



# Pla d'empresa

Nom de la persona o persones:

Nom del projecte:

Data:

Amb el suport del Departament d'Empresa i Treball



Generalitat de Catalunya  
**Departament d'Empresa  
i Treball**



## Índex

1. Presentació del projecte	4
2. Estudi de mercat	5
3. Pla de màrqueting	8
4. Pla d'operacions i de qualitat	11
5. Pla d'organització i gestió	13
6. Pla jurídic i fiscal	14
7. Impacte social i mediambiental	17
8. Pla econòmic i financer	20
9. Annexes	25

NOTA: A sota dels requadres trobareu més informació de com emplenar-los. En algun dels apartats se us proposa un exemple de possible resposta.

# 1. Presentació del projecte

## Idea de l'activitat i la persona o persones que formen part del projecte

Expliqueu de forma resumida quin és el tipus de parada que voleu crear:

En concret, comenteu: (1) L'oportunitat que heu detectat i quines necessitats cobreix el vostre producte o servei, o bé quins problemes resol. (2) Si es cobreix una necessitat social o mediambiental, de quina manera el projecte pot ajudar a resoldre-la. (3) Com us voleu diferenciar d'altres parades i comerços iguals o similars a la vostra i què fareu diferent.

**EXEMPLE:** He decidit començar amb una parada de carn, concretament he sol·licitat la parada número \_\_\_\_ que es troba en el Mercat de la Independència / Mercat de Sant Pere.

Considero que hi ha molta desinformació en relació amb el consum de la carn, i més concretament, en relació amb la carn ecològica, que no sigui d'aus, així com les seves certificacions.

Amb una experiència de més de \_\_\_\_ anys en el sector de la carn, vull fer difusió, assessorament, així com oferir una bona qualitat, compartint la traçabilitat i organitzant sortides per conèixer als productors que ens proveiran els nostres productes.

Detalleu, si estareu al capdavant de la parada sols/les o bé ho fareu amb altres socis/ies. Per a cada persona detalleu: formació, experiència laboral, el grau d'implicació personal i econòmica, la motivació:

## 2. Estudi de mercat

### Anàlisi del mercat, de la clientela i de la competència.

La situació del comerç a Terrassa i els seus mercats municipals al 2025:

- L'índex de Dotació Comercial (IDC) és del 2,37%, superior a la mitjana del Vallès Occidental (1,91%), fet que indica una oferta comercial elevada i un entorn competitiu intens.
- L'índex d'aprofitament de locals comercials (ALC) és alt: 86,89% d'espais ocupats.

Els mercats són espais estratègics per a: compra de proximitat i producte fresc, relació social, activitats promocionals i de formació i dinamització econòmica.

Tant el Mercat de la Independència com el Mercat de Sant Pere són espais amb una dinàmica clara de renovació i modernització gràcies a les fortes inversions fetes en 2023 - 2025. Les dades mostren una ciutat que aposta pel comerç de proximitat i que vol revitalitzar els seus mercats municipals.

En concret, el **Mercat de la Independència** té una identitat i valor estratègic, ja que és el mercat central i més emblemàtic de Terrassa, situat més al centre de la ciutat. La seva ubicació al Raval de Montserrat, li facilita una afluència elevada. Entre els anys 2023 – 2025, s'han realitzat millores en la infraestructura (cobertes, lluernes i sanejament), en la modernització de la climatització, façana i eficiència energètic.

La tendència de consum en aquest mercat, mostra una preferència pel producte fresc, amb un augment del comerç artesanal i de qualitat. El perfil de la clientela és molt divers.

En concret, el **Mercat de Sant Pere** és un mercat històric molt arrelat al bari de Sant Pere, amb alta fidelitat del client local. La seva desocupació parcial, obre oportunitats per a persones emprenedores que vulguin cobrir buits de servei.

En aquest mercat també s'han produït renovacions del sanejament, voltes del semisoterrani i millora de la ventilació, també s'ha implementat la digitalització, les taquilles refrigerades i marketplace municipal. En aquest mercat hi ha una menor competència i més suport institucional per a la seva reactivació.

En concret, podeu detallar: (1) Quina és la tendència del mercat en el que et vols implantar? (2) Quines oportunitats i riscos ofereix actualment? (3) Quina és la tendència del tipus de comerç que vols iniciar.

### Quin és el perfil de la clientela dels mercats municipals?

(1) Per conèixer el perfil de la clientela, haureu d'analitzar les característiques i necessitats comunes que tenen. (2) Atenent al perfil de la vostra clientela, esbrineu quina quota de mercat us correspondrà.

**EXEMPLE:** Les tendències més recents apunten a que el perfil de la clientela dels mercats municipals a Terrassa és el d'un perfil adult, residents en els barris pròxims, així com famílies, que tenen una sensibilitat pel producte fresc, de proximitat i sostenible, tot i que implica una major despesa en la compra.

Es pot percebre l'augment d'un públic jove interessat en els productes gourmet i experiències. Els clients valoren la compra personalitzada i l'assessorament versos els supermercats, on l'experiència de compra és d'un altre tipus.

**Afegir dades d'afluència en cadascun dels mercats**

Expliqueu qui serà la vostra competència en el mercat. Detalleu les principals parades competidores en el Mercat de la Independència / Mercat de Sant Pere, en el quadre següent:

Nom de la parada	Punts febles	Punts forts

Per afegir fileres a la taula, heu de clicar la darrera filera amb el botó dret del ratolí i seleccionar "Insertar una filera a sota".

Expliqueu qui serà la vostra competència més propera fora del mercat, en el quadre següent:

Nom competència	Ubicació	Punts febles	Punts forts

Per afegir fileres a la taula, heu de clicar la darrera filera amb el botó dret del ratolí i seleccionar "Insertar una filera a

sota".

## DAFO

Empleneu el DAFO següent:

	Debilitats	Fortaleses
Anàlisi intern	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta d'experiència en un negoci propi.</li> <li>Necessitat d'adaptació digital per a respondre als nous hàbits de consum.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiència en la venda de.....</li> <li>Perfil Instagram sobre divulgació del producte.....amb .....seguidors.</li> </ul>
	Amenaces	Oportunitats
Anàlisi extern / mercat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competència forta (especialment en el Mercat de la Independència).</li> <li>Parades tancades a Sant Pere que poden afectar la percepció positiva del mercat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inversions europees i municipals per dinamitzar els mercats.</li> <li>Tendències cap al consum responsable i producte fresc.</li> <li>Una major preocupació per millorar la salut des de una bona alimentació.</li> </ul>

A continuació s'expliquen els quatre apartats del DAFO:

- **Debilitats:** aspectes interns del projecte que representen una limitació per al seu èxit. Per exemple: la falta de formació i d'experiència o els pocs recursos.
- **Fortaleses:** aspectes interns del projecte que el diferencien positivament respecte a la competència. Per exemple, equip qualificat i amb experiència, productes o serveis de qualitat...
- **Oportunitats:** aspectes externs que ens faciliten l'èxit del projecte. Per exemple: mercat i demanda en creixement, poca competència...
- **Amenaces:** aspectes externs que representen un risc per al futur del projecte. Per exemple: una crisi econòmica, competència força consolidada, canvis en la forma de consumir...

Indiqueu com podeu aprofitar les oportunitats i punts forts del vostre projecte. I com podeu millorar els efectes de les possibles amenaces i els punts febles del vostre projecte:

### 3. Pla de màrqueting

#### Quins productes oferireu, diferenciació, els preus, distribució, comunicació / promoció i previsió de vendes.

Detalleu els tipus de productes que oferireu, informeu de les seves principals característiques i que és el que fan que siguin diferents als que ofereix la competència:

(1) En el cas que siguin molt nombrosos, els podeu agrupar per famílies. (2) Pel que fa als productes, podeu detallar les característiques comercials i tècniques, tot especificant-ne la qualitat, el grau d'innovació, la composició, les marques, etc.(3) Expliqueu per què la clientela pot escollir els vostres productes o serveis en lloc dels de la competència.

Com fareu arribar el producte o servei a la clientela?:

(1) Vendreu exclusivament els productes en la parada o bé oferireu altres opcions de compra? (2) Informeu del cost dels canals escollits. (3) Descriviu els elements que destaquen en la vostra parada i que siguin un reclam per la clientela.

Quina serà la estratègia de màrqueting, els mitjans de comunicació i promoció que fareu servir.

(1) Comunicació corporativa: quin missatge voleu transmetre al vostre tipus de clientela. Informeu del cost que tindrà el disseny de la vostra imatge corporativa. (2) És convenient fer una planificació de les accions comercials en un període temporal concret, informant dels recursos necessaris per dur-les a terme. (3) Accions de promoció i publicitat: mitjançant un lloc web, xarxes socials, mailings, anuncis en revistes especialitzades, catàlegs de productes/serveis, (4) Detalleu el cost de la publicitat inicial i de la que fareu periòdicament.

Per estudiar la viabilitat econòmica caldrà feu una previsió de vendes i que expliqueu els criteris que us permeten fer aquesta previsió:

(1) Tingueu en compte si les vendes tindran estacionalitat, períodes d'augment o disminució significatius. Per exemple: vacances, festivitats, etc. (2) Detalleu quin és el creixement esperat per als següents anys. (3) Esbrineu quina és la facturació mitjana dels comerços que són competència vostra (4) Expliqueu, si és el cas, quins compromisos de venda en ferm teniu en aquest moment.

## 4. Pla d'operacions i de qualitat

### Quines són les tasques a realitzar, control de qualitat, proveïdors i dades de la parada.

Detalleu quines tasques són necessàries per elaborar i oferir els productes:

(1) En el cas de producció, podeu descriure de forma concisa en què consisteix el procés productiu. Per exemple, des de la recepció de les matèries primeres necessàries, l'emmagatzematge, les fases d'elaboració del producte, els controls de qualitat, etcètera, fins a la gestió i el control dels productes acabats.

Disposeu de mitjans per conèixer la satisfacció de la clientela? Detalleu quins:

Conèixer en cada moment el que pensa la clientela dels vostres productes o serveis és important per millorar-los i adaptar-los a les seves necessitats.

Quines són les principals empreses proveïdores de productes i serveis, i comenteu les condicions i formes de pagament:

És interessant comptar amb diferents empreses proveïdores per si alguna d'elles falla o entra en una posició de domini.

Quina és la parada que sol·liciteu? Afegiu tota la informació relacionada (traspàs de la parada, costos, temps de durada de la tinença, si cal fer inversions, permisos o llicències especials, etc).

**EXEMPLE:** La parada sol·licitada és la número \_\_\_\_\_ del Mercat de la Independència / Mercat de Sant Pere. La parada té \_\_\_\_\_ metres lineals. El preu pel metre lineal és de 446,89 €/m a l'any (unitats peix 647,28 €/m, unitats fruita i verdura 379,15 €/m).

La llicència de la parada es troba en vigor. Es va fer un pagament pel traspàs de la llicència de la parada, a l'anterior propietari/a, de \_\_\_\_\_.

En el cas que s'haguessin de fer obres a la parada, d'adequació o actualització, caldria fer una sol·licitud i seguir el procediment corresponent de legalització de l'obra.

L'alta del subministrament de la llum és de \_\_\_\_\_. El pagament de la taxa de residus està inclosa en la taxa que es paga per l'espai de la parada.

També es farà el pagament de la quota de l'associació del Mercat de la Independència /Mercat de Sant Pere.

En relació amb els departaments auxiliars com magatzems, obradors i cambres frigorífiques, serà necessari disposar de (un magatzem i/o obrador i/o cambra frigorífica) i tindrà un cost compartit de \_\_\_\_\_.

També tinc contractat un pla de control de plagues amb la empresa \_\_\_\_\_ per un import mensual/ anual de \_\_\_\_\_ €.

Enllaços d'interès:

- Reglament regulador dels mercats municipals: <https://aoberta.terrassa.cat/documents/normativa36092630.pdf?codidoc=MkY1MDE3MUM1NzI2MThFMzA0NTA0RjhBMThDM0UONzI=&idrel=001453>
- Formulari de sol·licitud d'una parada: <https://aoberta.terrassa.cat/tramits/fitxa.jsp?id=5081>
- Normativa reguladora de la taxa aplicable als serveis prestats als mercats municipals : <https://aoberta.terrassa.cat/normativa/detallNormativa.jsp?id=01492>
- Sol·licitud per fer obres a la parada: <https://aoberta.terrassa.cat/tramits/fitxa.jsp?id=3641>

**Informe del compliment de les obligacions derivades de prevenció de riscos, assegurances, de la normativa ambiental:**

(1) Qualsevol empresa o persona autònoma que tingui, almenys, una o diverses persones treballadores a càrrec, està subjecta a la Llei 31/1995 de Prevenció de Riscos Laborals. (2) Algunes persones treballadores autònomes, que no tenen personal, també es poden veure afectades per la normativa sobre coordinació d'activitats empresarials. En aquest cas, cal aportar informació sobre els riscos que les seves activitats o equips suposen per al personal de les altres empreses amb què col·laboren.

**EXEMPLE:** Tot i trobar-se l'espai de la parada en el Mercat de la Independència /Mercat de Sant Pere, cal disposar d'una assegurança d'incendis, robatori i responsabilitat civil, que es contractarà amb la empresa asseguradora \_\_\_\_\_ amb un import anual de \_\_\_\_\_ €.

Es contractarà una assegurança que complementi la prestació econòmica per motius de baixa laboral. Aquesta assegurança es contractarà amb la empresa \_\_\_\_\_ per un import mensual de \_\_\_\_\_ €.

En relació amb la prevenció de riscos, només hi serà una sola persona a la parada, que és la persona que lidera el projecte. En el cas de tenir contractat personal, la persona emprenedora, segons la Llei 31/1995, de Prevenció de Riscos Laborals (LPRL), estableix que només els autònoms i les autònomes que tenen a càrrec persones assalariades han de complir amb les seves obligacions generals en matèria de seguretat i salut.

## 5. Pla d'organització i gestió

### Llocs de treball i personal que treballarà, funcions a realitzar i la seva remuneració.

Detalleu els llocs de treball i quines persones els ocuparan (incloeu també les persones de l'equip impulsor del projecte), quines seran les funcions de cadascuna.

(1) Podeu descriure quines són les seves tasques, funcions i responsabilitats, i quines són les relacions orgàniques. (2) En el cas de que no necessiteu personal, expliqueu com distribuïreu les diferents tasques.

Indiqueu en el quadre següent la categoria, el sou brut mensual i el cost mensual de l'empresa per a cada persona treballadora:

Nom	Categoria	Sou brut mensual	Cost de l'empresa
TOTAL			

(1) El cost de l'empresa és el sou brut més la seguretat social a càrrec de l'empresa (quota empresarial). (2) Per calcular el sou brut s'ha de tenir en compte el que estipula el conveni col·lectiu del sector i de la comunitat autònoma per a cada categoria professional. Podeu localitzar els convenis laborals aplicables a Catalunya en l'[enllaç següent](#).

## 6. Pla jurídic i fiscal

### Forma jurídica i fiscalitat, nom comercial, marques.

Detalleu la forma jurídica escollida i quines són les principals característiques, drets i deures. Informeu del cost de la constitució i afegeix informació sobre els impostos a pagar:

La forma jurídica escollida és la d'empresari/a individual (o altres formes jurídiques). La tramitació d'alta de l'activitat a Hisenda i a Seguretat Social, tindrà (o no tindrà) un cost de \_\_\_\_\_

Les activitats empresarials i professionals es declaren a Hisenda trimestralment a través del règim d'estimació directa simplificada amb la retenció corresponent del 20% (en termes generals i quan el rendiment net sigui positiu) o bé a través del règim d'estimació objectiva, havent de pagar trimestralment, la quantitat de \_\_\_\_\_ en aquest concepte.

En el cas **d'estimació directa**, es realitzaran **quatre pagaments fraccionats trimestrals en el model 130**, entre l'1 i el 20 d'abril, juliol i octubre, i entre l'1 i el 30 de gener de l'any següent. S'haurà de presentar declaració negativa en els trimestres en què no resulti quantitat a ingressar.

En el cas **d'estimació objectiva**, es realitzaran **quatre pagaments fraccionats trimestrals, en el model 131** entre l'1 i el 20 d'abril, juliol i octubre, i entre l'1 i el 30 de gener de l'any següent. S'haurà de presentar declaració negativa en els trimestres que no resulti quantitat a ingressar.

L'**impost sobre el valor afegit** es declara trimestralment a través del règim general amb un tipus d'IVA del \_\_\_\_ ( 21% o 10% o 4% ) o bé en un dels règims especials (simplificat, recàrrec d'equivalència, béns usats, agència de viatges, etc. Agència Tributària: 5.2 Règims de tributació )

En el cas del règim general el **període de liquidació és trimestral**, i es presentarà el **model 303**, i si escau, l'ingrés o sol·licitud de compensació s'efectua entre l'1 i el 20 d'abril, juliol i octubre, excepte la corresponent a l'últim període de liquidació de l'any, en què també pot sol·licitar la devolució, entre l'1 i el 30 de gener de l'any següent. A més, els subjectes passius han de formular una declaració resum anual, **model 390** .

(1) Tipus de formes jurídiques: clàssiques (persona empresària individual, societat civil privada, societat limitada, societat anònima...) i fórmules d'economia social (societat cooperativa, fundació, associació, societat laboral (SLL o SAL), empresa d'inserció, centre especial de treball, mutualitat...).

Si heu decidit registrar la marca o el nom comercial, i quin en serà el cost.

El nom comercial o marca es pot registrar a la oficina espanyola de patents i marques, i té un cost de 127,88 € cada 10 anys (si és pagament electrònic) o bé 150,45 € cada 10 anys ( si és pagament electrònic).

Enllaç per registrar el nom comercial o la marca: [Solicitar una marca o nombre comercial - Portal OEPM](#)

Detalleu les assegurances que contractareu i el seu cost:

Expliqueu les assegurances que penseu subscriure i el seu cost anual: responsabilitat civil, baixa laboral, assegurances de locals, de vida, de vehicles i altres bens, multirisc...

**Informeiu quines gestions dureu a terme per acollir-vos a la normativa de la protecció de dades:**

Totes les empreses estan obligades a complir la normativa sobre protecció de dades. Podeu trobar més informació en [aquest portal](#).

## 7. Impacte social i mediambiental

Aquest és un element de diferenciació important respecte a els projectes tradicionals, tant per a l'empresa com per la clientela, que valora cada cop més aquests elements en els productes i serveis que compra. Indiqueu si teniu previst implementar valors en algun dels cinc àmbits següents:

### 1. Bon Govern

Informació sobre processos i proveïdors (proximitat, sostenibilitat).

Mecanismes per recollir opinions de clients/usuaris.

Perspectiva de gènere i mesures contra assetjament i discriminació (inclòs col·lectiu LGTBI+).

### 2. Àmbit Econòmic

Ús de llicències lliures i obertes.

Elecció de banca ètica o cooperativa.

Productes amb certificacions (comerç just, ecològic, proximitat).

Proveïdors d'economia social i solidària.

Participació en xarxes de petits comerciants.

### 3. Àmbit Laboral

Mesures de conciliació (flexibilitat, teletreball).

Inclusió de col·lectius amb baixa ocupabilitat.

Millores respecte al conveni i impuls del treball estable.

### 4. Àmbit Ambiental

Contractació d'energia verda.

Informació sobre origen i procés dels productes.

Reducció del malbaratament alimentari.

Compra de productes sostenibles, ecològics i de proximitat.

### 5. Àmbit Social

Suport a entitats no lucratives i economia social.

Comunicació respectuosa amb diversitat i perspectiva de gènere.

Participació en activitats comunitàries.

Accessibilitat en canals de comunicació.

## 8. Pla econòmic i financer

### Inversió i finançament inicial

#### Quina inversió és necessària?

1. Traspàs de la parada: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
2. Legalització d'obres: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
3. Despesa d'obres: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
4. Alta de subministraments: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
5. Compra de maquinària: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
6. Compra de mobiliari: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
7. Compra de mercaderia: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
8. Compra de material informàtic: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €
9. altres inversions no contemplades en els punts anteriors: (SI / NO), en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €

#### Amb quin finançament comptes per cobrir la inversió?

1. Recursos propis (capitalització de l'atur i/o estalvis i/o préstecs de familiars i/o amics): (SI / NO) en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €.
2. Ajudes i subvencions: (SI / NO) en el cas que SI, import de \_\_\_\_\_ €.
3. Préstec bancari: (SI / NO), en el cas que SI, caldrà saber import que es sol·licita a la entitat, tipus d'interès, termini de devolució i si hi ha carència (tipus i durada).

### Previsió d'ingressos i despeses dels primers anys

En general, els imports dels ingressos i despeses s'han de posar sense l'IVA.

Quina és la previsió de facturació mensual? En quins períodes la facturació augmenta i en quina quantitat, i en quins períodes disminueix i en quina quantitat?

Quines despeses mensuals / anuals preveieu?

- Despesa de la taxa de la parada: distribució en mesos
- Despeses de subministres (llum i telèfon)
- Despeses d'aigua (excepte en parades que no siguin de peixateria)
- Import del sou desitjable de la persona autònoma:
- Import de la quota de la persona autònoma:
- Import del salari de les persones contractades (si n'hi haguessin) :
- Quota empresarial de les persones contractades (si n'hi haguessin):
- Despesa de la gestoria:
- Despesa de les assegurances:
- Altres despeses (web, xarxes socials, publicitat, etc):

## 9. Annexos



Podeu incloure com Annex diverses informacions o documents que creieu interessants.