



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

---

Escola Superior d'Enginyeries Industrial,  
Aeroespacial i Audiovisual de Terrassa

ESEIAAT

Treball final d'estudis

---

# Estudi de Viabilitat d'un nou model d'entorn de treball on allotjar processos de fabricació a petita escala

---

Memòria

Estudiant: Marc Miralles Yuste

Tutor: Xavier Resa Navarro

Estudis: Grau en Enginyeria Mecànica

Convocatòria: Abril 2020



## Agraïments

“Agraeixo els ànims i recolzament rebuts per la família, amics i companys. Especial agraïment als tutors Xavier Resa i Pedro Monagas, per haver-me marcat les pautes a seguir a l’etapa final del Grau.

En especial agraïment també, a tota persona que ha participat a l’enquesta distribuïda per a tots els grups de comunicació mòbil i en especial a l’enginyer Alberto Rovira on em va obrir les portes per a poder-li fer l’entrevista per a l’anàlisi qualitatiu.”

## Resum

El present TFG aborda l'estudi de viabilitat econòmica i la creació d'un pla de negoci per a la posada en marxa d'una empresa dedicada a la transformació de contenidors marítims en superfícies adaptades per a establir-hi qualsevol activitat de negoci.

El treball comença amb una investigació de mercat a nivell qualitatiu i quantitatiu sobre la idea empresarial. Segueix amb un estudi detallat dels aspectes de l'entorn de treball utilitzant eines com: l'anàlisi PESTEL, la cadena de valor de Michael Porter i l'anàlisi DAFO. Aquests anàlisis ha permès conèixer en detall el sector, la competència i el client potencial de l'empresa.

Posteriorment, s'ha definit l'estratègia de màrqueting amb la creació d'un màrqueting mix, descrivint les qüestions comercials més importants com el producte, el preu i la publicitat. També s'ha definit el pla d'operacions que seguirà l'empresa enfocat a un creixement exponencial positiu d'ella, descrivint el procés de creació d'un projecte des que arriba el client fins que se li entrega el contenidor, seguit també de tota la normativa que és necessària per a emprendre el negoci a dins d'un contenidor, així com les restriccions de cada ajuntament per ubicar-lo.

Finalment, s'ha precedit a triar la forma jurídica d'acord a les característiques inicials de l'empresa a realitzar i la realització d'un pla financer del projecte empresarial definint possibles escenaris de futur. Es conclou que el pla de negoci pot ser rendible sota diferents qüestions a tenir molt en compte si es pretén realitzar un projecte que arribi a l'èxit en una progressió de 5 anys, ja que l'empresa té una situació empresarial competitiva i actualment, de poca demanda.

**Paraules clau:** empenedoria, pla de negoci, inversió, projecte empresarial, contenidor marítim, transformació.

## Resumen

El presente TFG aborda el estudio de viabilidad económica y la creación de un plan de negocio para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la transformación de contenedores marítimos en superficies adaptadas para establecer cualquier actividad de negocio.

El Trabajo empieza con una investigación de mercado a nivel cualitativo y cuantitativo sobre la idea empresarial. Sigue de un estudio detallado de los aspectos del entorno de Trabajo como son: el análisis PESTEL, la cadena de valor de Michael Porter y el análisis DAFO. Este análisis ha permitido conocer en detalle el sector, la competencia y el cliente potencial de la empresa.

Posteriormente, se ha definido la estrategia de marketing con la creación de un marketing mix, describiendo las cuestiones Comerciales más importantes como el producto, el precio y la publicidad. También se ha definido el plan de operaciones que seguirá la empresa enfocado a un crecimiento exponencial positivo de la misma, describiendo el proceso de creación de un proyecto des que llega el cliente hasta que se le entrega el contenedor, seguido también de toda la normativa necesaria para emprender un negocio dentro de un contenedor, así como las restricciones para ubicarlo.

Finalmente, se precede a escoger la forma jurídica de acuerdo a las características iniciales de la empresa a realizar y la realización de un plan financiero del proyecto empresarial definiendo posibles escenarios de futuro. Es concluye que el plan de negocio puede ser rentable debajo diferentes cuestiones a tener mucho en cuenta si se pretenda realizar un proyecto que llegue al éxito en una progresión de 5 años, ya que la empresa tiene una situación empresarial competitivo y actualmente, de poca demanda.

**Palabras clave:** emprendimiento, plan de negocio, inversión, proyecto empresarial, contendor marítimo, transformación.

## **Abstract**

This TFG addresses the study of economic viability and the creation of a business plan for the start-up company dedicated to the transformation of maritime containers into surfaces adapted to establish any kind of business activity.

The work begins with a market research at a qualitative and quantitative level on the business idea. It follows with a detailed study of aspects of the work environment using tools such as: PESTEL analysis, Michal Porter's 5 forces analysis and DAFO analysis. These analyses have made it possible to know in detail the sector, the competition and the potential customer of the company.

Subsequently, the marketing strategy has been defined with the creation of a marketing mix, describing the most important business issues such as a product, price and advertising. It has also been defining the operation plan, that will follow the company focused on a positive exponential growth profit, describing the process of creating a project since the arrival of the customer till the delivery of the container, also followed by all the regulations that are necessary to carry on the business inside the container, as well as the restrictions of each city council to locate it.

Finally, it has been proceeding by choosing the legal form according to the initial characteristics of the company to be carried out and the realization of a financial plan of the business project defining possible future scenarios. It is concluded that the business plan can be profitable under different issues to be taken into account if you intend to do a project that achieves success in a 5 years long, as the company has a competitive business situation and currently a low demand.

**Key words:** entrepreneur, business plan, investment, business project, sea container, transformation.

# INDEX

<b>1. Introducció .....</b>	<b>11</b>
1.1. Objecte .....	11
1.2. Justificació .....	11
1.2.1. Justificació Funcional.....	11
1.2.2. Justificació de la Idea de Negoci.....	11
<b>2. Descripció del projecte empresarial.....</b>	<b>12</b>
2.1. Descripció del servei ofert.....	12
<b>3. Investigació .....</b>	<b>13</b>
3.1. Anàlisi Qualitatiu .....	13
3.2. Anàlisi Quantitatiu.....	17
3.2.1. Conclusions de l'estudi de mercat .....	26
3.3. Idees proposades per la població.....	27
<b>4. Anàlisi extern.....</b>	<b>28</b>
4.1. Anàlisi del entorn macroeconòmic .....	28
4.1.1. Anàlisi PESTEL.....	28
4.2. Anàlisi extern microeconòmic.....	34
4.2.1. Mercat .....	34
4.2.2. Demanda .....	34
4.2.3. Proveïdors .....	35
4.2.4. Anàlisi de la competència.....	35
<b>5. Anàlisi intern .....</b>	<b>38</b>
5.1. Missió, Visió i Valors.....	38
5.1.1. Missió .....	38
5.1.2. Visió i Valors .....	38
5.2. Cadena de Valor de Porter .....	39
5.3. Activitats primàries .....	40
5.3.1. Logística d'entrada .....	40
5.3.2. Operacions .....	41
5.3.3. Logística de sortida.....	41
5.3.4. Màrqueting i ventes .....	42
5.3.5. Servei .....	42
5.4. Activitats secundàries .....	42

5.4.1. Infraestructura de l'empresa .....	42
5.4.2. Gestió de Recursos humans .....	43
5.4.3. Tecnologia .....	43
5.4.4. Compres .....	43
5.5. Conclusió Cadena de Porter .....	43
<b>6. Matriu DAFO.....</b>	<b>44</b>
6.1. Fortaleses .....	45
6.2. Debilitats .....	46
6.3. Oportunitats.....	46
6.4. Amenaces .....	47
6.5 Primers punts d'interès sobre la viabilitat del projecte .....	47
<b>7. Objectius .....</b>	<b>48</b>
<b>8. Estratègies.....</b>	<b>49</b>
8.1. Matriu de Ansoff .....	49
8.2. Estratègia de posicionament de Kotler .....	50
8.3. Diferenciació i lideratge de costos de Porter .....	51
<b>9. Fase operativa-tàctica .....</b>	<b>52</b>
9.1. Màrqueting Mix.....	52
9.1.1. Producte .....	52
9.1.2. Preu .....	53
9.1.3. Promoció .....	54
9.1.4. Distribució (Place) .....	56
9.1. Control de l'estratègia i KPI's .....	56
<b>10. Pla d'operacions .....</b>	<b>57</b>
10.1. Infraestructura i localització.....	57
10.2. Processos.....	58
10.3. Control de Qualitat.....	61
10.4. Gestió de l'existència i proveïdors .....	62
<b>11. Normativa i legislació .....</b>	<b>63</b>
11.1. Normativa dels contenidors .....	63
10.1.1. Normativa instal·lació .....	63
11.1.1. Normativa ubicació i execució del negoci .....	64
11.2. Legislació de Sea Builds .....	65
<b>12. Pla d'organització i RRHH .....</b>	<b>65</b>



12.1. Organigrama i estructura funcional .....	66
12.2. Plantilla inicial i evolució futura .....	66
12.2.1. Salari del personal .....	67
<b>13. Pla de financer .....</b>	<b>68</b>
13.1. Despeses de l'empresa.....	68
13.2. Balanç econòmic .....	71
13.2.1. Cas pessimista .....	72
13.2.2. Cas mig o realista .....	73
13.2.3. Cas optimista.....	74
13.3. Pla financer d'un projecte .....	75
<b>14. Pla de contingències.....</b>	<b>75</b>
<b>15. Conclusions.....</b>	<b>77</b>
<b>16. Bibliografia .....</b>	<b>78</b>
<b>17. Annexes.....</b>	<b>80</b>

## Index de taules

Taula 1: Anàlisi PESTEL. Font: Elaboració pròpia .....	29
Taula 2: Desglossament despeses. Font: Elaboració pròpia .....	70
Taula 3: Desglossament maquinària. Font: Elaboració pròpia.....	71
Taula 4: Desglossament cas pessimista. Font: Elaboració pròpia.....	72
Taula 5: Desglossament cas realista. Font: Elaboració Pròpia .....	73
Taula 6: Desglossament cas optimista. Font: Elaboració pròpia.....	74
Taula 7: Desglossament projecte exemple. Font: Elaboració pròpia.....	75

## Index d'il·lustracions

Il·lustració 1: Logotip Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	12
Il·lustració 2: Contenedor nu. Font: Google images.....	16
Il·lustració 3: Contenedor transformat. Font: Google images .....	16
Il·lustració 4: Mides contenidors. Font: Pinterest.....	21
Il·lustració 5: Negoci contenedor. Font: Google images .....	24
Il·lustració 6: Contenedor transformat. Font: Google images .....	25
Il·lustració 7: Pregunta nº13. Font: Google forms .....	25
Il·lustració 8: Anàlisi PESTEL. Font: Elaboració pròpia .....	28
Il·lustració 9: Zarca S.L. Font: Pàgina web Zarca S.L.....	36
Il·lustració 10: Projectes Zarca. Font: Pàgina web Zarza S.L. ....	36
Il·lustració 11: Logotip Inventa. Font: Pàgina web Inventa.....	37
Il·lustració 12: Projectes Inventa. Font: Pàgina web Inventa.....	37
Il·lustració 13: Cadena de Valor de Porter. Font: Elaboració pròpia.....	40
Il·lustració 14: Matriu DAFO. Font: Elaboració pròpia .....	44
Il·lustració 15: Preus Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	53
Il·lustració 16: Pàgina web Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	54
Il·lustració 17: Pàgina Instagram Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	55
Il·lustració 18: Pàgina LinkedIn Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	55
Il·lustració 19: Nau industrial Sea Builds. Font: Pisos.com.....	57
Il·lustració 20: Localització Nau Industrial Sea Builds. Font: Google maps.....	57
Il·lustració 21: Interior Nau industrial. Font: Pisos.com.....	58
Il·lustració 22: Preus Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	58
Il·lustració 23: Projectes Sea Builds. Font: Pàgina web Sea Builds.....	59
Il·lustració 24: Sketch 3D Contenedor Transformat. Font: LHD Designs.....	60
Il·lustració 25: Contenedor Transformat. Font: Google Images.....	61
Il·lustració 26: Pauta de Qualitat. Font: Elaboració pròpia .....	62
Il·lustració 27: Contenedor transformat. Font: Google images .....	75

## Index de Gràfiques

Gràfica 1: Sexe. Font: Google forms.....	17
Gràfica 2: Edat. Font: Google forms.....	18
Gràfica 3: Emprendre un negoci. Font: Google forms .....	18
Gràfica 4: Sectors dels negocis. Font: Google forms.....	19
Gràfica 5: Superfícies d'adaptació. Font: Google forms.....	20
Gràfica 6: Valoració negoci mòbil. Font: Google forms .....	20
Gràfica 7: Metres quadrats necessaris. Font: Google forms.....	21
Gràfica 8: Criteris de compra. Font: Google forms .....	22
Gràfica 9: Efectivitat publicitat. Font: Google forms.....	23
Gràfica 10: Serveis de més freqüència. Font: Google forms.....	23
Gràfica 11: Preu contenidor. Font: Google forms .....	24
Gràfica 12: Preu adaptat al negoci. Font: Google forms.....	25
Gràfica 13: Empreses amb establiment a Catalunya. Font: IDESCAT.....	30
Gràfica 14: IPC Catalunya i Espanya. Font: INE .....	30
Gràfica 15: PIB Catalunya i Espanya. Font: IDESCAT i INE.....	31
Gràfica 16: Taxa Atur. Font: IDESCAT .....	32
Gràfica 17: Matriu DAFO per Sea Builds. Font: Elaboració pròpia.....	45
Gràfica 18: Matriu Ansoff. Font: Elaboració pròpia .....	50
Gràfica 19: Posicionament Sea Builds. Font: Elaboració pròpia .....	51
Gràfica 20: Diferenciació i lideratge de costos de Porter. Font: Elaboració pròpia .....	52
Gràfica 21: Esquema estructural. Font: Elaboració pròpia .....	66
Gràfica 22: Esquema RRHH. Font: Elaboració pròpia.....	67
Gràfica 23: Despeses empresarials. Font: Elaboració pròpia.....	68
Gràfica 24: Acumulació despeses. Font: Elaboració pròpia .....	69
Gràfica 25: Balanç econòmic cas pessimista. Font: Elaboració pròpia .....	72
Gràfica 26: Balanç econòmic cas realista. Font: Elaboració Pròpia .....	73
Gràfica 27: Balanç econòmic cas optimista. Font: Elaboració Pròpia.....	74

# 1. Introducció

---

## 1.1. Objecte

L'objecte del següent Treball de Final de Grau és el disseny d'un pla de negoci i l'estudi de viabilitat per a la implantació d'una empresa dedicada a encabir qualsevol proposta de negoci a petita escala a un contenidor marítim transformat.

El TFG es realitzarà segons els requisits acadèmics exigits amb l'objectiu d'obtenir el Grau en Enginyeria Mecànica per la UPC.

## 1.2. Justificació

### 1.2.1. Justificació Funcional

Amb la realització del TFG es pretén aplicar els processos, coneixements i eines obtinguts durant el període d'ensenyament acadèmic en la ETSEIAAT. S'ha utilitzat conceptes generals obtinguts principalment en les assignatures de Organització de la Producció, Economia i Gestió d'Empresa, Probabilitat i Estadística i Tecnologies Ambientals i Sostenibilitat. També s'han utilitzat coneixements i habilitats obtingudes de manera general al llarg de tot el grau com la manera de pensar tècnica i lògica, adaptabilitat, pro activitat i capacitat d'autoaprenentatge, etc.

### 1.2.2. Justificació de la Idea de Negoci

El motiu de la realització d'aquest projecte es basa en l'aprofitament d'una oportunitat de negoci en el sector, la qual pot donar pas a l'entrada al mercat d'una nova empresa. L'oportunitat de negoci consisteix en la implantació d'una empresa productora de contenidors marítics transformats per allotjar-hi qualsevol idea de negoci que s'obtingui del client.

Els motius principals que justifiquen la idea de negoci són:

- Plantejament de la idea de part del professorat on l'estudiant hi dóna el seu vistiplau i ho veu viable per a emprendre endavant un projecte.
- Opinió personal sobre el coneixement del mercat i coneixement del negoci, plantejament d'una idea innovadora i poc coneguda.
- Foment de la cultura emprenedora per part del Govern central, com a solució a la crisi econòmica i a la creació de llocs de treball, a través d'ajudes i altres solucions de caràcter fiscal.
- Foment de la activitat productora del país gràcies a una pujada de la economia estatal i europea gràcies a l'augment de l'activitat per part del sector terciari.
- La experiència prèvia d'altres empreses i cadenes on es realitza un procés de producció a petita escala.

## 2. Descripció del projecte empresarial

---



*Il·lustració 1: Logotip Sea Builds. Font: Elaboració pròpia*

Sea Builds serà una empresa dedicada a la transformació de contenidors marítims per a l'adequació d'un negoci a petita escala o de qualsevol servei que es vulgui oferir per a una empresa.

L'empresa estarà especialitzada en oferir un servei totalment personalitzat sobre l'allotjament de negocis en contenidors marítims i ubicar-los en les ubicacions determinades pel client on rep el contenidor totalment ubicat i "llaves en mano".

### **2.1. Descripció del servei ofert**

El servei que oferirà Sea Builds serà un servei totalment personalitzat a cada client, adaptant-se al pressupost del client i a les seves necessitats. El client vindrà amb la idea a parlar amb el departament comercial on prendran nota de les seves necessitats i requisits, es valorarà amb el departament d'enginyeria per a fer una proposta i juntament amb el departament que s'encarregui de la legislació es buscarà una ubicació òptima per al seu negoci. Un cop plantejat una primera idea de la transformació i possibles ubicacions, el client donarà la seva aprovació i es fabricarà el contenidor, se li ubicarà i se li entregarà el client agraint-li la confiança amb la empresa, més tard es farà un seguiment de la evolució del contenidor i es posaran en marxa els serveis post-venda prèviament contractats pel client.

A Sea Builds no només es vol tractar la transformació com a oferiment d'un producte sinó que es vol tractar com a un servei i una experiència per al consumidor, per això tindrà importància el servei post-venda de manteniment i trasllat del contenidor.

# 3. Investigació

---

## 3.1. Anàlisi Qualitatiu

Com a anàlisi qualitatiu se li fa una entrevista oberta a Alberto Rovira, és Enginyer Industrial responsable de la planta de producció d'automoció Ilpea Polinyà, amb una edat de 52 anys, casat amb una situació econòmica estable.

### **Resum:**

Els negocis que s'ha plantejat emprendre l'enquestat són principalment petites botigues franquícia que formen part d'una gran marca (MacxiPa), ja que, una de les avantatges principals és que una gran part de la població les coneix i tenen una gran sortida econòmica al principi de la implantació del negoci. Primerament, després de tenir la idea que es voldrà desenvolupar, quan es disposa muntar un local, es tendeix a llogar la superfície en comptes de comprar-la, l'objectiu d'aquesta acció es minimitzar al màxim la inversió inicial, ja que si la idea requereix d'un gran capital inicial mai es durà a terme.

Respecte els contenidors marítims opina que seria una bona idea ,però hauria de tenir un gran disseny per contraatacar la mala percepció que té la població respecte el contenidor marítim. Tot i així ho troba adient per abastir certs serveis en esdeveniments provisionals multitudinaris, per exemple macrofestivals, concerts amb molt públic o esdeveniments esportius en llocs com estadis o circuits de motor.

Una gran ubicació per aquests contenidors serien les zones "d'emergència", llocs on hi ha hagut una catàstrofe i no hi ha recursos ni temps per construir edificis i ubicar-hi negocis i suplir les necessitats primàries de l'ésser humà. Com podria ser les clíniques o hospitals, establiment de bases militars, centre de comandaments o suplir edificis caiguts per una guerra o una catàstrofe natural.

Els avantatges principals són la mobilitat, el preu, i la possibilitat d'ubicar-los en llocs on no es pot o no interessa edificar.

Els inconvenients són la impossibilitat de no poder-lo ubicar on es desitgi, la temporalitat de la ubicació en la majoria dels casos, el transport i la visió de la població sobre el contenidor marítim.

Respecte a la publicitat opina que s'hauria de promocionar als mateixos llocs on es promocionarien els locals i les naus industrials per a tenir-ho en compte com una segona opció. Els exemples proposats seria en immobiliàries, revistes de publicitat immobiliària, pàgines web com Don Piso i Habitaclia i aplicacions mòbil on pugui haver-hi un mercat de segona mà de compra-venda i lloguers de pisos, locals i naus industrials.

Destaca també les exigències que tindria el client a l'hora d'accedir a per informació sobre aquesta possibilitat d'ubicació del seu negoci, s'hauria de fer una comparativa del preu metre quadrat d'un local convencional amb un contenidor marítim ubicat a la mateixa ubicació i mostrar un catàleg amb projectes fets, les diferents variacions i possibilitats de modificar el contenidor al gust del client.

### **Contingut i apunts obtinguts de l'Entrevista:**

Com a passatemps és l'esport. Les coses de necessitat primària les acostuma a comprar al Mercadona i a centres comercials, les coses de necessitat secundària les acostuma a comprar per internet (Amazon).

M'he plantejat emprendre un petit negoci en el sector dels serveis, que formi part d'una gran empresa, una franquícia (MacxiPa): "la idea ja està feta, se sap que funciona i la gent ja ho coneix".

Si hagués fet un negoci hauria sigut botigues en petit detall però amb franquícia.

El que m'ha tirat enrere es la por a perdre la inversió i els diners estalviats i el temps per fer-ho.

La diferència entre un emprenedor i un que no ho és, és la capacitat per vèncer la por a fer la inversió.

Primer s'ha de tenir una idea i tenir visió de negoci, s'ha de creure en un mateix i confiar en la idea i assumir el gasto de la inversió.

És important que al teu negoci siguis competitiu en el preu, si tu vols implantar uns valors a l'empresa de qualitat a l'empresa és bona idea, però també has de saber que val el que està venent.

Creu que els negocis mes emergents son les franquícies i totes les empreses involucrades amb la tecnologia de la informació, programadors, dissenyadors web, etc.

El negoci l'ubicaria en un local o una oficina, per minimitzar la inversió el llogaria, compraria la maquinària necessària per dur-lo a terme i més endavant ja es veurà si comprar el local o anar a un altre lloc.

En un futur les oficines desapareixeran i es treballa des de casa, però els serveis variaran però els establiments quedaran com fins ara.

### **CONTENIDORS MARÍTIMS**

A mi em sembla bona idea depenent del negoci que s'hi vulgui muntar, hi ha negocis que no hi hauria cap problema però com tots sabem el local de totxanes et donen certa seguretat que un contenidor no te'l donaria.

No m'importaria sabent on l'ubicaria. La ubicació del contenidor es un problema. Qualsevol botiga o bar podria estar ubicada a un contenidor marítim a una plaça o parc a la ciutat.

A part de buscar-hi una solució per a vendre o muntar-hi un negoci també es pot transformar per suplir-hi ubicacions d'emergència (clínicas ràpides en zones afectades, establir bases militars o centre de comandaments policials, o per suplir edificis caiguts per algun tipus de guerra).

Ho trobo adient pels llocs on es munten esdeveniments provisionals, es la millor opció que se li podria donar, per exemple circuits de motor, esdeveniments esportius importants, macrofestivals o macroconcerts, etc.

## AVANTATGES I INCONVENIENTS

- INCONVENIENT: La persona que vulgui ubicar-lo tindrà molts problemes per ubicar-lo on ell vulgui. Només podran ubicar-se temporalment. El tema del transport també és un inconvenient.

Ubicació, permisos, i la visió que es té de un contenidor. Fa imatge d'alguna cosa com "de baratillo". Hauria de tenir un bon disseny per a que el client li entri pels ulls.

S'ha de demostrar que no es una "patranya" a la societat, perquè és el que s'imagina.

- AVANTATGE: La mobilitat, és l'avantatge més gran que té. El preu, és molt més econòmic que un local normal. I la rapida construcció de les coses.

També ho pots posar a llocs on no pots construir, i això és interessant, o que no puguis tenir temps de construir-ho, per exemple clíniques per a catàstrofes naturals.

## PREGUNTES AL OFERIR EL CONTENIDOR:

- Preu en comparació a un local (preu metre quadrat)
- Veure un catàleg amb projectes ja fets, mòduls, dimensions, possibilitats, etc.

## PUBLICITAT:

Als mateixos llocs on es publiciten els locals i els pisos. La persona que busca local o pis ha de trobar això com a alternativa al seu local.

- Immobiliàries
- Revistes on hi ha pisos publicitats (per exemple quan vas a comprar el pa, les revistes que hi ha amb el típic suport de ferro)
- Propostes d'ubicacions a la publicitat
- Opcions de llaques en mano, important ubicació, temps, etc.
- Pàgines web com Don Piso, habitaclic, etc.
- Anuncis en aplicacions de busca de pis



FOTOGRAFIES MOSTRADES:



*Il·lustració 2: Contenedor nu. Font: Google images*

Creu que fa 10 x 2m. Se li fa una explicació de les distàncies del contenidor i se mostra les diferents opcions que hi ha de mides.



*Il·lustració 3: Contenedor transformat. Font: Google images*

Aquest contenidor té tot el que algú esperaria d'un contenidor transformat, un disseny interessant, modern i amb una terrassa dels quals ningú esperaria d'un contenidor.

L'ubicaria en un centre comercial, un parc. Si trobes el lloc és perfecte.

Preu sense transformar: 6.000€

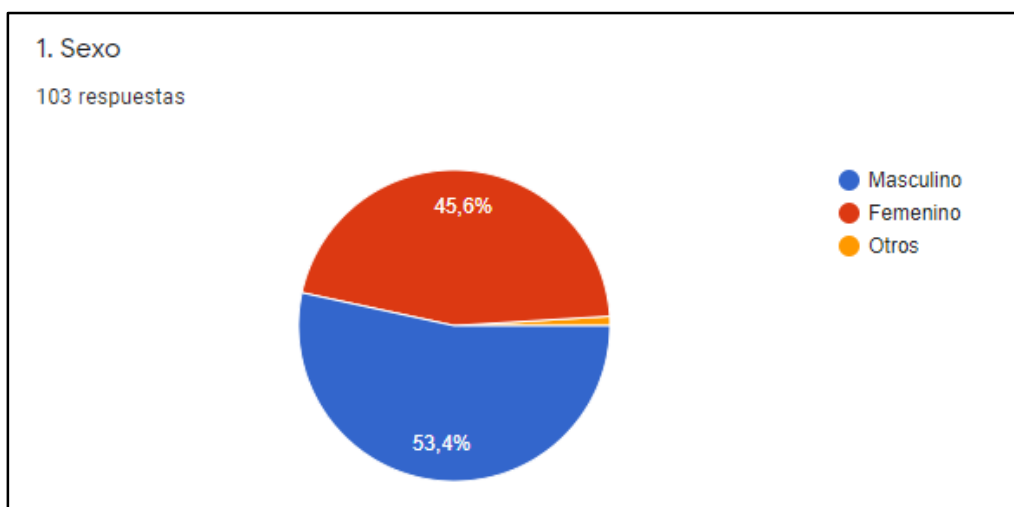
Preu transformat: 50.000-60.000€ depenent del material que hi hagi a dins sobretot.

### 3.2. Anàlisi Quantitatiu

Per a tenir una certesa més exacte de que la idea es aprovada per la societat es fa una enquesta per a compartir amb el target de clients. Es busca un target d'entre uns 20 a 40 anys ja que és la població on més emprèn negocis des de zero i es el que es considera el client més potencial. Des de Sea Builds es busca població que vulgui emprendre un negoci de petites dimensions i amb poca inversió inicial.

Es considera que sense un anàlisi quantitatiu idoni no pot haver-hi una bona estratègia de màrqueting, i per a fer un correcte anàlisi quantitatiu del projecte de Sea Builds es necessitaria un espai mostral igual o superior a 100 mostres, aquesta xifra és superada i amb un total de 14 preguntes a l'enquesta:

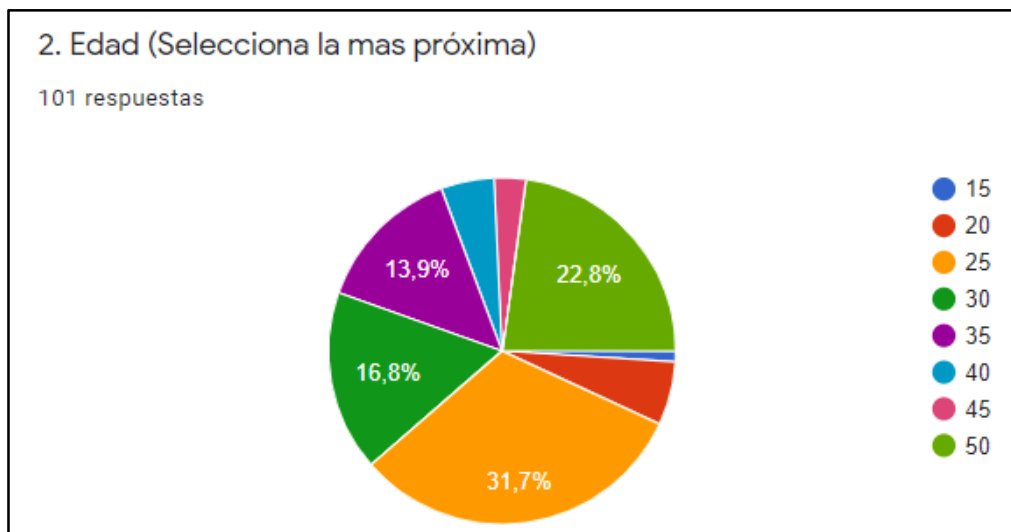
**Gràfica 1**



Gràfica 1: Sexe. Font: Google forms

El resultat de mostres és d'un 45,6% de gènere Femení i un 53,4% de gènere Masculí. S'ha de remarcar la importància de tenir un espai mostral equilibrat ja que els temaris de la creació de negocis pot ser diferent.

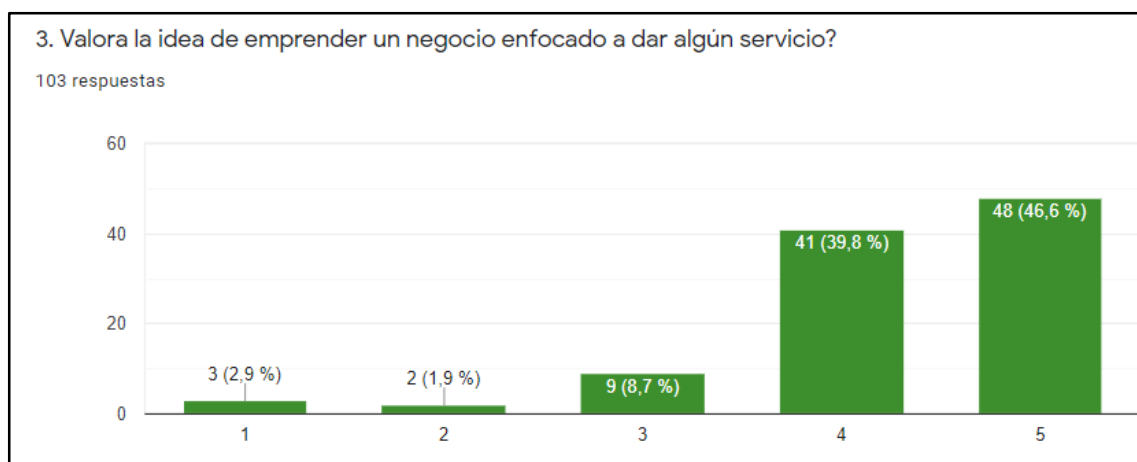
**Gràfica 2**



Gràfica 2: Edat. Font: Google forms

L'edat més destacada de l'espai mostrat amb un total de 101 respostes sobre aquesta pregunta és de 31,7% de 25 anys, 16,8% en 30 anys, 13,8% en 35 anys i 22,8% en 50 anys. Com s'ha comentat anteriorment, el target per a Sea Builds era sobretot entre 25 i 35 anys, a l'enquesta les edats de 25, 30 i 35 anys sumen un espai mostrat del 62,4% sent així la majoria dels enquestats augmentant la efectivitat d'aquesta enquesta. Cal destacar també el 22,8% dels 50 anys, a l'última dècada s'ha augmentat el sentiment d'una gran part de la població que decideix deixar l'empresa on s'hi ha dedicat la majoria de la seva durada laboral i decideix emprendre un nou negoci pel seu compte aprofitant habilitats i clients aconseguits durant la seva estància a la empresa anterior. Aquest és un gran perfil de client que no s'ha de deixar escapar i tenir en compte de cara a fer una bona estratègia de màrqueting i de publicitat.

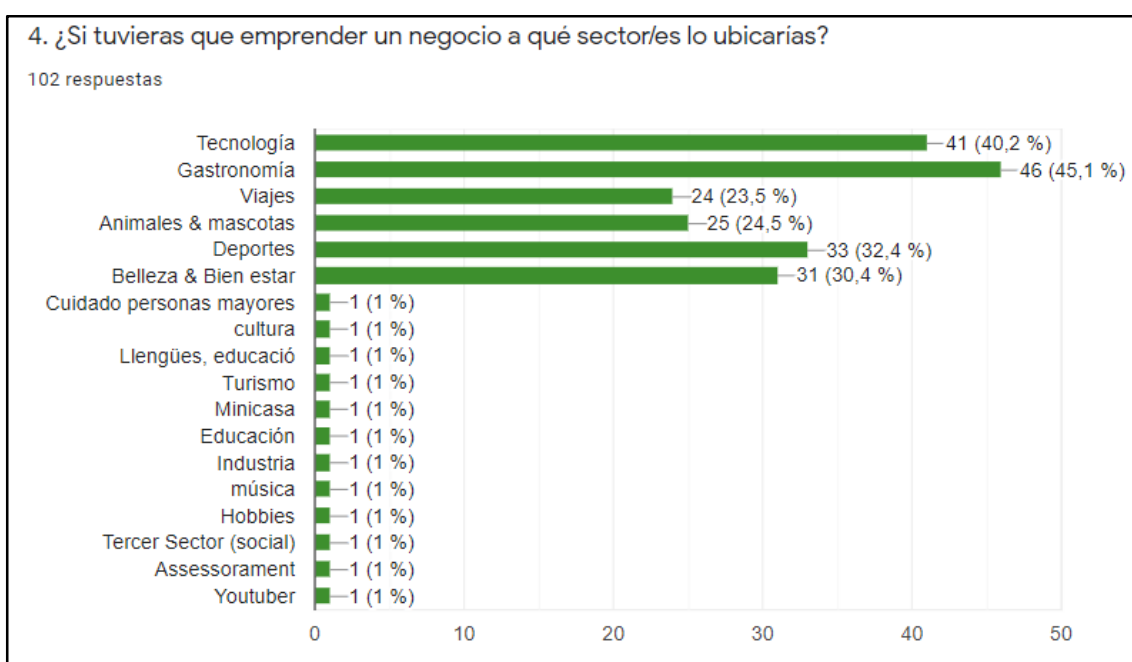
**Gràfica 3**



Gràfica 3: Emprendre un negoci. Font: Google forms

A la pregunta de valorar la idea de “*emprender un negocio a dar algun servicio*”, els resultats han sigut d’un 46,6% a la puntuació 5, vol dir que un 46,6% emprendria un negoci a donar un servei, o sigui enfocat al sector terciari, al sector dels serveis i no al sector primari i secundari com podria ser l’agricultura, ramaderia, pesca, indústria, artesanía o construcció. Cal destacar un 39,8% amb una puntuació 4, que es donaria a entendre com a “Sí però amb condicions”, en funció de la idea de negoci, tot i així la puntuació és alta. Per tant, es podria suposar que un 86,4% de l’espai mostral enfocaria al seu negoci al sector terciari, a donar algun tipus de servei.

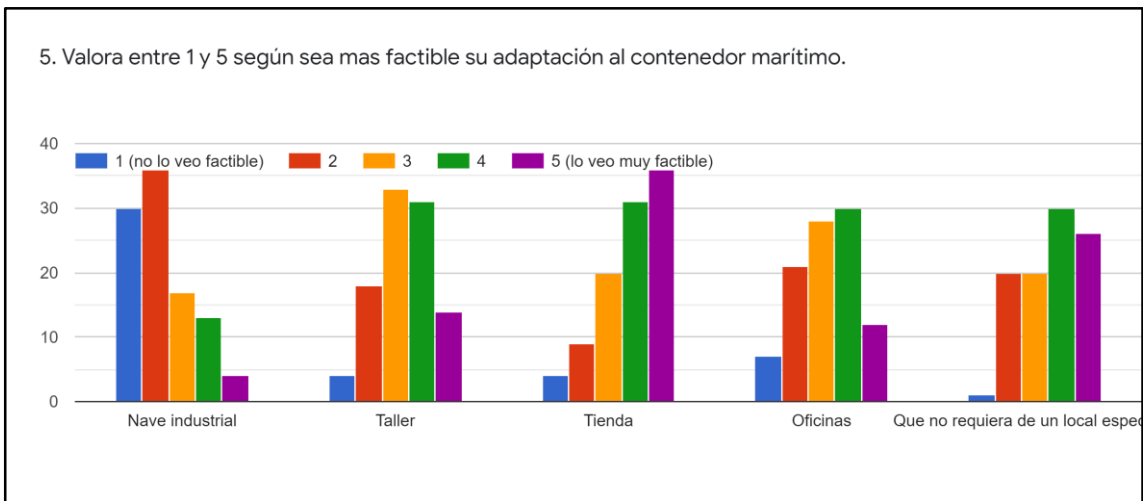
**Gràfica 4**



Gràfica 4: Sectors dels negocis. Font: Google forms

Respecte als temaris dels quals adreçar-se a l’hora de crear un nou negoci els principals temes han sigut: la gastronomia, tecnologia, esports, bellesa i benestar, animals i mascotes i viatges. Aquests resultats ens intueixen que les principals comandes seran dels sectors esmentats, botigues, oficines i restaurants.

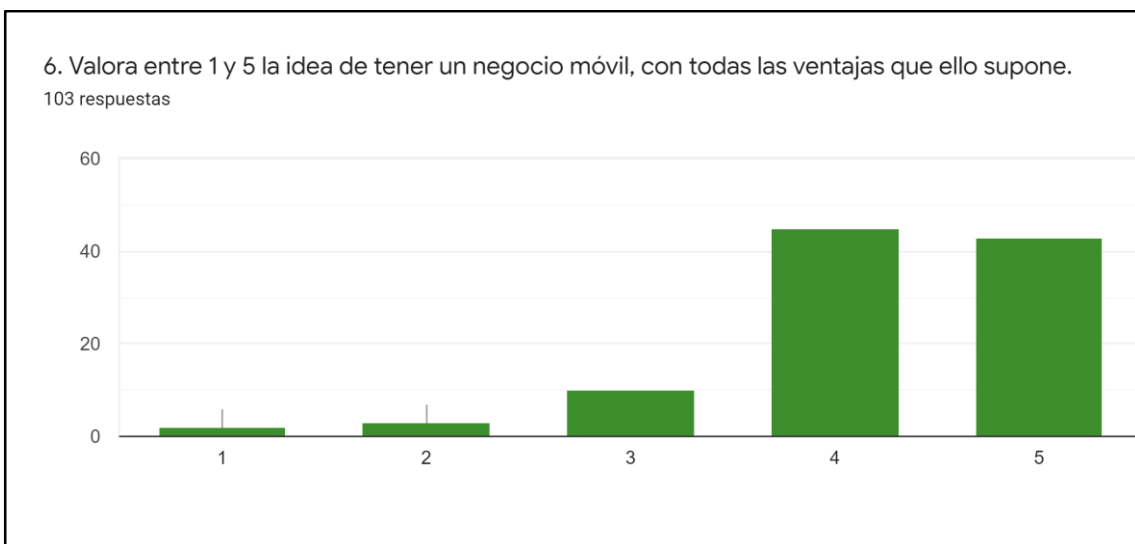
**Gràfica 5**



*Gràfica 5: Superficies d'adaptació. Font: Google forms*

Respecte a la valoració entre 1 i 5 dels diferents tipus de locals per adaptar a un contenidor marítim, el que es veu més factible es la tenda. Té sentit ja que la instrumentaria per muntar una petita tenda és ben senzilla com bé es pot observar als mercats ambulants. També cal destacar la factibilitat dels negocis que no requereixen d'un local com podria ser llocs de treball online, sala de reunions, etc. Les superfícies com el Taller i Tenda s'haurà de justificar aconseguint satisfer a les necessitats i les exigències de cada client. S'ha de descartar totalment la possibilitat de realitzar alguna activitat ubicada a una nau industrial dins d'un contenidor marítim, si que es pot ubicar processos industrials però de petita escala.

**Gràfica 6**



*Gràfica 6: Valoració negoci mòbil. Font: Google forms*

En la següent pregunta la població opta per una valoració de 4 i 5. El que significa que aproven la idea de tenir un negoci mòbil, un negoci que sigui desplaçable. A la valoració 5 estarien

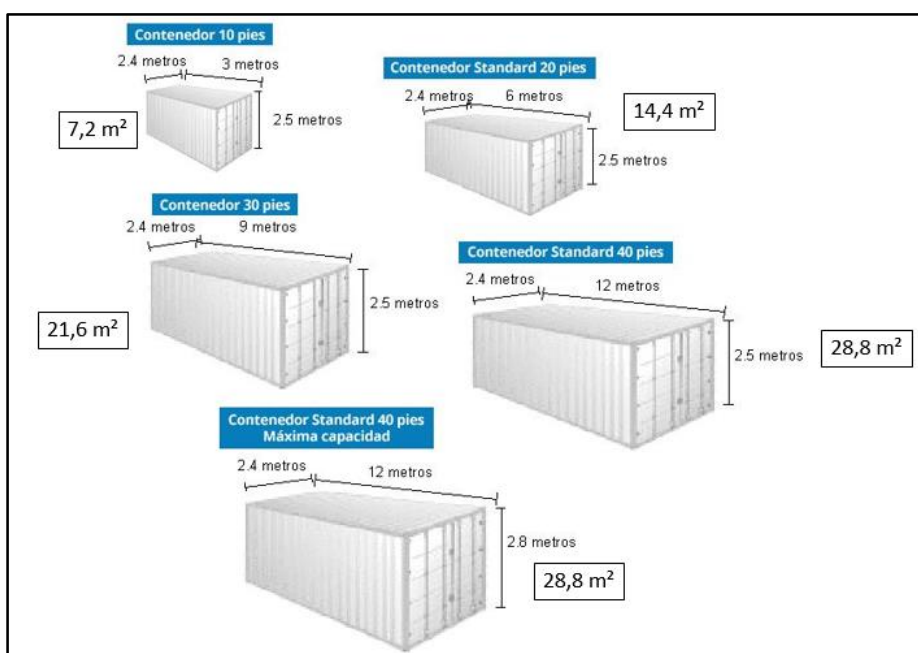
totalment d'acord a la idea i a la valoració 4 dels quals es la puntuació més alta estarien d'acord però amb certes condicions i preguntes al respecte.

### Gràfica 7



Gràfica 7: Metres quadrats necessaris. Font: Google forms

Pel que fa a la següent pregunta, es va preguntar quants metres quadrats es necessitaria per desenvolupar de manera adequada el negoci que es vol emprar sense saber quants metres quadrats es podria tenir en un contenidor marítim.

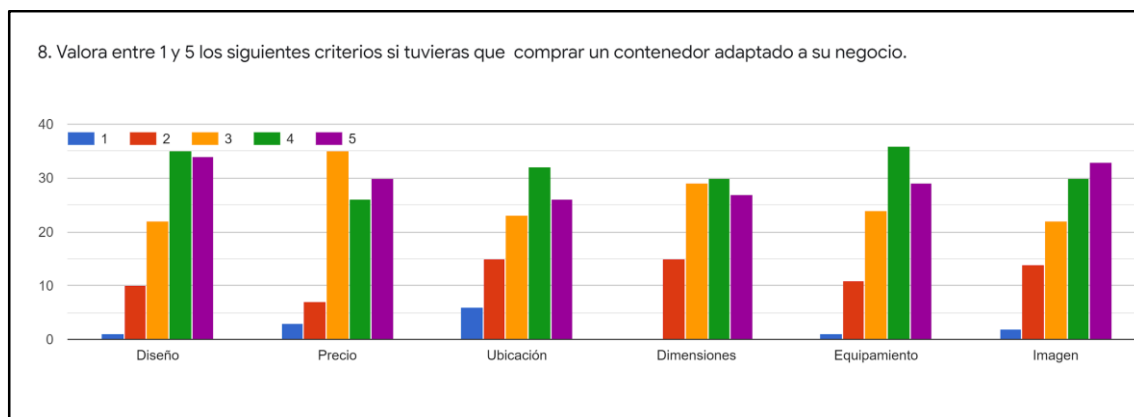


Il·lustració 4: Mides contenidors. Font: Pinterest

Les mides en metres quadrats oscil·len entre 7,2 m² la més petita fins a 28,8 m² la més gran. Per tant, tornant a la pregunta anterior, podríem abastir de 0 fins a 30 m², això agrupa al 48,6% dels enquestats, una xifra que no fa majoria, per tant, s'hauria de convèncer i intentar reduir l'espai sempre complint amb les necessitats i exigències del client. El client haurà de tenir en compte també que al transformar el seu negoci en un contenidor marítim es habitual que l'espai de

manobra es redueixi en part, ja que així, fent aquesta modificació tens altres avantatges que amb un local habitual no es tindria.

**Gràfica 8**



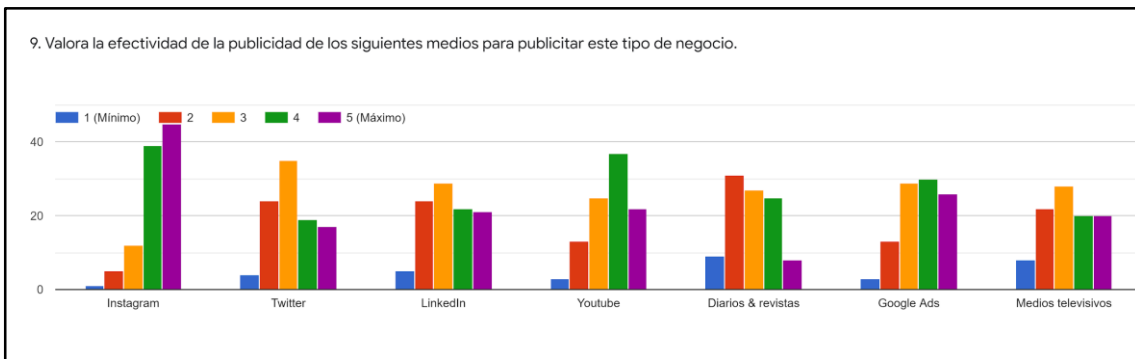
*Gràfica 8: Criteris de compra. Font: Google forms*

Observant la gràfica 8 que respon a la valoració dels criteris previs a comprar un contenidor adaptat al negoci del client, es pot observar que la valoració 5 està molt alta a tots els casos, que es un tipus de negoci on es tindrà un client molt exigent, amb moltes condicions al fer qualsevol compra ja que és una inversió de diners elevada, per tant, haurà d'estar molt segur i convençut a l'hora de realitzar la compra. Analitzant els resultats es pot observar que el disseny, la ubicació, les dimensions, l'equipament i la imatge són els més alts mentre que el preu es el de menys importància.

Analitzant-los un a un, el disseny té una valoració de 4 i 5 en el major dels casos, el preu té una valoració de 3 en majoria, sense deprecuar la valoració de 4 i 5 també bastant elevada. La ubicació té la valoració més alta de 4, sense obviar la 3 i la 5 també, dimensions té una puntuació molt igualada entre la valoració 3, 4 i 5. Equipament lidera la valoració 4 i imatge predomina la 5.

En conclusió el client exigeix un bon disseny del contenidor, una bona ubicació, unes dimensions que li satisfacin segons les seves necessitats, un equipament a les alçades dels seus requisits que anirà molt lligat al preu, ja que en la majoria dels casos un alt cost de l'equipament serà directament proporcional a un alt preu final i donant tot el conjunt una imatge de serietat i uns valors a l'empresa favorables pel client.

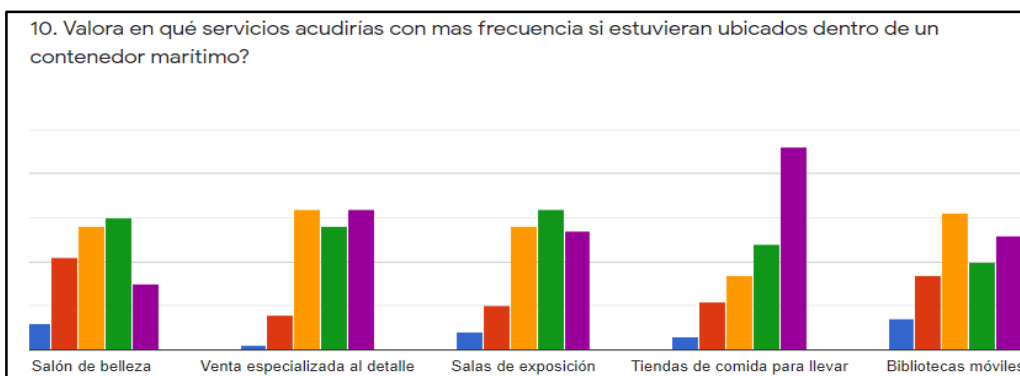
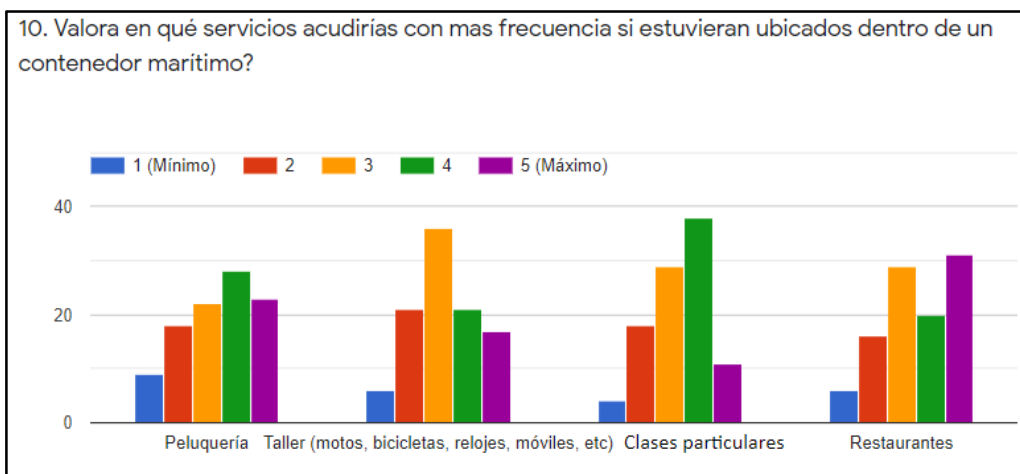
### Gràfica 9



Gràfica 9: Efectivitat publicitat. Font: Google forms

Respecte als medis de comunicació per a publicitar-se més efectius segons els enquestats han sigut principalment per internet, liderant la llista amb diferència l'Instagram. Seguint Instagram hi ha Youtube, Twitter i Google Ads. Una mala inversió seria publicitar Sea Builds als diaris i a medis televisius. En conclusió, la inversió a publicitat a internet és, amb diferència, més efectiva que altres mètodes de publicitat tradicionals com són diaris, revistes i medis televisius.

### Gràfica 10

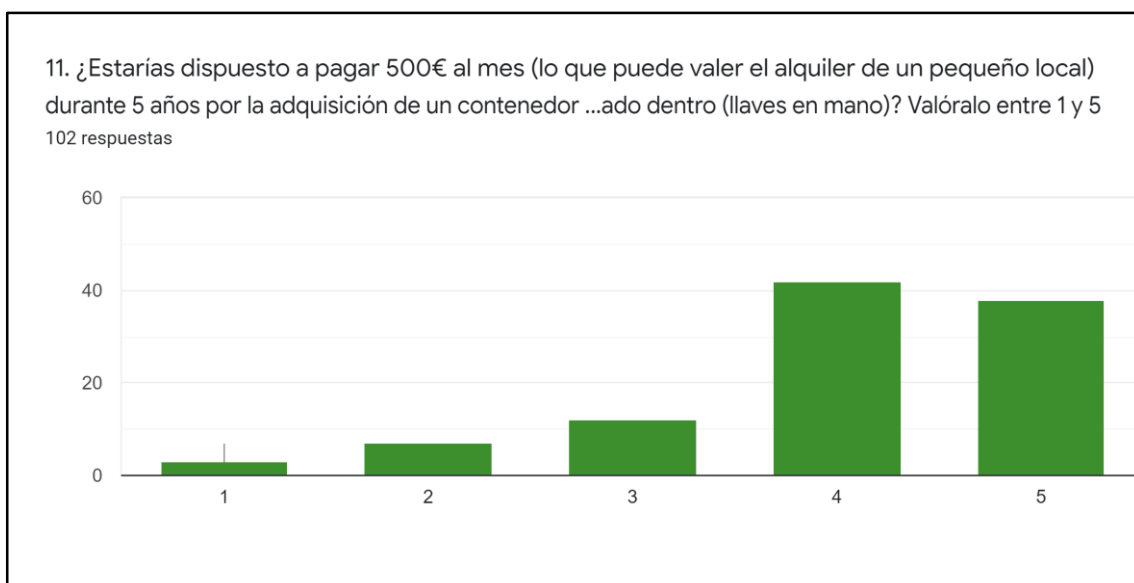


Gràfica 10: Serveis de més freqüència. Font: Google forms



Respecte a la valoració dels serveis que acudiria l'enqu Coastat si estiguessin ubicats dins d'un contenidor marítim predominen els serveis de gastronomia com son les tendes de menjar per emportar i restaurants seguint de les classes particulars, venda especialitzada al detall, sales d'exposició i perruqueria. Els que no han tingut acceptació pels enquestats ha sigut els salons de bellesa, biblioteques mòbils i tallers. Aquesta gràfica serà molt útil per saber quina és la demanda de contenidors esperada pels nostres clients i així especialitzar-se i emprar més temps en la busca de proveïdors de material per unes temàtiques o unes altres. Aquesta gràfica també és molt útil per enfocar la estratègia de màrqueting, moltes vegades es fa servir les emocions com a eina per transmetre un producte i depenent de la demanda s'enfoca la publicitat cap a una direcció o un altre.

**Gràfica 11**



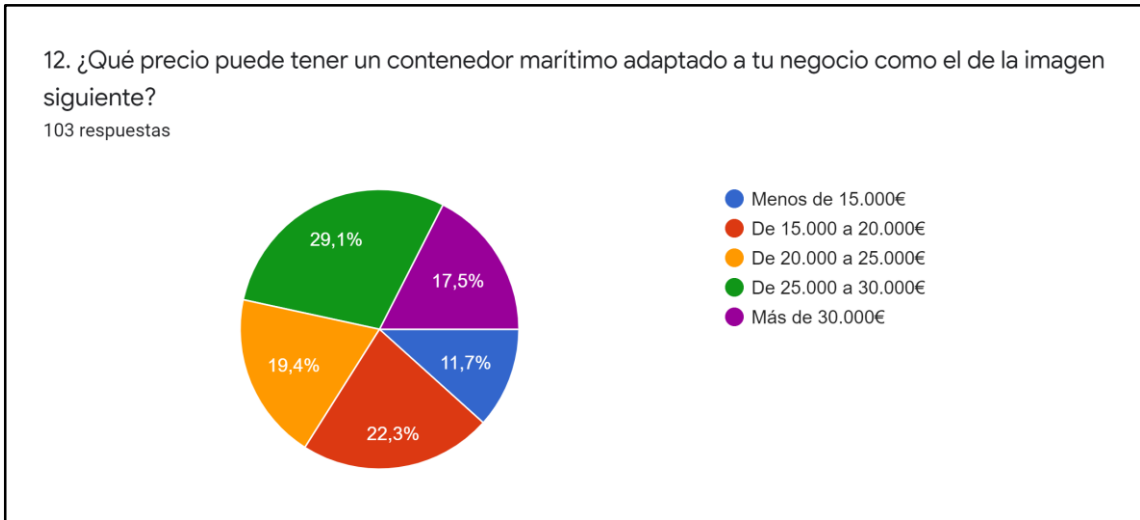
*Gràfica 11: Preu contenidor. Font: Google forms*



*Il·lustració 5: Negoci contenidor. Font: Google images*

A la resposta si estaria disposat a pagar 500€ al més per el contenidor de la imatge superior la majoria dels enquestats han contestat amb la valoració 4 i 5. Això vol dir que estarien disposats a pagar 500€ al mes durant 5 anys, això fa un total de 30.000€, es un marge molt elevat de benefici com es podrà contemplar més endavant als marges de benefici del contenidor.

## Gràfica 12



Gràfica 12: Preu adaptat al negoci. Font: Google forms



Il·lustració 6: Contenedor transformat. Font: Google images

Respecte a la pregunta de quin preu podria tenir un contenedor marítim com el de la imatge superior l'opinió que han tingut els enquestats és molt variada i molt igualada entre les diferents franges de preu. Però s'ha de destacar el fet que el 66% dels enquestats opinen que aquest contenedor val més de 20.000€. S'haurà de veure més endavant si en la realització d'un projecte si s'ajusta a aquest preu per un contenedor d'aquest tipus, el preu serà aproximat ja que no podem saber la marca ni el model de tots els components que conté el contenedor de la imatge en qüestió. Com s'ha comentat abans, el preu del contenedor va molt en funció dels components que contingui.

13. Nos interesa tu opinión, añade lo que creas conveniente.

Il·lustració 7: Pregunta nº13. Font: Google forms

Respecte a l'opinió de l'espai mostral, els enquestats opinen, com a opinió general, que els hi sembla una bona idea d'inversió per substituir un local convencional però que s'hauria de tractar certs condicionants abans de comprar el contenidor. El sentiment cap aquest tipus de negoci és molt positiu i amb moltes idees de futur.

### **3.2.1. Conclusions de l'estudi de mercat**

La idea de transformar un contenidor marítim obsolet a un negoci de més baix cost que un instal·lat en una superfície tradicional és una idea que convens a la majoria dels enquestats, no només per la imatge "*ecofriendly*" que li proporciona al negoci sinó per ser un mètode innovador i poc vist a la societat avui en dia. La percepció que rep l'enquesta és que la població està més motivada per veure quins són els dissenys més tecnològicament desenvolupats que es pot fer amb els contenidors que no pas la idea de ser beneficiosos pel medi ambient.

No obstant això, l'usuari també té moltes preguntes, com és lògic. Al ser una idea innovadora s'ha de respondre a moltes inquietuds del client, que, a l'hora de vendre el producte, el departament de màrqueting s'haurà d'anticipar, així donant un sentiment de professionalitat de cara al client.

Respecte als productes amb més èxit respecte als contenidors de Sea Builds seran temàtiques enfocades a la gastronomia. El cas ideal seria un servei enfocat a la gastronomia i que provinguí d'una franquícia ja creada, aquesta situació li donaria al client una situació de confiança. Aquesta situació junt a una bona ubicació farien una combinació idònia per a garantir l'èxit del negoci del client.

Respecte als mètodes de publicitat més efectius es deixaria de banda els mètodes tradicionals com les revistes, diaris, mètodes televisius, pancartes, publicitat als vehicles de servei públic, donant pas a les noves tecnologies online com Instagram, Youtube i Google Ads. També serà important tenir en compte que l'usuari que busqui un local convencional per internet ha de ser capaç de veure aquest mètode com alternativa per al seu negoci.

De cara al producte el client es molt exigent en quant al disseny, la ubicació, les dimensions, l'equipament i la imatge, al ser un producte innovador s'haurà de donar-li molta importància a aquests factors per a convèncer al client i donar-li una sensació que està comprant molt més barat del que realment val, ja que es juga en la contra que es un producte poc conegut.

El preu del producte anirà molt en funció del pressupost de cada client, segons l'equipament que porti el contenidor i del negoci que vulgui implantar-hi, pot haver-hi molta diferència de pressupost segons la temàtica que es vulgui emprar, no seria el mateix la instal·lació d'una cuina d'un restaurant que les estanteries per una floristeria, la diferència de preu pot variar fins a 4 xifres depenent dels components del contenidor, tot i així des del departament d'enginyeria s'intentarà ajustar el preu al màxim per a garantir el servei. Respecte a l'enquesta s'ha pogut veure que el fraccionament del preu total és la millor manera per a garantir el màxim benefici per a cada contenidor, així doncs, s'haurà de tenir bones ofertes de finançament abans de vendre cada contenidor al seu client, això també dependrà del capital de l'empresa del client, la diferència de capitals entre una multinacional i un emprenedor pot ser molt elevada.

Tot i així, la idea que el negoci no sigui fixe i es pugui traslladar en depèn de quines ubicacions és una idea que agrada força als enquestats, però tenint preguntes sobre els permisos de les ubicacions, no obstant, la sensació global del projecte es molt positiva i deixant veure una motivació sense precedents dels enquestats per a veure més habitualment projectes així als carrers.

### 3.3. Idees proposades per la població

També es va proposar i preguntar quins eren els negocis que creien que podien encaixar en un contenidor marítim, o que veurien viable per a fer el negoci.

Es va proposar la següent llista:

- PERRUQUERIA
- AULES MOBILS
- TALLERS (MOTOCICLETES, BRICOLATGE, AFILADORS D'ESTRIS, TALLER DE MANTENIMENT GENERAL)
- SPA MOBIL
- FISIOTERAPEUTA
- TERAPIES DE QUALSEVOL TIPUS (PSICOLOGIA, SALES PER METGES)
- TENDES (GELADERIA, CREPERIA)
- "MERCADILLO" (TENDES DE PRODUCTES HABITUALS (ROBA, SABATES, MATERIAL CASA)
- GÀBIA (GOSSERES)
- QUADRA DE CAVALLS
- HOTELS (CABINES DORMITORI ESTIL JAPONÈS)
- LABABOS PORTATILS (FESTIVALS)
- CABINES PER LES OBRES
- MINI MAGATZEMS (BICICLETES BICING, MOTOS, PATINETS ELÈCTRICS, etc.)
- CHIRINGUITOS PLATJA O A ESTACIONS D'SKI
- RESTAURANTS FAST FOOD (HAMBURGUESES, SUSHI)
- HOSPITAL MOBIL
- MINI HOTEL PER HORES
- DISCO MOBIL

Serà important tenir-la en compte per a la creació de contenidors predeterminats com a alternativa per si hi ha contenidors sobrants, falta de treball, alguna situació de crisi o alguna proposta de oferta per al contenidor.

També servirà al departament de I+D+i com a inspiració dels seus projectes.

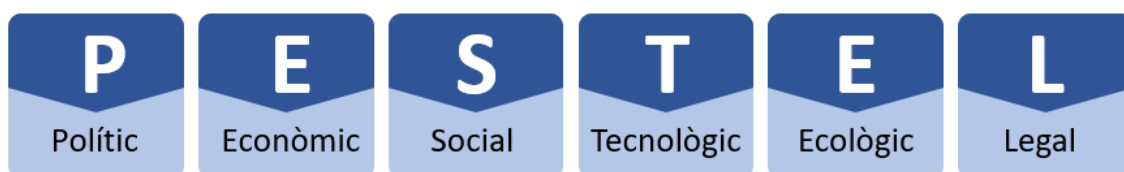
## 4. Anàlisi extern

---

### 4.1. Anàlisi del entorn macroeconòmic

L'anàlisi de l'entorn és una eina que serveix principalment per analitzar la situació que envolta l'empresa i així posicionar-se millor. Per a realitzar la implementació d'una nova empresa es imprescindible conèixer correctament l'entorn així com els factors que puguin influenciar-la.

#### 4.1.1. Anàlisi PESTEL



*Il·lustració 8: Anàlisi PESTEL. Font: Elaboració pròpia*

L'anàlisi PESTEL es un instrument que serveix per analitzar l'entorn que envolta el negoci, analitzant una sèrie de factors que són els que li donen nom. Es tracta dels factors Polítics, Econòmics, Socials, Tecnològics, Mediambientals i Legals.

El funcionament del anàlisi PESTEL consisteix en puntuar una sèrie de factors de cada variable per a veure quins són els punts forts i els punts febles de l'entorn per a l'empresa. Aquests factors s'avaluaran de 1 a 5 depenent si és més o menys desfavorable. Després es farà una mitjana de la variable per extreure'n el resultat final. Es tindrà en compte el temps d'impacte, curt (menys de 12 mesos), mig (1-3 anys) i llarg (més de 3 anys)

La puntuació de la influència serà:

- **1** Molt Negatiu
- **2** Negatiu
- **3** Imparcial
- **4** Positiu
- **5** Molt positiu

FACTORS CLAU DE L'ENTORN	1	2	3	4	5
<b>ENTORN POLÍTIC</b>					
Situació Política		x			
Sentiment separatista		x			
Política d'emprenedoria i regeneració					x
Empreses amb establiment a Catalunya				x	
<b>ENTORN ECONÒMIC</b>					
Política político-econòmica			x		
Regeneració econòmica				x	
IPC				x	
PIB	x				
Taxa d'Atur			x		
<b>ENTORN SOCIAL</b>					
Transformació social				x	
Societat tecnològica				x	
Lluita per la igualtat en tots els àmbits			x		
Qualitat abans que quantitat				x	
<b>ENTORN TECNOLÒGIC</b>					
Transició energètica			x		
Obsolescència		x			
Era de la automatització				x	
<b>ENTORN MEDIOAMBIENTAL</b>					
Polítiques de millora eficiència energètica			x		
Ús menys intensius dels recursos				x	
Alternatives per la quantitat de residus					x
Residus generats pel sector			x		
<b>ANALISI LEGAL</b>					
Lleis i permisos		x			

Taula 1: Anàlisi PESTEL. Font: Elaboració pròpia

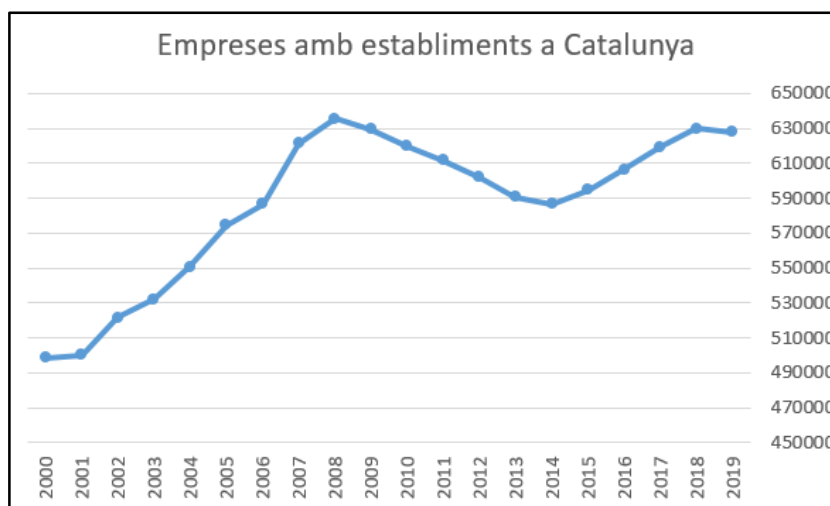
#### 4.1.1.1. Anàlisi Polític

En la última dècada, sobretot als últims anys, Catalunya es troba dividida entre la població a favor de l'independentisme i la separació en vers l'estat espanyol i entre la població a favor de l'unionisme. Això ha causat una gran inestabilitat política i una enemistat amb el govern central estatal, però sempre governant partits més liberals.

Tota aquesta inestabilitat política va causar més furor al passar la crisi causada entre els anys 2008 i 2014 on hi governava una política de recessió. Entrant el 2015 es va canviar la forma de

fer política donant pas a una política d'emprenedoria i de regeneració econòmica del país recolzant-se en la indústria i ens avenços tecnològics.

Tot i la inestabilitat política esmentada, el sector empresarial no ha deixat de créixer als últims anys, com es pot observar als últims informes oficials de l'IDESCAT, hi ha hagut un augment del número d'empreses, sobretot de les microempreses o Start-ups.



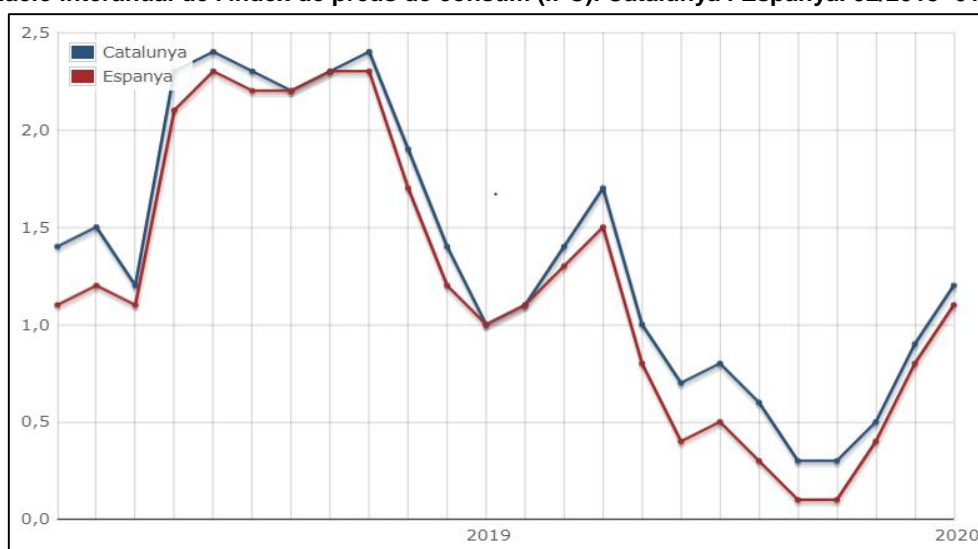
Gràfica 13: Empreses amb establiment a Catalunya. Font: IDESCAT

#### 4.1.1.2. Anàlisi Econòmic

El sentiment global econòmic va a favor de la regeneració i de la creació de llocs de treball augmentant les exportacions a altres països. En aquest apartat s'estudiarà la situació econòmica actual del país analitzant els indicadors macroeconòmics com PIB, IPC, Taxa d'atur, etc.

### IPC

Variació interanual de l'índex de preus de consum (IPC). Catalunya i Espanya. 02/2018–01/2020



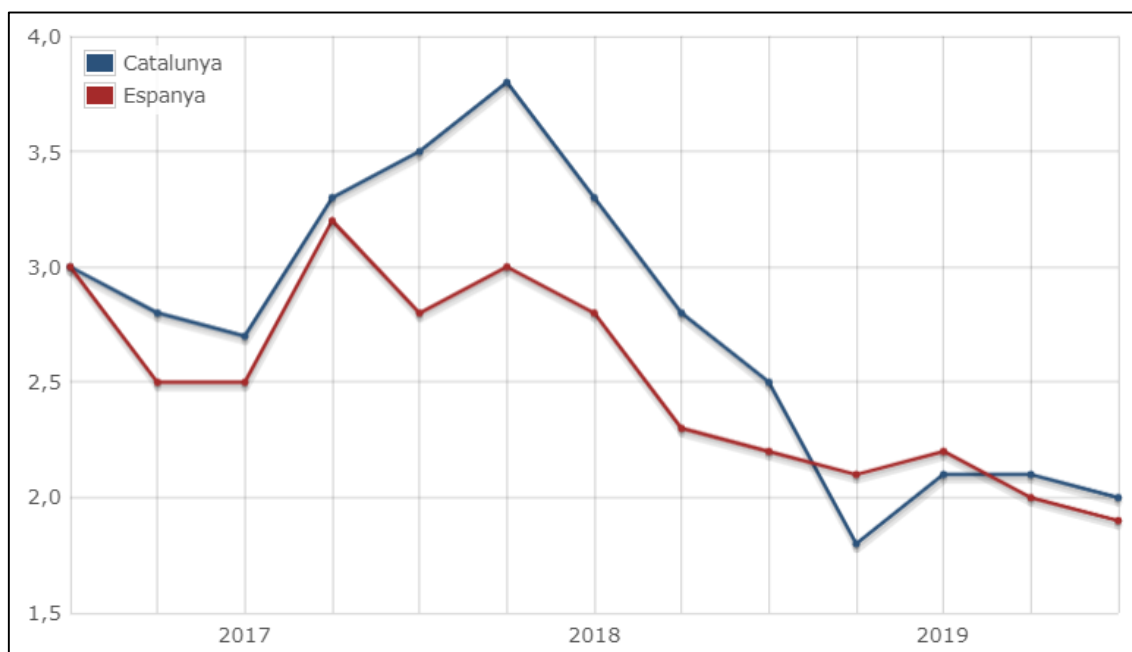
Gràfica 14: IPC Catalunya i Espanya. Font: INE

Respecte a la taxa del Índex de preus de consum (IPC) es situa al mateix nivell respecte a l'any passat, si que s'ha tingut un estiu del 2019 de caiguda, això va fer que hi hagués més mobilització econòmica on és un clar ajudant pels nous negocis però si que durant finals d'aquest 2019 i principis del 2020 hi ha una recuperació del IPC on es tornarà a relantitzar el flux econòmic

La taxa del Índex de Preus de Consum (IPC) anual es situa un 1,9% menys que l'any passat. Això ens indica un període de recuperació econòmica continua.

## **PIB**

### **Variació interanual en volum del producte interior brut (PIB), base 2010, corregit d'estacionalitat. Catalunya i Espanya. T3/2016–T3/2019**

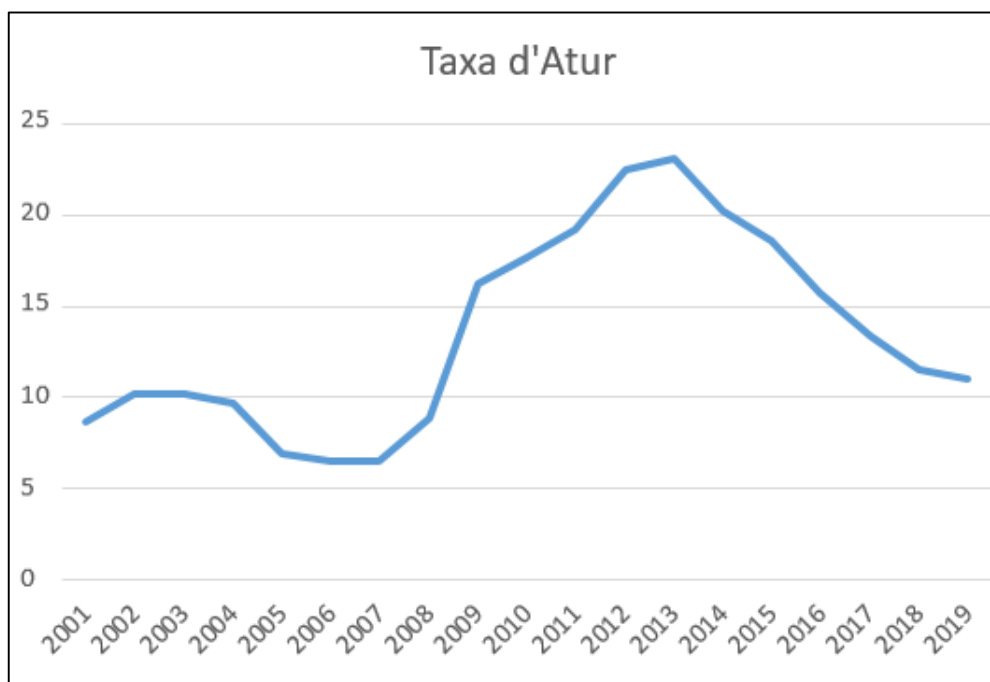


Gràfica 15: PIB Catalunya i Espanya. Font: IDESCAT i INE

En quant a la taxa del Producte Interior Brut (PIB) es veu una clara disminució d'un 1% respecte el 2016, això frena la recuperació econòmica, ja que significa que el valor del país, en aquest cas de Catalunya, disminueix respecte a la resta de comunitats o països del món. Així fent que la moneda del país i els productes que s'exporten redueixin el seu valor, com a conseqüència, el producte valdrà menys. Si augmenta el producte interior brut d'un país augmenta directament proporcional la seva economia, i per tant, el seu valor.



## Taxa d'Atur



Gràfica 16: Taxa Atur. Font: IDESCAT

A la taxa d'atur de l'estat espanyol es pot comprovar que hi ha un 2% menys d'atur al 2018 respecte el 2017, això és un clar indicador de la recuperació econòmica del país.

### **4.1.1.3. Anàlisi Social, Sociocultural, Sociodemogràfic**

Avui en dia la societat es regeix per la conscienciació de la sostenibilitat en l'àmbit tecnològic. L'escalfament global del planeta i els alts índex de contaminació de l'aire i dels mars ha fet que els avenços tecnològic tinguin com a punt de mira la sostenibilitat, així també canviant una societat de consumisme cap a una societat més neta i conscient en tots els àmbits. Per això, en la nostra empresa és un punt fort a tenir en compte ja que els hi donem una segona vida útil als contenidors marítims obsolets per la seva normativa. La possibilitat de poder transformar un contenir marítim on el seu sector seria el transport a donar-li una segona vida útil al món de les estructures i la construcció dóna molt joc a l'hora de crear una estratègia de màrqueting.

També regna una societat dominada pel canvi constant i a un ritme cada vegada més ràpid, les generacions canvien cada vegada amb una diferència més gran a l'anterior, això crea modes i tendències molt curtes i variades. No s'ha de deixar a banda que s'implanta des dels últims anys una població on lluita pels drets igualitaris entre gèneres i races, on no es vol les diferències en un món que cada vegada esta més globalitzat, però sense oblidar les costums de cada terra. Una societat també transformant-se de la "Quantitat" cap a la "Qualitat" on es deixa enrere el pensament que com més millor i deixa pas al pensament que menys i ben fet.

#### **4.1.1.4. Anàlisi Tecnològic**

Les empreses industrials cada vegada tenen un major grau tecnològic, cada vegada s'intenta que el procés estigui el màxim automatitzat possible així evitant els desavantatges dels recursos humans.

Sí que és cert, que l'automatització surt a compte si els processos són molt repetitius i de dimensions petites. Aquest producte és de gran dimensions i la maquinària necessària serà per poder assolir feines on no arriben les capacitats humanes.

Sea Builds estarà enfocada al àmbit tecnològic però no es podria considerar, almenys a priori, una empresa en cadena industrial, ja que no hi ha una producció continuada sinó que es basarà en desenvolupar projectes. Es tindrà varis projectes i un equip d'enginyers i tècnics aniran complint els seus objectius. Els equips aniran variant segons el objectiu del contenidor, si es necessita fer un restaurant es necessitaran experts en cuines industrials en canvi si es necessita fer un taller de motos caldran experts en maquinaria de taller sempre tenint en ment la optimització de l'espai com a objectiu principal.

La maquinària i els processos principals necessaris per a dur a terme el nostre producte seran:

- Grua transportadora: s'utilitzarà per desplaçar i moure els contenidors per la fàbrica.
- Equip d'enginyeria: es necessitarà un enginyer mecànic, elèctric i industrial per a fer els certificats pertinents per a la construcció.
- Lampistes: es necessitaran per fer instal·lacions d'aigua, gas, etc.
- Electricistes: es necessitaran per fer les instal·lacions elèctriques.
- Mecànics: per a adaptar el contenidor al negoci pertinent.

Els electricistes, lampistes i mecànics necessitaran la maquinaria especialitzada en els seus sectors on se'ls hi adaptarà l'espai pertinent per el seu desenvolupament.

#### **4.1.1.5. Anàlisi Mediambiental**

El sector industrial cada vegada és més respectuós amb el medi ambient i ja son moltes les restriccions i les lleis aplicades tant a Catalunya com a l'estat espanyol.

Cada vegada les empreses estan més conscienciades que se li ha de buscar una segona opció a qualsevol tipus de residu que genera la empresa o sinó s'ha de establir contractes amb empreses per a que et processin els teus residus i no facis un mal mediambiental.

Per sort, Sea Builds és una d'aquestes empreses que aprofita la matèria d'altres empreses, en aquest cas seria principalment els ports marítims d'on obtindrà els contenidors marítims i es processaran per donar-li una segona vida útil, així fent una activitat de reciclatge i de reutilització per un producte ja inservible.

#### **4.1.1.6. Anàlisi Legal**

Des del punt de vista legal existeix un conjunt de normatives i de disposicions legals tant a nivell autonòmic com nacional o internacional, depenent del que sigui el negoci la normativa també variarà.

Però hi ha una sèrie de normatives mínimes que s'ha de complir per a qualsevol local on es vulgui aplicar un negoci:

- Pla General Urbanístic: encara que el nostre negoci sigui un element mòbil s'ha de tenir consciència d'on es pot ubicar i on no, depenent del pla urbanístic.
- Llicència d'activitat: s'haurà de sol·licitar una llicència conforme es vol implantar una activitat en aquell espai o sigui en el contenidor.
- Llei de protecció contra incendis: haurà de tenir els útils pertinents en cas d'incendi.
- Llei d'accessibilitat: aquesta llei dicta que les condicions mínimes necessàries per a poder dur a terme el negoci (instal·lació elèctrica, climatització, etc.).

### **4.2. Anàlisi extern microeconòmic**

L'anàlisi del microentorn o l'anàlisi microeconòmic de la indústria que va enfocada l'empresa conté tots els factors externs i no controlables més pròxims a les operacions de venda, i que per tant, influeixen de manera més directa a l'activitat financera de l'empresa.

#### **4.2.1. Mercat**

El mercat de la transformació de contenidors marítims és un mercat amb molt poques fluctuacions no hi ha grans nivells de venda ja que és un mercat poc conegut. Això és degut al poc coneixement d'aquest tema, és una idea que, encara que existeixi, és força innovadora i si s'ha començat a veure una idea semblant en l'àmbit de la construcció.

Per tant, aquest mercat és un mercat on hi ha més oferta que demanda a causa del seu desconeixement per a la població.

Apart, s'ha de destacar que aquest producte en sí és una transformació de un altre producte que té un mercat totalment diferent, és donar-li una segona vida a un producte obsolet.

#### **4.2.2. Demanda**

Com s'ha comentat anteriorment, no hi ha demanda d'aquest negoci ja que és desconegut per la població i pel target de clients al que va dirigit, el producte és un producte que ja existeix però des de fa poc temps, per tant, té cert factor de innovació i intenta donar una alternativa a un mercat molt més gran que seria la venda o lloguer dels locals.

Per tant, la missió seria fer-se conèixer per a poder agafar una part de la demanda del lloguer i venda dels locals convencionals, ja que aquesta idea es una alternativa sobre aquest mercat.

Per tant, com a conclusió seria que hi ha molt poca demanda d'aquest producte perquè és bastant innovador.

### 4.2.3. Proveïdors

Al ser un producte on es dóna una segona oportunitat a un producte on té un mercat molt gran i hi ha molta oferta dels contenidors obsolets. Al ser un mercat de producte obsolet hi ha molt producte de segona mà, per tant, hi ha molt usuari que es converteix en proveïdor sense tenir una empresa sòlida, però les principals empreses de venda de contenidors són:

#### **Aneltia Trading, S.L**

Aneltia Trading, S.L és una empresa amb seu a Saragossa que es dedica a la venda a l'engros i al detall de contenidors marítics tant nous com de segona mà on distribueixen per tot el país, tenen un rang de vendes de 0,6 i 1,5 millors d'euros l'any. El seu principal mercat és la venda de contenidors però també tenen venda de mòduls prefabricats, contenidors frigorífics i plataformes. El preu dels contenidors usats pot anar dels 1000€ als 4000€ depèn de la mida i l'estat del contenidor.

#### **iCommers Every S.L.U**

Icommers Every és una empresa dedicada als negocis d'internet i compte amb més de 30 negocis a internet, és una de les empreses distribuïdores online més gran del país i esta majoritàriament enfocada a materials de construcció i logística. Té un rang de ventes d'entre 1 i 2,5 milions d'euros l'any, amb un total d'entre 11 i 50 empleats. El negoci més antic que tenen és la venda de contenidors marítics creada el 2003 amb la pàgina todocontenedores.com. El preu dels contenidors usats pot anar dels 1800 als 3500€.

Existeix una gran quantitat de proveïdors d'aquest material, no només al país sinó fora, també es pot comprar en lots de contenidors, apart, hi ha molts proveïdors a pàgines com Vibbo, Milanuncios i Wallapop per a comprar contenidors de segona mà per a poder-los transformar.

### 4.2.4. Anàlisi de la competència

El món empresarial d'avui en dia es regeix per la alta competitivitat gràcies a la globalització i a les noves tecnologies de comunicació que permeten un àmpliament de mercat a una velocitat que no s'havia vist fins ara. Avui en dia les empreses estan contínuament llançant nous productes cada vegada amb més freqüència i obrint-se a nous mercats. Es molt habitual veure empreses canviant-se de sector i obrint noves empreses o sucursals amagant la imatge corporativa que les envolta darrere buscant nous mercats i noves modes per a tenir un benefici cada vegada superior.

L'anàlisi de la competència és l'estudi de les empreses que produeixen i venen productes similars a l'empresa que es vol emprar. En aquest cas, aquest estudi de la competència es basarà en analitzar la competència directa a Sea Builds, deixant de banda l'estudi de possibles distribuïdors o empreses que es dediquin a crear productes amb el mateix objectiu que Sea Builds però amb diferent producte, com podria ser empreses creadores dels famosos Food Trucks.

Les empreses més directes competencialment a Sea Builds a nivell autonòmic són Zarca S.L. i Inventia Ingeniería y Construcción S.L. on a continuació ens dedicarem a l'estudi de cada una de les empreses.

## Zarca S.L.



*Il·lustració 9: Zarca S.L. Font: Pàgina web Zarca S.L*

ZARZOSO I CATASUS S.L. és una empresa de serveis localitzada a Castellbisbal on es desenvolupa les següents activitats enfocades al entorn del contenidor marítim i dels mòduls prefabricats, especialitzats en el lloguer i la venda de contenidors marítims Dry, transformacions de contenidors i mòduls prefabricats, lloguer i venda de contenidors Reefer o càmeres frigorífiques, servei tècnic de càmeres frigorífiques, lloguer i venda de casetes d'obra i venda d'habitatges prefabricats.

Al que respecte a la informació interna obtinguda sobre aquesta empresa té un capital social de 206.000€ amb una evolució de ventes positiva de 2,2M€ a 3,5M€ en dos anys amb un total de 20 empleats en plantilla.

Respecte al preu de els contenidors, no només venen contenidors transformats sinó que també es pot adquirir un contenidor sense transformar on el preu oscil·la entre 1.500 i 3.000€ segons la categoria i l'estat i un contenidor transformat en un mòdul sanitari sense equipament té un preu total de 5.990€. S'ha consultat al departament de ventes i s'ha comunicat que el preu dels contenidors transformats depèn molt del projecte que es vulgui emprar i del equipament del seu interior.

Algunes de les seves transformacions han sigut:



*Il·lustració 10: Projectes Zarca. Font: Pàgina web Zarca S.L.*

La opinió personal sobre aquesta empresa és que avarca molts àmbits diferents i està més centrada en la venda i la transformació a altres temàtiques i no enfocades als negocis. Apart, els dissenys de les transformacions són pobres i poc treballades, s'entén que anirà a gustos del client però està més basada a la funcionalitat que al disseny. És una empresa on es nota que la seva principal font d'ingressos no és la transformació personalitzada dels contenidors sinó transformacions frigorífiques i casetes d'obra.

## **Inventa S.L.**



*Il·lustració 11: Logotip Inventa. Font: Pàgina web Inventa*

Inventa Ingeniería y Construcción S.L és una empresa de serveis localitzada a Castellbisbal creada l'any 2015 on es dedica a la gestió integral de projectes, des del disseny fins la construcció final dels contenidors. Les activitats principals de l'empresa són venda de components de metall enfocats a la construcció, transformació de contenidors, venda de marquesines i pèrgoles i equipament per a serveis de platja com dutxes, cadires de vigilància, passadissos de fusta i equipament per aeroports com baranes de pas de passatgers, cabines de control i marquesines d'aparcament.

Al que respecte a la informació interna de l'empresa té un capital social mínim de 3.000€ amagant així el capital real de l'empresa, amb un rang de ventes de 300.000€ en 2016 i 600.000€ en 2018.

Pel que fa els preus no hi ha constància del preu i es un servei enfocat més al client on es té un tracte personalitzat on el preu es pactarà a conveniència del projecte i a partir de les necessitats de cada client.

Algunes de les seves transformacions són una cabina de turisme, un bar de platja i un quiosc:



*Il·lustració 12: Projectes Inventa. Font: Pàgina web Inventa*

Pel que fa la meua opinió personal és una empresa petita, considerada una microempresa amb poca experiència en la transformació de contenidors, no tenen grans dissenys i la seva font

principal d'ingressos no són els contenidors, sinó que són el material que venen d'equipaments de platja o en aeroports, principalment. Apart, aquesta empresa està enfocada a la construcció d'elements metal·lúrgics fora de les transformacions de contenidors. Apart, intenten cobrir les necessitats sobre la demanda dels contenidors sense innovació i sense anar a buscar clients ni plantejar la viabilitat d'implementar negocis i vendre els contenidors com una via alternativa a les superfícies tradicionals.

## 5. Anàlisi intern

---

L'anàlisi intern d'una empresa o, en aquest cas, d'un projecte empresarial consisteix en l'estudi dels diferents elements que consta a l'empresa amb l'objectiu d'avaluar els recursos per a conèixer la seva situació i les seves capacitats respecte els seus competidors. També un dels objectius es detectar les fortaleces i debilitats del projecte, i així poden dissenyar estratègies de màrqueting que permetin enfortir aquestes fortaleces i neutralitzar les debilitats, mostrant al client una empresa sòlida i amb futur. Per això és tant important realitzar un anàlisi intern adequat i mostrant totes les debilitats i fortaleces per igual, amb un criteri totalment objectiu.

Per dur a terme aquesta tasca correctament es realitzarà l'estudi emprant la cadena de valor de Michael Porter.

### 5.1. Missió, Visió i Valors

#### 5.1.1. Missió

La missió de Sea Builds serà complir amb les necessitats i els requisits del client en el mínim temps i preu possible. Amés, es contempla l'oportunitat de fomentar la reutilització dels contenidor marítims obsolets i promoure una cultura de sostenibilitat, ajudant també al creixement del sector productiu de la comunitat autonòmica de Catalunya.

#### 5.1.2. Visió i Valors

Convertir-se en la empresa transformadora de contenidors líder a la zona de Catalunya a mig termini i ser la imatge representativa de la transformació i altres alternatives d'ubicació i negoci per a la resta del país a llarg termini.

Els valors que es busquen des de Sea Builds amb els que es treballarà diàriament són:

- **Confiança:** tant l'empresa com els seus treballadors hauran de transmetre la confiança necessària per a que els clients confiïn en ella. Aquesta confiança es transmet fàcilment si hi ha confiança entre els treballadors i treballen amb comoditat i amb bona comunicació.
- **Personalitat:** des de Sea Builds és molt important la personalitat ja que els dissenys no han de passar per desapercebuts i tenir un ADN propi que es caracteritzarà com a

empresa, per tant, és important la personalitat i no copiar cap projecte dels competidors, les idees seran totalment innovadores.

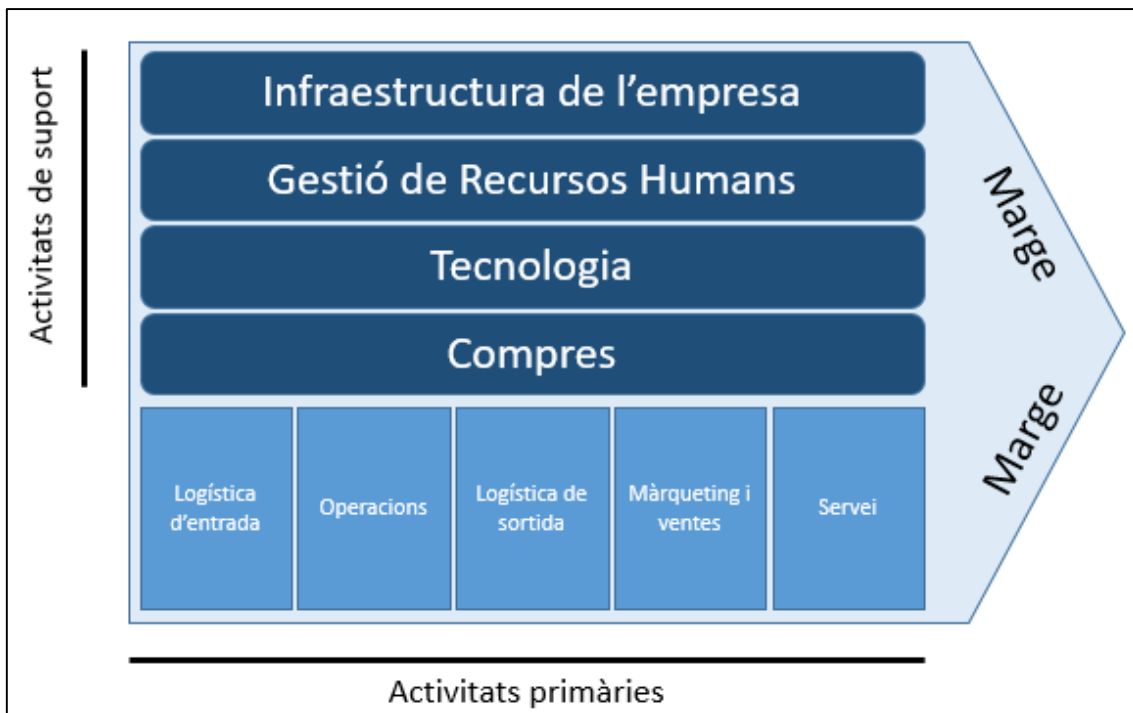
- **Compromís:** un cop complert l'objectiu que el client depositi la seva confiança en Sea Builds l'empresa haurà de ser conseqüent amb això. Per això, s'haurà de satisfer al client de la millor forma possible donant un producte i un servei amb la màxima qualitat.
- **Serietat:** l'empresa ha de tenir serietat i complir amb els objectius que es proposa, i si no s'arriba s'ha d'argumentar el perquè, tot ha de tenir un pensament i una reflexió darrere de cada decisió i tenint lògica amb els criteris de decisió.
- **Creativitat:** els dissenys han de ser totalment creatius, s'accepten idees totalment diferent al que s'està acostumat a veure de part del departament d'enginyeria i disseny, s'accepta qualsevol tipus de proposta sense jutjar a ningú.
- **Transparència:** no només es tindrà transparència amb els clients sinó amb els treballadors, des de la directiva es podrà transmetre qualsevol decisió i no s'amagarà informació als membres de l'empresa.
- **Qualitat:** la qualitat del producte i del servei serà la clau per la durada i el creixement del negoci, per tant, ha de ser la millor possible, ajustant-se sempre als criteris del client.
- **Responsable amb el medi ambient:** com a labor social i mediambiental serà imprescindible tenir un compromís i cura per al medi ambient tenint en compte el reciclatge dels residus que es generin durant les transformacions, així com qualsevol tipus de paper o residu que es generi a les oficines.

## 5.2. Cadena de Valor de Porter

La cadena de Valor de Michael Porter és un model teòric que gràfica i permet descriure en detall les activitats d'una empresa per generar valor al client final i a ella mateixa. Amb la cadena de valor es detecten quines activitats proporcionen valor de forma directa al client, anomenades activitats primàries, i quines són les que, sense proporcionar un valor directament, ajuden a que es pugui realitzar les primàries, anomenades activitats de suport.

Les activitats primàries consta de la logística d'entrada, operacions, logística de sortida, màrqueting i ventes i serveis. Mentre que les activitats de suport consta de la infraestructura de l'empresa, gestió de recursos humans, desenvolupament de tecnologia i compres. A continuació s'observa de manera més gràfica els apartats de la cadena de valor de Porter:





Il·lustració 13: Cadena de Valor de Porter. Font: Elaboració pròpia

Primer es començarà analitzant les activitats primàries i posterior les activitats de suport:

### 5.3. Activitats primàries

Com s'ha comentat anteriorment les activitats primàries són les activitats de l'empresa on afecten directament al client, les activitats més directes on el producte pot anar directament influenciat amb la millora d'una d'aquestes activitats. Aquestes activitats es consideren les més importants ja que la opinió del client serà el reflexa de la qualitat d'aquestes activitats:

#### 5.3.1. Logística d'entrada

Pel que fa la logística d'entrada, el departament de compres realitzarà la compra del contenidor sense transformar i es portarà per transport. Ja hi ha moltes empreses de venda de contenidors que realitzen el transport del contenidor fins a la fàbrica on es transformarà. Quan entra el contenidor i ja es realitza la compra ja té un projecte assignat, definit i pactat amb el client, amb unes pautes d'operacions per al contenidor. S'intentarà no generar Stock, però si que es podria tenir dos o més contenidors a la vegada dins de la nau amb diferents projectes a emprendre. Aquesta decisió també dependrà en funció de la demanda de contenidors i de projectes, però l'objectiu principal de la logística serà no generar Stock, ja que es necessita molt espai per a guardar aquests contenidors.

No hi haurà un sistema de logística prèviament definit ja que un cop arribi el contenidor es començarà a operar en ell. Si que es tindrà en compte la data d'arribada al contenidor, però un cop arribi els tècnics ja l'estaran esperant.

### 5.3.2. Operacions

Respecte a les operacions hi haurà varies fases:

#### Plantejament

A l'apartat d'ordres es posarà en contacte el enginyer cap del projecte junt amb l'encarregat de màrqueting i ventes per a saber quins son exactament els requeriments del client i el pressupost, i se li plantejarà una idea principal del projecte.

#### Disseny

Un cop el client hagi aprovat la idea i s'hagi pactat el pressupost es farà un disseny en 3D del contenidor transformat amb els components i l'instrumentari necessari per a dur a terme el seu negoci i se li planejarà un pressupost del seu contenidor acabat i unes dates estimades d'entrega. En aquest apartat és on es realitzaran la majoria de modificacions que facin falta al disseny, un cop aprovada aquesta fase només es podrà fer canvis de fabricació, ja que a vegades es necessitarà fer algunes millores per facilitar el muntatge als tècnics que els enginyers no hauran tingut en compte. En aquesta fase, si el client dóna la seva aprovació i es fa una paga i senyal del projecte es procedirà a la creació del projecte pels tècnics, això significa que es procedirà a crear una planificació del projecte, a crear els plànols del contenidor i a començar a contractar, junt amb altres departaments, els serveis extres que siguin necessaris per al contenidor. És el moment on compres començarà a realitzar les seves comandes.

#### Execució

Un cop arribi el contenidor a la fàbrica es començarà a treballar el contenidor, cada projecte serà diferent però hi ha uns tècnics que hauran de treballar en tots els contenidors, ja que són processos bàsics i comuns en totes les transformacions. Aquests tècnics que estaran contractats per l'empresa són el tècnic mecànic i soldador, on començarà a treballar amb l'estructura, el tècnic electricista on treballarà sobre tots els àmbits elèctrics i d'energia pel contenidor, així com l'aire condicionat i altres serveis electrònics, i el tècnic en construcció, ja que a la majoria de contenidors es necessitarà instal·lar pladur, parquet, fusta o instal·lacions majors. També aquest tècnic ajudarà al tècnic mecànic quan es calguin fer instal·lacions de gas o aigua.

En el cas que es necessiti ajuda experta es requerirà serveis exteriors per tal d'acabar de completar els contenidors.

### 5.3.3. Logística de sortida

Per parlar de logística de sortida es necessitarà el contenidor acabat i les normatives en ordre per tal de poder instal·lar el contenidor directament a la ubicació on el client demana, per poder-ho fer correctament es contractarà un servei de transport del contenidor per a traslladar-lo. Per a realitzar aquest pas es necessitarà l'aprovació del client que ja es podrà transportar cap a la ubicació predeterminada. L'objectiu de la logística de sortida, igual que la d'entrada esmentada anteriorment, és tenir els contenidors el mínim temps possible dins la fàbrica un cop estiguin acabats, així doncs s'haurà d'estar atent a la finalització dels projectes per tenir tota la logística de sortida preparada un cop s'acabin. Ja que els contenidors parats a la fabrica ocuparan un espai que es pot aprofitar per treballar amb altres projectes.

### **5.3.4. Màrqueting i ventes**

El departament de comercial o màrqueting i ventes s'encarregarà de recollir les comandes i pactar-ho amb el client, serà el departament que estarà més en contacte amb el client, per tant haurà de tenir certs coneixements tècnics sobre transformació de contenidors. També s'encarregarà de la publicitat i dels medis visuals per a la difusió del negoci regint-se per les instruccions definides a l'estratègia de màrqueting. També s'encarregarà dels serveis post-venda i de mobilitat del contenidor. El departament comercial té un pes molt important en aquesta empresa no només perquè serà l'intermediari principal entre el client i l'empresa sinó que haurà de tenir unes bones tècniques de màrqueting per a que l'empresa es faci a conèixer i així aconseguir comandes ràpidament.

### **5.3.5. Servei**

Sea Builds és un servei molt personalitzat a cada client on no es fa una comanda amb un clic com podria ser una venda d'Amazon sinó que es un sistema de producció on es té molta interacció amb el client ja que és ell el que pren la majoria de decisions, els enginyers de Sea Builds han d'aconseguir obrir la ment del client fent-li arribar propostes innovadores i millores sobre les seves decisions, per això, serà important tenir un departament on la principal virtut sigui la creativitat i les ganes de fer coses innovadores, més que enginyers el que es necessiten son inventors i dissenyadors. Apart de la creació d'un contenidor on el client no s'hagués imaginat en cap cas que es podria fer un disseny com el del resultat final també és important que el client no perdi connexió amb l'empresa, per tant es determinaran serveis de post-venda com el transport i mobilitat del contenidor, servei tècnic per a qualsevol reparació que es necessiti o millores i noves modificacions del contenidor. Es molt provable que amb el temps el client necessiti una modificació o una reforma al seu contenidor, des de Sea Builds s'intentarà que aquesta tasca formi part de l'empresa. Es importat també obtenir beneficis amb els serveis post-venda.

## **5.4. Activitats secundàries**

Les activitats secundàries, en la majoria dels casos, no es consideren importants ja que no va directament enfocat i repercuteix directament al client sinó que són serveis secundaris que moltes vegades ni valora, però en realitat, és la diferència entre les empreses. Ja que un bon servei no és complicat donar-lo si es segueix unes pautes. Però és essencial per donar la diferència entre una empresa i una altra. A continuació es valorarà les activitats secundàries de Sea Builds:

### **5.4.1. Infraestructura de l'empresa**

Respecte la infraestructura constarà de una direcció de l'empresa on farà les tasques de finances, administració d'empresa, comptabilitat, etc. Després constarà d'un equip d'enginyers que s'encarregarà del I+D i gestió de projectes. Equip de tècnics que s'encarregaran de la producció dels contenidors, departament comercial que s'encarregaran de la publicitat, màrqueting i ventes dels contenidors i departament de compres que s'encarregarà de la compra dels materials, contenidors, equipament i contractació de serveis externs per a completar els projectes.

### 5.4.2. Gestió de Recursos humans

Al ser una empresa petita la gestió dels recursos humans es farà des de la direcció de l'empresa, selecció i gestió de personal es durà a terme des de la direcció juntament amb el departament on s'avaluï el candidat, les nòmines i temes administratius es portarà a una administradora externa i una gestoria que s'encarregui.

### 5.4.3. Tecnologia

Per a Sea Builds, el disseny i la innovació és la base de l'empresa, per tant, és important tenir el departament de I+D constantment en formació per a rebre noves idees de l'exterior i està informat dels majors avenços tecnològics per a poder-ho aplicar als contenidors marítims. També s'haurà d'estar molt atent a les noves tendències per a descobrir noves oportunitats de negoci.

El fet d'estar informat i format en molts àmbits ajudarà a l'hora de donar millores pels clients i a prendre millors decisions per la transformació dels seus contenidors. Quan es demani un contenidor, si es posa una millora tecnològica, per exemple algun element de domòtica, mantenint el pressupost inicial és un plus que es tindrà de cara al client.

El departament de tecnologia constarà amb un enginyer mecànic, un elèctric o d'energia i amb un dissenyador que s'encarregarà d'aportar noves idees a la forma dels contenidors. Aquest departament, com ja s'ha comentat anteriorment, estarà en constant formació.

### 5.4.4. Compres

El departament de compres tindrà com objectiu buscar els millors productes per l'equipament dels contenidors marítims, es important, que els elements siguin d'alta qualitat anant a buscar les millors marques del mercat al millor preu possible, també es dictaminarà en funció del pressupost del client i les exigències per si es prefereix alguna marca en concret. És important també que el departament de compres busqui el millor preu per a la matèria prima, ja que així es tindrà major benefici en cada projecte.

El departament de compres haurà de fer un gran treball de recerca a l'hora de comprar, sobretot al principi de nous projectes, un cop s'hagin fet per segona vegada la recerca serà més senzilla ja que es podrà partir d'una base. També s'haurà d'encarregar de la contractació de serveis externs que complementaran la transformació dels contenidors marítims.

El departament de compres i d'enginyeria estaran en contacte constantment i treballaran junts per a escollir els millors components per a cada contenidor.

## 5.5. Conclusió Cadena de Porter

Aquesta empresa es un servei molt personalitzat a cada client, això dóna una gran variabilitat de cara a cada projecte, cada projecte serà diferent i nou al següent, així doncs crea una sèrie d'avantatges i inconvenients de cara a la competència. Un inconvenient seria que s'ha d'estar molt en contacte amb el client i depenent de les exigències i actitud de cada client el projecte es podria demorar i això són diners i temps que perd l'empresa per poder-se dedicar a altres projectes. Però a la vegada és una avantatge ja que el tracte es molt personalitzat i es genera molta atenció pel client i amb un bon servei post-venda.

El tema que cada projecte sigui diferent genera molta incertesa en tots els àmbits, hi ha moltes incògnites que no es poden resoldre, com els temps de cada fabricació, benefici estimat de cada projecte, despeses dels serveis externs, etc. Aquest fet genera un futur no gaire clar de cara a la viabilitat de l'empresa i els beneficis que doni, per a resoldre això es dictaminarà un benefici mínim estimat per a cada projecte, estimant també una part pels imprevistos que puguin sorgir duran el projecte.

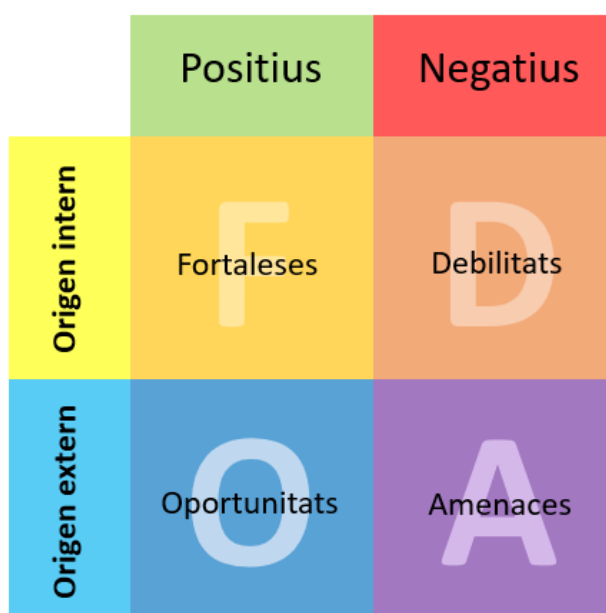
Un dels grans inconvenients és el gran pes que tenen departaments on la direcció ni la propietat de l'empresa domina sobre aquests àmbits, aquesta empresa té un gran pes sobre el màrqueting i les tècniques de publicitat. Aquest fet es remeiarà amb una bona estratègia de màrqueting pactada esmentada durant el projecte, així es portarà una guia de la gestió d'aquest departament.

És important una bona resolució de disseny pels contenidors ja que serà la base de l'empresa, sense idees innovadores no hi haurà un bon futur per Sea Builds ja que es basa en aquest criteri, en la innovació i el disseny.

## 6. Matriu DAFO

---

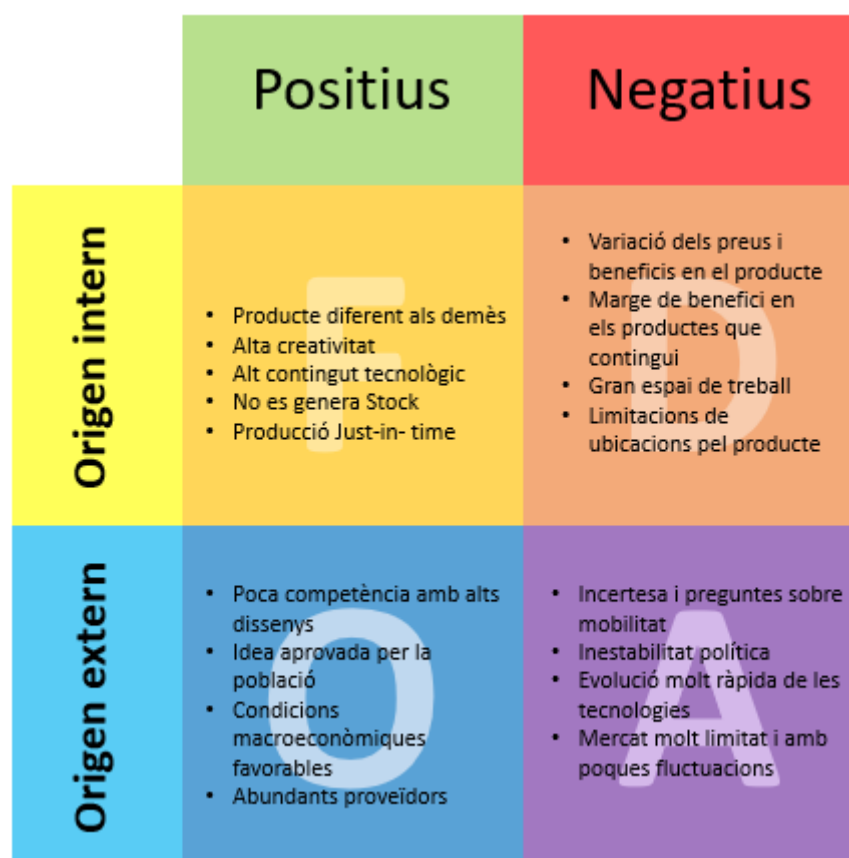
L'anàlisi o matriu DAFO és un mètode efectiu de planificació estratègica per a l'empresa, es tracta d'avaluar les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats, d'aquestes paraules s'extrau les inicials DAFO. Consisteix en un anàlisi on es diferencia entre els factors externs (amenaces i oportunitats) i els factors interns (debilitats i fortaleses). L'objectiu d'aquesta matriu es establir una bona estratègia per a que el negoci sigui viable. Per tant, l'anàlisi DAFO es divideix en 4 parts:



Il·lustració 14: Matriu DAFO. Font: Elaboració pròpia

- Debilitats: són característiques que situen a l'empresa en cert desavantatge en vers als seus competidors, on els seus objectius es compleixen de manera inferior als altres, el que s'anomenaria limitacions.
- Fortaleses: són característiques que situen a l'empresa en cert avantatge en vers als seus competidors, seria els seus punts més forts en relació a la resta.
- Amenaces: són els elements del medi externs a l'empresa que podrien causar problemes a l'hora d'assolir els objectius proposats per a l'empresa.
- Oportunitats: són els elements del medi externs a l'empresa que podrien afavorir a l'hora d'assolir els objectius proposats i donar-li cert avantatge a l'empresa respecte als seus competidors, com millorar el rendiment o obtenir majors guanys.

Per tant, el resum sobre la DAFO d'aquest projecte és el següent:



Gràfica 17: Matriu DAFO per Sea Builds. Font: Elaboració pròpia

## 6.1. Fortaleses

Una de les fortaleses que també pot ser una arma de doble fil, és la personalització dels projectes, els projectes estan personalitzats i diferenciats per a cada client on el client prendrà la majoria de decisions finals. Com a fortalesa, això significarà que no hi haurà dos contenidors iguals, aquest alt nivell d'exclusivitat dóna a l'empresa un punt a favor. Apart, avui dia, la majoria dels treballadors tenen una feina molt monòtona on sempre es fa al mateix, el fet de que els projectes siguin tant variables, genera també una alta variabilitat del càrrec, mai es trobaran el mateix i cada dia que es vagi a treballar serà un dia totalment diferent a l'anterior, aquest estil

de treballar motiva a molta gent ja que és difícil de trobar, això fa que a l'hora de buscar nous candidats, molts no vulguin treballar per les condicions laborals sinó perquè els hi motiva la feina.

L'alta creativitat per a desenvolupar projectes és també un punt a favor a tenir en compte, així com l'aplicació de tecnologia innovadora als contenidors. També s'ha de destacar la possibilitat de poder complementar el contenidor amb les millors marques del mercat, depenent del pressupost del contenidor, però es podria aplicar amb la màxima qualitat possible. El projecte es pot emmotllar a tot tipus de pressupost.

L'empresa no necessita generar Stock dins la fàbrica on ocupa un espai molt valuós per poder fer altres projectes i el producte es Just-in-time.

## 6.2. Debilitats

Com es comentava anteriorment, la personalització dels projectes i la diferència entre cada un d'ells genera diferència entre les seves planificacions i costos, per tant, no es pot fer una planificació conjunta de tots els projectes sinó que cada projecte tindrà un pressupost i una planificació independent. Aquest fet crea incertesa a l'hora de generar una previsió de projectes. El fet que siguin personalitzats requereix comandes per a poder treballar, sense clients no hi haurà projectes.

Alta importància en departaments com compres i comercial, on el marge de benefici dependrà dels components i les ofertes aconseguides per complementar el contenidor. I el tracte amb el client i la satisfacció personal dependrà del tracte del departament de comercial, per tant, s'ha de contractar personal amb dons de gent i simpàtica per tal que el client obtingui el millor tracte possible del personal de l'empresa.

Un altre inconvenient és la gran quantitat d'espai que es necessita per treballar amb el projecte i la dificultat de maniobra d'aquest, són contenidors molt grans i pesats que no es poden donar la volta de qualsevol manera, s'ha de tenir certa planificació per poder fer totes les modificacions amb les mínimes variacions de posició del contenidor.

Una de les debilitats per aquest negoci es la limitació de llocs habilitats per a ubicar-hi un contenidor marítim, aquestes limitacions seran estudiades depenent del cas.

## 6.3. Oportunitats

Aquest tipus de negoci es un negoci poc vist, així que hi ha poca competència que facin les transformacions de contenidors marítics aplicats a emprenedors i a negocis. La majoria de factors econòmics estan a favor de la innovació i de la creació de nous negocis, com es pot observar a la gràfica, als últims anys hi ha hagut un augment dels negocis a Catalunya. El sentiment de la població en front aquest model és completament positiu, en general, la població està entusiasmada i amb ganes de veure models com aquest en el seu dia a dia, de veure contenidors transformats pel carrer i amb moltes ganes de ser presents en els dissenys que es poden arribar a fer. Creuen que aquest tipus de negoci, no només dóna una manera diferent de

veure les coses, que es favorable en aquesta societat de canvi constant sinó que pot aportar molt d'art innovador a la societat.

L'economia, la tecnologia i la visió mediambiental i social de la comunitat autònoma i del país son favorables per emprendre el negoci.

Respecte a la microeconomia hi ha molts proveïdors per a la compra, tant nous com de segona mà de contenidors marítims, ja que la idea serà buscar el mínim cost amb la millor qualitat possible.

## **6.4. Amenaces**

Al ser un model de negoci innovador i poc vist als carrers, la societat té moltes preguntes i molts dubtes sobre la transformació dels contenidors, sobretot de mobilitat i normativa. No s'acaba de veure clar on es podria ubicar, com es podria moure ni quins son els costos de mobilització. Un dels grans dubtes també és el preu i la durabilitat del producte. També hi ha molt poc coneixement sobre els contenidors, s'ha d'intentar treure la percepció que tenen d'un contenidor marítim i plantejar dissenys ja fets.

També hi ha certa inestabilitat política a la comunitat autònoma en front al país central a causa del gran sentiment d'una part de la població d'independència.

Referent a la tecnologia s'ha de contemplar la quantitat d'obsolescència del material tecnològic i els grans avenços, això farà que l'empresa hagi d'estar sempre a la última, per tant, es necessitarà una constant formació dels treballadors. També hi ha certes lleis que impedeixen la lliure ubicació dels contenidors, es necessita tenir certs tràmits aprovats per poder ubicar el contenidor on sigui admès.

Respecte a l'anàlisi microeconòmic hi ha molt poc mercat en l'àmbit de la transformació dels contenidors marítims enfocats a la creació de negocis i hi ha força competència, respecte la competència és una competència consolidada al mercat, iniciats en la venda i lloguer de contenidors marítims sense transformar i on més endavant es van anar ubicant també en aquest sector.

## **6.5 Primers punts d'interès sobre la viabilitat del projecte**

Aquest tipus de negoci té dos grans defectes pel qual considerariem que ara mateix no tindria una viabilitat comercial. Una d'elles és que el mercat és molt poc conegut, ja que la població no està informada d'aquest tipus de transformacions, ho desconeix. I l'altre gran motiu és alta competitivitat i la gran quantitat de competidors que existeix al mercat que ja estan prèviament consolidats on formen part del sector. Sí que s'ha de dir al respecte que no tenen gran especialització en la transformació de contenidors enfocats directament als negocis, tenen experiència en transformacions de contenidors adaptant-se a escoles o a cabines de la creu roja, però poca especialització en exactament el que faria Sea Builds.



Per a poder tenir una viabilitat comercial s'hauria de fer una gran inversió en publicitat per a poder arribar al màxim públic possible i aconseguir clients del mercat del local convencional. Només així es podria aconseguir una viabilitat comercial, ja que són dues tècniques on la competència no està emprant massa temps ni inversió.

## 7. Objectius

---

Els objectius d'una empresa són els resultats, situacions o estats que una empresa pretén arribar, en un període de temps i a través de l'ús dels recursos amb els que disposa. Establir uns objectius es essencial per obtenir l'èxit en una empresa, ja que aquests estableixen un curs a seguir i serveixen com a font de motivació als membres de la mateixa.

No només això, sinó que té moltes altres avantatges com: permeten enfocar esforços cap a una mateixa direcció, serveixen de guia per a la formulació d'estratègies, serveixen de guia per l'assignació de recursos, serveixen de base per la realització de tasques o activitats, i un fi d'avantatges més.

Però, per poder obtenir els beneficis descrits anteriorment ha de comptar amb les següents característiques:

- Mesurables: els objectius han de ser quantitius i lligats a un límit de temps.
- Clars: han de tenir una definició clara, comprensible i precisa, no han de poder crear confusions ni deixar diversos marges d'interpretació.
- Assolibles: han de ser factibles i han d'estar dins de les possibilitats de l'empresa tenint en compte les seves capacitats i recursos, així com la disponibilitat de temps necessàries per a complir-ho.
- Desafiants: han de ser reptadors, no han d'exigir un cert esforç per a que succeeixi, ha de significar un desafiament.
- Realistes: han de ser realistes, raonables i coherents, han de tenir en comptes les condicions i les circumstàncies de l'entorn on es pretenen complir, així com també els recursos i les capacitats de l'empresa.

Per tant, els objectius principals per a la nostra empresa seran:

- **S'haurà de tenir una mitjana de 4 estrelles a la puntuació sobre el disseny dels clients sobre el primer any.** Aquesta decisió es pren a causa de la gran competència que existeix al mercat, s'ha de fer un disseny que impacti i sorprengui als clients i a la competència, ja que el disseny és un dels grans requisits segons l'enquesta.
- **La despesa del cost del contenidor ha de reduir-se mínim un 1% cada trimestre en comparació a l'anterior amb un total de 3 anys.** Aquesta decisió es pren ja que hi ha molt mercat de segona mà i una gran quantitat de proveïdors de contenidors tant nous com de segona mà, si es proposa un repte pel departament de compres s'aconseguirà abaixar els costos del contenidor i així augmentar els beneficis de l'empresa.

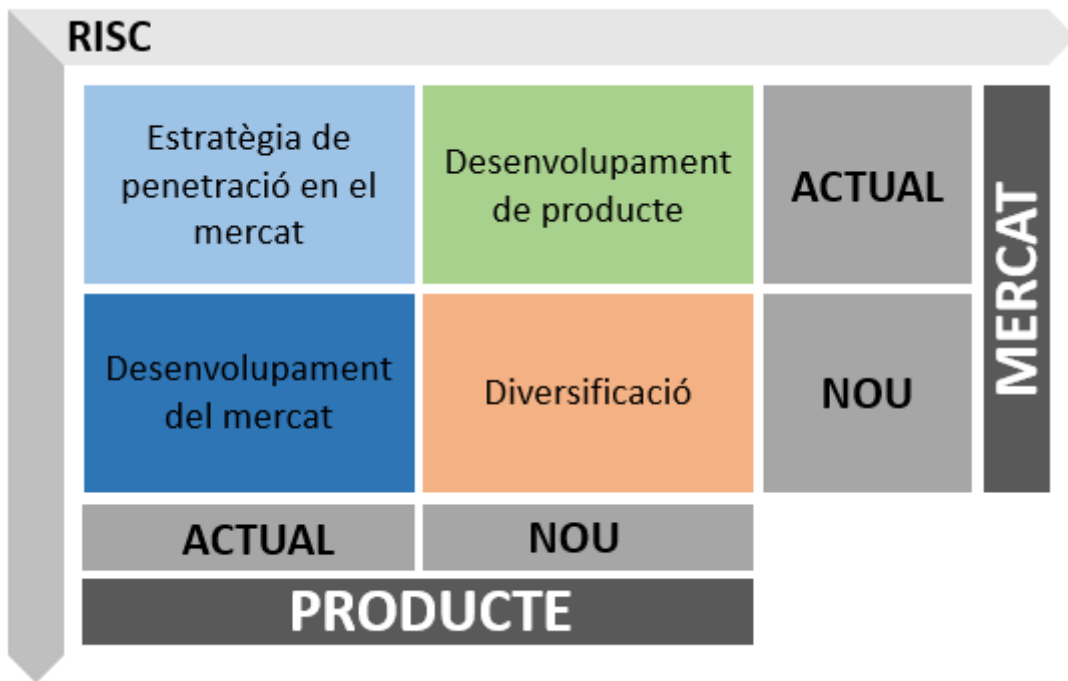
- **S'haurà d'obtenir mínim un 1% el número de seguidors a Youtube i Instagram cada més durant els 2 primers anys de l'empresa.** Al ser un mercat desconegut es necessari que ho conegui com més població millor per a captar clients, per això aquesta mesura ajudarà a que s'expandeixi el mercat i que cada vegada ho conegui més població. Es una manera de fomentar l'expansió al departament comercial.
- **Ha d'augmentar cada 3 mesos un 0,5% els clients provinents de les pàgines web de busca de lloguers convencionals.** Aquest negoci és una idea que proposa una alternativa al lloguer i a la compra de locals convencionals, així doncs és necessari que cada vegada s'augmenti més el número de clients provinents d'aquest sector, o sigui provinents de les pàgines de cerca de locals convencionals.
- **Cada 3 mesos s'haurà de tenir un projecte fet en plantilla.** Per a poder promocionar i obtenir benefici s'haurà de tenir un projecte fet com a plantilla per a poder-lo produir i vendre al moment per a poder proposar un preu.
- **S'haurà d'aproximar un 2% cada any fins a un total de 5 anys l'aproximació de temps de la planificació respecte al temps final empleat.** Al ser projectes tant diferents l'un de l'altre els caps de projecte han de tenir certa certesa, en base a l'experiència que aniran assolint de mida que cada vegada la previsió del temps que s'emprarà ha de ser més exacta a la real, aquest tant per cent d'error ha de ser mínim per poder preveure la durada amb la màxima exactitud possible.

## 8. Estratègies

---

### 8.1. Matriu de Ansoff

La matriu d'Ansoff o matriu producte-mercat, es una de les principals eines quan es parla d'estratègia empresarial i màrqueting estratègic. Aquesta eina serveix per a determinar la direcció estratègica de creixement d'una empresa, relacionant els productes amb els mercats i classificant-los en base al criteri de novetat o actualitat. Com a resultat s'obté quatre quadrants:



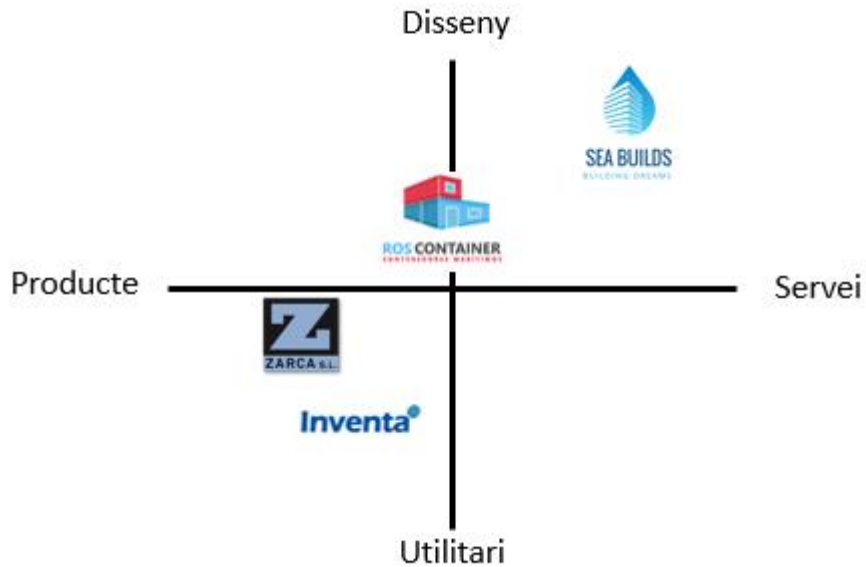
Gràfica 18: Matriu Ansoff. Font: Elaboració pròpia

En el cas de Sea Builds seria una **Estratègia de penetració en el mercat**, sí que és cert que hi ha poc mercat però es un mercat existent i un producte també existent ja que hi ha competència. Per tant, aquesta primera opció consisteix en veure la possibilitat d'obtenir una major quota de mercat treballant amb els productes amb els que s'opera actualment. Per això, es realitzaran accions per atraure clients potencials (com fer promocions i publicitat), atraure clients de la nostre competència i obrir-se cap a mercats desconeguts.

Aquest tipus d'estratègia es la que ofereix major seguretat i un menor marge d'error ja que s'opera amb productes que ja són mitjanament coneguts i en mercats que, encara que siguin petits ja es coneixen. En la opinió personal, penso que existeix tant el producte, com el mercat però no estan completament explotats. Per tant, també s'haurà de seguir certes tècnics de desenvolupament de nous productes i desenvolupament del mercat.

## 8.2. Estratègia de posicionament de Kotler

Philip Kotler expresa que avui en dia que les empreses ja no tenen el control complet sobre la comunicació de les seves marques sinó que existeix un factor social del que en regeixen els consumidors i les seves converses que perfilen i promocionen les marques. També destaca que igualment el públic ha de saber l'objectiu i la diferenciació que té la marca cap els seus competidors, per tant, l'empresa ha de buscar els adjectius per diferenciar-se de la resta dels seus competidors. Cada diferenciació ocupa una posició essencial dintre del cap del consumidor, ha de tenir unes característiques marcades que el client capti només rebre el servei o comprar el producte. Per tant es planteja un gràfic per a poder diferenciar aquest posicionament de la resta dels competidors:



Gràfica 19: Posicionament Sea Builds. Font: Elaboració pròpia

Segons la gràfica de posicionament, es divideix en el disseny, si s'ha empleat més temps i més inversió en el disseny o s'ha dedicat més a fer la seva funció que en crear una "obra d'art". En l'eix de les x es dividiria entre si donen un servei personalitzat i més detallat o si simplement es dediquen a vendre el producte i generar cert stock. En aquest cas, no hi ha cap empresa on apart de tenir un bon disseny i dedicar temps i diners a la elaboració d'un disseny impactant, inverteixi també en el servei post-venda i en la resolució de la normativa per a poder ubicar-hi el contenidor. En aquesta situació és on s'ubicaria Sea Builds.

### 8.3. Diferenciació i lideratge de costos de Porter

Michael Porter considerava que una companyia pot aconseguir una avantatge competitiva respecte els seus competidors obtenint un rendiment superior al d'ells. Per això, diferencia dos avantatges competitives, els baixos preus i la diferenciació.

Porter va definir tres avantatges competitives a la que una empresa pot aspirar en vers la seva competència, que son les següents:

- Lideratge en preus
- Diferenciació de producte
- Segmentació de mercat



Gràfica 20: Diferenciació i lideratge de costos de Porter. Font: Elaboració pròpia

Per tant, es important en el cas de Sea Builds que el preu sigui líder en comparació als nostres competidors i que el disseny es diferenciï dels demès, que es vegi una alta concentració d'innovació i d'art en el producte, apart tenir un tracte excepcional amb els clients. És important que els clients de l'empresa es sentint ben tractats, acollits i amb la màxima transparència possible, així com tenir en compte els requisits i les decisions del client.

## 9. Fase operativa-tàctica

La estratègia comercial és una fulla de ruta que permetrà col·locar els productes i serveis al mercat de forma rentable i continuada al temps mantenint l'empresa competitiva al mercat. Totes les empreses tenen un pla comercial ben pensat i planificat, ja que moltes vegades ajuda a millorar el negoci i a complir amb els objectius plantejats.

### 9.1. Màrqueting Mix

#### 9.1.1. Producte

El producte o serveis de Sea Builds es basa en la venda de contenidors transformats per a ubicar-hi un negoci a dins, el que s'entrega és un contenidor totalment preparat per a exercir-hi una activitat comercial, on aquest seria el producte físic. Respecte al producte psicològic s'entrega un establiment amb tot preparat amb els requisits del client, s'entrega un espai lliure que el client pot traslladar d'un lloc a un altre, amb amplia mobilitat. Es un producte amb alta contingència de innovació i disseny i dóna a l'empresa una imatge "eco-friendly", innovadora i

que esta atenta a les noves tecnologies i a la innovació, apart de preocupar-se pel medi ambient. També en funció de la decoració que se li vulgui posar tindrà una imatge o una altre.

Respecte els serveis post-venda, s'ofrirà un servei per a traslladar el contenidor i un servei de manteniment i reparació en cas d'averia d'algun dels components del contenidor.

### 9.1.2. Preu

La fixació del preu del producte és ambigua ja que anirà molt en funció del pressupost del client i del client en si. Com a empresa, es voldrà treure el màxim benefici possible, i si es parla de la creació d'una hamburgueseria no seria el mateix fer el projecte per un autònom que vol emprendre el seu primer negoci que crear un projecte d'un contenidor mòbil per a la cadena d'hamburgueseries Goiko Grill on en 5 anys han creat una fortuna de milions d'euros, apart que els pressupostos no seran el mateix, s'haurà de saber tractar amb el client que tingui al davant. Per tant, les tècniques tradicionals de fixació de preu com són per exemple, pactar el preu en funció del que la societat està disposada a pagar, dependre de la competència per a fixar el preu o marcar un marge comercial, són tècniques que no funcionarien en aquest tipus de projecte.

A solució d'aquesta volatilitat i variació del preu, ja que hi ha molta variació entre projecte, es farà a continuació tres classificacions com a proposta de preus:

Alta Gama	Estàndard	Econòmic
<b>Superior a 30.000€</b>	<b>Entre 30.000€ i 15.000€</b>	<b>Inferior a 15.000€</b>
Gran contingut de disseny	Variacions entre el disseny i la qualitat dels components	Baix contingut de disseny
Alta qualitat dels components		Baixa qualitat dels components
Enfocat a grans empreses	Enfocat a petites i mitjanes empreses o particulars amb alt capital	Enfocat a particulars amb poc capital

Il·lustració 15: Preus Sea Builds. Font: Elaboració pròpia

Aquest seria la classificació dels preus on a alta gama, el factor de més importància seria el resultat final i no tant el preu. A l'estàndard seria fer la màxima qualitat ajustant-se al preu que es proposa fent el millor equilibri pel client entre la qualitat dels components i els elements de disseny. I finalment l'econòmic on la missió més important és ajustar-se al preu, es un tipus de client on vol un concepte decent gastant-se el mínim de diners possible. Per a Sea Builds el gran repte serà fer el millor possible en els casos d'estàndard, ja que serien els mes complicats, és on costarà més satisfer al client.

### 9.1.3. Promoció

Respecte a la promoció, la gran majoria de publicitat que es farà sobre Sea Builds serà publicitat on-line a través de la conta d'Instagram o publicant anuncis via Google Ads sobre la pàgina web. Aquests anuncis aniran ubicats a les pàgines de compra-venda i lloguers de locals i superfícies on es pugui emprar un negoci com a via alternativa. També es farà publicitat i es penjaran articles a la conta de LinkedIn de l'empresa. Respecte a les promocions es farà descompte en èpoques on es vegi que hi ha una decreixement de les ventes.

També una de les formes de fer promoció i descompte serà quan es comprin els contenidors en lots, els contenidors restants es transformaran amb les transformacions més venudes i es posaran a un preu molt assequible per a vendre amb molt poques modificacions per a la venda final.

També es farà concursos de disseny entre les grans escoles i universitats tècniques per a que cadascú pugui traslladar la seva imaginació a un contenidor i donar-li forma. Es premiarà als equips guanyadors amb un import en efectiu i una beca de treball com a estudiant a les instal·lacions de l'empresa.

Per a promocionar-se s'ha fet pels següents mètodes:

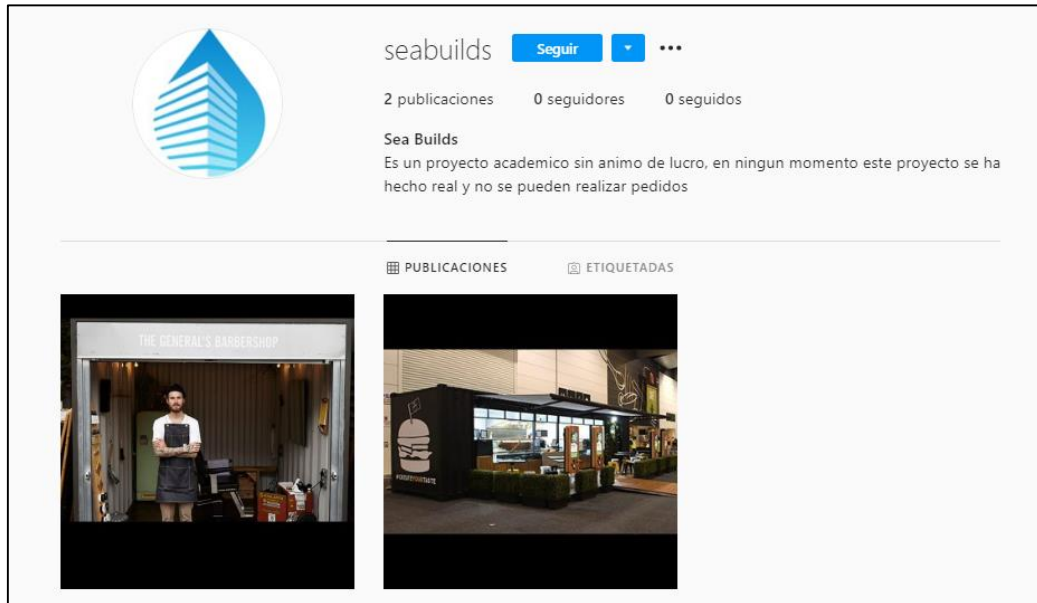
- Creació d'una web
- Perfil d'Instagram
- Perfil de LinkedIn

#### Pàgina web



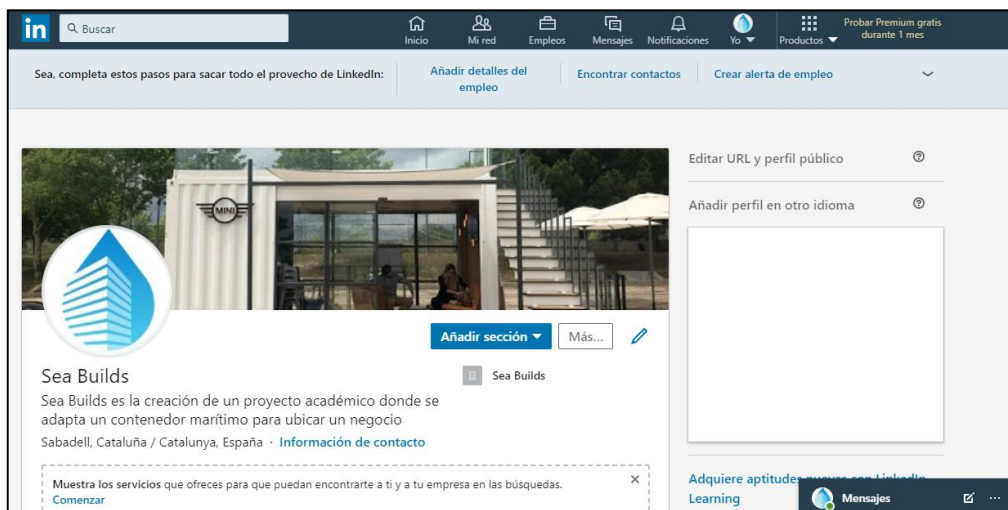
*Il·lustració 16: Pàgina web Sea Builds. Font: Elaboració pròpia*

## Instagram



Il·lustració 17: Pàgina Instagram Sea Builds. Font: Elaboració pròpia

## LinkedIn



Il·lustració 18: Pàgina LinkedIn Sea Builds. Font: Elaboració pròpia



#### 9.1.4. Distribució (Place)

Respecte a la distribució i venda del producte s'ha de dir que al fer la gran majoria de publicitat per internet, la majoria de sol·licituds i enviament del primer pressupost es faran via online. Un cop el client decideixi treballar amb l'empresa es podrà fer el seguiment in situ o via online, com el client decideixi. Així com la firma de contracte i qualsevol tipus de procés burocràtic també es podrà fer via online o in situ.

Finalment quan s'entregui el contenidor es farà in situ, si està lluny es presentarà un tècnic per mostrar als propietaris el correcte funcionament i manteniments que han de fer respecte al contenidor i dóna'ls-hi la informació necessària.

El transport del contenidor es farà amb un servei extern amb l'empresa iconainers.com on es pot fer un preu personalitzat amb cada enviament.

### 9.1. Control de l'estratègia i KPI's

Per a poder valorar si la estratègia comercial està sent favorable per a l'empresa i s'està fent una inversió efectiva per a l'empresa es portarà el control amb KPI's enfocats al màrqueting i la publicitat. Alguns exemples de KPI's que s'utilitzaran són:

- **Percentatge de clients potencials generats a través de les xarxes socials**

$$\% \text{ clients xarxes socials} = \frac{\text{clients xarxes socials}}{\text{clients totals}} * 100$$

- **Percentatge de clients potencials generats a través de les pàgines de compra-venda de locals convencionals**

$$\% \text{ clients compr. vent. conv.} = \frac{\text{clients compr. vent. conv.}}{\text{clients totals}} * 100$$

- **Percentatge projectes alta gamma/estàndard/econòmic**

$$\% \text{ alta gamma} = \frac{\text{projectes alta gamma}}{\text{projectes totals}} * 100$$

- **Ventes per client**

$$\text{ventes per client} = \frac{n^{\circ} \text{ ventes}}{n^{\circ} \text{ client}}$$

Apart dels KPI's també es tindran valoracions de ventes mitjanes i auditories anuals, índex de desgast de clients i una evolució de les ventes en respecte a la inversió de publicitat i de la efectivitat d'aquests.

Serà important tenir una traçabilitat i un control del numero de ventes, de projectes i de benefici mig per projecte per a poder fer càlculs de beneficis i de deutes amb projecció cap el futur, per a poder parar a temps un possible fracàs del projecte o per treure'n el màxim de partit a la situació.

# 10. Pla d'operacions

El pla d'operacions resumeix tots els aspectes tècnics i organitzatius que corresponen a la elaboració del producte i la prestació de serveis.

## 10.1. Infraestructura i localització



*Il·lustració 19: Nau industrial Sea Builds. Font: Pisos.com*



*Il·lustració 20: Localització Nau Industrial Sea Builds. Font: Google maps*

Respecte a la localització de la nau estarà a Sabadell, exactament ubicada al polígon de Can roqueta amb una superfície total de 3.000 m<sup>2</sup>, on consta d'unes oficines on es desenvoluparà tots els aspectes tècnics i administratius i el taller on es desenvoluparà el producte.

S'ha triat aquesta nau, apart de perquè té totes les comoditats necessàries per a poder dur a terme el projecte, té molt bona comunicació amb les vies més importants de l'àrea del Vallès Occidental, que són la C-58, AP-7 i B-140, on hi ha un trànsit important de camions i facilitaran el transport dels contenidors marítics.

El lloguer consta d'uns 14.000€ al mes a tenir en compte durant el pla financer.



Il·lustració 21: Interior Nau industrial. Font: Pisos.com

S'establirà per parcel·les on cada parcel·la s'ubicarà un projecte diferent de transformació de contenidors.

## 10.2. Processos

Respecte els processos és important definir-los correctament ja que es plantejarà un timing per a cada projecte per a poder iniciar els següent. Els processos del producte constarà en 3 fases:

### Plantejament

El plantejament és la primera presa de contacte amb el client, és on el client pregunta pel servei, se li explica quina és la tasca principal de l'empresa i el que es fa, se li dona informació sobre els nostres projectes i un breu pressupost del que seria el projecte basant-se en la gràfica de preus plantejada anteriorment a l'apartat de preus.

Alta Gama	Estàndard	Econòmic
<b>Superior a 30.000€</b>	<b>Entre 30.000€ i 15.000€</b>	<b>Inferior a 15.000€</b>
Gran contingut de disseny	Variacions entre el disseny i la qualitat dels components	Baix contingut de disseny
Alta qualitat dels components		Baixa qualitat dels components
Enfocat a grans empreses	Enfocat a petites i mitjanes empreses o particulars amb alt capital	Enfocat a particulars amb poc capital

Il·lustració 22: Preus Sea Builds. Font: Elaboració pròpia

Es farà una breu explicació basant-se amb exemples anteriors com es pot mostrar a la pàgina web. i quina seria la proposta que se li podria fer.



### Restauración

Type Text

Creamos el restaurante que has soñado a medida y adaptándonos a tu presupuesto, buscando la mayor calidad para tus productos.



### Tienda

Type Text

Hacemos tiendas de todo tipo con todas las comodidades que necesites, encargate solo de buscar los proveedores de tu producto.



### Servicios

Type Text

Creamos un lugar para ubicar el servicio que quieras, des de una peluqueria hasta un taller, nos encargamos de buscar los productos de la mayor calidad.

*Il·lustració 23: Projectes Sea Builds. Font: Pàgina web Sea Builds*

## Disseny

Un cop el client hagi aprovat la idea i s'hagi pactat el pressupost es farà un disseny en 3D del contenidor transformat amb els components i l'instrumentari necessari per a dur a terme el seu negoci i se li planejarà un pressupost del seu contenidor acabat i unes dades estimades d'entrega. En aquesta fase, si el client dóna la seva aprovació i es fa una paga i senyal del projecte es procedirà a la creació del projecte pels tècnics, això significa que es procedirà a crear una planificació del projecte, a crear els plànols del contenidor i a començar a contractar, junt amb altres departaments, els serveis extres que siguin necessaris per al contenidor. És el moment on començarà a realitzar les seves comandes.

En tot aquest procés s'estarà en contacte amb el client per a possibles modificacions o productes interiors determinats. Depenent del client i del projecte variarà la comunicació, també es podrà col·laborar amb altres departaments de disseny en el cas de tenir com a clients a empreses grans on tinguin aquest tipus de servei.



*Il·lustració 24: Sketch 3D Contenedor Transformat. Font: LHD Designs*

### **Execució**

Un cop arribi el contenidor a la fàbrica es començarà a treballar el contenidor, cada projecte serà diferent però hi ha uns tècnics que hauran de treballar en tots els contenidors, ja que són processos bàsics en totes les transformacions. Aquests tècnics que estaran contractats per l'empresa, que són el tècnic mecànic i soldador, on començarà a treballar amb l'estructura, el tècnic electricista on treballarà sobre tots els àmbits elèctrics i d'energia pel contenidor, així com l'aire condicionat i altres serveis electrònics, i el tècnic en construcció, ja que a la majoria de contenidors es necessitarà instal·lar pladur, parquet, fusta o instal·lacions majors. També aquest tècnic ajudarà al tècnic mecànic quan es calguin fer instal·lacions de gas o aigua.

En el cas que es necessiti ajuda experta es requerirà serveis exteriors per tal d'acabar de completar els contenidors.

### **Pauta d'execució comú**

Per tant, l'ordre del procés de la transformació en el pla d'execució serà:

- 1 Construcció de la estructura
- 2 Creació de finestres i portes i altres elements de l'estructura
- 3 Instal·lacions elèctriques, lampisteria i gas
- 4 Instal·lació parquet i altres elements de folrat
- 5 Pintat exterior i interior
- 6 Instal·lacions de maquinaria i instrumentaria
- 7 Últims acabats
- 8 Entrega al client

Les instal·lacions de la maquinària s'anirà instal·lant a la mida que vagin arribant i a mesura de les possibilitats del procés, els tècnics s'hauran de coordinar per a fer la feina el mes ràpid possible.



*Il·lustració 25: Contenidor Transformat. Font: Google Images.*

### **10.3. Control de Qualitat**

Respecte al control de qualitat hi ha una normativa que s'ha de seguir on haurà de venir uns tècnics especialistes per a veure si es compleixen els requisits per a posar en marxa el negoci dins del contenidor. Tot i així des de Sea Builds es farà una comprovació que tota la maquinària funciona i que totes les instal·lacions fetes per als nostres tècnics funcionen a la perfecció. Per tant, per a cada projecte s'escriurà una fulla de qualitat mostrant un petit exemple a la part inferior.

Pauta de Qualitat				
Conformo que esta apte per a la seva venta		Firma	Tècnic	
Nº	Obra	Data	Estat	Tècnic
1	Instal·lació cuina	13/03/2020	ok	Joan P
2	Fogons cuina	13/03/2020	ok	Joan P
3	Dispensador cerveses	15/03/2020	ok	Joan P
4	Pica	16/03/2020	ok	Lluis
5	Instal·lació aigua	16/03/2020	ok	Lluis

*Il·lustració 26: Pauta de Qualitat. Font: Elaboració pròpia*

Respecte a la normativa que s'haurà de complir per a posar a terme el contenidor estarà explicada detalladament a l'apartat de normativa i legislació.

#### **10.4. Gestió de l'existència i proveïdors**

Un dels grans problemes quan es té una empresa es la gestió d'Stocks i les comandes de proveïdors. En la gran majoria dels casos, quan l'empresa creix, s'ha de mobilitzar a unes altres instal·lacions perquè es queda sense espai per gestionar el seu Stock. Per tant, aquesta és una clara evidència que avui dia, l'espai és diners.

Per a reduir aquest problema, al principi del negoci, amb possibilitat de canvi, es farà producció Just-in-time. Quan arribi la comanda es demanarà el contenidor i els components necessaris per tal de tenir el mínim Stock possible. Aquesta tècnica demana molta coordinació entre els que fan el projecte, o sigui enginyeria, i compres. Al ser una empresa petita aquesta tasca es pot dur a terme fàcilment al començament. S'haurà de veure en funció a la quantitat de projectes que es tingui per tenir un Stock dels contenidors que més s'utilitzin, ja que serà el més difícil de tenir a les dates que es necessiten.

Respecte als proveïdors de contenidors es tindran permanentment el contacte per agilitzar el transport i les comandes de contenidors, serà important tenir-ne més d'un i el més a prop possible per si algun d'ells falla o no té Stock suficient. Respecte als materials i la maquinària es mantindrà en contacte amb distribuïdors grans per a tenir la màxima variació de material possible. Sempre es podrà sortir a comprar alguna cosa si es de màxima urgència en tendes convencionals o també per algun producte específic d'aquell negoci en concret.

Els proveïdors que s'utilitzarà més habituals seran:

- Carol Industrial S.A: material elèctric i il·luminació.
- Saltoki S.A: material lampisteria
- Bricomart S.A: construcció
- Aneltia Trading S.L: contenidors marítims
- iCommers Every S.L: contenidors marítims

Els distribuïdors i proveïdors de maquinaria es buscaran en funció de la demanda dels negocis i s'establirà relació en funció de la freqüència de compra.

## 11. Normativa i legislació

---

És important conèixer bé la normativa per a poder orientar al client d'una manera més específica i pensant en el mínim mals de cap per a l'empresa i per al client. És important que un cop es tingui la idea i es vulgui portar a terme, el client tardi lo mínim possible a realitzar el seu somni, per tant, a continuació es detallarà la normativa que es necessita per a poder fer viable un negoci dins d'un contenidor i la legislació necessària per a l'empresa de Sea Builds.

### 11.1. Normativa dels contenidors

Qualsevol contenidor que es compri ha d'anar regit per la normativa ISO 668: 2020 que estableix les mides d'estandardització i toleràncies necessàries per a la construcció d'aquest contenidor, així com els materials i la

Respecte a la normativa dels contenidors s'haurà de tenir en compte els dos tipus de normatives que existeixen. El primer és la normativa respecte la instal·lació del negoci dins del contenidor, i el segon la normativa per la ubicació i la execució del negoci.

Per a buscar informació sobre la legislació i normativa a presentar sobre els contenidors marítims i la viabilitat de poder-ho fer, en alguns casos a la via pública s'ha fet una consulta a Jordi Esteva, enginyer industrial i gerent de l'empresa Inventa Ingeniería y Construcción S.L per a poder verificar amb certesa quins són els requisits per a poder desenvolupar-ho. Inventa és una empresa, com es pot comprovar a l'apartat de competència, que es dedica a la transformació de contenidors des del 2015 amb una facturació de 600.000€ al 2018.

#### 10.1.1 Normativa instal·lació

Per a la normativa sobre la instal·lació de l'activitat dins del contenidor es necessita acceptada la següent normativa:

### Llicència d'Activitat

Hi ha tres tipus de llicència segons si es manté l'activitat que si produïa anteriorment, si es fa una modificació d'activitat o si es realitza una activitat per primera vegada en aquell local.



Òbviament, els clients de Sea Builds realitzaran l'activitat al local per primera vegada, per tant s'haurà de sol·licitar la llicència totalment nova.

Per a poder sol·licitar aquesta llicència, s'haurà de dirigir cap a la Oficina d'Atenció a l'Empresa i l'Autònom del municipi on es pretengui instal·lar el contenidor.

## **Llei de protecció contra incendis**

Un dels aspectes més importants sobre la llei de protecció contra incendis és la definició del recorregut màxim d'evacuació, on regeix que cap persona a qualsevol punt del local no pot recórrer una distància de més de 25 m per sortir a l'exterior en cas d'incendis. Aquesta normativa es compleix en el cas dels contenidors.

Sí que s'haurà de tenir en compte el tipus de protecció segons l'activitat que si vulgui emprar, no seria el mateix la protecció tèrmica en un espai on es pretén instal·lar una cuina per a un restaurant que el contenidor per una floristeria. I s'haurà de respectar les zones d'extintors.

Per a obtenir el certificat d'incendis s'haurà de contractar els serveis d'una empresa especialista en instal·lacions contra incendis o tenir un enginyer acreditat per poder-ho fer. En opinió personal es preferible contractar una empresa com Catfoc Ignifugo S.L.

## **Llei d'Accessibilitat**

Per a clients d'altres comunitats autònomes s'ha de destacar que aquesta llei varia en funció de la comunitat autònoma on es vulgui aplicar el contenidor. Aquesta llei estableix que a partir d'uns metres quadrats s'ha de respectar certes normes d'accessibilitat.

També estableix altres normatives tècniques comunes com:

- Tots els locals han de tenir instal·lació elèctrica i climatització.
- L'aire condicionat ha d'expulsar l'aire cap a l'exterior.
- S'ha de mantenir informada a la companyia elèctrica per al subministrament elèctric.

Aquesta normativa varia en funció de l'ajuntament, inclús del districte, per tant, per obtenir el certificat d'accessibilitat s'ha de preguntar a l'administració de l'ajuntament de cada localitat.

### **11.1.1. Normativa ubicació i execució del negoci**

Jordi de Inventa ens comenta que el primer de tot que s'ha de fer quan es té un projecte és presentar-ho a l'ajuntament, sobretot si és un negoci nou en una ubicació que no s'ha vist fins ara. Ja que, en experiència pròpia, s'ha trobat que s'ha proposat un projecte a un ajuntament i només deixen emprar-lo si els interessa pel bé de la ciutadania i si l'ajuntament hi pot treure interès, apart d'això si s'aprova la idea s'ha de treure a concurs per a que la gent es pugui presentar com a opció d'aquesta idea. Encara que la idea sigui del client, amb el concurs podria ser que se l'endugués un altre.

Per tant, cada ajuntament té les seves pròpies normatives, no existeix una legislació comú. En sectors específics com les platges sí que hi ha certes legislacions comuns on el ministeri cedeix el terreny de les platges a l'Ajuntament i aquest fa un concurs per a donar la concessió del terreny.

Respecte als mercats ambulants i les fires també existeix una normativa per a cada ajuntament i es surt a concurs.

En resum, si es pretén fer a terreny públic, al carrer, parcs o qualsevol superfície propietat de l'ajuntament s'ha de plantejar el projecte a l'ajuntament i/o participar al concurs, apart que cada ajuntament té la seva pròpia normativa.

L'altre opció que agilitzaria és intentar ubicar-lo a alguna superfície on sigui propietat privada i pagar un petit lloguer pel terreny com gasolineres, centres comercials, pàrquings de supermercats, etc.

## 11.2. Legislació de Sea Builds

La forma jurídica de Sea Builds serà una societat de responsabilitat limitada, ja que com a creador de l'empresa s'evitarà respondre amb el patrimoni personal si existeixen deutes durant el desenvolupament de l'empresa.

També facilita la incorporació de nous socis i la fusió amb altres empreses per expandir-se a nous sectors o per obtenir més clients. Així fent, que si s'incorporen més socis tots es responsabilitzen legalment de la part proporcional de l'empresa que els hi correspongui.

L'últim motiu pels quals s'ha triat crear-la amb societat limitada és el baix capital exigut per poder emprar-la, on només es demana 3.000€, una quantitat que es assumible i executable en el cas que no s'arribi al capital idoni per emprar l'empresa, on es veurà reflectit a l'apartat del pla financer.

Per tant, la titulació de l'empresa quedarà com a Sea Builds S.L.

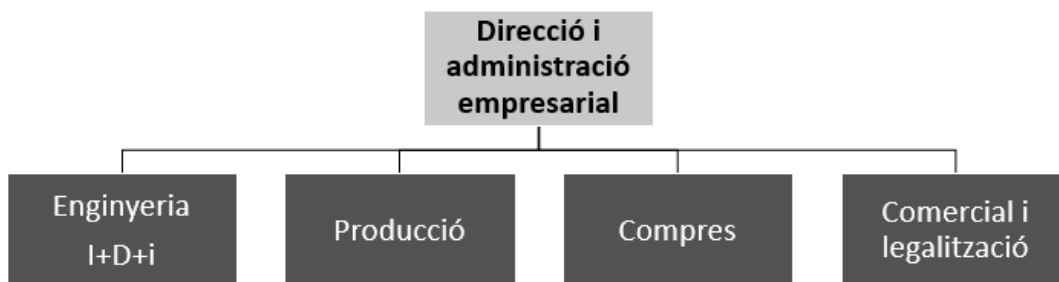
## 12. Pla d'organització i RRHH

---

Tota empresa que es comença a emprar comença a partir de l'empenyiment i la motivació d'un grup de persones que pretenen començar un projecte, per això el factor humà és la clau de qualsevol empresa, son les persones qui realitzen la feina, treu les tasques, produeixen les coses i les milloren per a poder-les vendre. Per aquest motiu, és imprescindible crear un pla d'organització, per concretar els aspectes relatius a la estructura organitzativa i a la planificació de recursos humans de l'empresa.

## 12.1. Organigrama i estructura funcional

L'organigrama es farà tenint en compte l'inici de l'empresa, representant els departaments més importants de l'empresa, on la quantitat de persones variarà segons la demanda de feina del departament. Des de Sea Builds sempre s'apostarà per la qualitat abans que la quantitat tenint a persones competents, per això se li pagarà amb un bon sou i amb les millors qualitat possibles de treball.



Gràfica 21: Esquema estructural. Font: Elaboració pròpia

- **Direcció i administració empresarial:** És el departament més important i amb més tasques, des de direcció es portarà el control financer i la administració de l'empresa, així també els recursos humans i qualsevol decisió important que es prengui a l'empresa.
- **Enginyeria I+D+i:** És el departament encarregat de la creativitat i el disseny dels projectes, és el departament que es coordinarà amb tots els altres per a transformar la idea en una realitat, serà el cervell dels projectes.
- **Producció:** Constarà de tècnics on transformaran els contenidors i els equiparan amb el material que pertoqui. Aquest departament serà dirigit i controlat per enginyeria.
- **Compres:** Serà el departament encarregat de comprar els contenidors i qualsevol tipus d'equipament que es necessiti, es coordinarà amb enginyeria per comprar tots els components a temps abans que es comenci la fase de producció.
- **Comercial i legalització:** Serà el departament encarregat de la publicitat i la comunicació amb el client, apart de resoldre tots els temes relacionats amb la normativa. Ho fa aquest departament ja que s'haurà d'estar en contacte amb el client per resoldre els tràmits. També estarà en comunicació amb enginyeria pels aspectes tècnics.

Des de Sea Builds es voldrà una comunicació excel·lent entre els departaments, crear grups de treball per agilitzar la feina i reunions amb tots els departaments per a que estiguin assabentats de tot el que passa a l'empresa, no es vol subdividir sinó al revés, la unió farà la força.

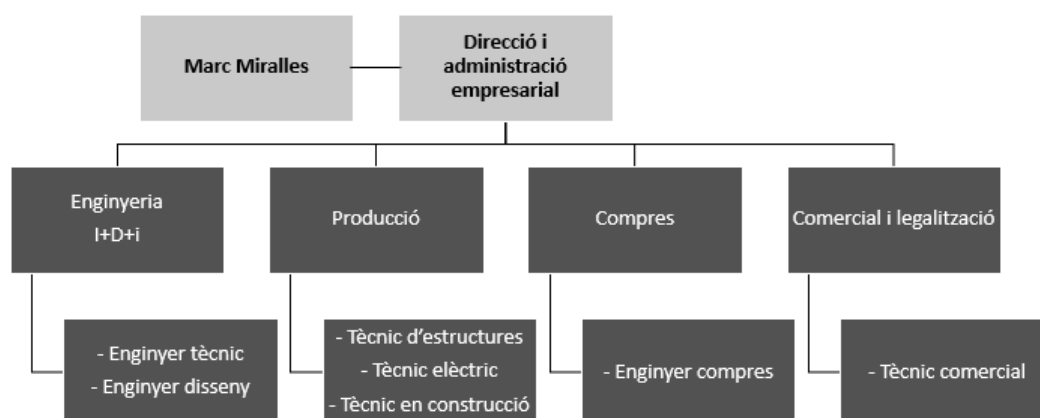
## 12.2. Plantilla inicial i evolució futura

Respecte a la plantilla inicial constarà de 8 persones per les primeres comandes, es necessitarà dos enginyers per I+D+i amb opció de l'ajuda del enginyer de compres i el propietari de l'empresa. L'equip de producció constarà de 3 tècnics amb experiència per a poder enfrontar qualsevol modificació del contenidor. Un enginyer de compres encarregat de la compra de

contenidors i de material pel contenidor, i un tècnic comercial que s'haurà de formar per a entendre quines són les normatives tècniques dels contenidors.

La evolució futura que es preveu que tindrà demanda de personal són:

- Departament comercial: a mida que comencin a entrar nous clients la càrrega de feina augmentarà i s'haurà d'afegir més personal, una persona no podrà atendre els clients, fer la publicitat i atendre els aspectes legals si hi ha molta demanda.
- Departament de producció: a mida que entrin mes comandes es necessitarà més personal per agilitzar les tasques de producció, primer s'intentarà subcontractar altres serveis fins a veure quina és la evolució d'aquesta subcontractació.
- Departament de direcció i administració de l'empresa: la comptabilitat i els aspectes financers necessiten molt de temps, en funció de les tasques de l'empresa es contractarà una administrativa i/o més personal especialitzat.



Gràfica 22: Esquema RRHH. Font: Elaboració pròpia

### 12.2.1. Salari del personal

El sou és molt important quan entres a una empresa, sobretot si ja es té una experiència professional elevada, els preus es pactarien al entrar amb el treballador però els valors són orientatius per establir un terme mig:

- Enginyers: 35.000€ bruts/any
- Tècnics: 30.000€ bruts/any
- Tècnic comercial 32.000€ bruts/any
- Marc Miralles: a convenir segons els beneficis de l'empresa amb un mínim de 25.000€ bruts/any

Com s'ha dit, es pactarà segons les conveniències i les circumstàncies de cada persona.

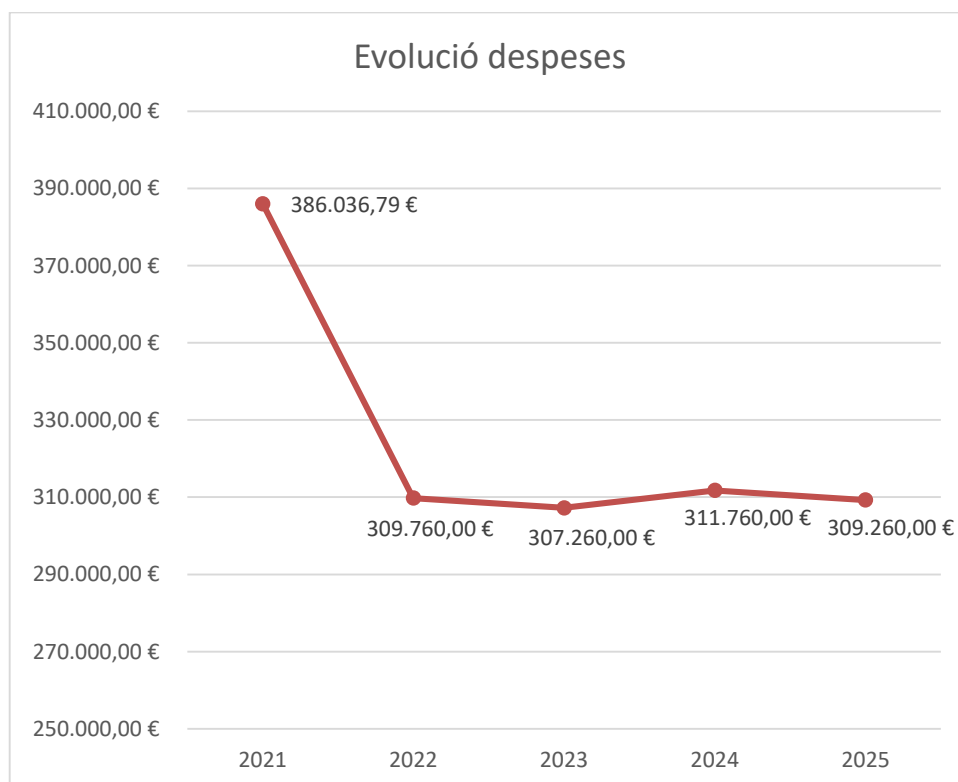
# 13. Pla de financer

El pla de financer d'una empresa, és per molts el pla més important que es pot trobar en qualsevol pla de negoci, i és lògic, aquí es detallarà tota la informació econòmica i financera del negoci, i que per tant, ens permet fer-nos una idea de la viabilitat econòmica de l'empresa que es vol emprendre.

De poc serviria tenir una gran idea de negoci, uns bons estudis de mercat i una estratègia infal·libre de màrqueting si després aquesta funció no es tradueix en números econòmics. Aquesta informació també servirà per veure quin és el valor de l'empresa al llarg del temps mirant els beneficis i capital de l'empresa.

## 13.1. Despeses de l'empresa

A continuació s'estudiarà les despeses generals de l'empresa amb 5 anys vista, al primer any es podrà contemplar les despeses inicials del negoci i als següents les despeses de manteniment.



Gràfica 23: Despeses empresarials. Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar les despeses inicials de l'empresa són més altes respecte a les despeses de manteniment dels següents anys, al formar part de les despeses no es contempla cap tipus d'inversió que es pugui fer com a millores dels processos de l'empresa.



Gràfica 24: Acumulació despeses. Font: Elaboració pròpia

Respecte les despeses acumulatives de l'empresa es comença amb una inversió inicial de 386.000€ i al cap de 5 anys hi ha una despesa acumulativa de 1.624.000€. On no només s'haurà de preveure la inversió inicial sinó com cobrir les despeses amb un marge de 5 anys en els mètodes de finançament.

Com a comentari ha de quedar clar que les despeses es fan amb un cert marge d'error aproximat i mantenint la plantilla que es genera fins ara. Amb 5 anys vista s'espera un augment de la demanda i per tant, un augment de la plantilla de l'empresa però no queda contemplat a les despeses ja que al balanç econòmic es farà tres previsions diferent de facturació, i per igualar-les en igualtat de condicions les despeses es quedaran fixes.

L'objectiu per a les despeses de l'empresa serà reduir-les al màxim possible, observant i tenint en compte les ofertes que puguin sorgir durant la compra dels components.

Altres despeses com les despeses comercials no queden exposades ja que aniran en funció de la deute i el benefici que s'obtingui dels contenidors. S'exposen les despeses més essencials per a emprar el negoci.

### Desglossament de les despeses

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Tràmits de creació</b>					
Alta empresa	600,00 €	- €	- €	- €	- €
Capital social	3.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Despeses administratives	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
<b>Despeses d'immobles</b>					
Lloguer nau	168.000,00 €	168.000,00 €	168.000,00 €	168.000,00 €	168.000,00 €
Llum	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €	5.400,00 €
Aigua	960,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €	960,00 €
Gas	2.400,00 €	2.400,00 €	2.400,00 €	2.400,00 €	2.400,00 €
<b>Despeses oficina</b>					
Ordinadors	10.000,00 €	4.000,00 €	2.000,00 €	4.000,00 €	2.000,00 €
Immobiliari	15.000,00 €				
Altres despeses	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
<b>Despeses producció</b>					
Maquinària	52.676,79 €				
Despeses de taller	3.000,00 €	3.000,00 €	1.500,00 €	3.000,00 €	1.500,00 €
<b>Despeses RRHH</b>					
Salaris	122.000,00 €	123.000,00 €	124.000,00 €	125.000,00 €	126.000,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>386.036,79 €</b>	<b>309.760,00 €</b>	<b>307.260,00 €</b>	<b>311.760,00 €</b>	<b>309.260,00 €</b>

*Taula 2: Desglossament despeses. Font: Elaboració pròpia*

A continuació es comentarà detalladament cada secció de les despeses:

- **Tràmits de creació:**

Respecte als tràmits de creació són tots els impostos a pagar per a poder emprendre una empresa, on ens consta els 600 euros que s'ha de pagar per poder donar d'alta una empresa, els 3.000€ de capital social mínim que s'ha de deixar per poder-la obrir, on més tard es podran recuperar però sempre deixant els 3.000€ declarats. Per tant, personalment no els tocaria i es quedarien en un compte bancari. I 1.500€ que corresponen a tramitacions com servei de gestoria i altres tràmits a pagar.

- **Despeses d'immobles:**

Com es pot observar al pla d'operacions el lloguer de la nau és de 14.000€ mensuals, com no se sap la fiança que es necessita per poder-lo llogar correspondrà al lloguer multiplicat per les 12 quotes anuals de pagament que respon a un total de 168.000€ l'any.

Respecte la llum, l'aigua i gas s'ha fet una aproximació estimant l'activitat de l'empresa i comparant-ho amb la nau on actualment treballa, que es realitza una activitat on la maquinària demana molta més electricitat que Sea Builds. També s'ha de deixar clar que s'ha estimat a l'alça deixant cert marge d'error.

- **Despeses oficina:**

S'aproxima un valor inicial de 10.000 euros en la compra d'equipament informàtic per a 8 persones on contindrà ordinadors i els seus corresponents perifèrics. Amb un desgast del material de 4.000 a 2.000€ l'any alternant les despeses.

S'ha aproximat uns 15.000€ pel material mobiliari de taules, cadires i prestatgeries per a poder adaptar la oficina com es necessitaria. I finalment s'adapten 1.500€ al mes per a altres despeses d'oficina com són fulls, bolígrafs i qualsevol material que es necessiti.

- **Despeses de producció:**

Les despeses de producció corresponen a totes aquells elements necessaris per a poder emprar el procés de producció de l'empresa. Per tant, correspon a tota la maquinària i elements de treballs dels tècnics contractats, aquesta part si s'ha hagut de fer un desglossament més detallat ja que és la part més costosa de l'empresa i per a saber el preu exacte de la maquinària:

**Desglossament detallat de la maquinària**

<b>Contingut</b>	<b>Preu</b>	<b>Unitat</b>	<b>Preu total</b>
Grua contenidors	50.000,00 €	1,00	50.000,00 €
Carro eines	485,00 €	3,00	1.455,00 €
Radial	128,00 €	2,00	256,00 €
Soldador	449,00 €	1,00	449,00 €
Eines construcció	65,00 €	1,00	65,00 €
Trepant columna	99,95 €	1,00	99,95 €
Mordaces	59,90 €	2,00	119,80 €
Banc de treball	106,02 €	2,00	212,04 €

<b>Total</b>	<b>52.656,79 €</b>
--------------	--------------------

*Taula 3: Desglossament maquinària. Font: Elaboració pròpia*

Tots els preus, les indicacions de compres i els links estaran detallades a bibliografia.

Comentar que la grua de contenidors serà per a poder desplaçar els contenidors per tota la nau o per mobilitzar-la si es necessita aixecar-la del terra per a poder treballar a la part inferior o qualsevol tipus de maniobra. La resta d'elements són elements imprescindibles per a fer les transformacions, sí que si es necessita alguna eina especial entrarà dins de la programació de cada projecte i s'haurà de tenir en compte al pressupost final.

## **13.2. Balanç econòmic**

És molt important per a una empresa que es faci el balanç econòmic per a veure si s'obté beneficis o no i per a preveure quin han de ser els objectius de venda per a poder mantenir el projecte viu i no caure en fallida. Per tant, des de Sea Builds s'ha plantejat 3 escenaris possibles de menys a més optimistes per a tal de tenir plantejades les 3 situacions.



### 13.2.1. Cas pessimista

Aquest cas és un cas on la estratègia de màrqueting no funcionaria, on es rebrien molt pocs clients i com es pot observar l'empresa estaria amb números vermells. En aquest cas s'hauria de fer un pensament de reinversió i plantejar-se coses extremes al cap de 5 anys com un canvi de nom a l'empresa i canviar dràsticament certs aspectes de l'empresa, com el departament comercial i el de disseny, o plantejar-se declarar l'empresa com a fallida i assumir tot el deute.

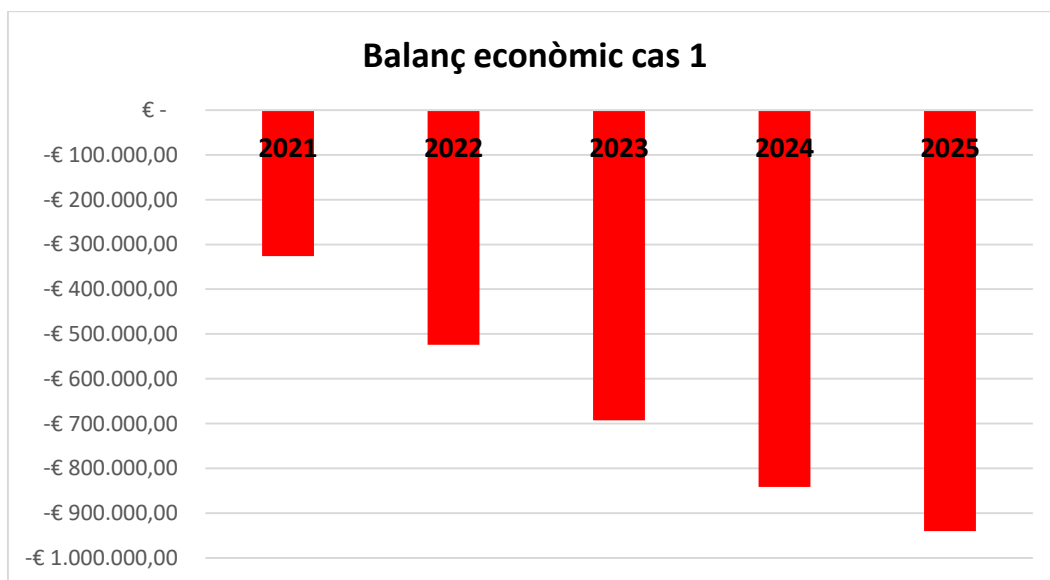
#### Desglossament cas pessimista

Any	Despesa	Despesa acumulativa	Num projectes	Benefici esperat	Benefici acumulatiu	Balanç econòmic
2021	€ 375.776,79	€ 375.776,79	5	€ 75.000,00	€ 75.000,00	-€ 300.776,79
2022	€ 298.500,00	€ 674.276,79	10	€ 150.000,00	€ 225.000,00	-€ 449.276,79
2023	€ 298.500,00	€ 972.776,79	13	€ 195.000,00	€ 420.000,00	-€ 552.776,79
2024	€ 298.500,00	€ 1.271.276,79	15	€ 225.000,00	€ 645.000,00	-€ 626.276,79
2025	€ 298.500,00	€ 1.569.776,79	20	€ 300.000,00	€ 945.000,00	-€ 624.776,79

Taula 4: Desglossament cas pessimista. Font: Elaboració pròpia

Respecte als projectes s'ha fet amb una mitja de benefici mig d'uns 10.000€ per contenidor, una xifra mig baixa, podria ser pitjor però llavors no tindria sentit començar l'empresa i amb una quantitat de projectes molt baix a lo esperat, als primers 2 anys no s'arriba a un projecte al més i al cap de 3 anys a dures penes arriba al doble de demanda dels dos primers anys. És un escenari pobre on no hi hauria viabilitat de l'empresa, però s'ha de contemplar ja que la probabilitat que passi sempre hi és.

#### Gràfica cas pessimista



Gràfica 25: Balanç econòmic cas pessimista. Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar l'empresa recau els 5 anys en números vermells i l'economia no es recupera sinó que augmenta el deute a cada any que passa.

### 13.2.2. Cas mig o realista

Aquest cas és el cas objectiu on es crea un deute els 3 primers anys però després s'observa una recuperació econòmica, és una empresa on té unes despeses importants inicials, a causa de la nau i la instrumentària on si es vulgues fer a petita escala es podria reduir, s'ha fet així per a poder ampliar i pensant en el creixement de l'empresa. En aquest cas es començaria l'empresa amb certa feina feta de publicitat on es començarien a tenir comandes i hi hauria certa demanda per a contenidors i on es valoraria emprar l'empresa per a començar a produir lo abans possible.

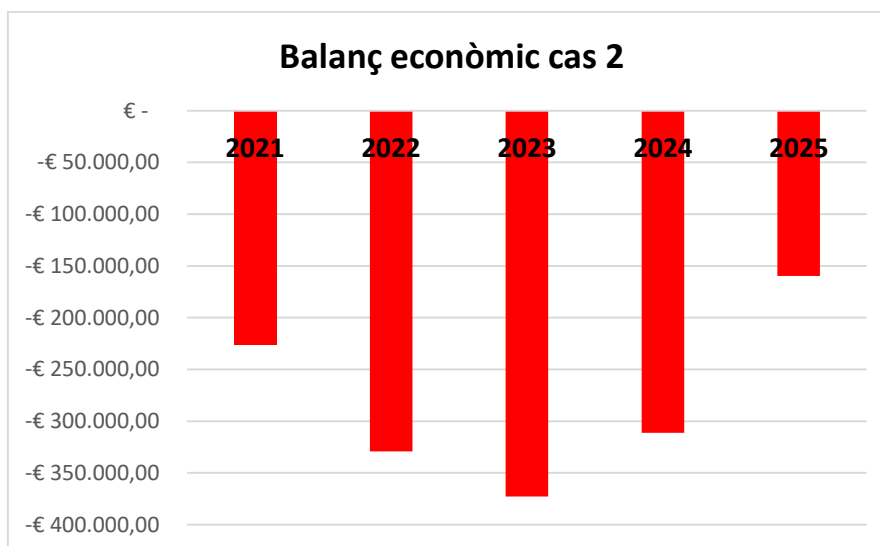
#### Desglossament cas realista

Any	Despesa	Despesa acumulativa	Num projectes	Benefici esperat	Benefici acumulatiu	Balanç econòmic
2021	€ 375.776,79	€ 375.776,79	10	€ 150.000,00	€ 150.000,00	-€ 225.776,79
2022	€ 298.500,00	€ 674.276,79	13	€ 195.000,00	€ 345.000,00	-€ 329.276,79
2023	€ 298.500,00	€ 972.776,79	17	€ 255.000,00	€ 600.000,00	-€ 372.776,79
2024	€ 298.500,00	€ 1.271.276,79	24	€ 360.000,00	€ 960.000,00	-€ 311.276,79
2025	€ 298.500,00	€ 1.569.776,79	30	€ 450.000,00	€ 1.410.000,00	-€ 159.776,79

Taula 5: Desglossament cas realista. Font: Elaboració Pròpia

Com es pot observar els projectes al primer any no arriben al projecte per més però al cap de 5 anys hi ha uns 3 projectes al més el que vol dir que s'hauria de començar a plantejar nou personal o ajudes externes per a poder cobrir tota la demanda, el benefici mig per a cada projecte seria d'uns 15.000€, una data coherent segons els preus demostrats als apartats anteriors i un benefici justificat com es podrà comprovar al balanç d'un projecte en els següents apartats.

#### Gràfica cas realista



Gràfica 26: Balanç econòmic cas realista. Font: Elaboració Pròpia

Com es pot observar sí que hi ha un pic de deute bancari que supera els 350.000€ però a partir del 4t any hi ha una recuperació econòmica elevada i la deute disminueix a més de la meitat en els pròxims 2 anys. És una economia pròpiament rentable, amb un deute que es podria assumir en el pic més elevat que no supera la dura xifra del mig milió d'euros com a deute bancari i que es podria disminuir si s'intenta reduir les despeses inicials i de manteniment durant els següents 4 anys.

### 13.2.3. Cas optimista

Finalment, aquest cas és el cas de l'èxit rotund des del principi de la creació de l'empresa on es comença amb certs clients i l'impacte publicitari té força per fer créixer la demanda i rebre moltes més comandes al llarg dels 4 anys següents, és un escenari on també pot passar com s'ha pogut comprovar amb la acceptació de la població durant l'estudi de mercat.

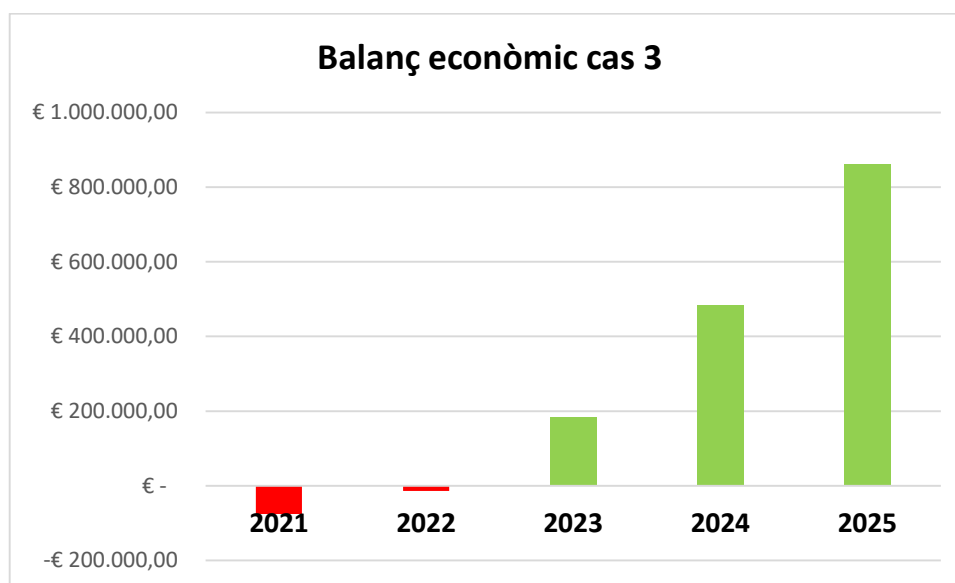
#### Desglossament cas optimista

Any	Despesa	Despesa acumulativa	Num projectes	Benefici esperat	Benefici acumulatiu	Balanç econòmic
2021	€ 375.776,79	€ 375.776,79	15	€ 300.000,00	€ 300.000,00	-€ 75.776,79
2022	€ 298.500,00	€ 674.276,79	24	€ 360.000,00	€ 660.000,00	-€ 14.276,79
2023	€ 298.500,00	€ 972.776,79	33	€ 495.000,00	€ 1.155.000,00	€ 182.223,21
2024	€ 298.500,00	€ 1.271.276,79	40	€ 600.000,00	€ 1.755.000,00	€ 483.723,21
2025	€ 298.500,00	€ 1.569.776,79	45	€ 675.000,00	€ 2.430.000,00	€ 860.223,21

Taula 6: Desglossament cas optimista. Font: Elaboració pròpia

Com es pot observa es comença amb més d'un projecte ja al mes, és una situació poc provable a no ser que la estratègia de màrqueting sigui molt efectiva, així com també la publicitat hauria d'arribar a molts mercats, i agafar clients del mercat de les superfícies convencionals i s'arriba a triplicar al cap de 5 anys. I amb un marge de benefici mig de cada projecte de 20.000€ de mitja.

#### Gràfica cas optimista



Gràfica 27: Balanç econòmic cas optimista. Font: Elaboració Pròpia.

Com es pot comprovar a la gràfica al primer any queda un deute de menys de 100.000€ i al segon any el deute està quasi pagat en la seva totalitat. Al cap de 5 anys es parla d'uns beneficis per l'empresa a prop del milió d'euros. Un marge de benefici molt gran per poder invertir en publicitat o expandir-se a nous mercats.

### 13.3. Pla financer d'un projecte

En aquest apartat es mostrarà una aproximació del balanç econòmic d'un projecte mitjà alt amb una gran càrrega de disseny amb una activitat simple com podria ser la gastronomia d'una hamburgueseria.

Descripció	Preu
Preu de venda	25.000,00 €
<b>Cuina</b>	
Contenedor 40 peus	- 1.950,00 €
Planxa	- 1.376,00 €
Taula suport	- 245,00 €
Nevera industrial	- 1.440,00 €
Microones	- 52,00 €
Pica i rentaplats	- 361,00 €
<b>Instal·lacions</b>	
Instal·lació butà	- 50,00 €
Instal·lació llum	- 1.000,00 €
Instal·lació aigua	- 400,00 €
Instal·lació sol	- 500,00 €
Instal·lació parets	- 300,00 €
<b>Exterior</b>	
Taules i cadires	- 1.000,00 €
Barra	- 700,00 €
Pintura i decoració	- 300,00 €
Vidre lateral	- 100,00 €
Cartells publicitat	- 800,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>14.426,00 €</b>

Taula 7: Desglossament projecte exemple. Font: Elaboració pròpia.

El preu de venda del contenidor és de 25.000€, un preu més que raonable per a la quantitat de disseny que conté, com es pot comprovar a la imatge posterior. Conté una instal·lació de cuina, una instal·lació de llum, gas i aigua i una decoració exterior per a poder atendre a l'aire lliure desplegant les "ales" del contenidor.

Com es pot comprovar el marge és d'uns 15.000€ nets del contenidor. Un contenidor estàndard sense gaire misteri només afegint disseny i creativitat.

El preu dels components i el preu final pot variar a gustos del client però sempre mantenint un cert marge respecte al preu final, mantenint així un cert benefici per a l'empresa.



Il·lustració 27: Contenedor transformat. Font: Google images

Com s'ha dit anteriorment, el fet de tenir una càrrega important de disseny fa que el producte entri molt pels ulls i es vegi innovador, la clau de l'èxit serà fer uns bons dissenys com el de la imatge abaratint el màxim el preu dels seus productes. Així l'empresa podrà treure uns marges de benefici com els que es proposats en aquest projecte.

## 14. Pla de contingències

Benjamin Franklin deia "No estar preparado es prepararse para fracasar". I és així, a tota empresa s'ha de crear un pla de contingències perquè no se sap quan pot venir la època de huracans, no se sap quan pot arribar una crisi o una emergència i haver de protegir l'empresa per mantenir-la viva. Per tant, es important crear un pla de contingències que detalli quines

mesures s'han de prendre per a garantir que l'empresa pugui seguir operant. Per això primer s'ha de valorar quins són els punts de risc de l'empresa:

- **Comandes d'emprenedors**: quan és època de crisi la gent disposada a emprendre negocis deixa de fer-ho i guarda líquides per a qualsevol tipus d'emergència, per tant, serà hora de centrar-se en altres sectors.

Un cop valorada la situació de risc s'ha de proposar una solució. També s'ha de tenir en compte que al ser una empresa que dóna una segona vida a un component i una segona viabilitat a la contractació de locals és molt fàcil poder treure profit en qualsevol tipus de crisi. Per tant, s'ha d'estudiar la possibilitat que la crisi sigui beneficiosa per a l'empresa.

- **Comercialitzar amb grans empreses**: és important estrènyer als departaments de compres de les grans empreses per a que apostin per al nostre sistema com a mètode de venda i publicitat.
- **Crear ofertes amb contenidors prefabricats**: al haver-hi una crisi probablement baixin els preus dels contenidors, per tant, el que es farà es comprar aquests contenidors, transformar-los i equipar-los amb instrumentària de preu disminuït i vendre-ho a un preu raonable.

Aquestes alternatives seran una bona manera de poder passar les crisis d'una manera més suportable i que no afecti tant a la economia de l'empresa, però, quan és època de crisi és complicat que no afecti en res a l'empresa.

# 15. Conclusions

---

Per a finalitzar aquest projecte es comenten les conclusions extretes. El projecte empresarial de Sea Builds té varis problemes dels quals considerariem impediments per a la viabilitat de l'empresa. Una d'elles és el mercat poc conegut que té, ja que la població no està informada d'aquest tipus de projecte i quan es pensa en crear un negoci molt poques vegades es pensa en aquest tipus de superfície. L'altre gran motiu és l'alta competitivitat i la gran quantitat de competidors que existeixen al mercat prèviament consolidats abans que Sea Builds. Sí que s'ha de dir al respecte que no tenen gran especialització en transformació de contenidors i que la seva estratègia de publicitat és extremadament limitada per no dir nul·la. I fent una inversió contundent en publicitat es faria arribar a un gran nombre de persones i extreure clients del mercat del local convencional, atraient així a un públic que desconeixia la idea.

També cal destacar la diversitat de la normativa, el govern deixa la decisió burocràtica per la creació d'aquest tipus de negocis als ajuntaments, i es pot tenir dificultats segons el municipi on vulgui instal·lar el client el contenidor.

No hem de perdre de vista tampoc el gran valor d'inversió necessari per a poder emprar el negoci, hi ha elements com la gran superfície de la nau, la grua per a poder mobilitzar els contenidors i les eines dels tècnics de producció que fan elevar el preu de les despeses inicials per a desenvolupar el negoci.

Decidir si es viable o no el projecte és una decisió complicada, però personalment crec que fent una bona inversió en publicitat obtenint clients abans de començar l'empresa i fent una bona inversió inicial per la infraestructura pot ser un projecte ambiciós i amb un futur d'expansió cap a mercats internacionals.

# 16. Bibliografia

---

Apart de tots els links mostrats posteriorment, els tutors del treball han proporcionat apunts de les assignatures pertinents per a fer l'estructura del treball.

Els links utilitzats per a la busca d'informació i la realització del treball han sigut els següents:

- Eina per a la creació de formularis i estadístiques:
  - <https://www.google.es/intl/ca/forms/about/> (10/10/19)
- Anàlisi PESTEL:
  - [https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_PESTEL](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_PESTEL) (20/11/19)
- INE (Institut nacional d'estadística)
  - <https://www.ine.es/> (20/11/19)
- IDESCAT (Institut d'estadística a Catalunya)
  - <https://www.idescat.cat/> (20/11/19)
- Informe PYMES 2017 (publicat octubre 2018):
  - <http://www.ipyme.org/Publicaciones/Informe-PYME2017.pdf> (20/11/19)
- Dades de l'atur a Catalunya:
  - <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana> (20/11/19)
- Normativa sobre els locals convencionals:
  - [https://www.construmatica.com/construpedia/Normativa\\_para\\_la\\_Reforma\\_de\\_Locales\\_Comerciales](https://www.construmatica.com/construpedia/Normativa_para_la_Reforma_de_Locales_Comerciales) (17/01/20)
- Anàlisi de la competència: Inventa Ingeniería y Construcción S.L.
  - <https://www.inventametal.com/> (05/02/20)
  - <https://empresite.eleconomista.es/INVENTA-INGENIERIA-CONSTRUCCION.html> (05/02/20)
- Anàlisi de la competència: Zarca S.L.
  - <https://www.zarca.es/> (05/02/20)
  - [https://app.einforma.com/servlet/app/portal/EME/id\\_sess/0010943309900017995925000045120/prod/INF\\_BASICA\\_REGISTRADOS/ID\\_PROMOCION/2330/nif/u4QqsYQU4sIEE1x7Jfix\\_Q/NUEVO\\_REGISTRADO/1/id\\_sess/0010943309900017995925000045120](https://app.einforma.com/servlet/app/portal/EME/id_sess/0010943309900017995925000045120/prod/INF_BASICA_REGISTRADOS/ID_PROMOCION/2330/nif/u4QqsYQU4sIEE1x7Jfix_Q/NUEVO_REGISTRADO/1/id_sess/0010943309900017995925000045120) (05/02/20)
- Informació sobre els objectius d'una empresa
  - <https://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/> (27/03/20)
- Cadena de Valor de Porter:

- [https://ca.wikipedia.org/wiki/Cadena\\_de\\_valor](https://ca.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor) (27/03/20)
- Anàlisi DAFO:  
<https://www.emprendedores.es/gestion/a30069/como-hacer-un-dafo2/> (27/03/20)
  - Estratègia de màrqueting anomenada la Matriu d'Ansoff  
<https://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento>  
(27/03/20)
  - Eina de posicionament de Phillip Kotler  
<https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing/> (27/03/20)
  - Lloguer Nau Industrial i descripció  
[https://www.pisos.com/alquilar/nave\\_industrial-centre\\_covadonga\\_centre08201-1723896418\\_108900/](https://www.pisos.com/alquilar/nave_industrial-centre_covadonga_centre08201-1723896418_108900/) (05/04/20)



# 17. Annexes

---

A annexes contindrà un petit fragment de la ISO 668 necessària per a la compra dels contenidors on regeix la normativa vigent per a la comercialització dels contenidors marítims.

La normativa present és la ISO 668: 2013, una normativa anterior. La vigent és la ISO 668: 2020 però per a tenir-la en propietat s'ha de dipositar una quantitat elevada de diners.