



Juji&cupcakes

Com iniciar la meua pròpia
empresa.

De la idea a l'èxit

Com iniciar la meva pròpia
empresa.

De la idea a l'èxit.

Batxillerat social

2015/16

Pseudònim: MAX



ÍNDEX

0. INTRODUCCIÓ	pàg. 4
1. NOM I LOGOTIP	pàg. 7
2. IDEA DE NEGOCI.....	pàg. 8
2.1. CONCEPTE DE CREATIVITAT	pàg.11
2.2. OPORTUNITAT DE NEGOCI	pàg.14
3. PLA D'EMPRESA	pàg.17
4. OBJECTIUS I FUNCIONS DE L'EMPRESA.....	pàg.19
4.1. RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	pàg.20
5. RECURSOS FINANCERS I HUMANS	pàg.22
5.1. FONTS DE FINANÇAMENT	pàg.27
5.2. LES TIC	pàg.30
6. TIPUS DE MERCAT	pàg.32
6.1. ESTUDI DE MERCAT	pàg.33
6.1.1. ENQUESTA	pàg.33
6.1.2. COMPETÈNCIA A SANT SADURNÍ D'ANOIA	pàg.39
6.1.2.1. CONCLUSIONS	pàg.50
7. LOCALITZACIÓ I DIMENSIONS	pàg.52
8. NORMATIVA DE VENTA ON-LINE	pàg.55
9. PÚBLIC	pàg.57
10.PLA DE MÀRQUETING	pàg.58
10.1. TARGETES.....	pàg.62
10.2. ADHESIUS.....	pàg.63
10.3. ENVÀS	pàg.64
11. PRESENTACIÓ I DESCRIPCIÓ DE PRODUCTES	pàg.70
11.1. QUADRE DE PREUS	pàg.82
12.CONCLUSIONS	pàg.89
13.BIBLIOGRAFIA I NETGRAFIA.....	pàg.91
14.ANNEX	pàg.92

0. INTRODUCCIÓ

El meu treball de recerca és una iniciativa empenedora, un projecte empresarial on, presento una idea innovadora cercant l'oportunitat futura de negoci.

La iniciativa, principalment, era la creació d'una empresa de cupcakes a través d'una app on el client pogués dissenyar-se el seu propi cupcake a partir d'uns patrons i en pogués fer la comanda. Més endavant, però, em va sorgir la idea de crear, també, uns caixers automàtics de cupcakes, ja que ho vaig trobar molt original i diferent respecte a les empreses que es dediquen a la mateixa tasca que JujisCupcakes.

A partir d'aquesta idea de negoci, he anat confeccionant el meu treball de recerca, que té com a propòsit principal la creació d'una empresa de venda on-line, tot i que també disposarà de botiga física per aquells clients que no vulguin pagar el transport de les comandes o bé prefereixen el sistema tradicional per comprar els productes, sense necessitat de demanar-ho on-line. En primer lloc, explico tots els passos que haig de seguir com a bona empenedora abans de crear i consolidar la meua empresa (JujisCupcakes) amb la construcció d'un pla d'empresa atractiu per aconseguir un bon finançament i construir, així, una oportunitat de negoci viable. Els objectius són comercialitzar el cupcake (com a producte estrella) i d'altres productes de rebosteria de la manera més original i atractiva possible, tenint molt en compte els detalls que embelleixen el producte i el facin desitjable pel client o possibles clients, ser l'empresa més ràpida en aquest sector tenint en compte la competència (en el meu cas ho centro en l'àmbit municipal de Sant Sadurní) i, finalment, superar a les altres empreses del sector com a empresa verda i solidària.

Pel que fa a la venda on-line, la pàgina web tindrà una rellevància especial perquè resulti fàcil de consultar, d'interactuar amb els usuaris, de resposta ràpida i captivadora. També és important com es presentarà al mercat i al públic



que anirà dirigit. S'obsequiarà a les *influencers* i models del moment que tinguin expectació per que a través d'elles es donin a conèixer els nostres productes, alhora que aquestes, de manera indirecta amb les seves publicacions, els promocionin. Així, d'alguna manera, ens diferenciarem de la competència.

Així doncs, he intentat inserir les meves aficions en un context real i, a partir d'aquí, després d'imaginar la forma i l'estructura del meu treball, ha sorgit JujisCupcakes com una gran empresa innovadora.

La motivació principal per realitzar aquest treball ha estat la meva passió per la pastisseria que, juntament amb l'interès que em desperta el món empresarial i amb l'esperit emprenedor i atrevit que em caracteritza, han estat la llavor d'aquest treball de recerca.

Penso que per iniciar un bona idea i projecte empresarial cal ser arriscat i optimista, ja que la creació d'una empresa no és fàcil com veurem a continuació.

Pel que fa a l'estructura que he seguit a l'hora de confeccionar el treball, començo explicant d'on prové el nom i el logotip que caracteritza l'empresa. Després, he iniciat explicant el que considero més important, la meva idea de negoci. A continuació, enumero els objectius i funcions que persegueixo amb aquesta recerca i els recursos humans i financers que empraré. Parlaré també del tipus de mercat al qual pertany l'empresa de JujisCupcakes i, seguidament, faig també un anàlisi o estudi de mercat i en relació a l'espai físic on es trobarà l'empresa, dedico un apartat a determinar-lo, així com les dimensions que ocuparà. Seguidament, com que es tracta d'una empresa on-line, he fet una recerca de la normativa de venda d'aliments per internet, he tractat un punt molt important com és el consumidor del producte i he realitzat el pla de màrqueting de l'empresa. Finalment, trobem la presentació i descripció dels productes que oferirà l'empresa, un quadre de preus d'aquests, les conclusions i l'annex, que contindrà els aspectes del pla de màrqueting.



Com a aclariment de la recerca, cal tenir en compte que és un trec molt pràctic i que, per tant, no hi havia molta ajuda a la xarxa. Per aquesta mateixa raó, he hagut d'obtenir informació provinent, sobretot, de llibres d'economia i empresa, treballs d'emprenedoria de graus superiors d'Administració i Finances cedits per Jordi Nin. És evident que també he fet ús de la informació a la xarxa però en menys mesura.



1. NOM I LOGOTIP

Per què el nom de JujisCupcakes?

Aquesta és la pregunta que acostuma a fer-me molta gent, la veritat és que no prové de cap fet en concret sinò que és una composició de dues paraules.

Juji". Aquest terme és el mot que usen els membres de la meva família per dirigir-se a mi de forma carinyosa.

Per altra banda, "cupcakes", aquests són uns pastissos individuals arrodonits amb una base de pa de pessic i la seva peculiaritat -d'aquí els distingim dels muffins- és que, la seva superfície està decorada amb cremes (nata, mantega i sucre,xocolata...) i damunt les cremes s'hi acostuma a posar encenalls de xocolata...

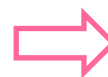
En conclusió el nom de "JujisCupcakes" va sorgir com a resultat d'unir aquests dos termes que donen musicalitat, identitat i una dolçor molt especial. També cal afegir que els colors que el conformen s'adiuen molt de cara a la funció i perspectiva de l'empresa.

A l'hora de crear el logotip vaig fer servir, principalment una aplicació de mòbil anomenada: photofy i, consegüentment una aplicació d'ordinador equivalent al Photoshop anomenada Befunky.



Evolució del logotip:

Jujiscupcakes



2. IDEA DE NEGOCI

La idea de negoci de l'empresa JujisCupcakes consisteix en la creació d'una empresa única de venda on-line de productes de rebosteria, a més l'empresa també vol innovar en l'establiment d'uns caixers automàtics a les ciutats més concorregudes dins el territori espanyol, ja que aquests caixers ja s'han estrenat als Estats Units, per part d'una altre empresa anomenada Sprinkles Cupcakes i han tingut i tenen un gran èxit.

JujisCupcakes ho portarà en pràctica a un preu assequible però mantenint la categoria i el gust selecte i original. També assegurarem que hi haurà un apartat per a persones celíaques i vegetarianes, ja que creiem que aquestes també han de gaudir dels petits plaers de la vida volem que hi tinguin cabuda també dins la nostra empresa.



Caixers automàtics instal·lats ja als Estats Units.

La idea de negoci pel que fa als caixers automàtics seria semblant a la de l'empresa Sprinkles Cucakes dels Estats Units, evidentment però hi haurien canvis perquè aquesta no fos una idea copiada, ja que molt abans de saber que als Estats Units hi existien nosaltres ja la teníem en ment.

A continuació, cal que parlem pel que fa referència a l'aplicació de compra on-line i disseny de cupcakes, aquesta serà creada un cop ens financem per un especialista en aplicacions mòbils i programació, degut a la dificultat i el cost que això suposa, si s'arriba a portar a terme l'empresa es realitzarà en aquell moment.

Al marge de la idea de negoci per tirar endavant una empresa, cal que l'emprenedor sigui talentós i es per això que en les economies actuals apareixen noves oportunitats de negoci per donar resposta a necessitats fins ara inexistents o insatisfetes o bé millorar l'oferta existent. En aquest entorn, la figura de l'emprenedor esdevé un element central. I és que s'ha demostrat que hi ha una relació positiva entra la iniciativa emprenedora i el desenvolupament d'un país o regió: contribueix al creixement econòmic, és una font d'innovació, afavoreix la creació d'ocupació, és una font de cohesió i dinamisme social i es pot aprendre, entre moltes altres característiques.

Avui en dia és habitual sentir a parlar de l'esperit empresarial i de les actituds emprenedores que duen a terme els emprenedors amb les seves activitats, empreses i projectes. En general, l'esperit empresarial s'ha definit en nombroses ocasions com una capacitat, qualitat o habilitat per concebre i fer realitat una oportunitat de negoci: a més, subratllem específicament un tipus de qualitats o habilitats específiques -qualitats personals, habilitats socials i habilitats directives -. L'esperit empresarial és una manera de pensar, raonar i actuar vinculada i suscitada per la cerca d'una oportunitat de negoci. El resultat és la creació, millora, realització i renovació de valor en el sentit més ampli del terme, és a dir, no solament el valor econòmic, sinó també social, i no solament per als seus propietaris (els empresaris) sinó també per a tots els grups d'interès que hi estan vinculats (empleats, clients, proveïdors, etc.). D'altra banda, la contribució que l'esperit empresarial fa a la competitivitat d'un país deriva del impuls a la productivitat que genera la presència d'un nombre més gran d'empreses. Dit d'una altra manera, en termes generals, si hi ha un nombre més gran d'iniciatives empresarials hi ha més competència entre les empreses, la qual cosa les obliga a reaccionar millorant l'eficàcia i innovant;

alhora l'augment de l'eficàcia i innovació millora la força competitiva de l'economia en conjunt.

Assumint l'esperit empresarial em sorgeixen certes qüestions: És positiu o negatiu que la persona sigui arriscada? És positiu o negatiu que una persona s'enriqueixi mitjançant l'activitat empresarial? És positiu o negatiu dedicar moltes hores a la feina?

Penso que les respostes a aquestes preguntes tenen a veure amb els valors que tenim les persones, i aquests, al seu torn, són importants perquè estableixen els fonaments de les seves actituds i els seus comportaments. Així doncs, ja que tant el risc com els guanys econòmics, el sacrifici o la dedicació, han estat trets atribuïts a l'exercici de l'activitat empresarial, i per tant a l'empresari, les respostes a les qüestions anteriors determinaran, en part, les actituds emprenedores.

Com ja sabem no hi ha un únic perfil d'empresari i puc assegurar que no hi haurà un arquetip ideal d'empresari però ara bé, podríem dir que reuneixen uns trets psicosocials i de personalitat comuns a més de la necessitat o motivació d'assolir l'èxit: necessitat d'assoliment, compromís i responsabilitat, tolerància al risc i a l'ambigüitat, creativitat i activitat energètica, autoconfiança i control i, finalment, desig d'autonomia i independència.

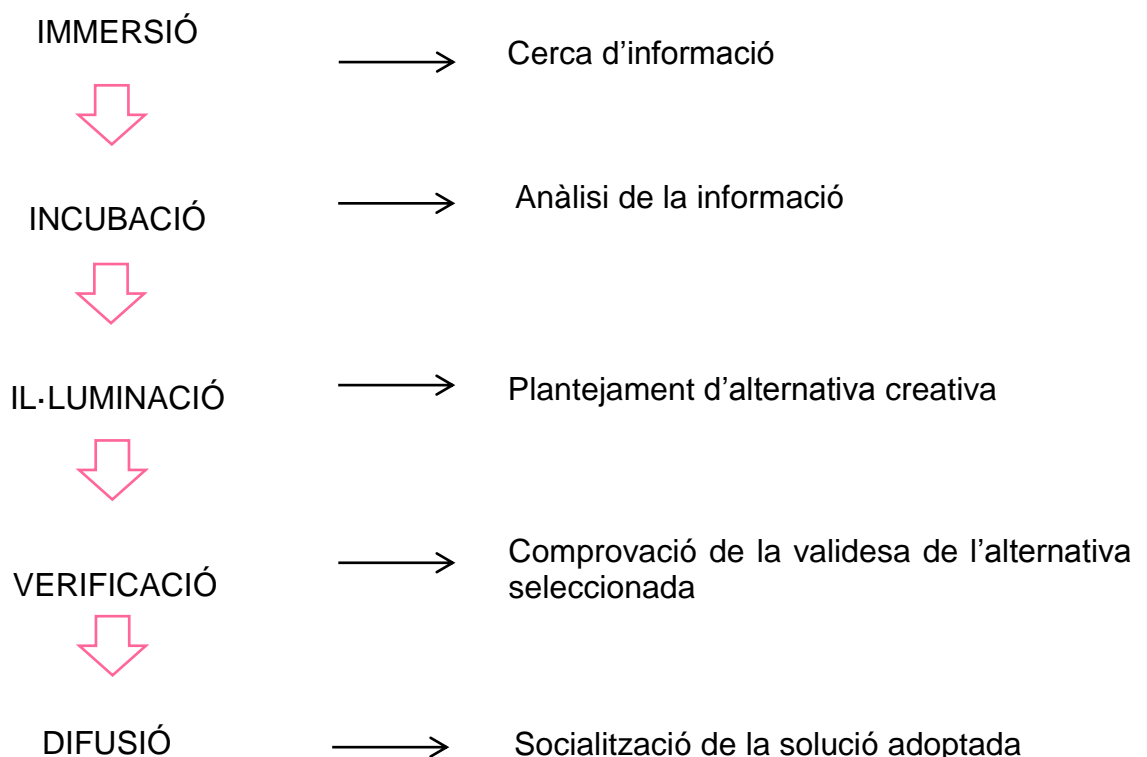
Per tal de poder exercir adequadament les seves funcions, l'empresari ha de disposar d'un conjunt d'habilitats emprenedores (més pragmàtiques) que li permetin sobresortir en el món empresarial: lideratges, negociació i relacions socials, és a dir, la força per a influir i motivar en l'àmbit empresarial, capacitat de negociació per a l'èxit empresarial i la intel·ligència per a les relacions o empatia (intel·ligència emocional).

2.1. CONCEPTE DE CREATIVITAT

Quan parlem de creativitat, la majoria de nosaltres la relacionem amb conceptes com el d'innovació, originalitat o novetat. En aquests casos, la nostra percepció de la creativitat se centra en el resultat que s'obté quan s'ha creat alguna cosa. D'aquesta manera la creativitat constitueix la caracterització reservada als productes que inicialment es consideren nous en una especialitat, però en aquest darrer terme es consideren vàlids dins la comunitat pertinent. Així, doncs, hi ha creativitat en la mesura en què hi ha el seu producte, i aquest és conegut i valorat.

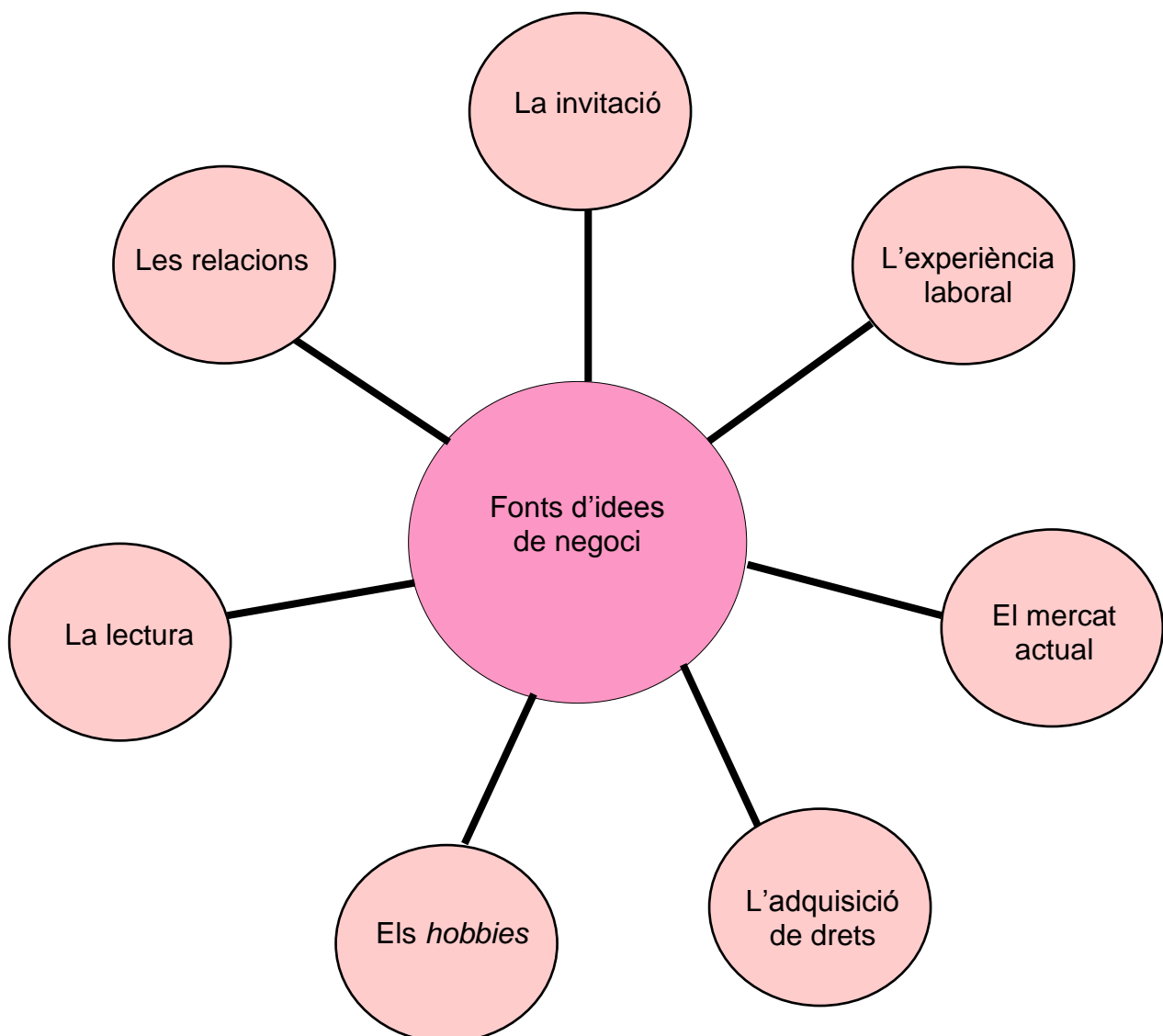
En el meu cas en concret la creativitat es basa en la generació d'un nou model d'empresa, mitjançant una app o web on el consumidor pugui crear el seu propi 'cupcake' seguint unes pautes predeterminades. Com a persona creativa, analitzo des d'una òptica diferent el fet de crear una empresa dinàmica on el consumidor intervingui combinant ingredients, votant els 'cupcakes' que més els agradin.... També la idea de l'empresa aniria lligada amb la creació i establiment de caixers automàtics de cupcakes, on el client podrà satisfer la necessitat

Etapas procés creatiu:



Quan pensem a emprendre una nova activitat, quan volem posar en marxa una iniciativa empresarial o, en definitiva, que duem a terme qualsevol procés emprenedor, solem partir d'un element essencial: la idea de negoci.

Com passava altres fonts (les fonts d'innovació), les fonts d'idees de negoci són interminables.



La meva font o idea de negoci prové de les pròpies aficions o *hobbies*. Les activitats a què ens agrada dedicar-hi el nostre temps lliure i en les quals ens divertim plenament, poden suscitar idees de negoci que permetin millorar algun aspecte d'un producte o servei que ja existeix. En el meu cas, la creació d'una empresa de pastisseria diferent a les que existeixen avui dia.

Com veurem a continuació, una idea de negoci no ha de ser necessàriament una autèntica oportunitat empresarial. De fet, trobar una bona idea constitueix tan sols el primer pas en la tasca de convertir la creativitat de l'emprenedor en un projecte, producte o servei innovadors. Així, doncs, no podem pensar que tenir-ne una de bona signifiqui l'èxit assegurat. I, si no, pensem per un moment quin emprenedor no pensa que la seva idea no és realment bona.

Per tot això, cal d'una banda contrastar, prèviament les idees de negoci a fi de rebutjar-les que no es puguin dur a terme, i comprovar, de l'altra, quines podrien arribar a ser vertaderes oportunitats de negoci.

Avaluació idea de negoci:

1	Satisfà la meva idea de negoci els meus objectius personals?
2	Quina és la viabilitat aparent de la idea de negoci?
3	Disposo dels coneixements, habilitats i recursos necessaris per dur-la a terme?

2.1.1. OPORTUNITAT DE NEGOCI

Una oportunitat de negoci és una idea atractiva, duradora i adequada per a un moment concret del temps, que adopta la forma d'un producte o servei que crea o afegeix valor pel comprador o consumidor final.

Quan una idea té aquestes qualitats, es diu que "la finestra de la oportunitat està oberta" i que romandrà oberta durant un període de temps considerable. Significa, també, que és viable entrar en un mercat determinat i que l'equip emprenedor podrà aconseguir-ho. El negoci, el projecte o la nova empresa té o és capaç d'aconseguir un avantatge competitiu i, finalment, les inversions realitzades seran recuperades, la qual cosa significa que es podrà obtenir una rendibilitat significativa i, a més, hi haurà un elevat potencial de creixement.

Avaluació de l'oportunitat de negoci	Viabilitat de la meva idea de negoci
<p>La necessitat: és important analitzar el grau de satisfacció de la necessitat que es vol cobrir.</p>	<p>Satisfer la necessitat d'una clientela que pugui fer les seves comandes al seu gust i disseny propis.</p>
<p>Els clients: el grau de receptivitat o lleialtat dels clients potencials als productes o serveis donaran pistes per analitzar en quina mesura l'oportunitat és realment una gran oportunitat. A partir d'una llista de clients potencials serà més fàcil una classificació en segments de mercat.</p>	<p>Dirigit a un públic ampli, amants de la bona rebosteria, vegetarians, celíacs ...</p>

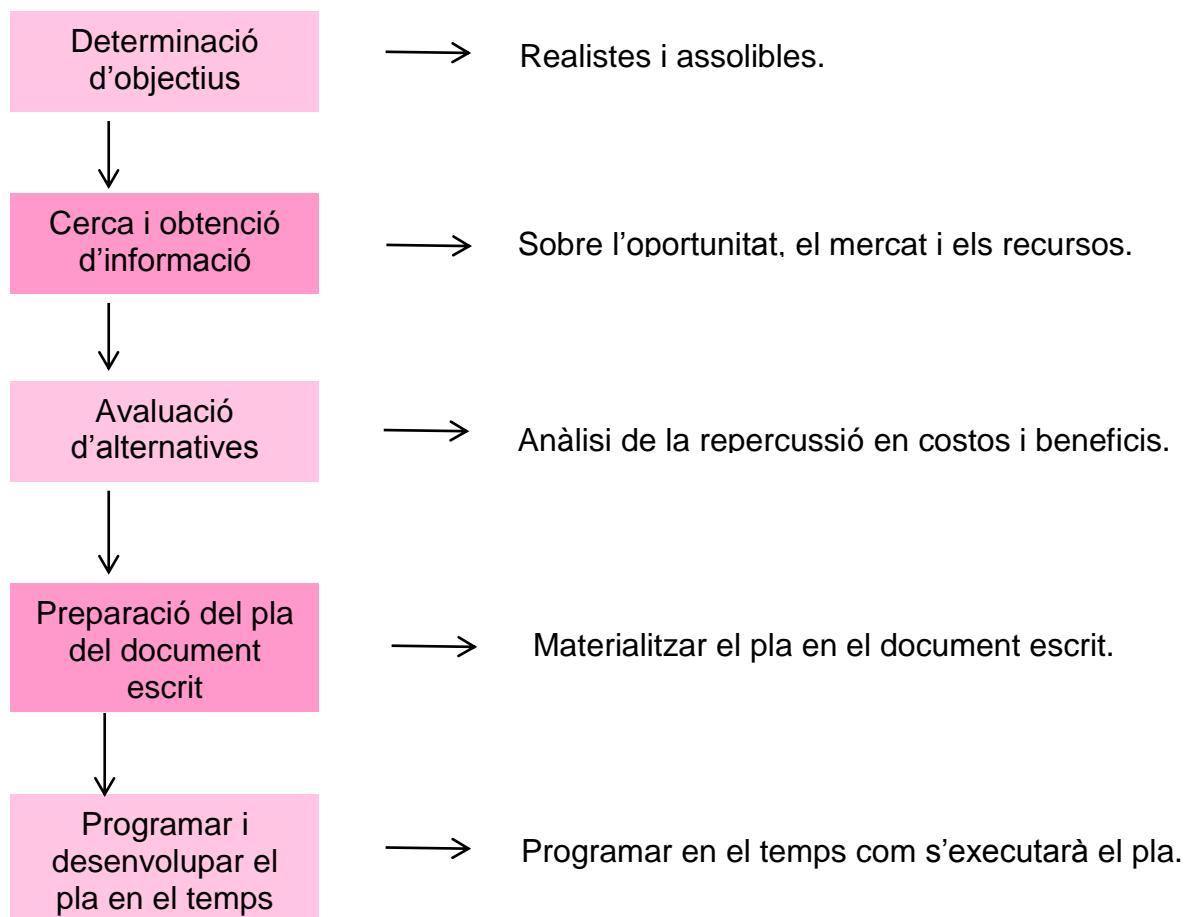
<p>La innovació: una oportunitat de negoci en la que el grau d'innovació sigui elevat significa que, en igualtat de condicions, té més probabilitats d'èxit de la que té un component innovador escàs.</p>	<p>Amb l'empresa Jujiscupcakes la innovació està en què el client pot fer la seva comanda al seu gust a través d'una app gratuïta principalment però també hi haurà una pàgina web. També, la creació de caixers automàtics de cupcakes que puguin proveir el client de manera ràpida per satisfer la seva necessitat.</p>
<p>El valor afegit: les oportunitats que generin un valor afegit més gran són les que tenen més possibilitats d'èxit.</p>	<p>Els preus més adaptats als productes de venda que els de la competència, afavoreixen la compra de productes a JujisCupcakes i la confiança dels clients.</p>
<p>La vida del producte/servei: els productes que duren molt solen ser més atractius que els peribles, els quals, a mesura que avança el temps perden tot el seu valor comercial.</p>	<p>El fet que cada setmana anem renovant els productes de manera prolongada afavoreix a que l'empresa estigui en constant innovació i que els seus productes no tinguin una vida curta.</p>
<p>El creixement del mercat: una taxa elevada de creixement anual de mercat és bon senyal per entrar a competir-hi. Les taxes més altes solen coincidir amb les fases d'introducció del producte/servei que es vol comercialitzar.</p>	<p>Crec que el creixement serà exponencial si ens enfoquem bé de cara al públic al qual pretenem atraure, ja que si això ho fem bé podem arribar a igualar a la competència pel que fa a sector serveis.</p>
<p>Els marges comercials: els més elevats també se solen obtenir en les fases inicials del cicle de la vida del producte, per la qual cosa, aquestes són les oportunitats de negoci amb més potencial.</p>	<p>El marge comercial juga en favor del producte ja que la idea es troba en la fase inicial del seu cicle de vida i, per tant, fa més atractiu i desitjable el producte.</p>

<p>El lideratge del mercat: és important analitzar en quina mesura podríem aconseguir una situació de lideratge en el mercat en la qual es desenvoluparà l'oportunitat.</p>	<p>Competim amb un mercat molt ampli però on no hi té cabuda qualsevol idea com la de JujisCupcakes que elabora els seus productes estrella, i que pot arribar a liderar el mercat en un període determinat gràcies a consumidors selectes i <i>bloggers</i> (patrocinaran).</p>
<p>Costos: lògicament si les oportunitats de negoci han de suportar moltes despeses, el potencial de l'oportunitat serà més petit.</p>	<p>En cas que poséssim en marxa el projecte empresarial real, el cost d'aquest seguiria no sent elevat. El cost seria els ingredients, els embalatges i el material utilitzat. Cal tenir presents els costos de màrqueting i publicitat per tal de promoure la marca i l'empresa.</p>
<p>Termini de recuperació de la inversió: normalment, són més atractives les oportunitats que preveuen un termini de recuperació de les inversions a curt.</p>	<p>Esperant que el llançament de la nova idea sigui de gran atracció per un cert públic objectiu serà un èxit garantit, la demanda serà elevada i la recuperació de la inversió immediata.</p>

3. PLA D'EMPRESA

IMPORTÀNCIA DE PLANIFICACIÓ EN EL PROCÉS EMPRENEDOR:

En el món emprenedor, la planificació és un dels punts inevitables. És un pas més pel qual han de passar les persones que decideixen posar en marxa la seva idea de negoci. A més, és un requisit bàsic si és que, per al desenvolupament del projecte empresarial, cal obtenir finançament aliè, perquè en la majoria de les entitats financeres, i en totes les administracions públiques que gestionen algun tipus de suport financer, demanen un pla d'empresa que sintetitzi i justifiqui la seva futura viabilitat. Tanmateix, hem d'aclarir que la planificació no garanteix l'èxit del projecte en cap moment. El màxim que pot fer és aclarir les idees al mateix emprenedor i, en la mesura que es pugui, que ell s'anticipi a les possibles alteracions que amb tota seguretat s'endevinaran durant el desenvolupament del procés al principi, i durant l'exercici de l'activitat empresarial després. En definitiva, hem d'acceptar que un pla no és garantia d'èxit (com ja hem dit anteriorment), encara que cada vegada que prenem algun tipus de decisió ens transformem en planificadors.





Aquest procés de planificació es pot definir com el procés consistent a definir passos necessaris per a transformar un objectiu en resultats.

En primer lloc, tenir objectius vàlids és el requisit inicial en el procés de planificació. En aquest sentit, hem de ser conscients que els objectius poc realistes no serveixin de gaire i en l'àmbit empresarial poden portar qualsevol projecte al fracàs. Obtenir la informació rellevant és el segon pas en la planificació. Si estem planificant la posada en marxa d'un nou projecte empresarial, obtenir informació sobre l'oportunitat de negoci destacada, sobre el mercat, sobre els recursos financers necessaris per posar-la en marxa, la tecnologia per poder-la produir o el personal necessari per desenvolupar-la constitueixen l'essència d'aquesta etapa de planificació.

Una vegada recopilada la informació caldrà avaluar les diferents alternatives. Normalment hi ha més d'una alternativa a l'hora de realitzar qualsevol acció. Cada una de les alternatives tindrà repercussió en els costos i els beneficis futurs.

Finalment, documentar el pla per escrit, en un pla d'empresa, si és que parlem d'un projecte empresarial, i desenvolupar el programa en l'horitzó temporal constitueixen les últimes fases del procés de planificació.

4. OBJECTIUS I FUNCIONS DE L'EMPRESA

És molt important fixar els objectius i les funcions que ha de tenir una empresa des d'un principi. Aquests seran els que determinin si una empresa funciona o no, és a dir, si aquests es compleixen l'empresa tirarà endavant amb facilitats, però si no és així les probabilitats que aquesta decaigui seran molt grans.

Per aquesta raó a JujisCupcakes ens hem fixat unes funcions i uns objectius, els quals estem disposats a portar a terme per tal que el nostre negoci funcioni i ofereixi als clients el millor servei possible.

Els objectius de JujisCupcakes són els següents:

1. Oferir al client un producte selecte i a la vegada econòmic.
2. Arribar a tot el públic (vegetarians i celíacs inclosos).
3. Oferir els nostres serveis de la manera més ràpida de tal manera que sigui plaent i satisfactori pel client.
4. Arribar a ser millors que la competència a l'hora d'oferir els nostres serveis.

Les funcions de JujisCupcakes:

1. Ser empresa verda i solidària.
2. Satisfer les necessitats dels consumidors.
3. Elaborar productes selectes i desitjables.

4.1. **RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA (RSC)**

La responsabilitat social corporativa és fonamental per totes les empreses davant que aquesta ofereix una imatge molt important de l'empresa i és amb la qual el client es fixa. Amb la RSC les empreses aconseguen una millor imatge per a elles mateixes (ja que, tracta temes sobre la corrupció dins l'empresa, temes mediambientals, temes de protecció i salut, temes dels interessos dels consumidors...) i també fa que puguin arribar a obtenir ajudes dels seus governs.

A JujisCupcakes ens hem compromès a seguir i obeir una sèrie d'accions de la Responsabilitat Social Corporativa, que ajudaran a l'empresa a ser reconeguda i admirada entre el públic i també per les altres empreses del sector.

Aquestes accions són les següents:

1. Empresa verda. Quan parlem d'empresa verda ens referim a l'acció de RSC destinada a que l'empresa tingui cura del medi ambient i, d'aquesta manera, utilitzar tots aquells possibles materials i energies que no siguin de gran impacte pel medi.

Vivim en un planeta molt desenvolupat tecnològic i econòmicament, però a la vegada no trobem solucions per reduir la contaminació que creen reiteradament les indústries i empreses.

A JujisCupcakes creiem que ser respectuosos amb el medi no només serà bo per a l'empresa, sinó que també serà un punt molt fort per a la pròpia empresa envers les empreses de la mateixa activitat, ja que no s'impliquen tant en temes mediambientals.

El fet de reciclar anirà també inclòs dins d'aquest apartat (la triple R: Reduir, Reciclar i Reutilitzar).



2. Campanya de solidaritat amb Càrites. L'empresa es comprometrà a donar tots aquells productes que hagin sobrat el mateix dia a Càrites o a la Fundació Banc dels Aliments. És molt important no llençar aliments i menys sabent que algú altre els necessita més que nosaltres.

Així, JujisCupcakes col·laborarà amb Càrites i amb la fundació Banc Dels Aliments de Barcelona.



Aquests són els punts més rellevants, però cal dir també que l'empresa complirà amb els seus deures com ara: evitar casos de corrupció o activitats arriscades que puguin portar a l'empresa a una situació de suspensió de pagaments o bé 'embrutar-la', garantir una protecció i una seguretat social a tots els nostres treballadors, actuar d'acord als interessos dels clients (això ens aportarà avantatges per l'empresa), entre d'altres activitats.

5. RECURSOS

En el context de l'activitat emprenedora, no hi ha cap dubte de la importància que tenen els recursos. Segurament, tots hem vist o sentit algun emprenedor que reclama més recursos per dur a terme les seves idees de negoci.

Quan parlem de recursos, a l'hora de iniciar un projecte empresarial, solem pensar en els financers. Lògicament, identificar recursos financers necessaris per a començar l'activitat empresarial és un dels primers passos que han de donar els emprenedors durant el procés de creació (mitjançant préstecs financers...). Tanmateix, els recursos de caràcter no econòmic solen ser més importants del que ens imaginem. Així doncs, identificar i utilitzar adequadament els coneixements, consells, suports i suggeriments de persones clau en el funcionament d'una empresa, com són els responsables d'entitats financeres, les institucions públiques, els clients, els empleats, els proveïdors, pot condicionar en gran manera el desenvolupament futur del projecte empresarial.

La màxima "minimitzar els recursos" sol ser la pràctica més habitual entre els emprenedors destacats. Pensem, per exemple, quant podríem guanyar si cada vegada que prenem una decisió valorem com es podria aconseguir "més amb menys".

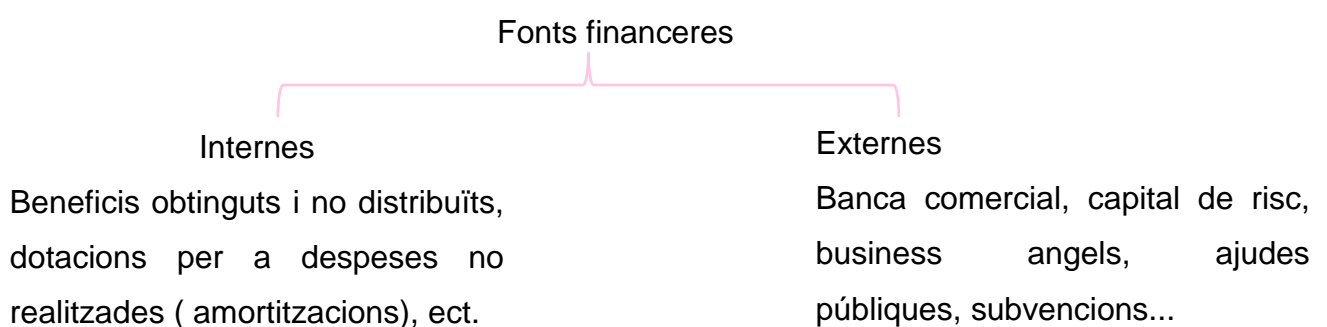
Financers

La majoria dels projectes empresarials necessiten finançament per a portar-los a la pràctica, igual com a la creació d'una nova empresa requereix recursos financers des del moment en què inicia l'activitat. Per exemple, en l'etapa de posada en marxa d'una empresa, l'emprenedor ha de dur a terme els tràmits burocràtics requerits per la seva constitució, la qual cosa implica, haver de realitzar determinats pagaments. Igualment, els subministraments dels proveïdors, el lloguer o la compra del local en el qual es desenvoluparà l'activitat, la compra d'immobilitzats, etc, constitueixen accions pròpies del context empresarial, que amb independència de categoritzar-se cost, despesa o inversió, en un moment determinat requereixen recursos financers.

L'obtenció de recursos financers ha estat una de les dificultats principals a què han fet referència els emprenedors en el moment de posar en marxa la pròpia iniciativa. També ha estat reconegut com un dels factors que desanimen més els potencials emprenedors a l'hora d'iniciar una aventura empresarial. Indubtablement, podem entendre aquesta realitat, sobretot, si tenim en compte que les entitats financeres (bancs i caixes d'estalvis) han estat durant molt de temps les úniques fonts de finançament a les quals poden acudir els emprenedors, tot i que, durant els darrers temps han sorgit les acceleradores*. Tanmateix, les modalitats financeres que hi ha ara mateix per iniciar una nova activitat empresarial s'ha multiplicat en els últims anys. Així, entre altres institucions, les administracions públiques, conscients de la font d'ocupació, riquesa i innovació que representen les primes i les noves empreses, han augmentat el nombre i la tipologia d'ajuts i subvencions a fi d'estimular la iniciativa emprenedors entre la societat. Deixant de banda les fonts de finançament internes, en aquest apartat abordarem les fonts principals de finançament externes, utilitzades pels emprenedors a l'actualitat.

Les fonts de finançament internes o autofinançament són les fonts que genera la pròpia empresa amb l'exercici de la seva activitat i que utilitza per finançar alguna despesa o inversió.

Tipus de fonts financeres



*Són empreses que ofereixen uns diners a uns emprenedors perquè iniciïn el seu procés emprenedor (abans cal, evidentment, una selecció mitjançant concursos, sorteigs, votacions...).

Humans

Dins aquest departament hi haurà diferents persones contractades que realitzaran les tasques en les quals s'han especialitzat. Com encara és una empresa fictícia, per a la selecció d'aquestes persones caldria un seguit d'entrevistes de treball.

Treballador	Càrrecs	Funcions	Salari	Perfil Professional	Jornada laboral
Júlia Pérez	Pastissera, comptable i tècnica administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboració de pastissos, galetes... - Formació de treballadors. - Atenció clients 	900€ mensuals bruts 10800€ anuals bruts	Màster en comptabilitat i finances, màrqueting i grau superior en pastisseria	Completa
Persona aliena	Ajudant cuina	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboració de pastissos, galetes... 	700€ mensuals bruts 8400 anuals bruts	Grau superior de forneria, pastisseria i confiteria	Completa
Persona aliena	Tècnic administratiu (dependent/a)	<ul style="list-style-type: none"> - Organitzador/a de comandes. - Atenció clients personal, telefònicament i per la web. 	700€ mensuals bruts 8400€ anuals bruts	Grau superior de forneria, pastisseria i confiteria	Completa



Persona aliena	Comptable	<ul style="list-style-type: none"> – Confecció llibre diari, major, comptes de gestió... – Confecció de comptes anuals. 	Màster en comptabilitat i finances.	Depèn del preu que estableixin les empreses dedicades al sector comptable	Trimestral
Empresa Aliena (Glovo, La nevera roja)	Transport	<ul style="list-style-type: none"> – Empresa transportista (nuclis: grans ciutats com ara Barcelona) 		Depèn del preu que estableixin les empreses dedicades al sector dels transports	Diària

Quan parlem del transport, aquest serà efectuat per una altre empresa dins els nuclis urbans, com ara Barcelona.

Glovo consisteix en una aplicació de mòbil (iOS o Android) on fan publicitat d'empreses dedicades al sector serveis (enviar algun paquet, farmàcia, regals...) i alimentari (restaurants, pastisseries, cafès, entre d'altres) que hi vulguin formar part de l'aplicació. A través d'aquí el client pot triar l'establiment i fer la comanda del que vol rebre i en qüestió de minuts l'empresa transportista s'encarrega de fer-ho arribar a casa.

Creiem que per JujisCupcakes és un avantatge formar part de Glovo, per tal de entregar els nostres productes encarregats via l'app de JujisCupcakes a les grans ciutats com ara: Barcelona, Madrid, Valencia, Zaragoza, Sevilla i Màlaga, que es on aquesta aplicació està disponible.

Als altres sectors més rurals i petits, com ara Sant Sadurní d'Anoia es preveu que no caldrà contractar cap empresa de transports, ja que els possibles clients que consumissin formarien part de pobles propers, però si a l'hora de posar en marxa el negoci es donés el cas, prendríem altres mesures.

De cara a la compra mitjançant la web serà duta a terme per la mateixa empresa, de tal manera que no caldrà que aquesta contracti una persona aliena per que la pugui gestionar.

A part d'aquestes persones contractades, i la creadora de l'empresa, també hi realitzaria tasques. Vegem en el quadre següent:

L'empresa es dividirà seguint la següent jerarquia:



Dalt de tot hi trobarem l'empresari, és a dir, en aquest cas la creadora de l'empresa, que serà l'encarregada de prendre decisions. Al mig hi trobarem les empreses destinades a portar la comptabilitat de l'empresa, una gestoria per exemple, i sota de tot trobaríem als treballadors i treballadores de l'empresa.

La nostra empresa serà verda, és a dir, tota la nostra producció anirà destinada a protegir el medi ambient i evitar el desaprofitament dels aliments, mitjançant tècniques com ara: el reciclatge, participar en la recollida solidària d'aliments (quan aquests siguin d'excedent per a la mateixa empresa), entre d'altres.

JujisCupcakes no només pretén donar la imatge d'una empresa respectuosa amb el medi ambient i solidària, sinò que es proposa dur a terme totes les accions per fer-ho possible.

5.1. FONTS DE FINANÇAMENT

EXTERNES

La banca comercial i les intervencions de l'administració pública: la banca és una de les fonts financeres a la qual amb més freqüència acudeix l'emprenedor per tal de finançar el començament i desenvolupament de la seva activitat. En principi, es tracta d'una font financera a la qual únicament poden recórrer els emprenedors que estiguin en disposició de presentar avals¹ o garanties personals, hipotecàries o de qualsevol altre tipus.

- Línia de crèdit: permet al client bancari disposar de diners prestats per l'entitat durant un període de temps determinat i fixat per totes dues parts. Aquesta alternativa és molt útil quan es desconeix la quantitat exacta de diners requerida pel client. De totes maneres, aquest producte només és accessible a persones de solvència demostrada, ja que el banc es cobreix les espatlles davant de possibles fraus o problemes suscitats per la situació econòmica del prestatari. La línia de crèdit també comporta interessos i despeses que s'han de pagar a l'entitat bancària. Els interessos són més grans que el cas d'un crèdit normal, però en remuneren a la qualitat concreta prestada en cada moment, no al total de la línia de crèdit.
- Crèdit ICO: és una entitat pública empresarial, adscrita al Ministerio d'Economia i Hisenda, per mitjà de la Secretaria d'Estat i Economia, que té naturalesa jurídica d'entitat de crèdit, i consideració d'agència financera de l'estat, amb personalitat jurídica, patrimoni i tresoreria propis, i autonomia de gestió per al compliment de les seves finalitats. L'ICO té una línia especial de suport als emprenedors amb la qual es finança, en condicions preferents, els autònoms i els emprenedors que posin en marxa noves empreses o noves activitats professionals.
- Finançament per a joves emprenedors (AIJEC): posa a disposició dels joves empresaris una nova línia de finançament per a la creació i el desenvolupament de projectes empresarials amb l'única garantia de la viabilitat del projecte empresarial. L'objectiu d'aquest acord és estimular la reacció d'empreses promogudes per a joves emprenedors, facilitant

per això l'accés a un finançament preferent d'inversions en adquisició d'actius fixos² o per l'actiu circulant necessari per al desenvolupament de l'activitat amb l'única garantia del seu projecte empresarial.

Inversors privats “business angels”: exerceixen també un important paper a l'hora de facilitar recursos financers als emprenedors. Gràcies als inversors privats, alguns projectes empresarials de petita envergadura que no captarien l'atenció de les entitats de capital de risc aconseguen sortir endavant. Aporten a títol privat el seu capital, com també els seus coneixements tècnics i la seva xarxa de contractes personals, als emprenedors que desitgen posar en marxa un projecte empresarial. L'objectiu que cerquen amb aquesta inversió és obtenir una plusvàlua a mitjà termini, és a dir, ofereixen el seu capital a canvi de participar en els guanys del negoci, com a soci més.



Finançament escollit: línia de finançament de préstecs participatius sense aval d'EINSA que ofereix la Confederación Española de Jòvenes Empresarios. Malgrat el temps actual de crisi les condicions són bones i les més viables per al meu projecte. Principalment perquè no és necessari un aval i els requisits no són tant exigents com en la resta d'opcions. Considero que aquesta opció és la més viable, ja que, tal i com està la banca actualment, la concessió de crèdits és complicada per una empresa nova en el sector empresarial i amb unes condicions molt estrictes. L'altre alternativa, inversor privat, no es pot considerar si no tens contractes que t'assessorin en trobar-ne un de fiable i compromès. En el meu cas, no em permet aquesta coneixença.

¹És un compromís solidari de pagament d'una obligació a favor del creditor o beneficiari, atorgada per un tercer en cas de no complir l'obligació principal amb el pagament d'un títol crèdit. Es tracta, d'un instrument pel qual el tercer (l'avalador) es compromet a cobrir el pagament de la suma del títol de crèdit i els seus interessos, en cas que el deutor original (l'avalat) no compleixi amb

l'obligació de pagar el que deu.

²Són els que no varien durant el cicle d'explotació de l'empresa. Per exemple, l'edifici on una fàbrica fabrica els seus productes és un actiu fix perquè roman a l'empresa durant tot el procés de fabricació i venda dels productes.

Departament de recursos Humans

L'element humà a l'empresa està format per les persones que col·laboren en l'organització i evolució de l'activitat empresarial. Si una empresa és capaç d'envoltar-se d'un bon equip de professionals tindrà un avantatge competitiu clar en el mercat.

El departament de recursos humans té una sèrie de funcions que són:

- Organització i planificació del personal
- Selecció i contractació del personal
- Formació de recursos humans
- Administració del personal
- Salut laboral
- Control del personal



En el meu projecte empresarial real, la confecció dels diferents productes alimentaris es portarien a terme als respectius nuclis de treball (locals "Jujiscupcakes"), per tant, seria jo mateixa qui s'encarregaria de gestionar aquest departament de recursos humans, mitjançant un conjunt d'entrevistes (d'incidents crítics...), proves a l'hora d'elaborar els productes (es valorarà que les persones siguin eficients, amb gran intel·ligència emocional, entusiasmades, ràpides i que proporcionin els millors resultats per als clients i la respectiva empresa).

Pel fet que sigui una empresa de venda on-line combinada també amb venda física caldrà contractar dues o tres persones, una que porti les ventes on-line i les altres dues les ventes dins el nucli de treball, és a dir, la botiga.

Hem de contar doncs amb les despeses del contracte de les persones que treballaran dins l'empresa en els seus respectius sectors; (no seran gaires, però, de moment el nombre no està establert).

Es contempla la possibilitat de contractar un ajudant administratiu i/o comptable, empresa de logística així com també dos mossos de magatzem.

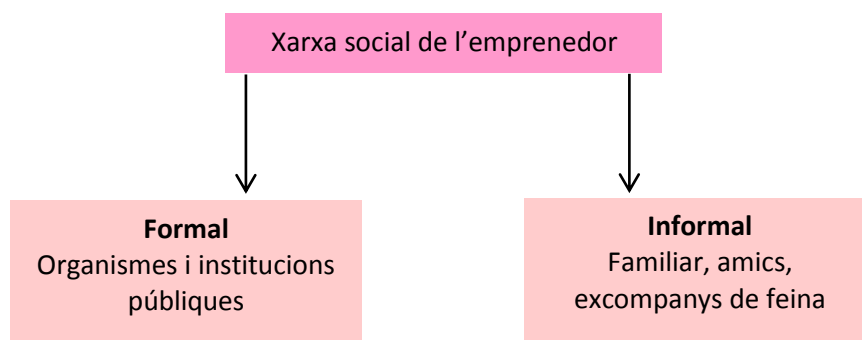
5.2. LES TECNOLOGIES DE LA INFORMACIÓ I LA COMUNICACIÓ (TIC) I XARXES SOCIALS

Malgrat que convertir-se en empresari i decidir posar en marxa una idea de negoci han estat generalment percebuts com un acte solidari, impulsat amb certa freqüència per la necessitat de l'emprenedor d'imposar la seva individualitat i independència en la seva carrera personal i professional, les relacions socials que ha de mantenir al llarg de l'activitat són fonamentals. D'aquí ve que relacionar-se, en sentit de formar i mantenir una xarxa social adequada, es converteixi en un element clau per al desenvolupament del negoci.

En el context de l'emprenedor, aquestes relacions inclouen processos socials que giren entorn d'una activitat. Per mitjà de la seva xarxa social, l'emprenedor pot obtenir els recursos i el suport que necessita per posar en marxa el seu projecte empresarial.

D'aquesta manera, els contractes directes i indirectes que manté l'emprenedor poden contribuir tant al desenvolupament conceptual del negoci com a la implementació del nou projecte.

Tipus de xarxes:



Cada vegada és més rellevant disposar d'informació de qualitat per a poder prendre decisions. També és cert que cada vegada és més fàcil i ràpid disposar d'aquesta informació. En l'actualitat l'ús d'ordinadors i altres tecnologies de la informació s'ha estès, i el seu ús s'ha intensificat com a suport d'altres activitats empresarials.

Tanmateix, en l'àmbit empresarial, disposar de la informació adequada en el moment precís, i saber-ne fer un bon ús, pot ser fonamental per a l'èxit del projecte. Ben implementades, es converteixen a més, en una poderosa arma competitiva per al negoci. Com ja he comentat anteriorment les noves iniciatives empresarials han de disposar d'algun component innovador que les permeti diferenciar-se dels competidors. En aquest context, tenir una infraestructura de TIC adequada a les necessitats particulars de l'emprenedor pot convertir-se en una de les millors maneres d'aconseguir-ho. Entre altres coses, les TIC permeten a l'emprenedor reduir el temps de resposta a les necessitats dels consumidors, predir possibles problemes i disposar d'informació sobre totes les tasques rellevants per a l'exercici de l'activitat empresarial.

A més les TIC potencien l'activitat emprenedora contínua, en el sentit que permeten a l'emprenedor analitzar i trobar noves oportunitats de negoci, basades en la realització d'activitats amb costos més reduïts.



Per la meua venda on-line és indispensable una xarxa comunicativa eficient, on el software i el hardware estiguin especialment dissenyats per suportar el pes de les ventes, la publicitat i l'actualització constant del servei. Pel que fa a les xarxes socials, podríem parlar de les formals per buscar relacions empresarials (LinkedIn, blogger, wordpress) i les informals (Instagram, twitter, facebook) per entrar amb contacte amb clients i promocionar l'empresa i els serveis a un públic més ampli i obert per captivar-ne l'atenció. S'obsequiarà a *influencers* o models més influents amb productes de la marca perquè els promocionin i en parlin.

6. TIPUS DE MERCAT

Existeixen molts tipus de mercat segons : el nombre d'empreses que fabriquin aquell producte, els aranzels, la capacitat d'influir sobre el preu (ja sigui per part dels consumidors o fabricants) i la vigilància dels competidors.

El tipus de mercat que abarca la nostra empresa de cara al producte és un mercat competitiu o de competència perfecta, ja que ofereix un producte molt homogeni i hi han de coexistir molts competidors. L'entrada al mercat és fàcil, és a dir, les barreres d'entrada en són inexistents. Afegim que la nostra empresa pertany dins aquest tipus de mercat perquè, pel que fa referència al preu el client decideix el preu (que sempre és el menor possible). Per tant, l'empresa és el preu-acceptant.

És important dir que l'empresa també pertany, en menys mesura, al tipus de mercat de competència monopolística, tenint en compte que el nostre producte està fortament diferenciat dels altres atenent al mètode que emprarem a l'hora que els clients podran adquirir aquest (mitjançant l'app o bé els caixers automàtics). És una idea nova i original que encara no ha arribat al nostre país, Espanya. Serà diferenciada també la seva presentació i embalatge, que faran el producte únic i distingit.

De cara al preu, de moment no podem parlar que el client pugui fer-ho des de l'àmbit de la competència monopolística (d'aquesta manera el client està disposat a pagar més per aconseguir el producte), ja que encara no l'hem presentat al mercat i no hem vist les reaccions que aquest ha causat als clients.

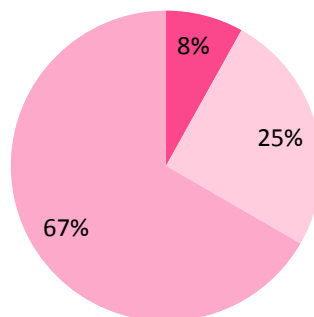
En conclusió, el tipus de mercat de JujisCupcakes és força indefinit i podríem considerar-lo com una combinació dels dos tipus, pel que fa a la diferenciació.

6.1. ESTUDI DE MERCAT

6.1.1. ENQUESTA

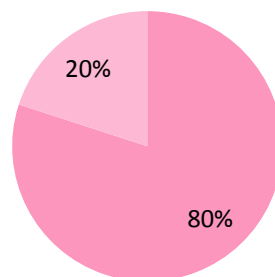
Per començar amb el nostre estudi de mercat vam realitzar una enquesta. A partir d'una mostra de 100 persones que van respondre les qüestions i hem pogut extreure una sèrie de conclusions pel que fa a l'empresa que em proposo a obrir: JujisCupcakes.

Edats de les persones enquestades:



■ Adults 40-60 anys ■ Joves 18-39 anys ■ Adolescents 13-17 anys

■ DONES ■ HOMES



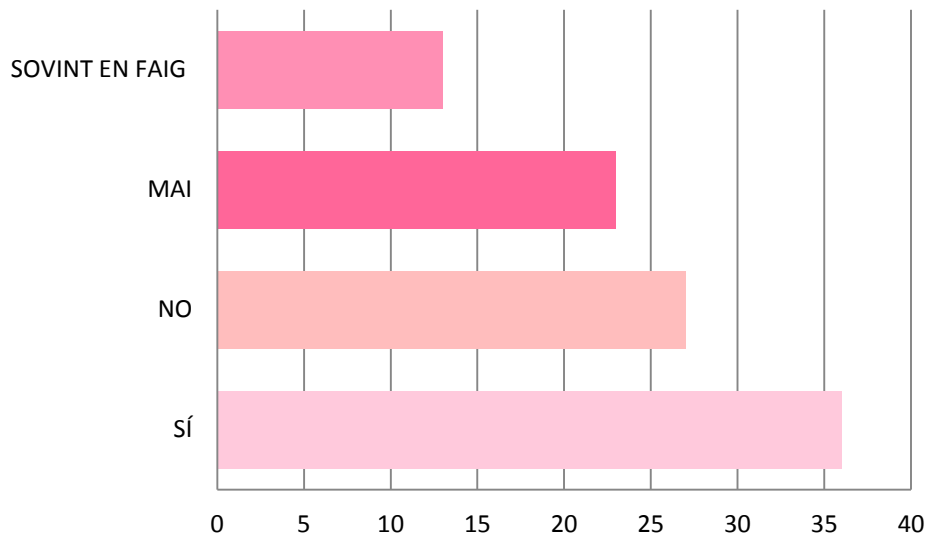
Podem ben observar que la majoria d'enquestats, que formen un 67% són adolescents. També, cal dir que a l'enquesta han participat més dones (que conformen el 80%) que no pas homes.

Cal analitzar de manera detallada els punts de vista de cada un dels diferents grups d'edat.

A continuació fem una tria de les preguntes que interessin més per l'estudi de mercat:

Pregunta 3:

*Vas a comprar molt sovint a la pastisseria o optes per les grans superfícies a l'hora de comprar productes de pastisseria (cupcakes, galetes, ect)?



Les respostes que els plantejàvem eren força diverses:

- Opció 1: sí, vaig sovint a la pastisseria
- Opció 2: no, opto per les grans superfícies
- Opció 3: no en menjo mai
- Opció 4: Normalment els faig jo a casa

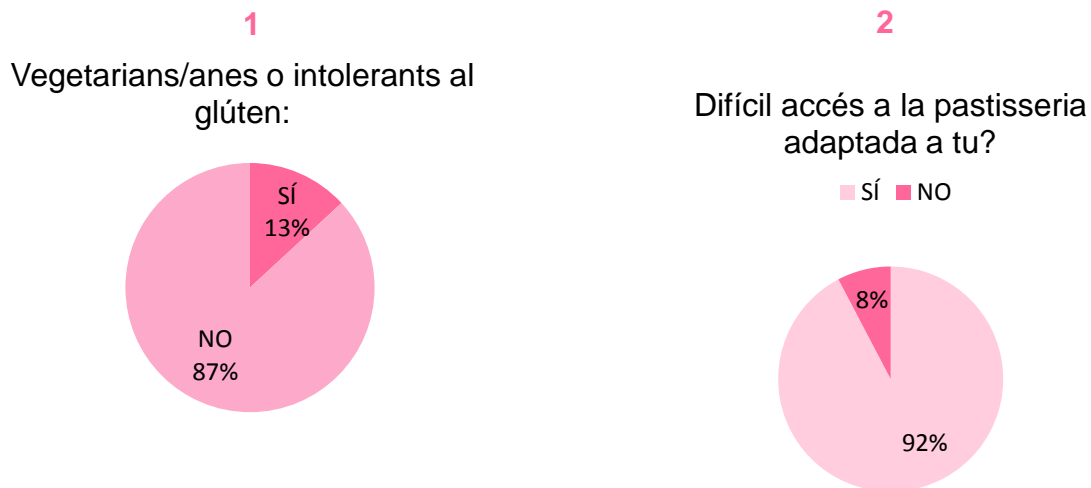
Les dades que ens interessin més aquí són si van sovint a la pastisseria o opten per les grans superfícies (Mercadona, Esclat...) que també ofereixen un ampli ventall de productes de pastisseria "industrial" a preus més assequibles. Aquestes són les més rellevants per veure els costums diaris de la gent, ja que el consum d'aquests serà el que ens portarà al camí de l'èxit i al benefici de l'empresa.

Finalment, veiem que el sí, vaig sovint a la pastisseria guanya per sobre dels altres, d'aquesta manera podem donar per segur que si el negoci s'aplica en un futur, la gent vindria a comprar.

Pregunta 4:

*Ets intolerant al gluten o vegetarià/na?

Seguidament, en aquesta pregunta vam analitzar els percentatges de vegetarianisme i intolerants al gluten i els vam preguntar si era una dificultat per a ells trobar productes de rebosteria adaptats per a ells en el mercat:



Amb el primer gràfic podem comprovar que només un 13% són vegetarians o intolerants al gluten i bé, com afirmen al segon gràfic, podem incloure que el fet que no trobin rebosteria adaptada és degut a la poca quantitat de gent que pateix aquesta intolerància o bé la poca quantitat de gent vegetariana. Cal dir que d'intolerants i vegetarians cada cop n'hi ha més i per tant, les pastisseries ens hem de posar en marxa perquè tots puguem gaudir dels petits i dolços plaers.

JujisCupcakes amb aquestes respostes, veu una gran oportunitat en l'entrada del mercat per a persones celíaques i vegetarianes.

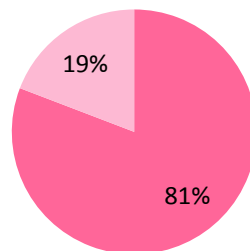
Pregunta 7:

*T'agradaria poder crear el teu propi cupcake a través d'una app o pàgina web i poder-ne realitzar la comanda?

Aquesta és també una de les preguntes més importants, ja que estem preguntant de manera indirecta la proposta principal de l'empresa, és a dir, la idea novedosa. Si resulta original i ben acceptada pels clients, serà el que ens podrà guiar a l'èxit empresarial.

T'agradaria crear el teu cupcake a través d'una app?

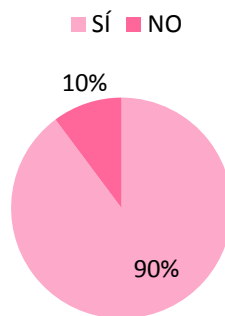
■ SÍ ■ NO



Analitzant la gràfica, veiem que aquest cop el sí guanya per sobre el no amb una variació del 62%. Per tant, aquesta aproximació resulta favorable per a l'empresa i per tant podríem seguir endavant amb el negoci o bé iniciar-lo.

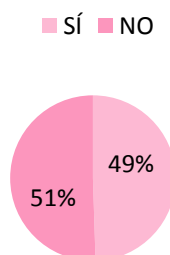
També vam preguntar si trobaven que el sistema de fer la demanda i a les dues hores rebre-la els resulta prou eficaç. Aquests són els resultats que en vam obtenir:

Creus que 1:30-2:00h després de fer la comanda rebre-la és plaent?



Com bé podem observar, el 90% de la mostra ha respòs que sí però cal relacionar-ho amb aquest altre gràfic:

Compres alimentaries per internet



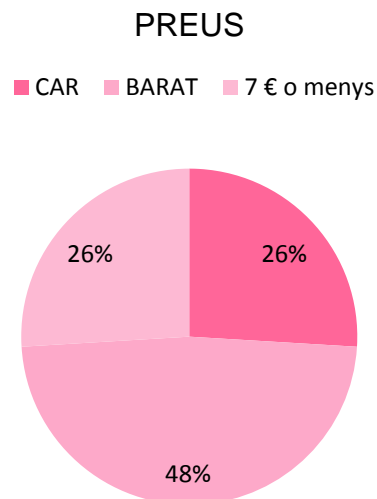
En aquest veiem que el 90% de la mostra desconfia de les compres d'aliments per internet, ja que ho consideren perillós. D'acord amb el que havíem dit anteriorment això pot fer trasbalsar el negoci, ja que si la gent opina que comprar i rebre-ho ràpid és un avantatge però, en canvi, no confien en les

compres alimentàries via internet pot causar problemes que l'empresa haurà de solucionar d'una manera ràpida, és a dir, guanyant-se la confiança dels clients i, d'aquesta manera, eliminar aquesta desconfiança que genera comprar per internet.

Finalment, una de les preguntes que vam fer i que considerem fonamentalment importants és sobre el preu d'un determinat producte de la marca per veure si la gent hi estava d'acord o en desacord.

Pregunta 9:

*Una caixa de 4 cupcakes (incloent: mà d'obra, decoració dels cupcakes, ingredients...) val 10€, què en penses?



L'anàlisi efectuat ens mostra que un 48% de les persones enquestades van respondre que ho trobaven barat, però també trobem una relació entre les que ho troben car i les que canviarien el preu cap a 7€ o menys. Aquestes són un 26%, que conjuntes ens correspon a un 52%. Això ens fa pensar en una baixada dels preus, atenent al factor que l'empresa ha de ser el preu-acceptant si volem mantenir una bona relació amb el client i satisfer-li les necessitats.

6.1.2 LA COMPETÈNCIA A SANT SADURNÍ

1. Ca l'Arseni

A Sant Sadurní disposem d'una gran varietat de pastisseries i fleques de Cal Arseni, concretament 3.

Podem localitzar-la en tres zones concretes del poble. L'Arseni més conegut s'ubica al carrer Pi i Maragall , 22. Conformava una botiga àmplia i molt des de l'exterior visual dels seus productes. El gran avantatge d'aquesta és el fet d'ubicar-se a la zona centre del poble. Podem trobar-ne una altra, en un carrer força transitat, el Carrer Església, 2. Aquesta, però, és petita i un dels desavantatges que té és el poc estoc del que disposen. Al ser una zona transitada s'acaba ràpidament. I, finalment, trobem un tercer establiment al carrer Castelló. Aquesta també és una botiga petita i el desavantatge és que és poc coneguda per les persones que no habiten en aquella zona. També hi ha poc estoc.

Podem afirmar que Ca l'Arseni és un gran competidor al qual haurem de fer front, ja que disposa de molts clients fidels i cada setmana guanya més compradors degut al seu èxit i la seva decoració, que atrau al client. Tot i que no produïm el mateix de la mateixa manera, el fet que tingui tres establiments en un mateix poble fa que tingui un gran força de cara a empreses que volen incorporar la seva activitat en aquesta zona.

Dimensions: com bé ja hem esmentat anteriorment, la botiga que podem considerar "principal" de Ca l'Arseni seria la del carrer Pi i Maragall. És àmplia i disposa de grans obertures de vidre per atraure als clients de l'exterior cap a l'interior. També cal destacar la decoració molt atractiva i moderna que influeix també en la conducta del comprador.

Productes de consum: Ca l'Arseni és una fleca i pastisseria, ja que es dedica a l'elaboració de pa (un dels productes estrella, els clients en poden trobar de tota mena) i a més a més fan productes de rebosteria, com ara: croissants, dònuts, xuixos, coques, mousses i pastissos, arseni caos, entre d'altres. Tots els productes que ofereix són d'elaboració 100% natural.

Canal de distribució: venen a les mateixes botigues.

Estratègies publicitàries: l'empresa encara no ha establert una pàgina web però aquesta està en curs. Podem consultar-ho al següent enllaç:

www.calarseni.es

Cobertura de mercat: la seva cobertura de mercat és municipal. A Sant Sadurní i a Sant Llorenç on disposen també d'una fleca.

1



Vista exterior de l'establiment.

1- C/ Pi i Maragall, 22.

2- C/Església, 2



- Productes Arseni

2

2. Cal Carafí

Una de les pastisseries situades al centre de Sant Sadurní d'Anoia és Cal Carafí, concretament ubicada al carrer Dr.Escayola,28 (carrer força transitat, ja que és situat just al costat de l'Ajuntament).

Mida: establiment de grans dimensions. A part d'haver-hi un racó per a la compra dels productes, també disposa d'una petita cafeteria en el seu interior (a l'estiu traslladen les tauletes a fora) i un racó per als tallers. Anteriorment, aquesta pastisseria no disposava d'aquest racó per a realitzar tallers, sinò que era pastisseria i cafeteria però van veure que la cafeteria no els era gaire rentable. Així que varen decidir fer un canvi en l'estructura del local i avui podem veure com s'ha transformat en una pastisseria vintage i bonica, on predominen els colors pastel, molt en conjunt amb els seus productes.

Productes de consum: Cal Carafí es dedica única i exclusivament a la venda de productes de rebosteria, els quals elabora amb ingredients de la contrada i 100% naturals. Cal dir que també s'empra l'ús de colorants per fer més atractius certs productes.

Canal de distribució: venen a la seva botiga i realitzen tot tipus d'encàrrecs que has d'anar a recollir.

Estratègies publicitàries: l'empresa disposa d'una pàgina web molt visual i divertida, amb la presència d'una música de fons. En aquesta se'ns mostra els diferents aspectes com: inici de la pastisseria Cal Carafí, galeria d'imatges d'alguns productes que ofereixen i el contacte. Aquí tenim el respectiu link de la pàgina web: www.carafipastissers.com

Cobertura de mercat: municipal – Sant Sadurní d'Anoia.



- Exterior local Cal Carafí.
- Productes Carafí.



3. Fleca i pastisseria Raval

Aquesta fleca i pastisseria també es troba ben situada dins el poble, al carrer Raval, 26 . Aquesta és una bona localització perquè és un carrer comercial i sempre hi ha molt de trànsit de persones.

Dimensions: fleca d'unes dimensions no gaire grans. Consta d'un mostrador a la dreta de l'entrada on pots comprar pa i altres especialitats de la casa (triangles de xocolata, la coca raval...). No hi ha aparador. Tota l'entrada és de vidre, amb una porta corredera de vidre, fet que facilita veure l'interior de la fleca.

Productes de consum: els productes són elaborats amb ingredients 100% naturals.

Canal de distribució: venda al mateix establiment i encàrrecs.

Estratègies publicitàries: no disposen de pàgina web per donar a conèixer els seus productes, fet que fa veure que volen mantenir els clients quotidians i no volen estendre's més enllà.

Cobertura Cobertura de mercat: municipal – Sant Sadurní d'Anoia.



Vista exterior de l'establiment i productes.

4. Cal Rosell / Patisserie Rosell

Se situa al carrer Dr.Escayola, 2, (una mica més avall de Cal Carafí). És una zona molt bona, ja que pot ubicar la seva cafeteria fora al carrer, a la plaça de l'Ajuntament.

Dimensions: Establiment de dimensions grans i àmplies. Consta d'un aparador i una vista des de l'exterior de la botiga molt visuals. A l'interior trobem una zona de cafeteria a la dreta i a l'esquerra una barra per comprar.

Productes de consum: els productes de consum són elaborats amb ingredients 100% naturals. (no disposen de productes aptes per a celíacs, s'han d'encarregar amb antelació).

Canal de distribució: venda i comandes al mateix establiment.



Estratègies publicitàries:
no disposen de pàgina web.

Cobertura de mercat:
municipal – Sant Sadurní d'Anoia.

- Exterior local Cal Rosell.
- Productes Rosell.



5. Patisserie Sant Jordi

Localització: se situa al carrer Barcelona, 28. No és una localització molt concorreguda però aquest fet no afecta a la pastisseria, ja que es coneguda pels ciutadans del poble i sobre tot també pels grans restaurants, que encarreguen els seus productes.

Dimensions: Local gran i ampli. Disposa d'un aparador doble, és a dir, un tros d'aparador a cada part de l'entrada separats per la porta. Seguidament podem dir també que disposa d'una petita cafeteria formada per dues tauletes, ja que és més una pastisseria de postres elaborats per ocasions i bombons.

Productes de consum: pastissos elaborats, mousses de tot tipus, bombons, catànies, encenalls... elaborats amb ingredients 100% naturals, tot i que els pastissos poden contenir colorants i armoatitzants.

Canal de distribució: venda i comandes resalitzades al mateix establiment.

Estratègies publicitàries: disposen de pàgina web on mostren els seus productes i informen de qui són i on estan ubicats. Ho podem veure al següent link: www.santjordipatisserie.cat

Cal tenir en compte que la pàgina no s'actualitza des de 2013. Per tant, veiem que hi ha una part molt important, com és avui en dia l'internet i la publicitat mitjançant aquest que l'empresa no sap fer-hi front ni treure'n partit.

Cobertura de mercat: municipal – Sant Sadurní d'Anoia.



Vista exterior de l'establiment.
Productes



Tartaletes de mousse de fruits de
temporada i tiramisú.

6. Cal Casimiro (Forn de Monistrol)

Localització: carnisseria que es localitza al carrer Tarragona, 39. És una carnisseria que conté una part de fleca i pastisseria amb productes provinents del forn de Monistrol.

Dimensions: la part de pastisseria és relativament petita i molt poc coneguda pels habitants de Sant Sadurní.

Productes de consum: venta de pa i coca i altres dolços elaborats amb ingredients 100% naturals.

Canal de distribució: venta realitzada al mateix establiment.

Estratègies publicitàries: no disposa de cap pàgina web.

Cobertura de mercat: municipal – Sant Sadurní d'anoia, Sant Quintí de Mediona i Torrelavit, on tenen també la fleca principal.

7. Forn i pastisseria Eduard forner

Se situa al carrer Mercè Rodoreda, 1 (Gat cendrer). Gairebé queda a la sortida del poble, però això no afecta al negoci, ja que es una fleca coneguda per la gent que resideix en aquella zona i pels ciutadans del poble.

Dimensions: local gran i mot ampli. Disposa de molta lluminositat natural degut a les seves grans obertures a l'exterior i una gran sector de cafeteria.

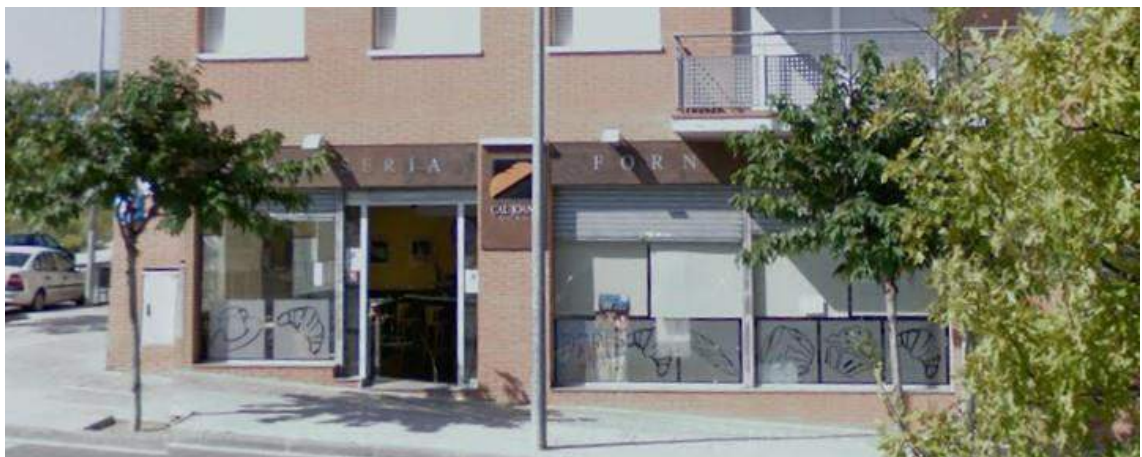
Productes de consum: principalment és un forn de pa i elaboren diferents tipus de coques i tortells, també elaboren magdalenes i altres varietats de productes de rebosteria amb ingredients 100% naturals.

Canal de distribució: venta i comandes realitzades al mateix establiment.

Estratègies publicitàries:

Cobertura de mercat: la cobertura de mercat és municipal. En aquest cas a Sant Sadurní d'Anoia i a Sant Pau d'Ordal que també tenen un forn.

Aquest forn de pa i pastisseria no ens suposa una competència, ja que la seva activitat és bastant diferent de la nostra, és a dir, no elaboren els mateixos productes ni de la mateixa manera, per tant ens en diferenciem bastant.



Vista exterior de l'establiment i productes



A part de totes aquestes superfícies més especialitzades dins el sector de JujisCupcakes, trobem uns altres competents no només per JujisCupcakes sinò també per les altres empreses dedicades al sector de la rebosteria. Aquests doncs són els grans supermercats (Mercadona, Esclat, Dia...) que disposen de sectors dedicats a la rebosteria i ofereixen rebosteria i brioixeria industrials acabades de fer, de compra i consum ràpids i preu relativament baix assequible pel client.

6.1.2.1. CONCLUSIONS

Primerament, veiem que serà difícil competir contra les grans pastisseries que porten molt de temps coexistent, però a la vegada sabem que els nostres productes seran d'alta qualitat i gran diferenciació (elaborats amb ingredients 100% naturals i ecològics, identificats amb el logo de la marca (galetes estampades amb el logo de la marca, figures de xocolata amb el logo per decorar els cupcakes, entre d'altres), envasos (caixetes pels cupcakes de la marca, bosses de la marca...). Per tant pensem que això no ha de suposar-nos un handicap per a l'empresa, ja que atraurem a nous clients més encaminats a la nostra producció.

En segon lloc, veiem que cap d'aquestes empreses ofereix als seus clients una plataforma online per comprar els productes de rebosteria. Per tant, creiem que ens podrem adreçar a més clients i de diferents zones. La nostra cobertura de mercat aniria més enllà d'una regional i municipal gràcies a la nostra plataforma de venda online. També hem vist que algunes d'elles es dediquen a fer tallers (Cal Carafí, Ca l'Arseni). Així que nosaltres no ens n'abstindrem i també realitzarem cursets i tallers per a diferents edats. Creiem que d'aquesta manera els cupcakes i les galetes de l'empresa seran coneguts i d'alguna forma també guanyarem clients nous.

Un altre dels avantatges seran els productes aptes per a celíacs dins la nostra empresa. Hem vist que les empreses de la competència no en realitzen masses. També la nostra iniciativa de ser una empresa verda i solidària ens donarà un cert avantatge sobre les altres empreses i, si més no, els clients els pot agradar.



Cal afegir, també, que un dels aspectes que ens diferencien de manera abismal amb les altres empreses i que, per tant, és un gran avenç en un país com Espanya, serà l'establiment automàtic, és a dir, un caixer de cupcakes situat en diferents llocs i diferents ciutats on la gent podrà adquirir cupcakes.

Pensem que això és una idea molt original i que pot atraure al públic, ja que fins ara no ha estat establerta per cap altre empresa del mateix sector.

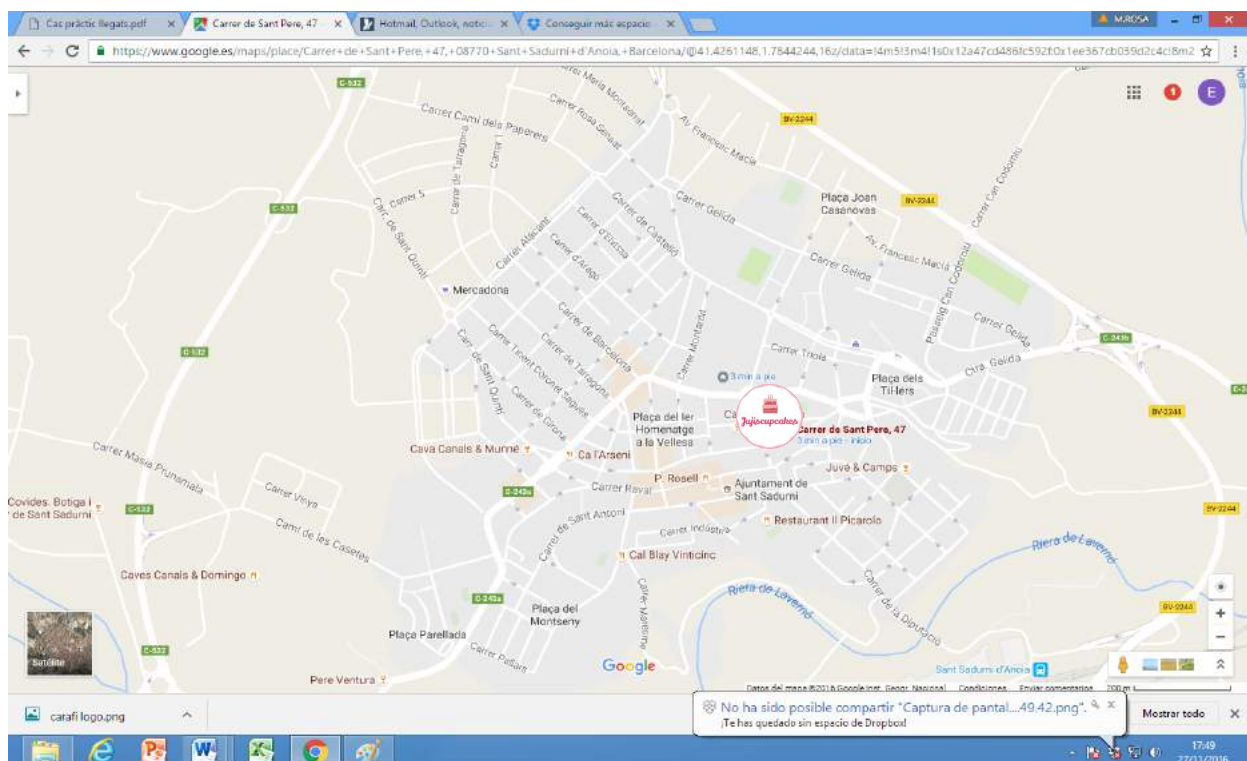
7. LOCALITZACIÓ I DIMENSIONS

L'empresa Jujiscupcakes té dues opcions:

1. Carrer St.Pere, 74 . Local de 80m²

En aquest local hi trobem diferents factors que ajudarien en la nostra activitat empresarial, ja que el local pertany a la família i, per tant, no hauríem de fer front al pagament del lloguer. Això suposaria una gran despesa per a l'empresa. Jujiscupcakes només hauria de pagar subministraments de llum i aigua i la construcció total de l'empresa, és a dir, el disseny d'aquesta encapçalat per dissenyadors i la mà d'obra i els materials de construcció, el mobiliari, la maquinària de l'obra... Disposar d'aquest local és un avantatge per Jujiscupcakes no només pel fet que s'estalvia els costos dels arrendaments i cànon (lloguer) sinó per d'altres factors. En primer lloc, tenir a prop la fàbrica de xocolata Simon Coll. Molts turistes hi passen diàriament i podrien entrar a Jujiscupcakes, atrets per la lluminositat i l'aspecte del negoci i dels seus productes.

Un altre tret influenciat és que l'empresa tindrà a prop una escola, el Sant Josep. Els nois i noies que surten a l'hora del pati a esmorzar entrarien i consumirien alguna cosa. També els professors i les mares i pares que a l'hora d'anar a recollir als seus fills comprarien berenar o es prendrien un café durant l'espera.



Planell indicador de la localització de l'empresa

El local està situat en una zona força transitada (ja sigui per la gent que visita l'espai xocolata Simon Coll o bé pels alumnes, professors i mares).



Exterior del local al carrer Sant Pere, 47.



Exterior del carrer Sant Pere.

2. L'altre local estaria situat una mica més cap al centre del poble, on hi ha molt més trànsit de persones. Però aquest té una sèrie d'inconvenients. Ens situariem al carrer Dr.Escayola, 12 . Local d'aprox. 50m².

En aquest local, hauríem de pagar els respectius arrendaments cada mes i tot sortiria més car.

L'altre desavantatge és que estaríem envoltats de competència ja que, hi tenim a prop Cal Carafí i Cal Rosell, dues grans pastisseries del poble i la manca d'espai que aquest disposa a l'hora de realitzar una activitat empresarial com la de JujisCupcakes.

Els avantatges que té el local són: la gran quantitat de moviment comercial i personal que hi ha i la zona, on està situat, ja que es troba al centre mateix de Sant Sadurní.



Exterior del local al carrer Dr.Escayola, 12

Per tant, tenint en compte les diferències entre cadascun dels dos locals, hem seleccionat la que creiem la millor opció, és a dir, el primer local que s'ubica al carrer St.Pere, 47 , ja que és un local de més grandària, sense despeses d'arrendament i no tenim la competència al voltant. A més a més, creiem que el fet d'estar en un lloc amb presència turística i estudiants pot ser molt beneficiós per a la pròpia empresa.

8. **NORMATIVA VENDA D'ALIMENTS VIA INTERNET**

Tenint en compte que la nostra empresa és una empresa alimentaria i es basarà principalment en les noves tecnologies, cal tenir molt present la normativa de venda d'aliments per internet, ja que són productes manipulats i per tant haurem de tenir molta cura a l'hora de comercialitzar-los.

La normativa recull tot una sèrie d'aspectes que s'han de tenir en compte, com ara els processos que ha de passar un producte perquè finalment pugui comercialitzar-se: així com des de producció, la seguretat, el manipulats, els additius, les mesures tecnicosanitàries, la higiene, les denominacions d'origen, l'etiquetatge, entre d'altres. Aquesta normativa s'estén el l'àmbit europeu, nacional i autonòmic al local.

A continuació citarem els criteris generals que s'han de tenir en compte com a empresari d'un negoci via internet.

Principalment, parlarem de les prohibicions que s'anteposen a l'empresari:

- a) Es prohibeix el fet d'emmagatzemar productes prohibits per la llei als locals on es produeix.
- b) Obligació del control dels bens que siguin perillosos, de manera que es pugui esbrinar amb rapidesa d'on provenen i la seva estabilitat.
- c) Compliment de la normativa que estableixin les entitats locals i les de venda ambulants alimentàries.
- d) Prohibició del subministrament d'aquells bens que manquin de seguretat obligatòria o de les dades que permetin identificar al responsable del bé.
- e) Prohibició de la utilització d'ingredients, materials o altres elements que puguin causar danys a la salut dels clients.

A banda de totes aquestes prohibicions i obligacions més generals, cal que parlem també de les obligacions d'etiquetatge que han de posseir obligatòriament els productes de comerç a la xarxa. Això ha de ser així per informar al consumidor.

- a) Cal que l'etiquetatge informi sobre les característiques, la identitat, composició, quantitat, origen o procedència, mètode d'obtenció o fabricació, data de caducitat.
- b) Atribuir al bé propietats pròpies d'aquest, no propietats que no posseeixi perquè d'aquesta manera estariem enganyant al consumidor.

També caldrà que l'empresari introdueixi al bé les característiques essencials d'aquest:

- a) Nom i direcció del productor.
- b) Naturalesa, composició i finalitat.
- c) Quantitat, qualitat, denominació comercial, si la posseeixen.
- d) Data de producció i de subministrament + data de caducitat.
- e) Indicacions o bé instruccions per realitzar un consum correcte, avisar també dels possibles riscos que pugui causar el producte si no se'n fa un bon ús.

És important que a l'hora de posar en venda el nostre producte, fent cas a aquesta normativa passi els controls de seguretat, higiene i sanitat perquè d'aquesta manera podrem emprendre el nostre negoci el més aviat possible.

Cal sobre tot afegir que per a poder produir a l'empresa JujisCupcakes no només ens caldrà obeir a aquestes prohibicions i obligacions de venda sinò que també caldrà que obtinguem prèviament el carnet de manipulador d'aliments, atenent a que la nostra empresa és alimentària.

9. PÚBLIC

Es tracta d'una idea de negoci adreçada a un públic comprès entre les edats de divuit anys fins als quaranta anys (atenent als resultats que vam obtenir en l'enquesta realitzada) i que tingui accés a les noves tecnologies ja que és a través de les mateixes que es pot tenir coneixement de l'existència de l'empresa i moltes més facilitats a l'hora d'adquirir el producte.

El producte va dirigit a una clientela consumista, que es deixi portar per l'aparença, a la qual li cridin l'atenció els detalls, els colors, entre d'altres atributs.

Cal que, principalment, la clientela desitgi el producte pel seu aspecte i posteriorment, un cop ja l'ha tastat i ha pogut comprovar que l'aparença i qualitat d'aquests són equivalents, es converteixi en un client habitual i fidel a l'empresa.

Per tant, com hem dit anteriorment, el públic ha de ser principalment consumista, deixant-se portar pels sentits que aquests apel·len a la imatge i la presentació del producte però també tenir en compte que som una empresa que ens comprometem amb el medi. El futur client podrà compartir-ho i estendre-ho amb altres possibles clients potencials.

Per aconseguir clientela potencial, l'empresa contactarà amb conegudes influencers com ara : Aida Domènech (Dulceida), Maria Pombo i Nina Urgell (Ninauc) i, també, amb models del moment com per exemple: Jessica Goicoechea. Se'ls regalarà productes de l'empresa amb la finalitat que ho comparteixin i, de manera indirecta, ho publicitin a través de les seves xarxes socials.

10. PLA DE MÀRQUETING

Si una empresa vol mantenir i incrementar la seva participació en el mercat, ha de ser capaç de presentar el seu producte com alguna cosa única, diferenciada que el faci atractiu. El preu, promocions, manera de distribuir el producte, entre d'altres, són les parts fonamentals del màrqueting.

El màrqueting, també, fa més atractiva la publicitat i fa que hi hagi un abundant intercanvi d'informació. Això és el que ajudarà a JujisCupcakes a millorar el seu servei dia rere dia i aconseguir ser més competitiu en empreses del seu àmbit, les de serveis.

Per iniciar-nos amb això del pla de màrqueting, a JujisCupcakes hem començat a fer-ho des de les xarxes socials, ja que són pràctiques més econòmiques i amb més importància avui dia per la seva ràpida difusió i ampli públic.

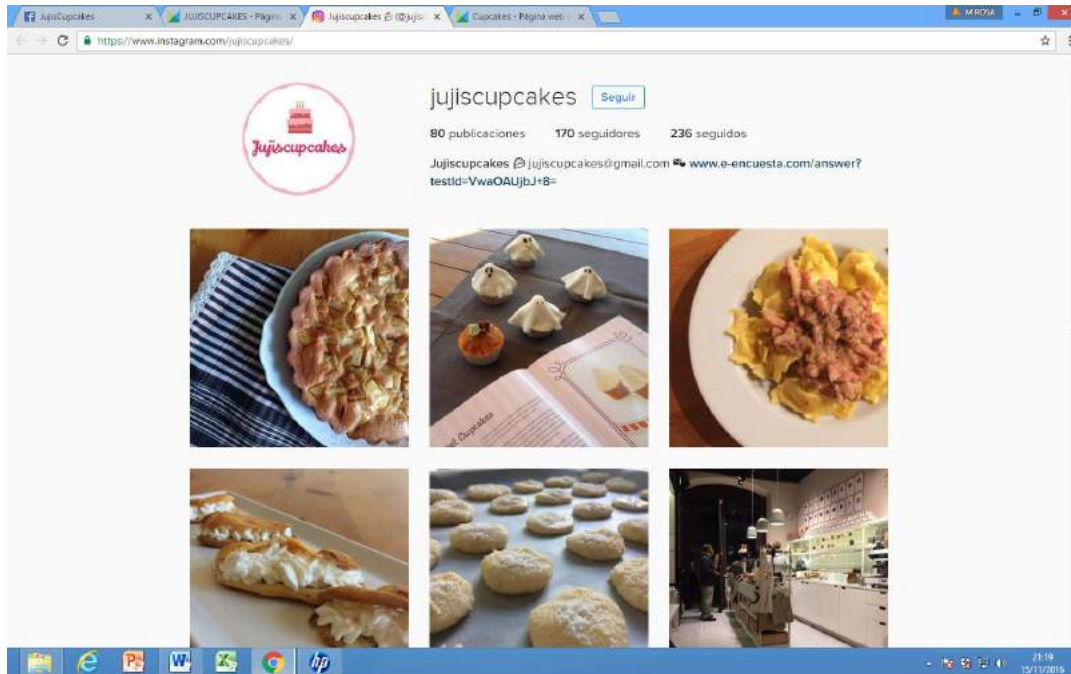
Hem començat amb la creació d'una pàgina d'Instagram on diàriament anirem penjant fotografies dels nostres productes, novetats, concursos, sorteigs...

Creiem que d'aquesta manera podrem cridar l'atenció als clients, que s'interessaran i voldran adquirir el producte.

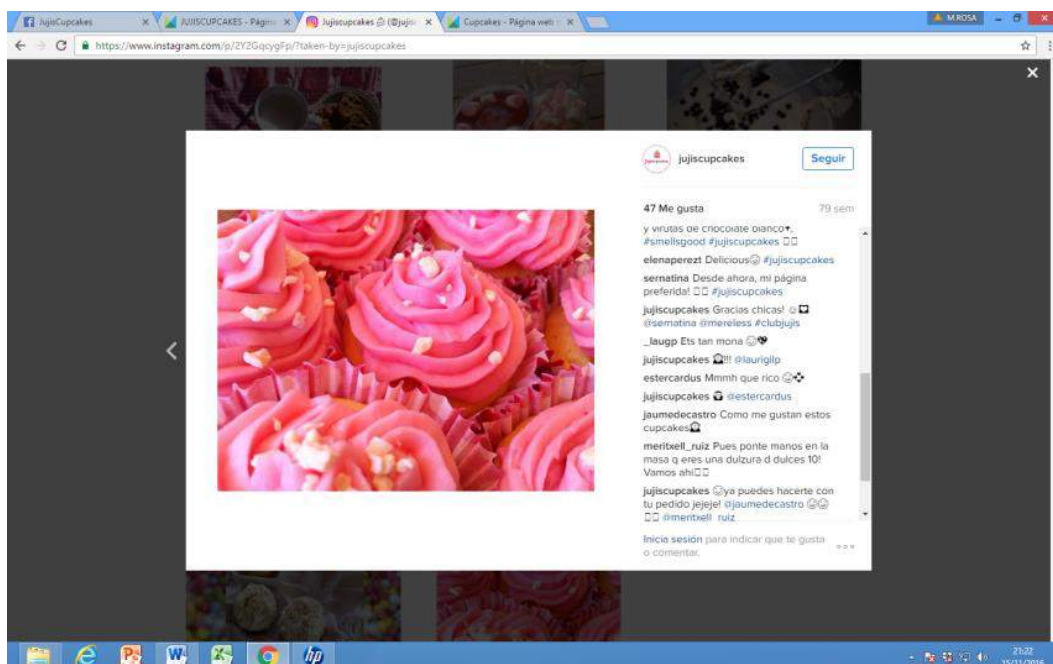
La pàgina Instagram de l'empresa estarà lligada a la pàgina de facebook que també hem creat amb l'objectiu que les persones que no disposin d'Instagram o viceversa també puguin rebre informació ràpida sobre els esdeveniments que es produeixen a la nostra empresa sense necessitat d'haver d'anar a la web per informar-se.

Pàgina d'Instagram (vista des de l'ordinador):

<https://www.instagram.com/jujiscupcakes>

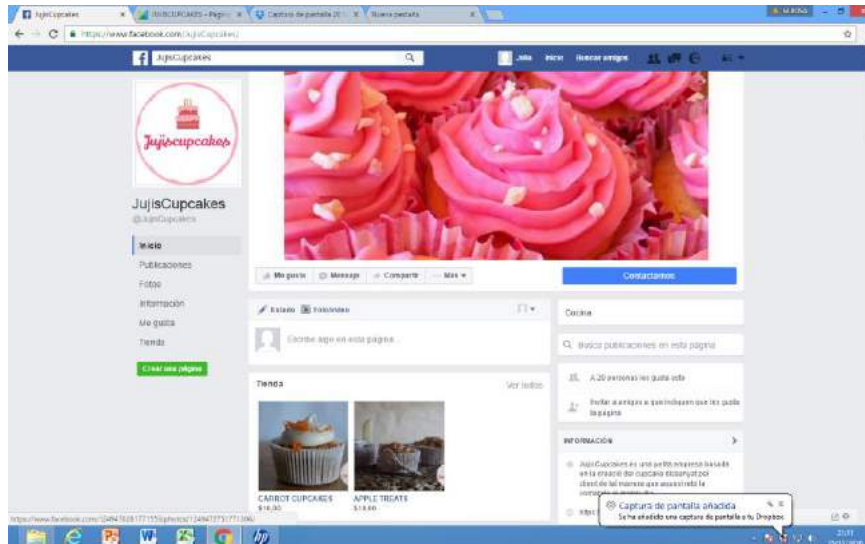


En aquesta pàgina hi anirem penjant les novetats de l'empresa, productes de temporada (com, per exemple, cupcakes de carbassa a la tardor, entre d'altres especialitats.) També hem optat per utilitzar l'Instagram com una eina útil a l'hora de difondre'ns com a empresa i per dur a terme sorteigs i concursos per donar a conèixer la marca i satisfer al client.



Pàgina facebook (vista des de l'ordinador):

<https://www.facebook.com/JujisCupcakes/?fref=nf&pnref=story>



La pàgina Facebook té una utilitat molt semblant a la pàgina Instagram però aquesta implica que es puguin dur a terme compres des d'aquí, de forma que és un altre avantatge pel client, ja que no haurà de mobilitzar-se fins la pàgina web de l'empresa, sinó que ho podrà fer ràpidament des d'aquí.

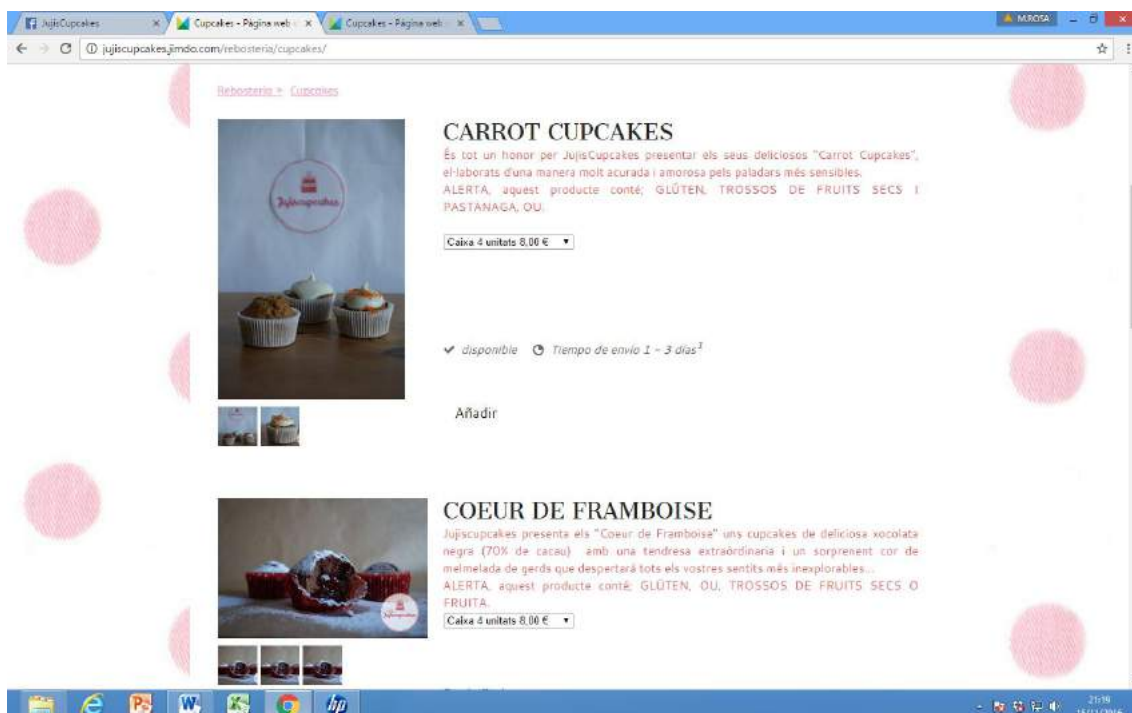
Cal dir que, també, realitzarem sorteigs de productes de l'empresa per donar-nos a conèixer entre el públic objectiu i donar una bona imatge de la marca JujisCupcakes.



Pàgina web i botiga on-line: <http://jujiscupcakes.jimdo.com/>



A través d'aquesta, el client podrà gaudir de tots i cada un dels productes que oferim gràcies a la breu explicació d'aquests al sector botiga i és capaç de fer la seva pròpia comanda, ja sigui d'un cupcake creat per ell (el crearà mitjançant l'aplicació) o bé d'un dels productes que ofereix la nostra empresa.

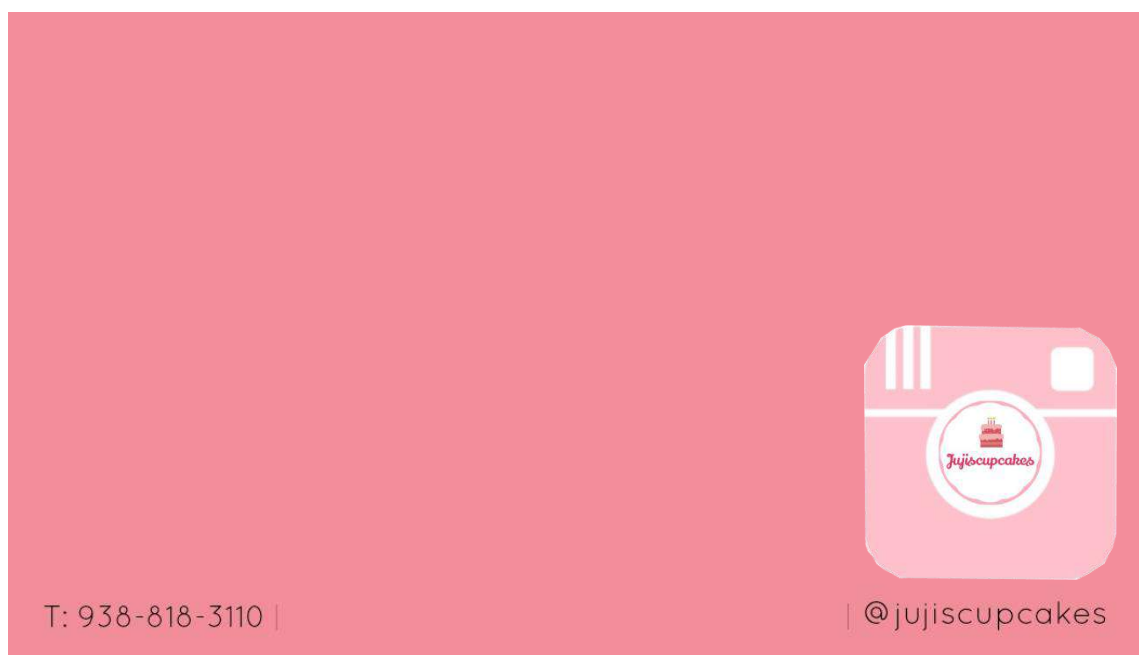


10.1. TARGETES

Seguidament, també realitzarem unes targetes que ens serviran per promocionar-nos també de la manera més professional i pràctica per al client.



Part de davant de la targeta



Part de darrere de la targeta

10.2. ADHESIUS LOGO

També regalarem adhesius amb el logo de la marca per cada compra que facin els clients, ja que pensem que la publicitat no només ens l'hem de fer nosaltres mateixos, és a dir, la pròpia empresa, sinò que els mateixos clients la poden fer de manera indirecta i inconscient.

Prototip d'adhesius:



Adhesiu logo Instagram



Adhesiu logo empresa

Això representarà per al client un petit present de l'empresa per la seva compra i per tant, d'alguna manera o altre el complaurà o el sorprendrà.

A banda de tot això, també és molt important parlar de les promocions si volem que els clients vinguin a conèixer el negoci i comprin, per tant, durant el llançament del producte i la idea de negoci.

10.3. ENVAS

Parlem de l'envàs en aquest apartat del màrqueting, ja que com hem esmentat anteriorment, l'objectiu del màrqueting és presentar un producte el qual el client trobi original, únic i agradable per tal que es produeixi una compra.

Per tant, a JujisCupcakes hem volgut centrar-nos molt en l'envàs i la presentació dels nostres productes, especialment cupcakes, galetes i pastissos. Per aquesta raó, hem dissenyat un envàs únic i molt original per a cada producte, atenent al fet que volem ser altament diferenciats de la competència, no només per la idea de negoci sinò també per la nostra presentació final dels productes. Aquesta és altament important perquè el client al qual ens volem adreçar confii i diferenciï l'empresa.

Envàs individual cupcake:

Caixa de cartró blanc 100% reutilitzable i reciclable amb una petita obertura en un costat on es pugui contemplar el cupcake.



Caixa individual cupcake de cartró

També disposarem d'un altre envàs individual fabricat amb plàstic recollit i reutilitzat dels oceans, 100% reciclable i reutilitzable.



Caixa individual cupcake de plàstic reciclable.



Caixa individual cupcake de plàstic reciclable, tancada.

Envàs 4 cupcakes:

Caixa més gran amb quatre departaments on hi aniran situats els respectius cupcakes. Feta de cartró blanc 100% reciclable i reutilitzable.

Decorada amb paper de seda rosa.



Caixa vista des de l'exterior



Caixa vista des de l'interior

Envàs 12 cupcakes:

Caixa ampla de cartró blanc amb obertura superior amb dotze departaments per cupcakes.

100% reciclable i reutilitzable.



Caixa dotze cupcakes de cartró amb obertura superior a la tapa.

Envàs galetes:

Pel que fa a les galetes, seran envasades dins una bossa transparent.

És molt important que l'envàs disposi de petites obertures o bé estigui fet de material transparent (plàstic reutilitzable i reciclable) perquè el client pugui analitzar i observar el que ha comprat o si més no, esta a punt de comprar.



Bossetes galetes JujisCupcakes.

Envàs pastissos:

L'envàs dels pastissos serà una caixa adaptada per a tota mena de pastissos amb obertura superior transparent.

Feta de cartó blanc 100% reciclable i reutilitzable.



Caixa pastís JujisCupcakes.

També disposarem de bosses de l'empresa, però aquestes seran de cartró reciclat, ja que som volem constituir una empresa verda.

Els materials de les caixes i bossetes estan fets de manera que mantinguin el producte fresc, de tal manera que no es faci malbé.



11. DESCRIPCIÓ PRODUCTES

CARROT CUPCAKES



JujisCupcakes presenta els seus “Carrot Cupcakes”, uns deliciosos cupcakes de pastanaga i canella elaborats amb ingredients 100% naturals. Aquests cupcakes poden anar presentats amb la decoració de crema de formatge o vainilla, o bé amb sucre glass.

Tot això depèn sempre del paladar del client el qual s’ho pot combinar de diferents maneres.

Aquest producte no és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.

*Sucre glass: sucre molt fins al punt que sembla pols.



COEUR DE FRAMBOISE

Els cupcakes “Coeur de framboise” de JujisCupcakes són una autèntica explosió de sabors que posaran a prova els teus sentits, ja que la seva elaboració amb cacau del 70% provinent de Madagascar i el seu cor de mermelada de gerds francesa són la combinació perfecte per a sorprendre als comensals o a un mateix.

Aquest cupcake ve presentat amb una suau decoració de sucre glass.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.





Apple treats



Els “Apple treats” són uns cupcakes elaborats a partir d’una massa base, a la qual li afegim poma verda de Girona i unes cullerades de canyella mòlta que fa que s’obtingui un sabor exòtic i agradable.

La base està coberta per sucre glass.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals. *

*Si ens ho demanen podem adaptar la recepta perquè sigui apta.



STAR CUPCAKES



Jujiscupcakes presenta la seva gran novetat, els “Star cupcakes”. Perfectes per a qualsevol celebració!

Cuinats a partir d’una massa base d’una recepta anglesa, no contenen conservants. Al seu interior, un cop els tallem topem amb la sorpresa d’una estrella de color dins el mateix cupcake; això fa que sigui divertit i encara més agradable pel consumidor.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.*

*Si es demana podem adaptar-ho per a persones celíaques.

Aquest producte conté, colorants alimentaris.



BURGER CUPCAKES



Els “Burger cupcakes” han estat durant tot aquest any els reis de les celebracions.

Encara no els has provat?

Estan cuinats a base d'ingredients 100% naturals seguint la recepta clàssica anglesa i decorats amb fondant de diferents colors representant els diferents ingredients d'una autèntica ‘hamburguer’ americana.

Són un autèntic trampantojo*!!

No és un producte apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que, conté ou i greixos animals.*

*La comanda d'aquest producte és important fer-la amb suficient antelació (3-5 dies).

*Trampantojo: il·lusió òptica que es compon tant dels objectes o figures reals com amb la mateixa creació artística.



PARTY FROSTING



Els cupcakes “Party frosting” estan elaborats a partir de la recepta tradicional anglesa de “vainilla cupcakes”. Són uns cupcakes amb sabor a vainilla decorats amb un frosting* a elegir pel client.

Disposem de frostings* de diferents sabors: pètals de rosa, maduixa o bé vainilla.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos

*Frosting: pasta feta a base de mantega i sucre glass. S’hi pot afegir xocolata desfeta, aromatitzants o colorants per donar-li una millor consistència o bé un millor aspecte i gust.



Pa de pessic Jujiscupcakes



JujisCupcakes presenta el seu esponjós i deliciós pa de pessic elaborat amb molta cura per aconseguir aquesta consistència tant agradable.

JujisCupcakes ofereix diferents decoracions i formes (motlles) que pot triar el client; exterior recobert de xocolata (negra, blanca, llet) o sucre glass amb interior amb mermelada de maduixa o xocolata.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.



Pastís Jujiscupcakes



El pastís JujisCupcakes cruixent i esponjós pastis cobert de xocolata 70% de cacau farcit amb mermelada de maduixa i decorat amb maduixetes de temporada. Un vertader plaer pel paladar.

Decoracions a escollir: exterior recobert de xocolata (negra, blanca, llet) amb interior amb mermelada de maduixa o xocolata.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que, conté ou i greixos animals.



Pastissos personalitzats

A JujisCupcakes també ens comprometem a elaborar pastissos personalitzats, de tal manera que, la recepta i decoració és creada pels propis clients i el fruit de la seva imaginació.

Producte apte per celíacs i persones vegetarianes.





GALETES “Jujiscupcakes”



Degut al gran èxit que han obtingut, les galetes “Jujiscupcakes” són l’anomenat producte estrella de l’empresa.

Elaborades amb molt d’amor, les galetes segueixen la recepta tradicional francesa.

D’aquesta manera aconseguim el sabor i l’aroma original de la mantega torrada de les típiques “petits gateâux au beurre”...

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.



COCONUT BISCUITS

Les “Coconut Biscuits” són unes galetes elaborades amb ingredients 100% naturals i coco rallat.

Són cruixents però tenen un cor tendre gràcies a la consistència que els dona el coco.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.*

*Podem adaptar la recepta per persones intolerants o vegetarianes.





Cookies & nuts






Les famoses “Cookies & nuts” són les típiques galetes americanes però nosaltres les hem adaptat i els hem afegit avellanes i un toc de sal maldon que fa que el seu gust sigui peculiar però a la vegada molt delectador per als paladars més exigents.

No és apte per celíacs ni per persones vegetarianes, ja que conté ou i greixos animals.






11.1. QUADRE DE PREUS



PRODUCTE	QUANTITAT NETA	PREU
Galetes Jujiscupcakes 	10 unitats – 120 grams 20 unitats – 220 grams 40 unitats – 350 grams	Bossa 10 unitats – 3,50 € Bossa 20 unitats – 7 € Bossa 40 unitats – 14 €
Coconut Biscuits 	10 unitats – 120 grams 20 unitats – 220 grams 40 unitats – 350 grams	Bossa 10 unitats – 3,50 € Bossa 20 unitats – 7 € Bossa 40 unitats – 14 €
Cookies & nuts 	10 unitats – 120 grams 20 unitats – 220 grams 40 unitats – 350 grams	Bossa 10 unitats – 3,50 € Bossa 20 unitats – 7 € Bossa 40 unitats – 14 €

<p>Apple treats</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>
<p>Carrot cake</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>
<p>Star cupcakes</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>

<p>Cupcakes Coeur de framboise</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>
<p>Burger cupcakes</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>
<p>Cupcakes Party Frosting</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>

<p>Autumn cupcakes</p> 	<p>Caixa 4 unitats</p> <p>Caixa 6 unitats</p> <p>Caixa 10 unitats</p>	<p>8,00€</p> <p>12,00€</p> <p>20,00€</p>
<p>Croissants de Nutella</p> 	<p>10 unitats – 120 grams</p> <p>20 unitats – 220 grams</p> <p>40 unitats – 350 grams</p>	<p>Bossa 10 unitats – 3,50 €</p> <p>Bossa 20 unitats – 7 €</p> <p>Bossa 40 unitats – 14 €</p>
<p>Pa de pessic</p> 	<p>800 grams</p>	<p>6€</p>

<p>Pastís JujisCupcakes</p> 	<p>900 grams</p>	<p>7,50€</p>
<p>Patissos personalitzats</p> 	<p>900 grams</p>	<p>7€ (depèn del que demani el client)</p>
<p>Animal cake</p> 	<p>1200 grams</p>	<p>10€</p>

<p>Apple cake</p> 	<p>900 grams</p>	<p>7,50€</p>
<p>Mini tiramisús</p> 	<p>4 basets</p> <p>6 basets</p> <p>10 basets</p>	<p>9€</p> <p>13,50€</p> <p>22,50€</p>



12. CONCLUSIONS

Com he comentat a la introducció, només començar aquest treball de recerca ja tenia molt clar que el tema de JujisCupcakes, la meva pròpia empresa, era un tema molt innovador, atenent a totes les novetats i aspectes creatius que aporta la meva idea de negoci que va fer que, finalment, m'encamines dins aquest món empresarial i complex de manera que, gràcies a la meva passió pels cupcakes i a les ganes de posar la meva idea de negoci en pràctica en un futur proper, he pogut gaudir fent el treball i no una feina absurda, avorrida o desinteressada. Tot el contrari, ha estat i ha suposat un trec molt gratificant i motivador.

Principalment, afloraven idees que m'agradaven i les sensacions eren favorables. Vaig decidir investigar sobre les pautes de com crear una empresa : els avantatges i els inconvenients que això suposa (sobre tot de cara a la botiga on-line de productes alimentaris, en el meu cas) i els obstacles que això podia suposar. El resultat ha estat gratificant, que no vol dir fàcil, ja que es tracta d'un trec on gairebé tot el que el conforma és pràctic.

Una de les dificultats que podrien haver impedit el desenvolupament era trobar la font de finançament, ja que sense inversió no hi ha projecte. Ara bé, si es tenen altres ingredients, és a dir, idees, oportunitats de negocis i bons emprenedors, els diners tard o d'hora arribaran.

Si el finançament queda resolt, la resta també ho està, excepte el transport en les grans ciutats (Barcelona) que estaria gestionat per l'empresa Glovo (transport ràpid perquè el producte arribi l'abans possible al client) i que s'hauria de pagar a part, és a dir, no formaria part del finançament.

Un altre aspecte rigorós d'una empresa d'aquestes característiques és la distribució i tota la plataforma de compra/venta amb els clients, és a dir, mantenir una relació estreta amb aquests a través de les atencions al client, enviament, entre d'altres de la manera més ràpida per tal de complaure a l'usuari. Ara bé, tot aquest volum de vendes previst va relacionat amb la publicitat de llançament del producte i un enginy que eviti el seu estancament en el mercat.



En el nostre cas, aquest aspecte el portaríem amb normalitat, ja que cada setmana trauríem un producte nou, original i de temporada. Cal tenir una finestra de futur amb nous projectes i objectius.

Amb aquest treball he après que la creació d'una empresa, sobre tot una empresa dedicada al sector d'alimentació, és un procés molt més complex del que havia imaginat. Tot i que no m'he dedicat profundament al business plan, puc afirmar que la tesi de creació d'una empresa és molt difícil, ja que per a realitzar un business plan m'hagués agradat fer-ho amb dades reals de l'empresa.

Gràcies també a la realització d'aquest, he superat les pors i he agafat seguretat dins del món empresarial i també he descobert l'habilitat que tinc de convèncer i persuadir a aquells qui m'escolten amb la meva idea de negoci, punt molt important també per dur a terme la meva pròpia empresa, JujisCupcakes.

Cal afegir que n'estic gratament satisfeta, ja que he aconseguit els objectius que em proposava de crear un producte únic i diferenciat que fos desitjable pel client, mitjançant l'envàs, la presentació i el gust d'aquest. Seguidament, també he aconseguit complir el repte de ser l'empresa més ràpida dotant-la de les característiques que ha de tenir per ser-ho (aspectes de transport...) i finalment, també, he aconseguit crear una empresa verda tot i que això ho veurem reflectit a l'hora d'aplicar-ho a la realitat.

Per tant, finalitzo dient que per a crear una empresa d'èxit cal tenir la sort de topar-se amb una gran idea i que el més important és dur-la a terme amb molta il·lusió per fer d'una afició un projecte de negoci creatiu i satisfactori.



13. BIBLIOGRAFIA I NETGRAFIA

http://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/PACOPYME/PACOPYME_Financiacion.htm

→ 12/04/16

https://www.gencat.cat/treball/doc/doc_13018659_1.pdf → 22/04/16

<http://www.aeban.es/sector> → 29/05/16

<https://www.befunky.com/es/opciones/editor-de-fotos/> → 19/08/16

http://sie.fer.es/esp/Asociaciones/Industria/Industria_Alimentacion_Bebidas/Elaboracion_Platos_Preparados/RD_5121977_que_se_aprueba_Reglamentacion_Tecnico-Sanitaria_elaboracion_circulacion_comercio_platos_preparados_precocinados/webDoc_3073.htm → 3/10/16

http://cincodias.com/cincodias/2014/12/23/autonomos/1419329722_996789.html

→ 11/11/16

<http://www.marialunarillos.com/reposteria/utensilios/cajas-bases-dummies/cajas.html#/page/2> → 2/12/16

http://www.reasonwhy.es/actualidad/anunciantes/estos-cupcakes-estan-revolucionando-eeuu-con-sus-maquinas-de-vending_2014-03 → 1/12/16

<http://es.slideshare.net/octaviallave7/trabajo-definido-gestion> → 1/12/16

<http://es.slideshare.net/octaviorodriguez/los-pblicos-de-la-empresa> → 4/12/16

<http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/> → 10/12/12

<http://www.xopie.com/aspectos-a-tener-en-cuenta-si-vendes-alimentos-en-tu-tienda-online-c1200x35986> → 11/12/16

<https://ca.wikipedia.org/wiki/Cupcake> → 14/12/16

MONTSERRAT PINA/CLARA GONZÁLEZ/ JOSEP ALFARO *Economia de l'empresa*. Sèrie Fluvià Madrid, 2009.

Projecte empresarial d'Administració i Finances "Pâtisserie màgica" cedit per Jordi Nin.

