANCER	- (2.737)	- (2.155)	- (1.562)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	- (11.637)	- (5.174)	5.628
Impost sobre beneficis	1.746	776	(1.688)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	- (9.891)	- (4.398)	3.940

Taula 23: Escenari pessimista P & G (Font: Elaboració pròpia)

Al igual que en l'escenari optimista l'augment de vendes havia afectat tant al resultat, era previsible que també la seva disminució ho faria en el pessimista.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

D'altra banda, al haver d'aplicar unes despeses financeres, implica que el resultat de l'exercici sigui encara més negatiu i només en el tercer any tindriem guanys, gràcies a les altes vendes de l'any i la disminució de les despeses financeres.

14.3 Pla de tresoreria

Seguidament, mitjançant el pla de tresoreria dels tres primers anys, analitzarem les operacions registrades de cobraments i pagaments i per tant, la capacitat que té el projecte per fer front a les obligacions de pagament.

Per començar amb el pla de tresoreria, veurem una taula específica del primer any de forma mensual. Posteriorment veurem un resum dels següents anys. Únicament no ens informa sobre la liquiditat, sinó que permetrà buscar de manera anticipada fonts de finançament.

	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21
Capital	153.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	5.387	11.159	17.316	17.316	17.316	11.159	11.159	5.387	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	158.387	24.553	17.316	17.316	19.591	11.159	11.159	6.140	0	0	753	0
Despeses de constitució	450											
Inversions	75.729	8.470	303	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	2.904	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	72.825	8.470	303	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis exteriors	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446
Despeses de personal	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043	6.043
Pag a compte IS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SORTIDES DE CAPITAL	83.669	15.959	7.792	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489
SALDO PERIODE	74.719	8.594	9.524	9.826	12.102	3.670	3.670	-1.349	-7.489	-7.489	-6.736	-7.489
SALDO INICIAL	0	74.719	83.312	92.836	102.663	114.765	118.434	122.104	120.755	113.266	105.776	99.040
SALDO FINAL	74.719	83.312	92.836	102.663	114.765	118.434	122.104	120.755	113.266	105.776	99.040	91.550

Tabla 24: Pla de tresoreria mensual primer any (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona activa)

Recordem que en la taula anterior, els mesos de Novembre, Desembre, Gener i Febrer no estava actiu el negoci i per això no obtindrem ingressos en vendes.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Presentem una taula mensual que hem hagut de simplificar per manca d'espai. L'hem calculat mensualment però hem deixat el mes inicial i el de meitat de període anual per tal de veure les diferents partides que afecten al pla de tresoreria de manera resumida.

	mar-20	sep-20	mar-21	sep-21	sep-22
Capital	153.000	0	0	0	0
Vendes	5.387	11.159	5.926	12.275	13.742
ENTRADES DE CAPITAL	158.387	11.159	5.926	12.275	13.742
Despeses de constitució	450				
Inversions	75.729	0	0	0	0
Inversions immaterials	2.904	0	0	0	0
Inversions materials	72.825	0	0	0	0
Serveis exteriors	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446
Despeses de personal	6.043	6.043	6.243	6.243	6.393
Pag a compte IS		0	0	0	0
SORTIDES DE CAPITAL	83.669	7.489	7.689	7.689	7.839
SALDO PERIODE	74.719	3.670	-1.764	4.586	5.902
SALDO INICIAL	0	118.434	91.550	134.422	159.767
SALDO FINAL	74.719	122.104	89.787	139.008	165.669

Taula 25: Pla de tresoreria resum (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona activa)

En aquest cas hem tingut en compte les partides d'ingressos com les vendes, inclòs iva, i el capital inicial per comptabilitzar les entrades de capital.

En canvi, per comptabilitzar les sortides de capital, hem tingut en compte cada una de les despeses mensuals, dividint així els salaris proporcionalment a cada mes i tenint en compte cada despesa que havíem vist amb anterioritat. Hem de tenir present que els pagaments a la IS, es fan al mes de febrer, ja que l'inici de l'activitat estava programat al març.

A partir d'aquí, s'ha aplicat la diferència d'entrades i sortides de capital per saber el saldo total de cada mes i a més, després de sumar els saldos anteriors, saber el saldo acumulat fins al període.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

Pel que fa al mes de març, és el que hem de tenir més present, ja que al començar un nou any fiscal podem saber el saldo inicial al començament de cada exercici, és a dir, que per exemple, al començament de l'exercici al segon any, l'empresa comptarà amb un saldo inicial de 91.550 euros.

Ara bé, hem escollit el mes de setembre, ja que al ser agost el mes amb més ingressos el saldo inicial de setembre és el més elevat de cada any.

En definitiva, gràcies al finançament inicial per aportacions de capital, no serà problema fer front als pagaments de la inversió inicial i a l'hora poder pagar les despeses de subministrament i del personal contractat.

A continuació, veurem l'estat de fluxos de caixa:

A) FLUXOS D'EFECTIU DE LES ACTIVITATS D'EXPLOTACIÓ	ANY 1	ANY 2	ANY 3
1. Resultat de l'exercici abans d'impostos	-4.083	2.271	13.114
2. Ajustaments del resultat	13.422	14.287	14.287
Amortitzacions de l'immobilitzat (+)	12.972	14.287	14.287
Despeses financeres (+)	0	0	0
Altres ingressos i despeses (- / +)	450		
3. Canvis en el capital corrent	-502	0	0
Existències (+ / -)	0	0	0
Deutors i altres comptes a cobrar (+ / -)	-502	0	0
Creditors i altres comptes a pagar (+ / -)	0	0	1.663
Altres passius corrents (+ / -)	0	0	-1.663
Altres actius i passius no corrents (+ / -)			
4. Altres fluxos d'efectiu de les activitats d'exploració	-450	-347	-1.652
Pagaments d'interessos (-)	0	0	0
Cobraments (pagaments) per impost sobre beneficis (+ / -)	0	-347	-1.652
Altres pagaments (cobraments) (- / +)	-450	0	0
5. Fluxos d'efectiu de es activitats d'exploració (1 +2 +3 +4)	8.386	16.211	25.749
B) FLUXOS D'EFECTIU DE LES ACTIVITATS D'INVERSIÓ			
6. Pagaments per inversions (-)	69.836	0	0
immobilitzat intangible	2.400	0	0
immobilitzat material	67.436	0	0
altres actius	0	0	0
7. Cobraments per desinversions (+)	0	0	0
8. Fluxos d'efectiu de les activitats d'inversió (7-6)	-69.836	0	0
C) FLUXOS D'EFECTIU DE LES ACTIVITATS DE FINANÇAMENT			
9. Cobraments i pagaments per instruments de patrimoni	153.000	0	0
Emissió d'instruments de patrimoni (+)	153.000	0	0
Subvencions, donacions i llegats rebuts (+)	0	0	0

10. Cobraments i pagaments per instruments de passiu financer	0	0	0
a) Emissió	0	0	0
Deutes amb entitats de crèdit (+)	0	0	0
b) Devolució i amortització de	0	0	0
Deutes amb entitats de crèdit (-)	0	0	0
11. Pagaments per dividendes i remuneracions d'altres instruments de patrimoni	0	0	0
12. Fluxos d'efectiu de les activitats de finançament (9 +10 +11)	153.000	0	0
E) AUGMENT / DISMINUCIÓ NETA DE L'EFECTIU O EQUIVALENTS (5 +8 +12)	91.550	16.211	25.749
Efectiu o equivalents al començament de l'exercici	0	91.550	107.761
Efectiu o equivalents al final de l'exercici	91.550	107.761	133.510
TRESORERIA	91.550	107.761	133.510

Taula 26: Fluxos d'efectiu de caixa dels tres primers anys (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona activa)

A partir de l'estat de fluxos de caixa, veiem les entrades i sortides de cobraments i pagaments de l'empresa dividits en tres grans blocs: Fluxos d'efectiu de les activitats d'explotació, Fluxos d'efectiu de les activitats d'inversió i fluxos d'efectiu de les activitats de finançament.

Podem veure que tenim en verd el resultat de tresoreria que ens donava en el pla anterior i que aquest coincideix amb l'efectiu o equivalents de l'estat de fluxos de caixa com no podia ser d'un altra manera. Així doncs, a final de cada exercici trobem el saldo disponible per fer front a aquests pagaments, cosa que havien de ser més alts que les despeses que hem de pagar, i per tant, l'empresa podrà satisfer les seves obligacions sense problemes.

14.3.1 Pla tresoreria escenari optimista

A partir dels escenaris que havíem vist a l'apartat anterior, podem veure com afecta el creixement de les vendes i la reducció de les inversions materials en els saldos de tresoreria en el cas de l'escenari optimista.

S'han actualitzat les partides de vendes i les d'inversió material inicial i com era d'esperar, en conseqüència el saldo final de cada mes ha augmentat.

	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21
Capital	153.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	5.657	11.717	18.182	1.818	18.182	11.717	11.717	5.657	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	158.657	25.111	18.182	1.818	20.457	11.717	11.717	6.410	0	0	753	0
Despeses de constitució	450											
Inversions	52.715	8.470	303	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	2.904	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	49.811	8.470	303	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis exteriors	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446
Despeses de personal	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07
Pag a compte IS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SORTIDES DE CAPITAL	60.654	15.959	7.792	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489
SALDO INICIAL	0	98.002	107.154	117.544	111.872	124.840	129.068	133.295	132.216	124.726	117.237	110.500
SALDO FINAL	98.002	107.154	117.544	111.872	124.840	129.068	133.295	132.216	124.726	117.237	110.500	103.011

Tabla 27: Pla de tesoreria escenari optimista (Font: Elaboració pròpia)

14.3.2 Pla de tesoreria escenari pessimista

Ara bé, observem la taula on tenim el pla de tesoreria del primer any de l'escenari pessimista esmentat amb anterioritat.

Les partides afectades han estat les vendes, les quals hem reduït en un 5% i les partides de capital. Han aparegut altres noves partides a conseqüència del préstec bancari com ara la partida “Finançament” i les despeses de finançament en la que hem inserit la quota mensual a retornar.

El saldo final del primer mes és molt més alt a conseqüència de tenir més capital per començar el negoci i per això els mesos següents tenim un cert marge i capital de més.

	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21
Capital	53.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	150.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	5.118	10.601	16.450	16.450	16.450	10.601	10.601	5.118	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	208.118	23.995	16.450	16.450	18.726	10.601	10.601	5.871	0	0	753	0

Despeses de constitució	450											
Inversions	75.729	8.470	303	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	2.904	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	72.825	8.470	303	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis exteriors	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446	1.446
Despeses de personal	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07	6.043,07
Pag a compte IS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

SORTIDES DE CAPITAL	83.669	15.959	7.792	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489	7.489
----------------------------	--------	--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

SALDO INICIAL	0	124.449	132.485	141.143	150.104	161.340	164.452	167.564	165.945	158.456	150.966	144.230
----------------------	---	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

SALDO FINAL	124.449	132.485	141.143	150.104	161.340	164.452	167.564	165.945	158.456	150.966	144.230	136.740
--------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Tabla 28: Pla de tresoreria escenari pessimista (Font: Elaboració pròpia)

14.4 Viabilitat financera

A partir dels resultats financers obtinguts en els apartats anteriors, comentarem la viabilitat econòmica i financera del projecte a més de donar suport a aquestes conclusions mitjançant ràtios financeres.

En base al compte de pèrdues i guanys, podem veure que l'empresa obtenia uns beneficis a partir del segon any. Per això hem calculat la rendibilitat econòmica amb el rati ROA, indicador que relaciona el benefici abans d'interessos i impostos amb el actiu total de l'empresa. És la capacitat dels actius per generar rendibilitat.

RENDIBILITAT ECONÒMICA (ROA)			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
BaII	-4.083	2.271	13.114
Total ACTIU	149.529	151.460	162.303
ROA	-2,73%	1,50%	8,08%

Taula 29: Rendibilitat econòmica (Font: Elaboració pròpia)

En el nostre cas, el primer any es l'únic que obtenim una rendibilitat negativa, i com podem veure que es ascendent, podem intuir que la ROA a partir de l'any 3 en endavant es trobarà al voltant d'aquesta xifra del 8%.

Per tant, econòmicament el projecte serà rendible a partir del segon any, en el que els ingressos seran superiors als deutes i obligacions.

Per poder mesurar la rendibilitat de les vendes, utilitzarem el rati ROS, “*Rentability of sales*”.

RENDIBILITAT DELS INGRESSOS (ROS)			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	96.199	105.819	118.462
BAI	-4.083	2.271	13.114
RENDIBILITAT DELS INGRESSOS	-4,24%	2,15%	11,07%

Taula 30: Rendibilitat dels ingressos (Font: Elaboració pròpia)

L'índex de productivitat de la nostra empresa ens indica que durant el primer any, les vendes que obtenim no són suficients i per això tenim pèrdues. Tanmateix, les vendes dels següents anys són suficientment rendibles i tenim una rendibilitat positiva de 2.15% i 11.07% respecte al benefici brut. Al igual que en la ràtio anterior, podem intuir que la rendibilitat dels anys següents serà igual o superior a les de l'any 3.

Posteriorment, tenim una ràtio anomenada “EBITDA”, que ens ajuda a saber quin seria el benefici de l'empresa sense tenir en conta les despeses per amortització. D'aquesta manera podem saber la capacitat de l'empresa per generar beneficis.

EBITDA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
BaII	-4.083	2.271	13.114
Amortitzacions	12.972	14.287	14.287
EBITDA	8.888	16.558	27.401

Taula 31: Rati EBITDA (Font: Elaboració pròpia)

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

A continuació, analitzarem l'última ràtio important per mesurar la rendibilitat financera de l'empresa per saber la rendibilitat del capital invertit pel soci.

RENDIBILITAT FINANCERA (ROE)			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
BN	(3.471)	1.930	9.180
P. NET	149.529	151.460	160.640
ROE	-2,32%	1,27%	5,71%

Taula 32: Rendibilitat financera (Font: Elaboració pròpia)

Després d'observar la taula, ja sabem que el primer any tindríem una rendibilitat negativa seguint el camí dels altres ratis. Aquesta rendibilitat seria superior si hi hagués hagut una injecció superior de capital.

Seguint les dinàmiques anteriors, la rendibilitat del capital finalment és positiva, inclús en el tercer any ja obtenim quasi un 6%, de manera que en els anys següents, serà igual o superior.

Per acabar l'anàlisi, farem servir uns indicadors clau de viabilitat, la VAN i la TIR, per tal d'avaluar el projecte.

VAN			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Any	1	2	3
Cash-flow	91.550	16.211	25.749
	-70.286	91.550	16.211
VAN	54.314,27		

Tabla 33: VAN del projecte (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)

A la taula anterior s'ha calculat el VAN pels tres primers anys amb una taxa d'actualització del 2%. És una eina que al tenir present els fluxos de caixa, és fàcil de calcular i interpretar.

D'aquesta manera veiem que el resultat es de 54.314,27€. Al tractar-se d'un resultat positiu, per sobre de 0, la inversió generarà guanys i per tant, el projecte es pot acceptar tenir en compte els tres primers anys de projecte.

TIR			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Inversió	70.286	0	0
Cash-flow	91.550	16.211	25.749
-70.286	91.550	16.211	25.749
TIR	59%		

Tabla 34: TIR del projecte (Font: Elaboració pròpia a partir plantilla Barcelona Activa)

Per analitzar la TIR, d'igual manera hem tingut en compte la inversió inicial i els cash-flows dels primers anys. A partir d'aquí hem obtingut que el nostre projecte és viable amb una TIR del 59%, ja que els fluxos de caixa són superiors a la inversió. És cert que no tenim cap rendibilitat mínima exigida, però al ser un resultat tan positiu podem reafirmar amb aquests indicadors i amb les partides utilitzades que el projecte es pot dur a terme i té viabilitat econòmica i financera.

Finalment, podem concloure que com tot projecte al principi té dificultats i és poc comú que una empresa obtingui una rendibilitat positiva en els primers anys, però la nostra ja ho farà a partir del segon any.

L'empresa serà viable tant a nivell econòmic com financer com hem pogut comprovar amb els diferents ràtios, i amb els indicadors més importants com ara la VAN i la TIR. Específicament a partir del tercer any començaran a haver-hi uns guanys considerables i podria ser producte d'interès per accionistes i altres emprenedors.

La viabilitat del projecte en el cas dels escenaris comentats anteriorment seria més viable en l'escenari optimista, per tenir unes vendes 5% superiors i a més els costos haurien sigut inferiors. Viceversa passa amb l'escenari pessimista, que no seria viable ni econòmicament parlant ni a nivell financer per haver reduït les vendes i tenir també despeses financeres que no necessitàvem comptabilitzar en l'escenari base.

15. Conclusions

L'estudi del projecte realitzat al llarg de tot aquest treball tenia com a objectiu conèixer la viabilitat empresarial d'un gimnàs diferent de la resta, un “Jungle Gym” a la província de Barcelona. Idea que provenia d'una empresa ja constituïda a Mèxic.

Durant tot el treball hem analitzat les diferents parts de l'entorn empresarial, tant intern com extern per saber quins factors poden afectar sigui de manera positiva o negativa. L'anàlisi DAFO ens ha ajudat a tenir una idea general dels punts forts i febles de l'empresa per poder preveure solucions anticipades.

Mitjançant l'estudi de mercat i l'enquesta realitzada hem vist que hi ha mercat suficientment gran per a poder portar endavant el projecte encara que hi ha una competència elevada per la zona. La ubicació del recinte i la diferenciació respecte a la competència ens dóna un avantatge competitiva que permet a l'empresa tenir cabuda al mercat.

Per poder arribar al públic, l'empresa ha hagut de dissenyar un pla de màrqueting realista en el qual es mostrava quines accions es durien a terme i els canals de distribució utilitzats, així com els costos de la realització de les campanyes les quals podem concloure que necessitarem una inversió mitjanament alta en màrqueting i publicitat per estar presents de cara al públic i la importància de ser visibles a les xarxes socials.

Seguidament, s'ha vist l'actuació del client a l'hora de consumir el nostre servei i s'han establert uns preus adequats per mantenir satisfet al client i de manera que es pugui realitzar els pagaments de la inversió inicial i les diferents despeses de l'any. Hem pogut veure que necessitarem diferents quotes per satisfer la demanda i als diferents tipus de clients.

Perquè el projecte sigui viable a llarg termini entenem que és vital la captació i fidelització dels clients. Això es durà a terme a través de les nostres accions de publicitat i màrqueting i les nostres polítiques de qualitat del servei.

Gràcies a un profund anàlisi de personal, hem pogut tenir clar quins perfils professionals necessita el projecte per satisfer les necessitats tant de l'empresa com dels clients. Requerirem un equip de treball de cinc persones amb un cost del voltant de 80.000€ al any.

Viabilitat projecte "Jungle Gym" a Barcelona

A més, ens hem adonat al llarg del projecte de la quantitat de responsabilitats que tindrà l'empresa i podem dir finalment que els costos no eren tant baixos com s'esperava, hi ha una forta inversió inicial en material de quasi 70.000 euros i altres costos fixos i variables necessaris pel funcionament.

Ara bé, al principi del projecte plantejàvem una sèrie d'hipòtesis que voldríem respondre a l'acabar el projecte. Podem veure quines eren i si finalment les podem respondre.

- Disponibilitat per consumir el servei per part de persones particulars.
- Disponibilitat per consumir el servei per part d'un gimnàs.
- Es pot adaptar el concepte a tot l'any.
- És viable portar el concepte "Jungle Gym" a Barcelona.
- Apareixerà competència si el negoci funciona.

Ja hem vist a partir de l'enquesta que els particulars tant si estaven inscrits a un gimnàs com si no, estàvem més que disposats a gaudir de les instal·lacions. D'altra banda, pel que fa als gimnasos, contractarien els serveis amb un tracta just.

Pel que fa a la tercera hipòtesi plantejada, vam decidir que de moment el projecte es portaria a terme durant vuit dels dotze mesos de l'any, excloent els mesos de més fred. Es podria buscar alguna manera de poder realitzar l'activitat però creiem que els clients no estarien disposats a consumir el servei pels diferents canvis climàtics.

Com a principal pregunta a respondre i base del projecte, hem realitzat un pla financer en què s'estudiava els diferents comptes de l'empresa i la previsió que tindria pels primers anys de vida. A partir d'aquí podem respondre a la hipòtesi sobre la viabilitat econòmica i financera.

Es preveuen que durant el primer any, com moltes empreses en el seu inici, no sigui rendible, durant el termini de l'exercici l'empresa tindrà pèrdues, ja que requereix una forta inversió inicial en materials i diferents estructures, encara que gens comparable amb la d'un gimnàs comú.

A mesura que el negoci adquireix clientela gràcies a ser més conegut, el projecte va aconseguint més ingressos i en conseqüència finalitza el segon any amb beneficis. És cert que una rendibilitat econòmica del 1.5% i financera de 1.27%, però això canviarà amb el temps. Al tractar-se d'una corba ascendent, després de finalitzar el tercer exercici fiscal, el projecte "Jungle Gym" tindrà una important rendibilitat tant econòmica com financera del 8% i quasi 6%.

Viabilitat projecte “Jungle Gym” a Barcelona

Uns altres indicadors que hem utilitzat per comprovar la veracitat de la viabilitat, ha estat que la VAN obteníem un resultat d'uns 54.000 euros i un resultat de la TIR de 59% de rendibilitat respecte a les inversions. Ens han fet veure que en general és viable, almenys durant els tres primers anys.

Per tant, podem dir que el projecte és viable generalment i específicament a partir del segon any i amb uns beneficis nets importants a partir del tercer. També s'ha de dir, que es preveu que els beneficis pel quart i cinquè any vagin en augment.

Tots els factors que s'han tingut en compte, per respondre la pregunta de viabilitat han sigut implementats buscant el màxim realisme.

Per últim, òbviament creiem que si el model de negoci funciona com és d'esperar, sorgirà competència que copiarà la idea en altres municipis.

Vist el treball i la seva viabilitat en un futur incert, potser es porta a terme la idea de negoci buscant emprendre.

Referències bibliogràfiques

- Emprendedores. Consulta franquícia gimnasos. Data consulta: 16 novembre 2019
<https://www.emprendedores.es/franquicias/a52238/cuanto-cuesta-montar-un-gimnasio-en-franquicia/>
- Api. Consulta sobre llicències comercials. Data consulta: 23 novembre 2019
<https://www.api.cat/noticias/los-8-pasos-para-obtener-la-licencia-de-actividad-comercial/>
- Menshealth. Tulum gym i gimnasos famosos. Data consulta: 25 novembre 2019
<https://www.menshealth.com/es/fitness/g26441373/gimnasios-mundo-tulum-golds-gym-rusia/>
- Lavozdeltajo. Tendència de la pràctica esportiva. Data consulta: 4 desembre 2019
<https://www.lavozdeltajo.com/noticia/33302/deportes/practicar-deporte-la-nueva-moda-que-puede-cambiar-tu-salud.html>
- Stylelovely. Consulta esports de moda. Data consulta: 4 desembre 2019
<https://stylelovely.com/galeria/deportes-de-moda-del-2019/>
- Indeed. Consulta sobre els salaris dels dentistes: Data consulta: 28 gener 2020
<https://www.indeed.es/salaries/dentista-Salaries.-Catalunya>
- Ideaweb. Consulta creació pàgines web. Data consulta: 3 febrer 2020
<https://ideaweb.es/cuanto-cuesta-una-pagina-web-cual-es-el-precio-real-precauciones-a-tener-en-cuenta/>
- Tuwebdecero. Consulta creació i manteniment web. Data consulta: 3 febrer 2020
<https://tuwebdecero.com/cuanto-cuesta-una-pagina-web/>
- Trendingfit. Consulta materials i preus. Data consulta: 7 febrer 2020
<https://www.trendingfit.com/401-barras-basicas-cross-training>
- Progym. Consulta materials professionals i preus. Data consulta: 7 febrer 2020
<http://progym.es/crossfit/gimnastica.html>
- Maniakfitness. Consulta altres materials necessaris. Data consulta: 9 febrer 2020
<http://www.maniakfitness.com/categoria/sandbags-saco-lastrado-190>
- Fitandcross. Consulta pressupost per adaptar terreny. Data consulta: 12 febrer 2020
https://fitandcross.com/inicio/50-suelo-compact-floor.html?qclid=Cj0KCQiAtOjyBRC0ARIsAlpJyGM4RJAS-1jGuCRWH2IO7G0uTsMONLLbpUkcMaHcOPjwKXdkPnFyeWcaAkqzEALw_wcB
- Surveymonkey. Consulta tamany mostra. Data consulta: 13 febrer 2020
- Wallapop. Consulta preus de casetes-vestuaris de segona mà. Data consulta: 18 febrer 2020
<https://es.wallapop.com/item/caseta-vestuario-y- duchas-prefabricadas-401243963>

- Milanuncios. Consulta preus de magatzems marítims. Data consulta:19 febrer 2020
<https://www.milanuncios.com/anuncios-en-barcelona/contenedor-almacen.htm?fromSearch=1>
- Iebschool. Consulta quotes per autònoms. Data consulta:22 febrer 2020
<https://www.iebschool.com/blog/ayudas-y-subsidios-empresarios-creacion-empresas/>
- Debitoor. Consulta retencions a autònoms en IRPF. Data consulta:22 febrer 2020
<https://debitoor.es/quia-pequenas-empresas/fiscalidad-e-impuestos/irpf-retenciones-autonomos>
- Finect. Consulta percentatge d'impostos a càrrec de l'empresa. Data consulta: 23 febrer
<https://www.finect.com/blogs/fiscalidad-e-impuestos/articulos/como-funciona-renta-tramos-irpf>
- Pimesyautonomos. Consulta taula d'impostos. Data consulta: 25 febrer 2020
<https://www.pimesyautonomos.com/fiscalidad-y-contabilidad/cuanto-paga-tu-empresa-por-ti-quiza-mas-de-lo-que-piensas>
- Alkilo. Consulta Rènting d'equips informàtics. Data consulta: 6 maig 2020
<http://www.alkilo.com/ordenadores-sobremesa/ordenadores-y-portatiles-6053>
- Monita. Consulta Leasing de Carpes i contacte amb Manuel Fernández pel pressupost. Data consulta: 6 maig 2020
<https://monita.es/contacto-ubicacion/>
- Global Containers. Consulta Leasing magatzem marítim. Data consulta: 6 maig 2020
<https://www.globalcontainer.es/servicios/>
- Inem. Consulta curs de formació de lideratge. Data consulta: 9 maig 2020
<https://cursosinem2020.com/c-curso-inem-2020-coaching-y-liderazgo-online>
- Ramells Ramoneda. Consulta consultoria i gestoria. Data consulta 10 maig 2020
<https://www.ramells.com/es/>
- Mypoppins. Consulta neteja per hores. Data consulta: 10 maig 2020
https://mypoppins.com/es/landing-b2c-es/?gclid=Cj0KCQjwzN71BRCOARIsAF8pji-2s_LaPSXNtVjvaO9cba-hPgGKctAiVvz6rgCkFV4BbCpx7M4hR0aAo0LEALw_wcB
- Gestoria Raipe. Consulta serveis gestoria. Data consulta: 12 maig 2020
<https://gestoriaraipe.com/>
- Gestoria GM. Consulta serveis gestoria. Data consulta: 12 maig 2020
<https://gestoriamaresme.com/>
- Galtier. Consulta serveis de gestoria. Data consulta: 12 maig 2020
<http://galtier.es/>
- Paelectronico. Consulta formes jurídiques. Data consulta: 12 maig 2020
<http://www.paelectronico.es/es-ES/CreaEmpresa/Paginas/FormasJuridicas.aspx>
- Anfico. Consulta diferents societats limitades. Data consulta: 12 maig 2020
<https://anfico.es/diferencias-entre-sociedad-limitada-y-nueva-empresa/>

- Emprendedores. Consulta tràmits creació empresarial. Data consulta: 13 maig 2020
<https://www.emprendedores.es/>
- Ismygym. Consulta requisits per l'apertura d'un gimnàs. Data consulta: 13 maig 2020
<https://www.ismygym.com/software-web-iphone-android-gestion-reservas/2017/02/16/requisitos-para-abrir-gimnasio-espana/>
- Fusioningenieria. Consulta llicència d'activitats a Barcelona. Data consulta: 13 maig 2020
<https://fusioningenieria.com/licencia-actividad-gimnasio-barcelona/>
- Migestoriaonline. Consulta preus de constitució empresarial. Data consulta: 15 maig 2020
<https://www.migestoriaonline.es/cuanto-cuesta-constituir-una-sociedad-limitada/>

Annexos

1. Taula de descomptes

Total sense descomptes.	97.664,15 €	107.430,56 €	120.266,42 €
Ingressos generats sense el 15%	83.014,52 €	91.315,98 €	102.226,46 €
Ingressos generats pel 15%	14.649,62 €	16.114,58 €	18.039,96 €
Desc. del 10%	13.184,66 €	14.503,13 €	16.235,97 €
Total	96.199,18 €	105.819,10 €	118.462,42 €

Taula 35: Càlcul dels descomptes a clients (Font: Elaboració pròpia)

2. Repartiment percentual dels socis segons quotes

	%	Any 1 (Socis)	Any 2 (Socis)	Any 3 (Socis)
Basic	27%	94,5	103,95	116,37
User	24%	84	92,4	103,44
Il·limitats	12%	42	46,2	51,72
Gym people	10%	35	38,5	43,1
Kids	5%	17,5	19,25	21,55
Ab. Trim	20%	70	77	86,2
Ab 10.	2%	7	7,7	8,62
Total	100%	350	385	431

Taula 36: Repartiment percentual dels socis segons les quotes (Font: Elaboració pròpia)

3. Repartiment abonament trimestral

Ab trim	%	Any 1 (Socis)	Any 2 (Socis)	Any 3 (Socis)
	40	28	30,8	34,48
	35	24,5	26,95	30,17
	25	17,5	19,25	21,55

Taula 37: Repartiment percentual de l'abonament trimestral (Font: Elaboració pròpia)

