

Projecte emprenedor:

E-tiks, un Marketplace ètic.

Nom de l'estudiant: Marina Valero León

Nom del tutor/a: **Alícia Cantalejo Gómez**

Data: 16/03/2022

MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: Cinquè curs

Estudis: Doble titulació en Administració i Direcció d'Empreses i Turisme

Abstracte.

E-tiks és un Marketplace que uneix usuaris i artesans i fabricants de productes sostenibles. El model de negoci està basat en la venda de productes online, en aquest cas, decoració, mobiliari i parament per a persones que volen adquirir productes únics, exclusius i amb una història darrera.

El projecte té com a finalitat, donar visibilitat al col·lectiu d'artesanía i fabricació local. També donar importància en cada un dels productes que es venen, als materials utilitzats, les persones que l'han elaborat i la filosofia de cada un dels artesans i fabricants que componen E-tiks. D'aquesta manera, demostra que, també a un sol clic podem obtenir productes de qualitat i promocionar el comerç local.

Abstract.

E-tiks is a Marketplace that brings together users and artisans and manufacturers of sustainable products. The business model is based on the sale of products online, in this case, decoration, furniture and wallpaper for people who want to buy unique, exclusive products with a story to tell.

The project aims to give visibility to the local crafts and manufacturing collective. Also to give importance to each of the products that you see, to the materials used, to the people who have made them and to the philosophy of each of the artisans and manufacturers that make up E-tiks. In this way, it shows that, even at a single click, you can obtain quality products and promote local trade.

Índex.

Introducció	6
1.1. Característiques personals, motivacions i equip emprenedor.	7
2. Identificació de públic objectiu i model de negoci.	9
2.1. Públic objectiu.	9
2.2. Persones que intervenen en el procés de compra.	13
2.3. Model de negoci i model d'ingressos.	14
3. Proposta de valor.	15
3.1. Producte Mínim Viable. Mock Up.	16
4. Competència.	17
4.1. Matriu de competència.	18
4.2. Dimensionament de mercat.	18
5. Pla de màrqueting.	22
5.1. Portafoli de productes que ofereix E-tiks	22
5.2. Pla de comunicació.	24
5.3 Canals de distribució.	26
5.4. Política de preus	27
5.5. Previsió de vendes.	29
5.6. Anàlisi de les 4P's del màrqueting, amb l'orientació de les 4C's.	29
6. Pla d'operacions	32
6.1. Identificació del procés de producció del producte/servei.	32
6.2. Activitats clau pel procés de producció.	33
6.3. Recursos claus.	33
7. Pla d'organitzacions i recursos humans.	35
7.1. Organigrama	35
7.2. Funcions i Tasques.	35
7.3. Política retributiva	36
7.4. Valoració econòmica del pla de recursos humans.	38
8. Pla jurídic - fiscal	38

8.1. Forma jurídica de l'empresa i requeriments generals de constitució de l'empresa.	38
8.2. Normativa específica del negoci.	40
9. Pla econòmic financer.	42
9.1. Previsió d'inversió.	42
9.2. Previsió finançament.	43
9.3. Previsió d'ingressos i despeses dels tres primers anys.	44
9.4. Pla de tresoreria dels tres primers anys.	47
9.5. Conclusions del pla econòmic financer.	47
10. Conclusions generals.	49
11. Bibliografia.	51
12. Annexos.	53
Annex 1. Paràmetres de sostenibilitat establerts per E-tiks.	53
Annex 2. Excel d'elaboració pròpia d'artesans i fabricants.	54
Annex 3. Entrevista artesans i fabricants.	55
Annex 4. Enquestes usuaris de compra.	60
Annex 5. Model de negoci.	61
Annex 6. Definició procés d'ingressos d'E-tiks.	64
Annex 7. Proposta de valor.	65
Annex 8. Mock Up - Usuaris de compra.	67
Annex 9. Mock Up -Artesans i fabricants.	69
Annex 10. Competència.	71
Annex 11. Model de tarifes.	72
Annex 12. Pla de comunicació.	74
Annex 13. Procés de distribució	79
Annex 14. Previsió de vendes.	81
Escenari realista.	82
Escenari optimista.	82
Escenari pesimista.	83
Annex 15. Procés de producció.	84
Temporalització concreta del procés dels artesans i fabricants;	86

Temporalització concreta del procés dels usuaris de compra;	88
Temporalització general de producció del servei.	88
Annex 16. Activitats clau pel procés de producció.	89
Annex 17. Forma jurídica i fiscal.	92
Annex 18. Normativa específica del negoci.	93
Annex 19. Lloc de treball: Organigrama.	95
Annex 20. Funcions i tasques.	103
Annex 21. Valoració econòmica de recursos humans.	118
Annex 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.	121
Annex 23. Pla de tresoreria.	123
12.1. Figures	128
Figura 1. Buyer Persona - Artesà - Fabricant.	129
Figura 2. Resum característiques bàsiques artesans.	129
Figura 3. Consum online any 2021.	129
Figura 4. Productes consumits de manera online. (2021)	130
Figura 5. Buyer Persona - Usuari de compra.	130
Figura 7. Matriu competència.	132
Figura 8. Pressupost comunicació.	132
Figura 9. Pressupost distribució.	132
Figura 10. Preus tarifes.	133
Figura 11. Previsió de vendes.	133
Figura 12. Tarifes MRW.	134
Figura 14. Pressupost operatiu.	134
Figura 15. Mitja del producte i servei d'E-tiks.	134
Figura 16. Salari nets anuals de l'equip d'E-tiks.	135
Figura 17. Resum visual del procés de producció del servei.	135
Figura 18. Organigrama d'E-tiks.	136
Figura 19. Taula de categories i salaris.	136
Figura 20. Inversió inicial del projecte.	138
Figura 21. Càlcul préstec bancari.	139

Figura 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.	139
Figura 23. Pèrdues i guanys escenari pessimista.	140
Figura 23.1. Anàlisi situació patrimonial - Pessimista.	140
Figura 24. Pèrdues i guanys escenari optimista.	141
Figura 24.1. Pèrdues i guanys escenari optimista.	141
Figura 25. Cost empresa anual de l'equip dE-tiks.	142
Figura 26. Cost empresa anual reduït.	143
Figura 27 . Tresoreria escenari esperat.	143
Figura 28 . Tresoreria escenari pessimista.	144
Figura 29 . Tresoreria escenari optimista.	145

1. Introducció

Aquest treball de final de grau (TFG) és de caràcter emprenedor. Es realitza per finalitzar el doble grau d'Administració i Direcció d'Empreses i Turisme. L'atmosfera on es mourà aquest treball d'emprenedoria serà en l'elaboració d'un Marketplace en format web i aplicació mòbil de productes artesanals i fabricats de manera sostenible.

Estem immersos en un món on la compra compulsiva de "comprar, llençar i comprar", que genera una quantitat de residus d'uns 2.100 milions de tones mundials, de les quals només un 16% són reciclades segons, Kaza, Yao, Bhada-Tata i Van Woerden (2018). *A global snapshot of solid waste management to 2050 the World Bank Group*, fent una previsió d'un augment de 3,4 milions de tones de material no reciclable pel 2050. A més, si mirem les dades del Worldometers (2021), trobem que les emissions de CO₂ no paren d'incrementar, estant en ple 2021, més de 20 bilions de tones per any.

Considerant les xifres emeses de CO₂ i les dades sobre els milions de quilograms de plàstic generat, neix E-tiks, un Marketplace on poder trobar productes fets a mà, eco-friendly i sostenibles, recollits en un mateix espai. Amb aquesta proposta s'ofereix als artesans i fabricants un espai de negoci on poder donar visibilitat als seus productes i poder formar part d'una comunitat on aprendre i compartir.

Per una altra banda, per aconseguir que l'usuari sigui conscient de la contaminació que es genera, a la plataforma s'incorporarà un semàfor amb el grau de contaminació aproximat; si es fa una compra més propera o una més llunyana, aquest identificarà la contaminació corresponent amb un color del semàfor, sent vermell un grau important de contaminació i el verd, un grau lleu de contaminació. De totes maneres, des de E-tiks es procurarà introduir mitjans de transport menys contaminants en tots els casos.

E-tiks serà una solució per facilitar la recerca d'aquests tipus de productes i recollir-los en un mateix espai, detallant informació rellevant sobre la procedència de productes, fabricació i materials utilitzats.

1.1. Característiques personals, motivacions i equip emprenedor.

L'ambició d'iniciar aquest projecte neix pensant en un futur lliure de contaminació per les noves generacions. L'actual situació que viu el planeta, ja sigui amb el canvi climàtic, la gran quantitat de plàstic que va a parar directament als oceans, com es va denigrant la flora i la fauna marina, o la mateixa pol·lució que pateix l'aire que respirem. És el moment d'anar de la mà de la sostenibilitat i plantejar diferents opcions de consum.

L'equip emprenedor d'aquest projecte està format per dos companyes, que intercanviant idees vam arribar a la conclusió de què és el moment oportú per entrar dins del mercat actual amb una proposta de consum sostenible. Totes dues estem decidides en aportar el nostre coneixement, temps i esforç en aquest projecte. El despatx 501 del TCM2 de Mataró, és el lloc físic on treballem, debatem i pensem en com fer d'E-tiks el nostre projecte emprenedor. L'equip emprenedor d'E-tiks està format per;

1. **Laia Serrat:** Responsable de personal i comunicacions a Santa Romana (Caldes d'Estrac). Enfocada en gestionar les comunicacions, aliances, processos i proveïdors d'E-tiks. La Laia és comunicativa, adaptativa i resolutiva. Està motiva per desenvolupat un projecte que es portarà a la realitat, poder participar en un projecte que pretén canviar la manera de consumir en un àmbit més sostenible i poder ratar-se a si mateixa en un projecte emprenedor.
2. **Marina Valero (Jo):** Consultora de selecció de personal tècnic a l'empresa Exceltic a jornada completa. Les meves tasques estan enfocades a la cerca i selecció de talent, gestió de clients, clients potencials i oportunitats de mercat en relació amb nous projectes d'enginyeria en unitats de negoci com; Indústria, Infraestructura i Digital. El meu paper en l'equip d'E-tiks és aportar coneixement sobre gestió organitzacional de l'empresa i gestió de vendes. Les aptituds personals que m'acompanyen per dur a terme aquest projecte són;

- **Creativitat:** em considero una persona creativa per la facilitat que tinc en generar idees. M'agrada informar-me sobre les empreses que han tingut èxit gràcies a la creativitat i veure casos reals.
- **Innovació:** aquesta aptitud personal l'he pogut desenvolupar gràcies a la formació adquirida a la carrera, m'agrada experimentar amb models de negoci ja existents per veure com es poden millorar. Molt sovint em poso conferències de Tdex relacionades amb la innovació.
- **Emprenedoria:** Des de fa anys m'inspiren les històries d'emprenedors que s'han trobat amb molts obstacles i amb esforç ho han aconseguit, com Jack Ma, Vera Wang o Melanie Perkins. Escolto xerrades, entrevistes i reportatges d'emprenedors per alimentar la meua idea d'emprendre un projecte propi.

Les motivacions personals per emprendre aquest projecte són:

- **Voluntat pròpia d'aconseguir un planeta més sa i sostenible.** Contribuir a plantejar canvis en la nostra manera de consumir per a conscienciar sobre la situació real del planeta i sobre les conseqüències que està patint.
- **El projecte es vol desenvolupar per fer-ho realitat.** La meua motivació és exposar aquest treball de final de grau i poder veure si hi tenim oportunitats de negoci.
- **Conscienciar-me** de les conseqüències d'aquest consum mitjançant estudis científics, dades i articles de tot el món. Tenir informació real sobre la situació del planeta en aquest aspecte.

El **punt feble** en aquest treball és la falta d'experiència en la creació des de zero d'una idea de negoci. Aquest és el primer projecte que realitzo amb finalitats realistes, per això el nivell de compromís i la visió empresarial són molt importants pel desenvolupament d'aquest projecte.

Les eines i formació obtingudes al doble grau d'Administració i Direcció d'empreses i Turisme, m'han ajudat a comprendre el món de l'empresa, com organitzar-la, planificar-la, dirigir-la i controlar-la. Comprenent la comptabilitat d'una empresa, el seu sistema financer, organitzacional, comunicatiu, etc. La doble titulació, a més a més, aporta coneixements sobre la gestió de la innovació on he pogut desenvolupar el

pensament lateral, reforçar la creativitat i l'emprenedoria. Aquestes bases em porten a enfocar el consum des d'un punt de vista diferent del que coneixem i poder així emprendre un projecte empresarial pel camí de la sostenibilitat. D'aquesta manera es prendrà com a objectiu assolir un canvi en el model de compra conscient que coneixem fins ara.

2. Identificació de públic objectiu i model de negoci.

2.1. Públic objectiu.

E-tiks es dirigeix, per una banda, als **fabricants i artesans** i per una altra banda a **usuaris de compra**.

- **Fabricants i artesans**

Business to business (B2B): E-tiks es dirigeix a fabricants i artesans, per oferir diversos serveis amb l'objectiu d'incrementar les vendes dels seus productes.

Qui són: Creadors de productes artesanals o fabricats, de tendència sostenible que combreguin amb els paràmetres establerts per E-tiks. Els paràmetres establerts es troben determinats a l'annex 1. Paràmetres de sostenibilitat establerts per E-tiks.

- ❖ **Artisans:** Elaboren o produeixen objectes amb les mans o amb l'ajut d'utilitatges o màquines simples.
- ❖ **Fabricants:** Producció d'objectes amb màquines, així tots els productes són iguals i es poden produir en més quantitat.

Per les primeres fases del projecte es determinen les categories de productes de decoració, parament i mobiliari. Aquesta classificació ve determinada per l'oferta dels artesans i fabricants, ja que són les tres categories que més es treballen a nivell nacional segons INE - Instituto Nacional de Estadística. (2021)

- ❖ **Decoració:** escultures, quadres, tiradors, miralls, tapissos, etc.

- ❖ **Parament:** productes accessoris per la llar, sigui la coberteria, vaixel·la, estris de cuina, estovalles, envasos, etc.
- ❖ **Mobiliari:** Mobles de tota mena, restauració i matalassos.

Com són: Artesans i fabricants, que s'esforcen per escollir materials i productes ecològics, compromesos amb impactar el mínim possible al medi ambient, i amb una filosofia de quilòmetre zero prioritzant matèries primeres de proximitat. Que els seus productes no es basin en tendències ràpides i peribles, sinó que creguin en productes produïts de manera lenta i conscient. A part de distingir-los segons artesanía o fabricació també es contempen les seves dimensions, sent;

Petits: 1 - 10 treballador. **Mitjans:** entre 10 - 50 treballadors .

On són: Es contempen els fabricants i artesans a escala nacional, però en un principi es focalitzarà en tots aquells artesans i fabricants de Catalunya, sobretot pel primer llançament d'Etiks. D'aquesta manera es podrà definir i focalitzar millor el negoci en el mercat, sent escalable. Una vegada el projecte avanci a fases posteriors es podrà comprendre més amplitud de mercat en quant zones geogràfiques.

Per què poden estar interessats en el nostre servei: Les grans superfícies i marques estan fent ombra a la majoria d'artesans i fabricants. La producció en massa, la deslocalització de les fàbriques en països en vies de desenvolupament i les condicions de treball precàries, fan que els productes estiguin a preus molt més competitius. E-tiks pot ser un aparador interessant per poder promocionar-se i arribar a un públic més ampli. A més a més, poden estalviar costos de les seves plataformes pròpies gràcies a les solucions que pot oferir E-tiks.

El disseny del Buyer Persona es troba a annex a la figura 1. Buyer persona - Artesà i fabricant. El resum de les característiques bàsiques dels artesans i fabricants es pot veure a annex a la figura 2. Resum característiques bàsiques artesans.

Evidències de contacte:

Les evidències de contacte dirigides als artesans i fabricants són;

1. Excel d'elaboració pròpia amb artesans i fabricants potencials pel Marketplace (Annex 2. Excel d'elaboració pròpia d'artesans i fabricants).
2. A partir d'aquest Excel s'han realitzat entrevistes per analitzar si el que E-tiks està oferint és prou atractiu per cobrir les seves necessitats. Annex 3. Entrevista artesans i fabricants.

En total s'hi han portat a cap, déu entrevistes a artesans i fabricants de l'Excel (Annex 2. Excel d'elaboració pròpia d'artesans i fabricants). L'objectiu de les entrevistes és conèixer la manera de gestionar el negoci de cadascun d'aquests i fer una presentació d'E-tiks per conèixer si estarien interessats en el servei. Quatre de deu artesans entrevistats estarien interessats en la contractació del servei d'E-tiks.

- **Usuaris de compra**

Business to customer/consumer (B2C): Els usuaris de l'aplicació seran aquells que consumeixin els productes comercialitzats al Marketplace d'E-tiks .

Segons l'INE, les persones entre 16 i 74 anys que han realitzat compres online en els últims mesos seria el 55,2% (19,5 milions de persones). A la figura 3. Consum online any 2021, Es pot veure com va descendint aquest percentatge de compra a mesura que, més edat es tingui. Considerarem a les persones que consumeixin més d'un 50% online. D'aquesta manera es considera un rang de persones entre 16 i 54 anys. Sent els de 25 fins a 34 les persones consumeixen més de manera online. Segons les dades analitzades, s'acotarà l'edat entre **25 i 54 anys**, ja que és el rang més interessant per E-tiks, i els que consumeixen més de manera online.

A banda d'això, cal destacar que el 17% de les persones que compren online, consumeixen mobiliari i accessoris per la llar (3.315.000 milions de persones).

Amb aquesta informació es pot definir el segment al qual anirà dirigit E-tiks. Aquestes dades es poden visualitzar a la figura 4. Productes consumits de manera online 2021.

Qui són: Persones de 25 a 34 anys que vulguin consumir d'una manera més ètica i sostenible. Valoren la informació del producte, la transparència empresarial i la responsabilitat de contribuir per un món més respectuós amb el medi ambient. També els que ja ho fan i que es troben amb dificultats, com la cerca dels productes a diverses webs o falta d'informació en els processos del producte, arribant a ser una compra incòmoda. Les persones entre 25 i 34 anys són les que més consumeixen, però també les persones entre **25 i 54** anys presenten percentatges importants en el consum online, així que hi ha un rang força ample a tenir en compte.

Com son: Es preocupen pel medi ambient, tenen una filosofia de vida dedicada a implementar hàbits o canvis per reduir els seus impactes ambientals. Persones que estan conscienciades amb el medi ambient i que contribueixen d'alguna o un altre forma per aquest.

On són: Serà àmbit nacional, tot i que en un primer moment les estratègies de màrqueting aniran enfocades a Catalunya.

Per què poden estar interessats en el nostre servei: Actualment, els productes que es compren estan produïts en massa per diverses empreses, provocant per un costat que augmenti la incertesa sobre la procedència d'aquest producte, els materials utilitzats i les condicions laborals d'aquesta producció. Per un altre costat, s'acaben comercialitzant productes poc exclusius, fabricats ràpidament i que varien segons les tendències del mercat. Amb E-tiks, hi haurà coneixement del producte i la marca, a més de poder obtenir productes exclusius i creatius, produïts per fabricants i artesans. El Buyer Persona de l'usuari de compra es troba a la figura 5. Buyer Persona - Usuari de compra. El resum de les característiques dels usuaris de compra es pot veure a la figura 6. Resum visual de les característiques dels usuaris de compra.

Evidències de contacte:

S'han realitzat enquestes online a 130 persones els resultats i el detall d'aquesta es poden veure a l'annex 4. Enquestes usuaris de compra. Amb aquestes evidències la

proposta d'E-tiks es podrà adaptar a les necessitats que els usuaris de compra es troben en les compres online.

2.2. Persones que intervenen en el procés de compra.

El procés mitjançant el client potencial, després de detectar la seva necessitat o desig, valorarà les diferents opcions que hi ha al mercat per satisfer-lo. Aquest compara les diferents opcions del mercat disponibles, i després de sospesar-les, prendrà una decisió, que pot finalitzar, o no, en compra.

Persones que intervenen procés de compra del fabricant i artesà.

- **Influenciador**: Un fabricant o artesà que comparteixi opinions sobre les dificultats en què s'hi troba el gremi o el desig sobre alternatives que ajudin al seu negoci a augmentar les vendes i aconseguir més visibilitat en el mercat. El gremi, en si mateix pot ser una àrea d'influència per als fabricants i artesans objectius.
- **El decisor**: La decisió de formar part d'E-tiks la pot prendre el mateix fabricant o artesà, o el gerent de l'empresa, atret per la necessitat de promocionar els seus productes i arribar a un mercat més ampli que apreciï la seva activitat.
- **Iniciador**: Qui autoritza l'acció de compra pot ser l'artesà o fabricant, però també poden haver-hi figures que tenen poder de decisió empresarial sobre l'artesà o el fabricant. Com per exemple: el departament de compres; un gerent; inversor; socis... També pot ser qui ho proposa, el mateix fabricant o artesà, o algú extern que pugui aconsellar la venda online dels seus productes.
- **Prescriptor**: Un altre fabricant o artesà, fins i tot un consumidor. Aquests poden ser la font directa per aconsellar E-tiks a un altre fabricant o artesà del gremi o d'alguna associació de fires artesanals.
- **Comprador**: Qui realitza la mateixa acció de compra pot coincidir amb el decisor i iniciador si ho fa el mateix fabricant o artesà. També pot ser el mateix departament de compres o la persona encarregada d'aquest tipus de gestions.

Persones que intervenen el procés de compra de l'usuari.

- **Influenciador:** Persona que comparteix el seu desig per un consum sostenible i la seva preocupació pel medi ambient amb una altra persona.
- **El decisor:** Coincideix amb el públic objectiu, ja que són aquestes persones les que decideixen comprar en E-tiks. Persona amb certa consciència sostenible i amb certs ideals del consum ètic. Engloba a les persones que tenen poder de decisió en la compra, sigui qui fa la compra o qui sol·licita fer-la.
- **Iniciador:** Qui té autoritat sobre l'acció de compra, pot ser la mateixa persona que pren la decisió de compra. O algun amic, parella, company de pis, etc.
- **Prescriptor:** En aquest cas podria ser qualsevol altra persona que ja conegui la pàgina web i aconselli l'ús d'aquesta. També pot ser un fabricant o artesà que aconsella a un client la cerca dels seus productes mitjançant el Marketplace.
- **Comprador:** Aquesta persona pot coincidir amb el decisor i l'iniciador, ja que és qui realitza l'acció de compra, en aquest cas seria l'usuari de compra de E-tiks.

2.3. Model de negoci i model d'ingressos.

La plataforma d'E-tiks és un Marketplace basat en un Business to Business (B2B), ja que el client amb qui es monetitzarà el projecte seran els fabricants i artesans. A l'annex 5. Model de negoci, es troba el detall de cada un dels models de negoci escollits.

- **Fabricant/Artesà.**
 1. Model de negoci basat en subscripcions en format Good-Better-Best.
 2. Model de negoci basat en volum de venda.
 - 2.1. Venda online: 5%
 - 2.2. Venda offline: 1%
- **Usuari de compra.**
 1. Model de negoci envers la lleialtat del client.

Segons com està definit el model de negoci d'E-tiks, els ingressos que el Marketplace obtindrà són per part dels artesans i fabricants en la seva majoria. Indirectament a través del volum de vendes que assoleixin gràcies a E-tiks. A l'annex 6. Definició procés d'ingressos d'E-tiks, es fa l'explicació detallada de l'esquema del procés d'ingressos del Marketplace.

3. Proposta de valor.

La proposta de valor dirigida per un costat als artesans i fabricants i per un altra als usuaris de compra, es troba detallada a l'annex.7. Proposta de valor.

Proposta de valor dirigida als fabricants/artesans.

- a) Promoció de productes i empresa
- b) Comunitat
- c) Assessoria/Gestoria
- d) Canal de vendes
- e) Software

Proposta de valor dirigida als usuaris de compra.

- a) Productes recollits en una mateixa web.
- b) Transparència.
- c) Sostenibilitat.
- d) Semàfor.
- e) Exclusivitat.

3.1. Producte Mínim Viable. Mock Up.

El Mock up és una maqueta per presentar el projecte d'una manera professional, en aquest cas es presenten les maquetes de l'aplicació mòbil. Tant la pàgina web, com l'aplicació mòbil tindran pantalles enfocades als artesans i fabricants i, per altra banda, per als usuaris de compra. Per aquest motiu es presenten dos Mock Up, un dirigit als usuaris i l'altra als artesans i fabricants.

- **Artisans i fabricants.**

El Mock Up dirigit als artesans i fabricants d'E-tiks, és un prototip de la plataforma. En les diferents pantalles es poden veure opcions d'espai personal per explicar la història de l'empresa, un altre apartat per penjar les fotografies dels productes, comandes fetes, les factures emeses i pendents d'emetre i estadístiques mensuals. Les pantalles es poden veure a l'annex 8. Mock Up - Usuaris de compra.

- **Usuaris de compra.**

En el Mock Up d'E-tiks (Annex 9. Mock Up - Artesans i fabricants), es mostra el mínim producte viable que sortirà al mercat en un primer moment dirigit als usuaris de compra. Com es pot observar el disseny en format aplicació mòbil, mostra diferents pantalles.

En aquesta fase del producte, les categories a escollir són; decoració, parament i mobiliari. Es pot veure diversos productes oferts dins de cada categoria. Quan es selecciona un producte hi podem veure; el grau de sostenibilitat, les opinions d'uns altres usuaris de compra, detalls del producte, de la fabricació i de la marca. Cada producte, depenent de les seves característiques, estarà classificat amb tres segells; fet a mà, eco-friendly o biodegradable. Hi ha productes que poden estar classificats amb els tres segells alhora.

4. Competència.

Es consideren competència d'E-tiks tots aquells Marketplace on apareguin productes de caràcter sostenible i es doni visibilitat al creador i fabricant d'aquest producte.

A l'annex 10.Competència, es trobarà detallada més informació sobre cada una de les empreses de la competència.

Olokuti:¹ Olokuti és una plataforma d'origen nacional que ofereix productes ecològics, biodegradables i del comerç just. En cap moment es fa referència a temes de sostenibilitat, ecologia, informació de marca, procés de fabricació, etc.

Etsy:² Etsy és una plataforma creada a la ciutat de Nova York. Va sorgir per ajudar a la comunitat de venedors particular a donar sortida als seus productes i convertir les idees d'aquests en un negoci d'èxit.

Save Some Green:³ Plataforma amb origen al Regne Unit on es poden trobar tant productes ecològics, reciclables i bio sostenibles.

EcoLiving:⁴ Marketplace creat al Regne Unit, es defineix com distribuïdor de productes sostenibles d'alta qualitat. També són creadors d'alguns productes sota la seva pròpia marca d'Ecoliving.

Amazon Handmade:⁵ Un espai d'Amazon està reservat per productes artesanals i rep el nom d'Amazon Handmade. No es parla de sostenibilitat, materials utilitzats o mètodes d'elaboració.

¹ Olokuti: <https://olokuti.com/>

² Etsy: <https://www.etsy.com/es/?ref=lgo>

³ Save Some Gree: <https://www.savesomegreen.co.uk/>

⁴ Ecoliving: <https://www.ecoliving.co.uk/organic-produce-bags.html>

⁵ Amazon Handmade: <https://www.amazon.es/Handmade/b?ie=UTF8&node=969948203> 1

4.1. Matriu de competència.

La matriu de competència, visualitzar a la figura 7. Matriu competència, es valoraran dos atributs; informació del producte i opinions dels usuaris.

Amazon Handmade i Etsy són dos Marketplace que no donen gaire informació dels productes, però si donen molta importància a les opinions dels usuaris, E-tiks es diferencia d'aquestes dues plataformes per apostar per productes sostenibles i oferir opcions de proximitat en les compres desitjades.

Els altres Marketplace (Save Some Green, EcoLiving i Olokuti) que es troben al mig de la matriu és causat perquè hi ha tendència a la informació del producte i a les opinions dels usuaris però tenen poca repercussió, per el tant trobem que no hi ha comentaris o opinions dels usuaris. Hi ha una proposta sostenible i varietat de productes d'aquest estil, però no aconsegueixen tenir *engagement* ni posicionament en el mercat.

4.2. Dimensionament de mercat.

Després d'haver analitzat la proposta de valor i la competència més propera a E-tiks, és convenient analitzar el mercat a on es pot arribar. Per fer aquesta anàlisi es seguirà el model Top-Down del Tam-Sam-Som.

- **Usuaris de compra.**



Segons l'institut nacional d'estadística (INE) a dia 01 de juliol de 2021 resideixen a Espanya 47.326.687 persones. D'aquestes, 19.500.000 persones entre 16 i 74 anys han consumit online en els últims mesos.



Del total de les persones que han consumit online durant els últims mesos, l'INE afirma que el 17% de les persones han consumit productes de mobiliari i accessoris per la llar. (19,5M*17%). S'obté un total de 3.315.000

milions de persones que han comprat decoració i mobiliari de manera online



El públic objectiu d'E-tiks són persones entre 25 i 54 anys. Segons l'INE 1.723.850 són les persones que dins de la franja d'edat establerta, consumeixen mobiliari i decoració de manera online. Aquestes dades són positives per E-tiks, perquè vol dir que ens estem dirigint a la franja d'edat de les persones que més consumeixen online en mobiliari i decoració.

- **Artesans.**



L'artesania a Espanya és un sector productiu format per 38.557 empreses, representant el 2,4% del PIB Indústria i un 0,4% del PIB total, segons l'estudi sobre la competitivitat del sector artesà a Espanya del Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme - Govern d'Espanya (2015). Segons el Gabinet de premsa de l'acte d'entrega dels Premis Nacionals d'Artesania 2021 comparteixen les mateixes dades de l'estudi de 2015, per la qual cosa des d'aleshores no hi ha hagut una evolució en xifres d'artesans ni modificacions en el PIB.



Segons el mateix estudi del Ministeri, l'empresa artesana presenta una gran concentració a Catalunya, el 23,9% del total del artesans es troben a Catalunya, sent aquests un total de 9.215,12 artesans.



Segons les estimacions presentades a l'informe *El sector artesà en les fonts estadístiques i documentals* (DGPYME, 2009), es pot determinar els subsectors d'interès per les categories d'E-tiks; Fusta (37,9%), metall (15,5%), tèxtil (13,8%), ceràmica (3,8%), vidre (3,3%), fibres vegetals (2,6%) i marbre, pedres i escarola (1%). (Total 77,9%). $9215,12 \cdot 77,9\% = 7.178,57$ artesans de les categories d'interès per Etiks.

- **Fabricants**



Segons l'Institut Nacional d'Estadística, a Espanya hi ha un total de 100.254 fabricants dins de l'indústria que interessa a E-tiks (Indústria de la fusta i tractament de fusta, Indústria tèxtil excepte peces de vestir i indústria i tractament de materials per la il·luminació i arts gràfiques).



De tots aquests fabricants a nivell nacional, 24.550 están a Catalunya. A la figura 4 es mostra un gràfic de barres amb les diferents activitats que predominen a Catalunya, dins de les indústries d'interés per E-tiks.



Del total que hi ha a Catalunya, entre que no es podrà arribar a tots i també tenint en compte que no tots ells son sostenibles en el seu procés d'elaboració, aproximadament es contempla que un 30% del total a Catalunya són sostenibles..

En total es contemplen 7.365 fabricants i 7.178 artesans, sumen en total 14.543 potencials fabricants i artesans a Catalunya. El nombre d'empreses que pot assolir E-tiks en el mercat segons les característiques dels artesans i fabricants són 14.543 empreses. Per conèixer un aproximat dels que estarien interessats en els serveis d'E-tiks es procedeix a fer entrevistes a 10 artesans i fabricants de l'Excel (Annex 2. Excel d'elaboració pròpia d'artesans i fabricants.) per explicar la idea de negoci i saber si estarien interessats a contractar el servei. El detall de les entrevistes es pot veure a l'Annex 3. Entrevista artesans i fabricants.

4 de 10 entrevistats estarien interessats en el servei d'E-tiks= 40% interés.

Dels 14.543 un 40% serien possible clients per la plataforma= 5.817,2 artesans i fabricants.

4.3. Oceans Blaus.

E-tiks es pot considerar una estratègia d'Oceà Blau, ja que ofereix al mercat una manera de consumir productes artesanals i fabricats de manera sostenible i donant importància a la proximitat dels productes. El desafiament d'E-tiks al mercat és establir i crear nous paradigmes de l'establert en consum online. Actualment, es troben plataformes que donen sortida a productes artesanals o fabricats de manera sostenible, però E-tiks hi contempla elements i detalls com; informació més detallada i estructurada del producte, una plataforma intuïtiva i fàcil i importància a les opinions dels usuaris de compra. També té una orientació funcional a ajudar als artesans i fabricants a potenciar al màxim el seu negoci, mitjançant diferents tipus d'assessorament empresarial.

4.4. Grau d'innovació

El grau d'innovació es troba en la innovació de valor:

Innovació tecnològica: El semàfor incorporat al Marketplace és el factor que fa únic a aquesta plataforma. El semàfor està construït amb un algoritme que mesura els quilòmetres. Des d'on es troba el producte que es vol comprar i on s'ha de fer arribar. Segons si se'n va pel producte a la tenda física o s'escull l'opció d'anar a un punt de recollida, el semàfor puntua millor, ja que es redueixen els kilòmetres entre l'artesà o fabricant i l'usuari de compra. Llavors automàticament hi haurà diferents opcions, de més sostenible amb el color de semàfor verd, fins a la menys sostenible, que és comanda urgent on s'utilitzarà transport ordinari sent l'opció que més CO₂ emet. Aquest algoritme estarà definit en C++, ja que és el llenguatge de programació més recomanat per aplicacions mòbils o plataformes web. Es pot veure reflectit al Mock Up (Annex 8; Mock Up - Usuaris de compra - Pantalles 7 i 8).

Innovació en procés i servei integral: El software de gestió dirigit als artesans i fabricants és una eina feta mida perquè aquests puguin treure el màxim rendiment al seu negoci. Això i juntament amb què cada vegada hi ha més consciència

mediambiental, ens avancem a les polítiques mediambientals que possiblement aplicaran en un futur.

5. Pla de màrqueting.

5.1. Portafoli de productes que ofereix E-tiks

- **Fabricants i artesans.**
 1. Espai propi; On poder tenir un espai virtual amb els productes escollits per l'artesà o fabricant. Un espai per poder promocionar el productes i la marca del negoci.
 2. Sistema automàtic de facturació; La propia plataforma generarà de manera automàtica les factures de les vendes desitjades per tal de facilitar la gestió administrativa.
 3. Fòrum de la comunitat d'artesans i fabricants; Accés a un espai virtual on trobar diferents artesans i fabricants i poder comentar, aconsellar i aprendre d'altres del mateix gremi.
 4. Servei de gestoria; Figura pròpia del organigrama d'Etiks que ajuda a gestionar qualsevol dubte o pregunta sobre la facturació de les vendes de l'artesà o fabricant.
 5. Customer Success Manager: Figura pròpia de l'organigrama d'E-tiks que s'encarregarà d'identificar les oportunitats de venda, així poder assessorar a l'artesà sobre com incentivar les seves fortaleces i oportunitats de venda, solucionar possibles problemes que aquests tinguin i formar constantment als artesans o fabricants sobre noves funcionalitats.
 6. Promoció de productes: Posicionament dels productes al Marketplace. Sent productes més fàcils de trobar dins del propi Marketplace.
 7. Assessorament personalitzat: E-tiks proporcionarà assessorament personalitzat sobre termes legals o màrqueting.
 8. Informes estadístics mensuals de les vendes: Informes amb informació estadística sobre les vendes realitzades de manera mensual, així l'artesà o fabricant podrà conèixer el seu tipus de venda, qui compra més, quant, quan, el què i l'evolució d'aquestes vendes.

- **Usuaris de compra**

La oferta dirigida als usuaris de compra són productes ecològics, biosostenibles o fets a mà, recollits en un mateix espai. A la plataforma hi haurà tres classificacions; mobiliari, parament i decoració, com es pot veure a l'Annex 8. Mock Up - Usuaris de compra - Pantalles 1,2,3 i 4 .

1. Decoració: A l'apartat de decoració es poden trobar diferents objectes com; quadres, figures, rellotges, escultures, miralls, tiradors, tapissos, etc.
2. Mobiliari: Tota mena de mobles, com es pot veure a la segona pantalla del MockUp; cadires, taules, aparadors, escriptoris, etc.
3. Parament: Productes accessoris per la llar com; coberteria, vaixela, estris de cuina, estovalles, etc.

Els productes que ofereix E-tiks són d'artesans i fabricants. Pel que fa als productes artesanals, difícilment es trobaran productes idèntics als oferts en E-tiks, ja que l'essència de l'artesania és l'exclusivitat i l'autenticitat del producte.

Per una altra banda, els productes dels fabricants si és més fàcil trobar similituds en altres Marketplace. Tot i això, a causa dels detallats paràmetres de sostenibilitat que E-tiks contempla per considerar a qualsevol fabricant, comporta que disminueix el percentatge de similitud amb altres productes d'altres plataformes.

Els trets diferenciats amb la competència seran la gran transparència de cara l'usuari deixant a l'abast tota la informació sobre el producte i el fabricà o artesà, a més de la presència del semàfor que té vital importància quan s'escull un producte.

Des d'E-tiks, sempre tindran més visibilitat aquells productes de proximitat per geolocalització. En el mock-up s'ha triat un exemple d'un producte que s'afegeix a la cistella sense ser de proximitat pel comprador, de manera que apareix un semàfor amb el color vermell ressaltat i opcions per aconseguir que el semàfor sorti verd generen el mínim de CO2 possible. Annex 8. Mock Up - Usuaris de compra - Pantalles 6,7 i 8. Aquesta aplicació de la plataforma és un factor diferenciador d'E-tiks, ja que cap altra plataforma ofereix un semàfor de sostenibilitat.

5.2. Pla de comunicació.

El pla de comunicació que es portarà a terme durant el primer any del projecte, té com a objectiu donar a conèixer; els serveis oferts als fabricants i artesans, i els productes oferts als usuaris de compra. Captar l'atenció i despertar l'interès d'aquestes dues figures perquè s'uneixin a E-tiks.

A l'annex 12. Pla de comunicació, es pot veure el detall de cada una de les fases del pla de comunicació i el detall de cada acció que dura a terme.

- **Pla de comunicació per als artesans i fabricants.**

El procés de comunicació amb els artesans i fabricants es farà per diferents vies; personalment, online, per telèfon o per correu electrònic. A continuació es detallen les vies escollides segons el moment de la comunicació.

- **Pre:** Serà el procés de captació per als artesans i fabricants disposats a formar part del Marketplace d'E-tiks es farà:
 - **Recerca - Landing page - Campanyes a fires artesanals - Instagram i Facebook - Telefònic i entrevistes - SEO/SEM.**
- **Durant:** Una vegada tenint els artesans i fabricants, hi haurà un contacte constant per part d'E-tiks i els artesans i fabricants.
 - **Support tècnic - Contacte amb altres membres - Customer Success Manager - Assessorament personalitzat - WhatsApp Business.**
- **Postvenda:** Per fer un seguiment de satisfacció del servei i tenir un tracte pròxim als artesans i fabricants.
 - **Enquesta de satisfacció mensual - Reunió bianual - Ofertes o regals.**

Accions de promoció de màrqueting i canals de comunicació bidireccional:

1. Visites/Trucades/Meetings.
2. Fires d'artesanía.
3. Xarxes socials.
4. Landing page.
5. Whatsapp Business.

- **Pla de comunicació per als usuaris de compra.**

Durant el primer any d'E-tiks es determina un procés de comunicació per tal de que l'usuari conegui E-tiks i tots els productes que ofereix. El primer pas, doncs és donar a conèixer la plataforma, amb l'objectiu d'aconseguir atraure i fidelitzar als usuaris de compra.

- **Pre;** Etapa d'atracció i conversió.
 - **Xarxes Socials - SEO/SEM - Conversió.**
- **Durant:** Perquè la venda es realitzi, es posarà en pràctica:
 - **Up selling - Whatsapp Business.**
- **Post-venda.** Fase de fidelització:
 - **Enquestes - Bústia de suggeriments - Mailing.**

Accions de promoció de màrqueting i canals de comunicació bidireccional:

- Plataforma web i aplicació mòbil.
- Espai de contacta amb nosaltres.
- Whatsapp Business.
- Xarxes Socials.

Pressupost de comunicació: Es detalla el pressupost de comunicació una vegada definides les estratègies i les accions que es portaran a terme. En aquest cas es fa una aproximació dels costos d'aquestes accions proposades. El pressupost de comunicació es pot visualitzar detallat a la figura 8. Pressupost comunicació.

5.3 Canals de distribució.

- **Fabricants i artesans.**

Els canals de distribució per als artesans i fabricants són la mateixa plataforma web i l'aplicació mòbil. Aquests dos canals seran els que els artesans i fabricants faran servir per donar a conèixer els seus productes, així doncs, els considerarem canals de distribució.

- **Usuaris de compra.**

El canal de distribució dirigit als usuaris de compra serà la logística. Els usuaris de compra poden adquirir els productes oferts pels fabricants i artesans a través del Marketplace al qual es pot accedir directament per via web o aplicació mòbil, o bé directament adquirir-los a la tenda física.

El canal per fer arribar els productes adquirits pels usuaris de compra mitjançant el Marketplace es farà mitjançant una empresa externalitzada de logística i transport.

El procés de distribució està detallat a l'annex 13. Procés de distribució, explicant cada un dels passos que es contempen per aquesta activitat.

Pressupost de distribució

Per desenvolupar el pressupost de distribució es contempla el manteniment informàtic de la plataforma, aplicació mòbil i els servidors. En aquest apartat, també s'haurà de contemplar el packaging ofert als artesans i fabricants per la preparació dels paquets. El detall del pressupost de distribució es pot visualitzar a la figura 9. Pressupost distribució.

5.4. Política de preus

- **Artesans i fabricants.**

Com s'ha explicat en el punt Model de negoci, els serveis oferts als artesans i fabricants estan basats en el model de Good-Better-Best. Aquest model s'aplica també a la fixació de preus.

Oferint una opció "bona" (Basic) que competeixi pel preu, una opció "millorada" (Gold), normalment és l'opció estàndard amb alguns serveis extres, i finalment "la millor" (Premium), que atregui els consumidors més exigents.

Aquest esquema de preus, no només permet atraure a nous artesans i fabricants que busquin el millor, també atrau els que busquen opcions més econòmiques. A més en donar més opcions als clients, aquests no senten que la seva decisió el limita en un "sí" o un "no". Tenir tres opcions ofereix als consumidors una sensació d'empoderament, que permet vendre les opcions més cares, ja que amb el principi de comparació, de "per només X euros més tens tots aquests beneficis"

Per calcular el preu de cada tarifa, es farà una valoració segons els serveis que s'ofereixen en cada una d'elles. Els serveis que s'ofereixen a cada tarifa, des de la tarifa Basic, on s'ofereix el software d'E-tiks, fins a la Premium que ofereix gestoria, assessorament i posicionament; són serveis que contractats per separat a altres empreses s'acabaria invertint el doble o el triple en els mateixos serveis que E-tiks ofereix, és a dir;

1. Programes de facturació: Mitja del mercat entre 50-200 € al mes.
2. Gestoria: Mínim 30€ al mes segons la mitja del mercat
3. Assessorament: Mínim 50€ segons la mitja del mercat.
4. Posicionament a internet: Mínim 300€ segons la mitja del mercat.

A més, serà clau considerar els preus de la competència per fixar els nostres preus;

Etsy: Mitja de 60 €-70 € al mes per un rang de 15-30 productes publicitats.

Amazon Handmade: 40€ mensuals i un 15% sobre les vendes o un 20% sobre les vendes si requereix transport d'Amazon.

Així doncs, com E-tiks ofereix productes molt més exclusius en referència a la sostenibilitat i serveis addicionals a les plataformes esmentades anteriorment es consideren els preus fixats a la figura 10. Preu tarifes. Una vegada s'arribi al pla econòmic i es valorin totes les despeses del negoci, s'haurà de contemplar la possibilitat que la política de preus variï.

- **Usuaris de compra.**

E-tiks deixarà a lliure elecció els preus que els artesans vulguin marcar en els seus productes. Si l'artesà disposa d'una tarifa que contempla l'assessorament, pot sol·licitar estratègies per la política de preus, si ho vol. E-tiks rebrà un percentatge pel volum de vendes dels artesans i fabricants, sent del 5% per les compres online i de l'1% a les compres físiques.

Variables que poden afectar als preus.

Matèria primera: L'augment del preu de la matèria primera, en la qual els artesans i fabricants elaboren els seus productes pot produir que es vegin obligats en augmentar els preus dels seus productes i les seves vendes es vegin afectades per aquest augment. Aquest fet afecta E-tiks de manera indirecta, ja que si els artesans i fabricants comencen a vendre menys a la web hi ha el risc que deixin de ser usuaris de la plataforma.

5.5. Previsió de vendes.

Per realitzar la previsió de vendes es té en compte el temps invertit per aconseguir artesans i fabricants per la plataforma;

Persones a l'equip: 2 persones. **Jornada laboral:** 8 hores. **Duració entrevista:** 30 minuts.

Entrevistes al dia: 16 x persona. **Entrevistes totals al dia:** 32. **Taxa de conversió:** 40%.

Del total de les entrevistes la meitat compleixen els requisits de sostenibilitat: 16 artesans i fabricants

A aquests 16 li hem d'aplicar la taxa de conversió (40%): 6,4 artesans al dia, arrodonint a la baixa a 6. Si hi ha vint-i-tres dies laborals 207 al mes, són 1.242 artesans i fabricants a l'any. Posem la hipòtesi que el 30% d'aquests a l'hora de signar el contracte es fan enrere, o cancel·len el servei abans de la primera mensualitat. Acabarà sent 869,4 artesans i fabricants anuals. Una vegada es tenen clars els subscriptors es farà una mitja entre les tres tarifes, ja que no es pot determinar la tarifa escollida pel subscriptor. El detall de la previsió es pot veure a la figura 10. Previsió de vendes. Per veure l'explicació i el desenvolupament de la previsió de vendes, consultar l'annex 14. Previsió de vendes.

5.6. Anàlisi de les 4P's del màrqueting, amb l'orientació de les 4C's.

- **Artesans i fabricants.**

Producte - Consumidor.

El producte es desenvolupa tenint en compte les necessitats dels artesans i fabricants com a consumidors d'E-tiks. Donat que, aquests busquen visibilitat en el mercat i promoció dels seus productes, E-tiks dona la possibilitat d'utilitzar aquest espai perquè aquests puguin oferir els seus productes. Hi ha diferents plataformes per poder vendre els productes, però cap d'elles, ofereixen un servei per la gestió del negoci com E-tiks. El software d'E-tiks contempla la facturació automàtica, informes estadístics, gestió i edició de l'espai de productes i posicionament dins de la web, entre altres coses. Molts

d'ells no tenen recursos necessaris, ni coneixements bàsics de màrqueting o gestió de vendes, per això E-tiks va més enllà i s'adapta a les necessitats dels artesans i fabricants.

Promoció - Comunicació

La comunicació l'orientem a comunicar valor i no només a promocionar que ens comprin. Mitjançant diferents eines bidireccionals establertes al sistema de comunicació, es podrà obtenir una relació propera i personalitzada.

- **WhatsApp Business:** Canal directa de comunicació entre E-tiks i els artesans i fabricants, per poder atendre qualsevol dubte, millora o problema.
- **Landing page:** Els artesans i fabricants poden obtenir informació sobre E-tiks mitjançant aquest canal, donant les seves dades i posteriorment ser atesos per algú de l'organització per oferir un discurs més detallat del que s'ofereix.

Distribució - Conveniència

Hem de facilitar als fabricants el procés i apropar-nos al màxim possible per generar una bona experiència amb la nostra plataforma. L'estratègia de posicionament SEM serà factible per facilitar als artesans i fabricants la cerca d'E-tiks a internet i així poder contactar amb nosaltres.

Preu - Cost.

La satisfacció del client té un cost. El cost no es refereix al preu que tindrà el servei, sinó el que li solucionem. Els artesans i fabricants es podran estalviar costos de gestoria, màrqueting, manteniment de la plataforma i prescindir d'algun o altre software. A part d'estalviar temps de mantenir una botiga física o buscar altres vies de venda.

- **Usuari de compra**

Consumidors - Producte

Trobar un espai conjunt d'artesanía i fabricació de productes fets a mà de caràcter sostenible. La transparència de cada un dels productes respecte a la procedència, elaboració i materials utilitzats. A més de tenir informació sobre l'opció més sostenible alhora de consumir i donar visibilitat del comerç de proximitat de cada un dels usuaris.

Comunicació - Promoció

Per mantenir informat a l'usuari i tenir comunicació bidireccional per diferents objectius; mantenir satisfetes les seves necessitats, resolució de problemes, suport tècnic, etc. Sent un canal viu per poder obtenir idees per continuar millorant constantment.

- **Plataforma web i aplicació mòbil:** Podrà contactar amb E-tiks en el cas de dubtes o suggeriments.
- **Xarxes Socials:** Mitjançant aquest canal es pot tenir una retroalimentació dels usuaris, per conèixer els productes amb més èxit, el que agrada i el que no i els seus comentaris respecte als productes. També perquè aquests es puguin posar en contacte amb nosaltres d'una manera més instantània.

Conveniència - Distribució

Perquè l'usuari tingui facilitat de trobar E-tiks i tingui facilitat d'adquirir els productes s'han implementat estratègies;

- **SEO i SEM:** perquè la plataforma es pugui trobar amb facilitat, sense fer una recerca exhaustiva de pàgines web que venguin productes sostenibles.
- **Pàgina web i aplicació mòbil:** La usabilitat de la web serà un punt favorable a l'hora d'atraure el consumidor. Ja que la web és la cara de l'empresa i ha de ser molt visual i fàcil d'utilitzar, amb informació clara i fiable.

Cost - Preu

Els temps que s'estalvia el consumidor en trobar productes sostenibles, fets a mà o de proximitat. A més de la tranquil·litat d'aconseguir informació clara i transparència sobre el producte, saber que el producte que compres té la qualitat desitjada.

6. Pla d'operacions

6.1. Identificació del procés de producció del producte/servei.

El procés de producció està enfocat, per una banda, als artesans i fabricants i per un altre, als usuaris de compra. A l'annex 15. Procés de producció, es pot veure detallada la figura 17, pas a pas. A més, al mateix annex es pot veure la temporalització de cada un dels processos.

Figura 17. Taula resum del procés de producció del servei.



Font: Elaboració pròpia.

6.2. Activitats clau pel procés de producció.

Les activitats més rellevants per poder duu a terme l'activitat d'E-tiks són;

Activitats internes:

- 1) Gestió de la plataforma.
- 2) Gestió estratègies comercial.
- 3) Gestió d'aprovar.
- 4) Gestió, seguiment i manteniment.
- 5) SEO/SEM
- 6) Control de les comandes:
- 7) Servei al client:
- 8) Gestió d'estoc i subministrament:
- 9) Gestió i control de facturació i cobrament de comissions;
- 10) Dissenyar protocols.
- 11) Disseny i actualització de l'algoritme.
- 12) Gestió de l'estratègia de màrqueting.
- 13) Gestió de la comunitat.

Activitats externes: Servei logístic de MRW.

El detall de cada activitat interna i externa i el pla de contingències, es troba a l'annex 15. Procés de producció.

6.3. Recursos claus.

Recurs físic: Els recursos físics que es necessiten a E-tiks són equipaments com les taules, cadires, material de packaging, material d'oficina, etc. Ara mateix les dues socies treballem des del despatx del TecnoCampus, però es contempla hi hagi una filosofia de teletreball per abaratir costos d'oficina. Aquesta opció permet seleccionar talent sense tenir en compte la localització dels futurs treballadors d'E-tiks.

Recurs humà: El personal essencial per l'empresa és personal relacionat amb el màrqueting, servei al client, administratius, desenvolupadors de software per la web i l'aplicació i el Community Manager. Amb aquests tres pilars podem oferir el servei que necessitem per l'activitat de l'empresa.

Recurs intangible: Certificat SSL, aquest serà necessari, ja que l'objectiu del certificat és transferir informació sota la llei de protecció de dades, tant pels artesans i fabricants com pels usuaris de compra. Així la informació serà confidencial i es transmet més confiança de cara al públic.

Recurs tecnològic: El desenvolupament de l'aplicació mòbil, el software de la plataforma, la Landing Page i la pàgina web és el més important per poder operar. A més dels ordinadors, accés a internet i servidors eficaços.

Recurs financer: La inversió inicial es força crucial per poder executar l'activitat d'E-tiks, per aquest motiu es comptarà amb recursos propis i aliens.

Recurs logístic: La contractació de MRW té com a propòsit que a l'usuari de compra li arribi el producte a temps i en bon estat. Per tant, és un recurs a destacar en el desenvolupament del projecte.

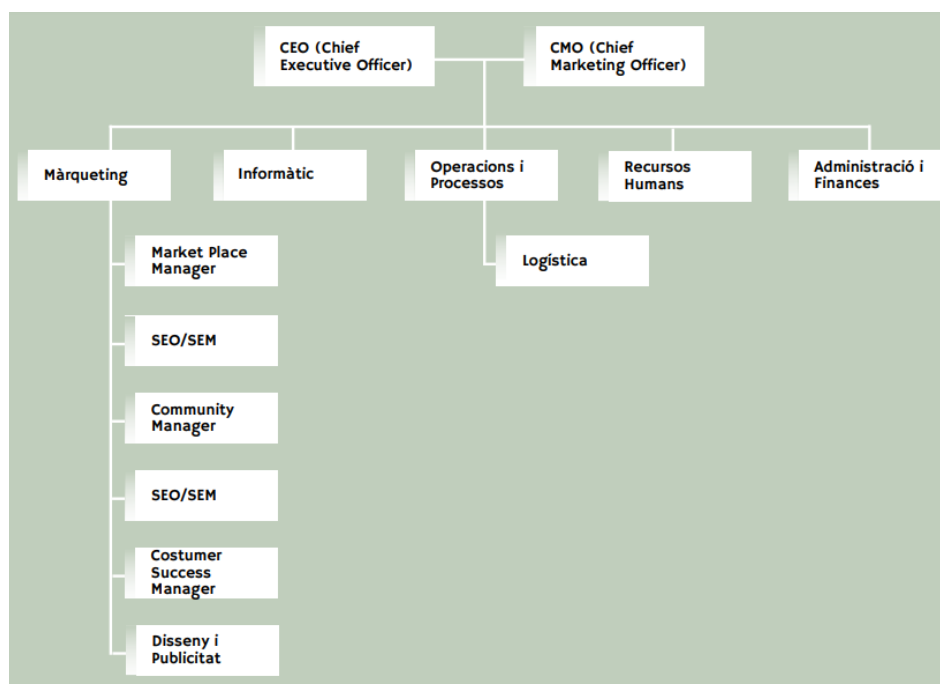
A la figura 14. Pressupost operatiu es pot veure detallat el pressupost d'operacions de punt de partida.

7. Pla d'organitzacions i recursos humans.

7.1. Organigrama

En l'organigrama es poden visualitzar els equips i departaments essencials pel funcionament del projecte, on cada equip i departament ha de mantenir una comunicació constant entre les parts. El detall de cada una de figures es troba a l'annex 19. Lloc de treball: Organigrama.

Figura 18. Organigrama d'E-tiks.



Font: Elaboració pròpia.

7.2. Funcions i Tasques.

A l'annex 19. Funcions i tasques. es presenten les taules de cada una de les figures que conformen E-tiks segons les tasques claus, les competències tècniques, competències personals, temps de dedicació i personal encarregat. Al mateix annex es podrà veure definit el pla de formació de l'empresa.

7.3. Política retributiva

Per determinar la política retributiva d'E-tiks s'escull el conveni col·lectiu estatal d'empreses de consultoria de planificació, organització d'empresa i comptable que inclouen serveis d'informàtica⁶.

La motivació i la retenció del talent és fonamental per E-tiks, per aquest motiu l'objectiu és presentar polítiques en funcions de beneficis socials per a una major conciliació amb la vida personal y, per una altra part, una política retributiva competitiva en el mercat.

En primer lloc, es tindran en compte les següents polítiques generals;

1. **Salari:** El salari de cada treballador serà segons el *Butlletí oficial de la província de Barcelona (BOPB) del 2021 - 2022, del conveni col·lectiu de consultoria de planificació, organització d'empresa i comptable que inclouen serveis d'informàtica*⁷. En aquest s'estableixen, segons grups professionals i nivell, les bases salarials;
2. **Teletreball:** Totes les figures de l'empresa executen tasques que perfectament es poden desenvolupar treballant des de casa. E-tiks aposta pel teletreball, ja que, per una banda, hi ha menys despesa en un espai físic i per un altre, és podrà comptar amb personal de tot arreu sense limitació geogràfica.
3. **Flexibilitat:** Gràcies al teletreball es podrà realitzar un horari flexible. Els treballadors tindran flexibilitat en els seus horaris en les hores d'entrada i sortida.
4. **Clima laboral:** Per sobre de tot es mantindrà una comunicació viva, els projectes es portaran a terme en equip i es tindran en compte les opinions dels treballadors per portar a terme una innovació oberta i que ells se sentin que formen part d'un projecte en comú i que les seves idees i propostes es tenen en compte.

⁶ <https://www.boe.es/boe/dias/2018/03/06/pdfs/BOE-A-2018-3156.pdf>

⁷ <https://www.boe.es/boe/dias/2018/03/06/pdfs/BOE-A-2018-3156.pdf>

5. **Transformació cultural:** A l'empresa no hi haurà cap mena de discriminació segons gènere o nacionalitat, E-tiks és una empresa inclusiva, sostenible i feminista, on tothom tindrà les mateixes oportunitats. A la figura 19. Taula de categories i salaris, es pot veure cada una de les categories de l'equip amb el seu corresponent salari base.
6. **Complements salarials;** Les persones treballadores de l'empresa que tinguin un any d'antiguitat tindran un augment de sou del 5% del salari base pactat segons la seva categoria i segons conveni. També es contempla plus per productivitat, plus viatge o plus quilometratge.
7. **Altres retribucions:** Es comptarà amb un pla de retribució flexible per qui ho sol·liciti de segur mèdic.

Altres criteris particulars que representen una despesa al departament de recursos humans;

- **Objectius:** El personal de l'empresa no tindrà salari variable, però sí bonus econòmic. En el cas que l'empresa arribi a objectius establerts o els superi, tot l'equip d'E-tiks tindrà un bonus econòmic. D'aquesta manera es promou el treball en equip i no l'individual.
- **Compliment salarial festiu i caps de setmana;** Aquest compliment afectarà el personal que doni assistència al lloc de treball durant els dies festius, serà un plus retributiu salarialment. No seràn hores extres, sinó que les persones que s'ofereixin per treballar els festius i/o caps de setmana, perquè es paga més car, hauran de compensar-ho amb el dia lliure entre setmana.

7.4. Valoració econòmica del pla de recursos humans.

La retribució salarial de cada un dels treballadors es pot veure detallat a l'annex 21. Valoració econòmica de recursos humans. En la política retributiva es veurà per una part els salaris desglossats de cada un dels treballadors d'E-tiks. I per un altra part es veurà el cost que té l'empresa per cadascun dels treballadors.

8. Pla jurídic - fiscal

8.1. Forma jurídica de l'empresa i requeriments generals de constitució de l'empresa.

Per tal de determinar la forma jurídica de l'empresa, s'ha d'analitzar les característiques de cada forma jurídica; capital inicial, responsabilitat de l'empresa, fiscalitat i nombre de socis. La forma jurídica escollida es Societat Limitada. El detall es pot veure a l'Annex 17. Forma jurídica i fiscal.

- **Forma jurídica:** Societat Limitada.
- **Regulació:** Llei de RDL 1/2010, de 2 juliol, del text refós de la Llei de Societats de Capital, que deroga l'anterior Llei 2/1995, de 23 de març, de Societats de Responsabilitat Limitada, part del Codi de Comerç i la Llei de les Societats Anònimes (RD Legislatiu 1564/1989, de 22 de desembre).
- **Sòcies:** Dues. Marina Valero León (50%) i Laia Serrat Pascual (50%)
- **Capital inicial mínim:** 3.000 €
- **Impostos:** IVA, Impost de Societats i IRPF (del lloguer).

Per la constitució de l'empresa és necessari seguir els passos següents;

1. Registrar el nom de l'empresa. Aquest tràmit es realitza al Registre mercantil, també de manera telemàtica) i el sol·licita el certificat negatiu de nom. (16 €).
2. Obrir un compte bancari a nom de l'empresa. Ingresar el capital inicial en aquest compte (3.000 €).

3. Redacció dels Estatuts Socials. Les sòcies hauran de redactar el conjunt de normes que regeixen a l'empresa. Es requereix advocat o notari per la redacció d'aquests.
4. Escritura pública de la constitució. Es realitza al Registre Mercantil i s'ha d'aportar:
 - a. Estatuts Socials.
 - b. Certificat negatiu del registre mercantil.
 - c. Certificat bancari i aportació dineraria al Capital Social.
 - d. D.N.I. original de cada un dels socis fundadors.
5. Liquidació de l'Impost sobre Transmissions Patrimonials. Correspon a l'1% del capital social (30 €)
6. Obtenció del NIF, alta a l'IAE i declaració censal. Hisenda Pública.
7. Inscripció al Registre Mercantil.
8. Alta a la Seguretat Social; Règim especial d'autònoms.

A continuació es procedeix a identificar els proveïdors de serveis d'assessorament;

- MLT Assessors; Gabinet gestor de Barcelona que tenen quotes i serveis comptables i laborals molt personalitzats i adaptats a tota mena d'empresa i els preus d'aquesta son competitiu. **Preu mensual**; 120 €. (Servei jurídic i comptable)
- Datali Grup: Per tenir el seguiment adequat i una orientació òptima en tots els temes relacionats amb prestacions, lleis i contribucions valora la contractació dels serveis de l'empresa Datali Group ⁸, especialitzada en Marketplace i E-commerce. Està orientada també a empreses emergents orientades al món digital i també a la gran empresa com Amazon i Etsy, que cal recordar que són competència directa de E-tiks. En aquest sentit, és un factor clau confiar en Datali Group, perquè puguin gestionar la fiscalitat d'E-tiks de la millor manera possible. **Preu hora**: 35 €/hora. (Servei fiscal)
- Afirma Gestión⁹ Assessoria i gestoria especialitzada en el món de noves empreses tecnològiques. Tenen preus molt competitiu i el servei és cent per

⁸ Datali Group: <https://datalogroup.com/>

⁹ Afirma Gestión: <https://www.afirmagestion.es/ca/>

cent personalitzat. A considerar l'assistència i l'atenció que tenen de cara els clients. **Preu mensual:** 200 € (Laboral i comptabilitat)

Després de valorar tres possibles proveïdors, E-tiks determina que el millor per la seva estratègia i contractar els serveis de Datali Group en serveis fiscals, a causa de la seva especialització en empreses e-commerce i marketplaces.

I per la gestió comptable i laboral, es contractaran els serveis d'Àfirma Gestión. Que en portaran de manera externalitzada tot el departament de nòmines i recursos humans i també els llibres comptables i l'activitat comptable.

8.2. Normativa específica del negoci.

Els requisits necessaris per a iniciar l'activitat d'E-tiks han de complir prèviament amb unes normatives tant general com a específiques.

Requeriments normatius generals

1. Constitució de l'organització en una Societat Limitada, SL.
2. Sol·licitud de marca.
3. Altres procediments per començar amb l'activitat de l'empresa.

El detall dels cada requeriment general es troba desenvolupat a l'annex 18. Normativa específica del negoci.

Requeriments normatius específics.

Per poder operar en el comerç electrònic en l'àmbit peninsular, s'ha de complir normatives que han de ser visibles per als usuaris de compra.

1. LOPDGDD: Llei orgànica de protecció de dades i garantia de drets digitals.
2. LGDU: Llei general de defensa dels consumidors i usuaris.
3. LSSICE: Llei de serveis de la societat de la informació i el comerç electrònic.

Els aspectes més importants d'aquestes lleis s'exposaran perquè els usuaris estiguin informats i també augmenti la seva confiança en la plataforma.

- a) Avís legal i condicions d'ús..
- b) Política de privacitat.
- c) Política de cookies.

Impacte de les normatives.

E-tiks enfoca la seva activitat només en territori Espanyol, per tant, la normativa que aplica es l'establerta per l'Estat, en relació a la constitució de la societat limitada.

La normativa que aplica a la llei de protecció de dades (LOPDGDD), ja que és la llei espanyola que s'adapta a la RGPD, normativa europea. La normativa LGDU i LSSICE també són normatives que apliquen en territori espanyol.

En últim lloc, la comunicació a l'òrgan administratiu a escala autonòmica i estatal, de l'inici de l'activitat és d'obligat compliment.

Possibles canvis normatius.

E-tiks, i les empreses en general, està exposat a possibles canvis normatius en relació amb aspectes legals i jurídics. Per aquesta raó, E-tiks confia en Datali Group, ja que és una empresa dedicada a empreses e-commerce i marketplace. D'aquesta manera amb aquest proveïdor E-tiks podrà estar al corrent per complir les normatives i assegurar-se que les està complint. Els canvis que poden afectar el negoci són;

- Canvi de normativa de RGPD.
- Variacions en l'Impost de Societats, per lo que afectaria als beneficis i pèrdues del negoci.
- Deduccions fiscals o de seguretat social.

9. Pla econòmic financer.

El pla econòmic financer servirà per avaluar la situació economicofinancera d'E-tiks i la projecció cap al futur. És a dir, analitzar la gestió empresarial de la companyia per a preveure la seva situació futura i poder prendre decisions amb la menor incertesa.

9.1. Previsió d'inversió.

La inversió que E-tiks ha de fer al començament de l'activitat queda detallat a la figura 20. Inversió inicial de projecte. A l'immobilitzat intangible s'inclou, els certificats SSL (certificat electrònic per prestadors de serveis online), CRM i TPV virtual, a més del registre de la marca. L'altra immobilitat intangible, compren la creació de la landing page, plataforma, software artesans i aplicació mòbil.

Figura 20. Inversió inicial de projecte.

En segon lloc, l'immobilitzat material representen els ordinadors i mobiliari per l'oficina. Podem veure la partida de despeses de constitució, l'estoc inicial que en aquest projecte no correspon ja que E-tiks no té stock.

En tercer lloc, tenim la finança que s'ha abonat pel despatx.

INVERSIONS INMATERIALS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Investigació i desenvolupament	0	0	0
Concessions administratives	0	0	0
Patents, llicències i marques	144	0	0
Drets de traspàs	0	0	0
Aplicacions informàtiques	42.000	10.000	2.000
Altres immobilitzat intangible	8.000	0	0
Immobilitzat intangible	50.144	10.000	2.000
INVERSIONS MATERIALS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Terrenys	0	0	0
Construccions	0	0	0
Instal·lacions Tècniques	0	0	0
Maquinària	0	0	0
Util·litatge	0	0	0
Altres instal·lacions	0	0	0
Mobiliari	500	350	0
Equips per a processos informació	2.000	1.000	2.000
Elements de transport	0	0	0
DESPESES DE CONSTITUCIÓ	3.120	0	0
TOTAL	3.120	0	0
STOCK INICIAL			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
STOCK INICIAL	0	0	0
TOTAL	0	0	0
FINANCES I DIPÒSITS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Finances a llarg termini	600	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0
TOTAL	600	0	0
TOTAL INVERSIONS	56.684	11.350	4.000
PROVISIÓ DE FONDS	53.316	-11.350	-4.000

Font: Elaboració pròpia.

Els dos anys consecutius es preveu que es continuarà invertint en el software d'E-tiks perquè sigui més complet. A més de continuar equipant als treballadors amb tecnologia per un millor rendiment diari. Per poder fer front a despeses com personal, lloguer, suministres, etc... Es necessita una provisió de fons, aquesta la he calcular per fer front a tres mesos desde el començament de l'activitat econòmica.

9.2. Previsió finançament.

El finançament tindrà en compte la inversió inicial que s'ha de fer el primer any de vida de l'empresa i la provisió de fons necessària per mantenir l'activitat empresarial durant els primers mesos d'activitat amb l'objectiu de mantenir la tresoreria amb saldo positiu.

1. **Capital Social:** Les dues socies aportaran a parts iguals el total de la quantia per la constitució de la societat 3.000€ (1.500€/cada social).

FINANÇAMENT			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Capital Social	3.000	0	0
Marina Valero	1.500	0	0
Laia Serrat Pascual	1.500	0	0
PRÉSTECS	107.000	0	0
LEASINGS	0	0	0
SUBVENCIÓ PER INVERSIÓ	0	0	0
TOTAL FINANÇAMENT	110.000	0	0

2. Finançament bancari:

- a. **Préstec bancari a llarg termini:** Es procedeix a demanar finançament al Banc, per una quote de 107.000€. En la figura 21. Càlcul préstec bancari, es pot veure detallat les característiques del préstec. És un préstec a tres anys, a pagar en quotes mensuals i amb unes despeses financeres de 535€.

Figura 21. Càlcul préstec bancari.

PRÉSTECS		INTERÈS	PERIODICITAT	NUM QUOTES	NUM QUOTES CARENCIA	QUOTA	INICI	FINAL	COMISSIÓ (%)	DESPESES	TIPUS
PRÉSTECS	IMPORT										
Préstec A	107.000	4,000%	Mensual	36	2	3.334	01/01/2018	01/01/2021	0,50%	535	Normal
Préstec B										0	
Préstec C										0	

Font: Elaboració pròpia.

- b. **Business Angel:** En el cas de no aconseguir finançament amb es dirigiria el finançament cap a un Business Angel. La quantitat a finançar seria 107.000 €. Les avantatges del Business Angel és que també aporta coneixements sobre el sector i experiència en emprenedoria.
- c. **Enisa:** En el cas que no s'aconsegueixi finançament bancari o Business Angel, es sol·licitarà una línia de finançament d'Enisa. Aquest finançament consisteix en préstecs participatius que pretenen donar suport i impulsar projectes d'emprenedoria digital femenina.

9.3. Previsió d'ingressos i despeses dels tres primers anys.

En el següent apartat s'analitzarà els ingressos i despeses dels tres primers anys. Es realitzaran tres escenaris: Realista, optimista i pessimista.

Escenari esperat.

Figura 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	279.348	291.116	310.870
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'explotació	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	93.842	106.311	124.164
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	90.012	103.925	123.310
Impost sobre beneficis	(13.502)	(15.589)	(36.993)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	76.510	88.336	86.317

Font: Elaboració pròpia.

Aquest és l'escenari que, segons l'anàlisi que s'ha fet durant tot el desenvolupament del projecte, que es pot consultar a la figura 10, pàgina 28, obtenim les dades que

s'espera assolir. Aquest escenari presenta el Pèrdues i Guanys dels tres primers anys d'E-tiks.

Els tres primers anys d'aquest escenari esperat, presenta resultats positius, ja que els ingressos són més elevats que les despeses. L'intent de mantenir i reduir el màxim les despeses fa que E-tiks pugui obtenir resultats positius, almenys, els tres primers anys d'activitat. Per veure el detall de cada partida anar a annex 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.

Escenari pessimista

Figura 23. Pèrdues i guanys escenari pessimista.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	135.549	139.517	144.625
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'explotació	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	(49.957)	(45.288)	(42.081)
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	(53.787)	(47.674)	(42.935)
Impost sobre beneficis	8.068	7.151	6.440
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	(45.719)	(40.523)	(36.495)

Font: Elaboració pròpia.

En l'escenari pessimista es pot observar, en primer lloc, la reducció de les vendes de tots tres anys. Si es compara amb les vendes de l'escenari esperat, suposa un decreixement de les vendes en un 52%. Aquesta situació, suposaria que no estem arribant al públic adequat i que és necessari un canvi d'estratègies dirigides als artesans i fabricants i als usuaris de compra. Les despeses contemplades en un primer moment per iniciar el projecte, ja són despeses reduïdes al màxim per abaratir costos i contemplar només l'essencial per l'activitat. Per aquest motiu no es veu reflectida una disminució de despeses durant els tres anys.

Les opcions en aquest escenari són molt limitades a causa de la poca millora que hi ha d'un any a un altre. Però sí que es podria intentar abaratir costos per no augmentar

més el deute que es va acumulant o pel contrari plantejar tancar l'empresa fins que es puguin tenir evidències de millora en aquest escenari.

Aquesta situació es pot veure reflexada a l'anàlisi de situació patrimonial on es pot veure si l'empresa financerament està bé per resoldre possibles problemes. Tal i com es pot observar a la figura 23.1. Anàlisi situació patrimonial - Pessimista, desafortunadament el patrimoni dels tres anys són negatius, fet que indica que l'empresa deu més del que té. És a dir, E-tiks es troba en aquest escenari amb una situació patrimonial delicada, on s'ha d'injectar més capital per part dels socis o buscar altres socis per poder trobar un equilibri o s'ha de dissoldre l'empresa.

Escenari optimista.

Figura 24. Pèrdues i guanys escenari optimista.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	511.793	540.039	594.080
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'explotació	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	326.287	355.233	407.374
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	322.458	352.847	406.520
Impost sobre beneficis	(49.492)	(55.569)	(121.956)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	272.966	297.278	284.564

Font: Elaboració pròpia.

En l'escenari optimista es pot veure com les vendes són considerablement més elevades que en l'escenari esperat. Ja que en aquest escenari es contempla que la idea de negoci generi un *engagement* per sobre del que realment s'espera. En aquest escenari es plantegen campanyes molt més agressives per atraure el màxim de públic.

Any rere any, hi ha un petit augment de les vendes, aquest fet dona a entendre que la tendència d'E-tiks és bona, ja que va en augment i cada vegada més augmenta el seu públic objectiu i manté aquell al que va arribar en un primer moment.

Les despeses es mantenen igual que en els escenaris anteriors, perquè la majoria de les despeses són fixes, com el personal, lloguer, subministraments i màrqueting. Però a mesura que augmenta el volum de l'empresa, augmenten els serveis de professionals independents i altres serveis, perquè a mesura que augmenta el nombre d'enviaments o el nombre de packaging, augmenta la tarifa.

Finalment, es pot observar el patrimoni net sobre aquest escenari optimista, i cal dir que l'empresa té una bona estructura financera, l'empresa no té problemes de finançament, ja que el volum de les vendes són elevades. Cal dir que tant l'escenari optimista, com pessimista són escenaris molt extrems per basar les decisions en ells. Visualitzar Figura 24.1. Pèrdues i guanys escenari optimista.

9.4. Pla de tresoreria dels tres primers anys.

L'objectiu del pla de tresoreria es poder preveure i gestionar els cobraments i pagaments de la companyia, d'aquesta manera hi ha un control sobre la situació de dèficit o falta/excés de liquiditat.

Per veure detallat el pla de tresoreria dels tres primers anys, anar a annex 23. Pla de tresoreria.

9.5. Conclusions del pla econòmic financer.

L'anàlisi de viabilitat del negoci es farà d'acord amb l'escenari esperat, ja que, és l'escenari que més s'aproxima a les previsions que s'han anat fent durant el treball, tant en les mètriques de mercat i de les estratègies de màrqueting.

Tenint en compte el resultat financer, després d'analitzar les diferents partides econòmiques, es pot concloure que el projecte és viable a partir del primer any d'activitat, en el cas que es compleixin les previsions. Aquest fet el podem veure representat en la tresoreria, on tenim més entrades de capital que sortides, i en segon

lloc també ens ho plasma el pèrdues i guanys, on obtenim resultats positius i creixent anys rere any.

La viabilitat del negoci, tal com està plasmat en el pla econòmic financer presenta un escenari viable perquè E-tiks es pugui dur a terme. El factor del finançament és de gran importància per arrencar el projecte, per aquest motiu, és determinant enfocar-nos en trobar el finançament adequat i reduir el risc del negoci. Un altre factor important que determina aquest escenari és, l'equip d'E-tiks. L'adequació de l'equip de treball és molt rellevant a l'hora d'arrencar el projecte. És crucial fer una bona selecció, atraure el talent i també tenir la capacitat per retenir-lo.

El punt d'equilibri, ens permet saber quant s'haurà de facturar per cobrir les despeses fixes i a partir de la qual obtenir beneficis. A continuació, es mostra el punt d'equilibri de l'escenari esperat;

PUNT D'EQUILIBRI			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	279.348	291.116	310.870
Despeses Fixes	189.336	187.192	187.560
Marge Brut	279.348	291.116	310.870
% MB	100,00%	100,00%	100,00%
PUNT D'EQUILIBRI	189.336	187.192	187.560
PUNT D'EQUILIBRI MENSUAL	15.778	15.599	15.630

Posteriorment, s'analitzarà un indicador financer per a demostrar la viabilitat del projecte. La VAN és el valor actual net, aquest indica si el projecte és rendible o no. A continuació es presenta el resultat de la VAN que ens indica que el projecte si és rendible.

VAN				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Any		1	2	3
Cash-flow	133.893	60.220	87.483	
Taxa actualització	2,00%	2,00%	2,00%	
Valor Actualitzat	131.267	57.882	82.437	
VAN	477.946	346.679	288.797	

Un altre factor important és la capacitat de finançament, sigui per un préstec bancari o un/a inversor/a extern (Business Angel). El fet no aconseguir finançament aliè repercutiria de manera negativa en la tresoreria del primer any.

En conclusió, l'escenari esperat indica que el projecta el rendible, ja que genera liquiditat suficient des del primer any per al pagament de totes les despeses, presentant un resultat d'exercici positiu, per tant, es recomana la seva realització.

10. Conclusions generals.

El desenvolupament d'aquest projecte s'ha basat en una planificació exhaustiva d'investigació i aprenentatge sobre el model de negoci d'E-tiks. Després de tota l'evolució del projecte, les principals conclusions a les quals s'ha arribat són;

Principalment, s'ha pogut conceptualitzar i justificar el negoci, aquest fet ha ajudat a conèixer amb més exactitud la situació de l'artesania i la fabricació de productes sostenibles en el territori nacional. Aquesta investigació de mercat, com a emprenedora del projecte, m'ha donat el coneixement per saber quina situació hi ha avui dia respecte al consum online en la població nacional i l'interès sobre els productes sostenibles i de proximitat. Tanmateix, també he pogut obtenir molta informació d'artesans i fabricants de la zona de Catalunya, mitjançant les entrevistes realitzades, i conèixer les seves necessitats i també tot el que poden oferir encara al mercat.

La investigació de mercat que s'ha fet, ha permès analitzar i entendre al nostre públic objectiu (usuari de compra i artesà o fabricant), coneixent-los s'ha pogut dissenyar una proposta de valor satisfaci aquestes. Per tant, els plans de màrqueting, comunicació i operacions s'han dissenyat segons les necessitats que tots dos públics objectius tenen.

En segon lloc, el desenvolupament del pla d'operacions, ha permès tenir una visió global sobre les accions que conformen tot el procés del servei que ofereix E-tiks. Per tant, facilita saber quines són les passes a seguir per donar el servei de qualitat tant als usuaris de compra com als artesans i fabricants. Aquest pla permet que tot l'equip encarregat de l'atenció al client i logística estiguin completament coordinats tant amb els clients com amb la resta de l'equip d'E-tiks. Podent així, identificar més fàcilment en quin moment es produeix qualsevol contingència i com poder fer-la front.

En tercer lloc, la planificació de recursos humans i de l'organització en general, ha permès tenir un enfocament integral sobre l'equip necessari que ha de tenir E-tiks per portar a terme el projecte. Analitzant els requisits de cada posició, s'ha pogut dissenyar un organigrama funcional, que permet a l'empresa tenir el capital humà idoni per a cada una de les funcions dissenyades en la companyia. El capital humà és la base del procés productiu, per aquest motiu és primordial per E-tiks atraure i retenir el talent amb polítiques retributives generals i específiques, per construir el sentiment de pertinença i així obtenir millors resultats. Tota aquesta planificació ha permès tenir una idea general sobre les despeses que s'ha de fer front en la partida de despeses de personal.

En quart lloc, elaborar el pla jurídic-fiscal ha permès conèixer el criteri de forma jurídica més adequat al negoci. Per tant, saber com es construirà l'empresa segons la seva estructura, a quines administracions ens hem de dirigir, quin cost té cada un dels tràmits, quines lleis i obligacions s'han de complir pel bon funcionament del negoci i així poder evitar conseqüències negatives per a l'actuació de l'empresa.

En cinquè lloc, l'anàlisi del pla econòmic-financer m'ha permès veure i analitzar que, E-tiks pot ser un projecte viable segons la predicció de l'escenari esperat a partir del primer any, a condició que s'aconsegueixi el finançament aliè. Per tant, un dels punts que s'ha de treballar amb més dedicació és en la captació de clients amb l'objectiu d'augmentar les vendes cada any. També, hi ha d'haver molta cura amb la fidelització dels clients ja existents, fent-los un bon seguiment i oferir sempre un servei de qualitat i transparència. En el cas que, aquest model no funcioni o no generi uns resultats òptims, es buscarien alternatives per millorar l'estratègia, com per exemple, canviar el model de quotes, jugar amb diferents preus o buscar noves necessitats que poguéssim cobrir.

Per concloure, el desenvolupament d'aquest projecte m'ha ajudat a tenir una perspectiva general dels requeriments necessaris per passar d'una idea conceptual a un model de negoci, com enfocar-lo en el mercat, dimensionar-lo i planificar i executar un marketplace enfocat a l'artesania i fabricació de productes sostenibles. Per tant, acabo aquest treball de final de grau molt motivada per continuar treballant en aquest projecte i poder fer-ho realitat.

11. Bibliografia.

Biodegradable Tableware Market Size, Share, Trends, Growth & Forecast. (2021, 12 junio). Verified Market Research.

<https://www.verifiedmarketresearch.com/product/biodegradable-tableware-market/>

Cambio climático | Data. (2018). Grupo Banco Mundial.

<https://datos.bancomundial.org/tema/cambio-climatico>

Cranor, D. C. (2020, 23 diciembre). *El papel de Amazon en la contaminación de los océanos por plástico.* Oceana Europe.

<https://europe.oceana.org/es/prensa-e-informes/comunicados-de-prensa/el-papel-de-amazon-en-la-contaminacion-de-los-oceanos-por>

Fundesarte, E. O. I. (2021). Artesanía en España | Días Europeos de la Artesanía. Artesanía en España.

<https://www.diasdeartaesania.es/artesania-en-espana>

Gobierno De España, M. (2011). Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. <http://www.ipyme.org/es-ES/Paginas/Home.aspx>

IAB SPAIN. (2020). Estudio e-commerce 2020. Recuperado 23 noviembre 2020, de Statista. Sitio web: <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-deecommerce-2020/>

INE - Instituto Nacional de Estadística. (2021, 1 julio). *INEbase / Demografía y población / Cifras de población y Censos demográficos / Cifras de población /* https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981

INE - Instituto Nacional de Estadística. (2021). Empresas por CCAA, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados.(39372). INE.

<https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=39372&L=0>

Morales, J. J. M. (2020, 28 noviembre). *Más emisiones contaminantes: el coste inadvertido de comprar por Internet.* El País.

<https://elpais.com/tecnologia/2020-11-27/amazon-emite-mas-co2-a-la-atmosfera-que-nueve-de-los-27-paises-de-la-ue.html>

Navarro, A. (2020, 18 octubre). *Compras conscientes: las mujeres lideran la transición a un consumo más sostenible.* elperiodico.

<https://www.elperiodico.com/es/activos/20201018/brecha-genero-consumo-sostenible-8159345>

OCU. (2020, 3 junio). *Otro consumo para un futuro mejor*. www.ocu.org.
<https://www.ocu.org/consumo-familia/consumo-colaborativo/informe/otro-consumo-futuro-mejor>

Research Nester. (2021, 25 enero). *Biodegradable Tableware Market Statistics 2020 | Industry Growth, Share & Regional Forecast To 2028*.
<https://www.researchnester.com/reports/biodegradable-tableware-market/2598>

Worldometers: Real Time World Statistics. (2012). *Choice Reviews Online*, 49(11),

12. Annexos.

Annex 1. Paràmetres de sostenibilitat establerts per E-tiks.

Aquests tres segells seran els paràmetres a tenir en compte amb els artesans i fabricants que s'incorporin a E-tiks. Com el valor afegit d'E-tiks és la sostenibilitat dels productes i la informació sobre la procedència i fabricació d'aquests. En primer lloc, s'haurà d'examinar si l'artesà o fabricant compleixen alguns d'aquests.

1. **Handmade:** Que els seus productes estiguin fets a mà.
2. **Eco-Friendly:** Que els materials utilitzats siguin Eco-friendly, és a dir, que els productes estiguin produïts de la manera més natural possible, sense intervenció artificial i que respecten al màxim els recursos naturals.
3. **Bio sostenible:** Productes que estiguin produïts dins d'un comerç just, que apostin per al medi ambient i que fomentin una sèrie de pràctiques per lluitar contra l'explotació laboral i impulsar el desenvolupament social.



Font: Elaboració pròpia en canva.com.

Annex 2. Excel d'elaboració pròpia d'artesans i fabricants.

Nom	F/A	Categoria	Producte	Localitat	Enllaç	Contacte
Bagloop	Artesà	Parament	Bosses	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://baqloop.es/	info@baqloop.es
Next Step	Trucar	Parament	Bosses	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://www.nextstepbags.com/	info@nextstepbags.c
Carlot Rodríguez	Fabricants	Parament	Bosses	Espanya (Olot, Catalunya)	https://carlotarodriguez.cat/	hola@carlotarodrigue
Boiseta	Fabricants	Parament	Bosses	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://www.boisetabon.com/	hola@boisetabon.ci
ixó	Artesans	Decoració	Decoració	Espanya (Argenton, Catalunya)	https://ceramicaxio.com/	info@ceramicaxio.c
Chisato Kuroki	Artesà	Decoració	Decoració	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://www.chisatokuroki.com/	chisatoeramica@yah
Cristina Márquez	Artesà	Decoració	Decoració	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://crismarquez.com/	orismarquez14@gmai
Francoisca d'Alfonso	Artesà	Decoració	Decoració	Espanya (Hospitalet del Llobregat, Catalunya)	http://www.francescadalfonso.com/	fdalfonso@fraduepnt
Unai Carriñena	Artesà	Decoració	Decoració	Espanya (Barcelona, Catalunya)	http://ceramicanaia.blogspot.com/0/hilo.html	ceramicanaia@hotmail
Luz de papel	Artesà	Decoració	Làmpades	Espanya (Barcelona, Catalunya)	http://luzdepapel.com/	hola@luzdepapel.ci
Ecomatalasser	Artesà	Mobiliari	Matalassos, coixins, somiers, mantes	Espanya (Casseres, Catalunya)	https://ecomatalasser.cat/	ecomatalasser@gmail
Ecopràctica	Artesà	Decoració	Matalassos, mascaretes	Espanya (Sant Salvador de Guardiola, Catalunya)	https://ecopractica.cat/	esten@ecopractica.cat
Verd de gris	Artesà	Mobiliari	Mobles	Espanya (Olot, Catalunya)	https://verd-degris.lindofree.com/	verd degris@gmail.c
Sandra Gimble	Artesà	Mobiliari	Mobles	Espanya (Olot, Catalunya)	https://www.instagram.com/sandragimble/	sandra.gimble@gmail
Minipicnic	Fabricants	Decoració	Mobilles, Home	Espanya (Terrassa, Catalunya)	https://minipicnicshop.caterbyetsy.com/	hola@mini-picnic.co
Coco and Mansoh	Fabricants	Parament	Restauració	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://cocoandmansoh.com/	info@cocoandmansoh
Vitbot	Fabricants	Parament	Restauració	Espanya (Terrassa, Catalunya)	https://www.vitbot.com/	office@vitbot.com
Annick Galimont	Artesà	Parament	Restauració	Espanya (La Bisbal de l'Empordà, Catalunya)	https://www.annickgalimont.com/	annickgalimont@hotmail
Pantaleu	Fabricants	Parament	Restauració	Espanya (Palau Sator, Catalunya)	http://www.ceramicaspantaleu.com/	info@ceramicaspantaleu
Ceràmica Ferrés	Fabricants	Parament	Restauració	Espanya (La Bisbal de l'Empordà, Catalunya)	https://www.ceramicayuma.com/	info@ceramicayuma.
Taller Bugambilla	Fabricants	Parament	Restauració	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://www.tallerbugambilla.cat/ca	info@tallerbugambill
Barbutina	Fabricants	Parament / Decoració	Restauració, làmpades, decoració	Espanya (Palafròls, Catalunya)	https://barbutina.com/	info@barbutina.co
Roll eat	Fabricants	Parament	Take away	Espanya (Barcelona, Catalunya)	https://rolleat.com/	hello@rolleat.com
Debosc	Fabricants	Mobiliari / Decoració	Útils	Espanya (Anglès, Catalunya)	https://debosc.com/	info@debosc.com
Marçet Vila Badal	Fabricants	Decoració	Decoració	Espanya (Sant Joan Galí, Catalunya)	https://www.marçetvilabadal.com/	jordrosa@marçetvilabak
Ceràmica Ley	Fabricants	Decoració	Decoració, restauració, joies	Espanya (Peratallada, Catalunya)	https://ceramicaley.com/	info@ceramicaley.c
Maema	Fabricants	Decoració	Decoració	Espanya (Barcelona, Catalunya)	http://www.mercedcomaceramista.com/es/inici-espanol/	mercomtau@gmail.c
Mia Launder	Fabricants	Decoració	Decoració	Espanya (Areny, Catalunya)	http://mialauder.com/	info@mialauder.co

Font: Elaboració pròpia.

En aquest Excel hi ha les dades de contacte dels artesans i fabricants potencials per la plataforma. Podem trobar el nom de l'empresa, la classificació segons; decoració, mobiliari i parament. La localització, la pàgina web i adreces de contacte. Aquesta base de dades serà útil per l'estratègia comercial, d'aquesta manera es podrà contactar d'una manera organitzada als artesans i fabricants.

Annex 3. Entrevista artesans i fabricants.

. Entrevista Moblus Barcelona

Bon@ dia/tarda,

Gràcies per concedir-nos aquesta entrevista. T'expliquem una mica per sobre de què es tracta i la finalitat d'aquesta. Primer de tot voldria comentar-te que l'entrevista és anònima, que solament es recolliran les dades amb finalitats d'estudi i que serà gravada en objectiu de no perdre cap classe de dades. La durada aproximada serà de 30 minuts.

Dit això, l'estudi consisteix a conèixer quins canals i sistemes de venda utilitzen diferents fabricants i artesans, els motius pels quals els utilitzen i saber quines dificultats es troben en els hàbits, procurant resoldre tots els seus inconvenients.

• Bé, explica'ns una mica en què consisteix el teu negoci i quant de temps fa que t'hi dediques.

Bona tarda, "Moblus Barcelona" consisteix en un taller "atelier" de mobles a mida construïts de manera artesanal on vaig anar a parar per casualitat. Després de treballar per una empresa familiar uns anys enrere i agraït de què m'haguessin ensenyat l'ofici, vaig trobar l'oportunitat de crear el meu propi taller tractant fusta i ferro com principals elements, combinant la fusteria amb la forja. L'empresa familiar per la qual treballava, feien més aviat reparacions, aparadors per botigues, etc. i força coneguts em van començar a demanar mobles a mesura que necessitaven per les seves llars, així va ser com va veure l'oportunitat de crear "Moblus Barcelona".

• Tens algun segell que acrediti la sostenibilitat dels teus productes? No.

- Per què no?

Realment faig ús de tècniques artesanals, però també faig servir procediments no del tot sostenibles per segons quines creacions. Intento que tots els productes siguin de proximitat, però també és cert que miro d'abaratir costos amb segons quines comandes per així poder anar facturant i subsistent. Tot i això, he donat una ullada a tot el tema dels certificats per poder obtenir algun tipus d'acreditació i tampoc és fàcil aconseguir-ho, és un procediment llarg i a més et fan anar pagant cada any, és cert

que hi ha algunes subvencions, però ja sabem com funciona tot plegat "las cosas de palacio van despacio".

- **El proveïdor dels teus materials utilitza mètodes sostenibles?**

N'hi ha que sí, les fustes intento que siguin el més natural possible, per exemple de les podes que es fan en la neteja de boscos al mateix amb el tema de forja, sempre intento reutilitzar, per exemple sobrants d'una obra o algunes rajoles que puguin ser atractives per fer el sobre d'una taula. També miro als carrers mobles que s'hagin deixat als carrers per restaurar-los, com si jo fos el meu propi proveïdor.

- (sí és que sí la resposta anterior) **Com ho verifica el teu proveïdor?**

Bé, no és que ho verifiquin, conec gent dels sectors i simplement els demano si tenen comprovants o jo mateix els hi faig la consulta, hi ha tipus de fustes més específiques com la Teka que sí que necessito proveïdors especialitzats i la majoria no tenen cap acreditació, pensa que normalment la transporten des d'Àsia o Índia, així que és força complicat que tingui alguna acreditació, entenc que el CO₂ del transport ja en seria un gran hàndicap.

- **Quin tipus de venda utilitzes? (Presencial a una botiga pròpia, en diferents botigues de tercers, online, etc.)**

Tinc un petit taller on sí que venc algunes peces de les restaurades, però no tinc cap web, solament un Instagram on ensenyo les meves feines, aleshores obro agenda, la gent em contacta, em fan les seves comandes i jo les realitzo a mida. Potser estaria bé tenir una pàgina web, però al final és més inversió i estar-hi a sobre... I ja em costa amb l'Instagram!

- **Quins són els punt forts i els punts febles dels diferents punts de venda?**

Opino que els meus treballs són d'un caire tan personal que tampoc puc estar renovant constantment els mobles que puc tenir d'exposició si estic realitzant comandes personalitzades. Així que la manera en com ho duc a terme actualment em sembla força eficient i pràctic sense intermediaris pel mig que em diguin com ho haig de fer i estar-hi més al dia.

- **Per què no utilitzes la venda online?**

Si m'ho posessin fàcil, que pogués trucar i m'ho expliquessin amb les meves paraules i no fos jo qui ha d'estar al darrere, del tipus Instagram, públiques i Apa! Te n'oblides, si algun company de gremi me'n parlés meravelles d'una, bé no ho sé, però aleshores segurament sí que ho faria.

- **Creus que la venda online faria millorar el teu negoci?**

Doncs probablement si realment fos del tipus que et deia abans, m'explico? Quelcom fàcil que arribés als ulls de més gent, però tampoc soc ambiciós, no vull construir una "macrofusteria" a mi m'agrada el meu petit taller on la gent pugui venir i parlar de tu a tu. M'hauria de facilitar la vida, no complicar-me-la que prou difícils estan les coses.

- **Quin percentatge dels teus ingressos provenen de la venda online?**

Clar... realment és molt relatiu atès que moltes comandes sí que me les fan des de l'Instagram perquè han vist la meva feina, però podria dir que el 70% em prové de coneguts o coneguts de coneguts.

- **Quins costos et suposen aquesta venda?**

Cap, realment com que només faig la de l'Instagram, jo no faig publicitat. No porto un mal ritme de feina, així que com menys gastis millor.

- **Què milloraries de les plataformes actuals de venda online?**

Sobretot el tracta, les coses fàcils, que no s'emboliquin tant, que siguin transparents i que puguin adaptar-se una mica, fa la sensació que els hi és igual si vens o no, ells només volen "likes", no sé si m'explico. Has de mirar-t'ho tot, trenta mil vegades, no me'n refiu si et soc sincer.

- **Quin és el teu producte més venut?**

De tot, però sí que últimament taules, moltes taules, més petites, més grosses, de nit, d'entrada, bé, és que realment, a les cases hi ha taules per tot, no sé si us hi havíeu fixat mai. Avui dia, agrada molt la combinació de ferro i fusta per una taula. Realment, una taula de menjador estar al centre d'una casa, els altres mobles poden ser més

subtils, però la taula és l'element que més crida l'atenció i segurament on es passa més estona del dia a dia, per tot fem servir la taula, ja sigui de centre pel sofà també.

● **Com promociones el teu negoci? Quin tipus de plataformes utilitzes per tenir més visibilitat? (Ràdio, diari, online, etc.) Per què no utilitzes les plataformes online?**

Res, només Instagram perquè és el que té tothom, almenys al meu voltant, ben poques persones conec que no en tinguin i tothom el mira en algun moment o altre del dia, però ja està, tenir obert el taller ja és una gran publicitat. La gent passa i pregunta i en parlen amb altres, però sempre demanen l'Instagram per poder ensenyar la meva feina a tercers o poder-s'ho acabar de pensar mentre xafardegem a casa seva.

● **Has fet algun tipus de formació (autodidacta, no reglada, etc.) de com digitalitzar el teu negoci?**

El màxim de formació és preguntar els meus amics que en saben més d'aquestes coses a veure com es fa un "post". No demano massa més, per mi les formacions són com a màxim per noves tècniques per la meva feina i la millor formació me la dona algú que porta més anys que jo treballant amb aquests materials.

● **Quin pressupost destines a la teva publicitat?**

Boca-orella, al final jo soc de poble i pels tallers petits funciona perfectament, no demano gaire, només poder viure, sí que potser cada vegada tot es posa més complicat i hauria de mirar-me alguna altra línia per progressar, però de moment cap em fa el pes com per tirar-me a la piscina, prou coses paguem ja...

● **Quina plataforma et dona un millor rendiment? I per què ho creus?**

Clar... A part de l'Instagram no n'he provat cap més... però és el què es porta ara, així que bé... Com a mínim és gratuït!

● **Has utilitzat mai un servei de mentoria per ajudar-te en la gestió del teu negoci?**

A veure mentoria... jo no sabia ni fer una factura, no sé si m'explico, i encara em costa tot això dels números, així que sí que vaig necessitar un parell d'amics que em guinessin, la meva gestora, els meus antics directors... i una mica prova error també!

● **Tens un servei de gestoria?**

Sí clar, tinc una gestora de confiança, si no, no sé com m'ho faria jo sol amb tot, però bé... Em cobra per consulta, així que procuro no preguntar-li massa.

● **Estàs al corrent dels diferents ajuts i subvencions disponibles pel teu negoci?**

Més o menys... Jo soc autònom i pels autònoms ja se sap com està la cosa... Surt alguna cosa per artesans molt de tant en tant, d'això me n'assabento perquè algú del gremi m'ho comenta, però tant com dir que n'estic al dia doncs no... Ho haig de buscar i tampoc tinc temps per posar-me a mirar aquestes coses... Tampoc t'ho posen fàcil o et demanen trenta mil històries...

● **Fas sinergies amb altres artesans? Quin tipus de sinergies?**

Sí, i tant! Bé, depèn de què entenguem per sinergies... per exemple a vegades tinc sobrants de ferro del qual no en faré res, aquests miro de donar-los-hi a un amic artista de forja que els fon i reaprofito, amb altres fusters ens expliquem tècniques o ens donem consells sobre productes, etc.

● **A l'inici de l'entrevista t'hem fet una molt breu introducció de la finalitat d'aquesta. Per concloure, si et diguéssim que tenim una plataforma online per donar-te més visibilitat, ajudant-te amb les teves plataformes online, amb tracte personalitzat, i serveis de gestoria i assessoria a més de facilitar-te sinergies amb altres artesans. Estaries sincerament interessat a formar-ne part?**

Clar venut així qui no! Però sent sincer, tal com soc de desconfiat amb aquestes coses, crec que primer demanaria al ser possible, un temps de prova gratuït, per saber si realment és tot cert, en conec molts que et venen la Lluna i després és una bombeta!

Annex 4. Enquestes usuaris de compra.



Segons les enquestes, els problemes que habitualment hi ha amb relació a trobar productes online, en un 45% perquè hi ha massa oferta i en un 22% perquè no hi ha una oferta adequada. Finalment, el 87% dels enquestats valoren per sobre de 6 que un producte sigui sostenible i els que no els compren, en un 48% és per preu elevat, 30% falta d'informació i 13% venedor poc fiable.

Annex 5. Model de negoci.

- **Fabricant/Artesà.**

El model de negoci dirigit als fabricants i artesans es basa en;

1. **Model de negoci basat en subscripcions en format Good-Better-Best.**

Diferents tarifes amb diferents serveis, així s'aconsegueix que hi hagi diverses opcions que s'adaptin millor a cada l'artesà o fabricant. Com hi ha necessitats diverses, hi haurà diferents serveis en els paquets oferits depenent la quota de pagament.

- **Ingressos per E-tiks:** Quotes de subscripció fixes per part dels artesans i fabricants.
- **Avantatges pels fabricants i artesans:** Promoció, gestió dels seus productes i vendes al Marketplace. A part de diferents serveis que s'ofereixen segons tarifa.

Les tarifes ofertes als fabricants i artesans es podran adaptar a quotes mensuals, trimestrals o anuals. L'explicació dels diferents serveis oferts segons la tarifa es troba a l'Annex 11 i es pot visualitzar a la figura 3 el model de subscripcions..

2. **Model de negoci basat en volum de venda.** Aquest model de negoci té com a objectiu que els artesans i fabricants, mitjançant el Marketplace promocionin els seus productes amb la finalitat d'arribar a un mercat més ampli i que així, puguin augmentar les seves vendes. D'aquesta manera obtindran ingressos per vendes. Per aquest model de negoci es contemplen dos escenaris;

2.1. Venda online:

Els usuaris poden fer les compres a través del Marketplace d'E-tiks. La transacció s'emet per l'usuari mitjançant el Marketplace i la rep l'artesà o fabricant. Posteriorment l'artesà o fabricant de manera mensual haurà

d'ingressar a E-tiks el percentatge corresponent al total de les compres online que ha tingut durant el mes. Per facilitar aquesta gestió, E-tiks té com a objectiu tenir una web molt visual i fàcil de gestionar, perquè així els artesans i fabricants, se sentin còmodes per gestionar les seves vendes. A part de proporcionar serveis de gestoria i assessoria, per acompanyar al fabricant i artesà en les gestions de facturació.

- **Ingressos per E-tiks:** El 5% sobre el total de les vendes realitzades de cada artesà i fabricants mitjançant el Marketplace.
- **Ingressos pels fabricants i artesans:** El total del volum de vendes menys el 5% destinat a E-tiks.

2.2. Venda offline.

L'objectiu d'E-tiks és el consum responsable i sostenible. L'opció més sostenible que mostra el semàfor incorporat a E-tiks, és fer la compra físicament a la botiga de l'artesà o fabricant. D'alguna manera s'està promocionant la compra offline i alternatives més properes als productes desitjats.

Perquè E-tiks pugui estar present en aquest tipus de compra, és farà a través de recompenses; L'usuari de compra una vegada està a la botiga física pot mostrar el seu perfil de l'aplicació mòbil d'E-tiks a l'artesà i fabricant i aquest rebre "E-tiks Points". Aquest model és molt semblant al que s'utilitza als supermercats. Així es premia a l'usuari per haver fet una compra sostenible. D'aquesta manera E-tiks pot continuar estant present en aquesta modalitat de compra, oferint els E-tiks Points, perquè aquest tingui recompenses en les seves futures compres a l'haver evitat excés de generació de CO₂.

***El procediment per obtenir E-tiks Points és;** quan l'usuari de compra està a la botiga física, pot mostrar perfil d'E-tiks on trobarà un codi QR. Quan l'usuari mostra el codi a la botiga física, l'artesà o fabricant amb el lector QR incorporat a l'aplicació aplica els E-tiks Points i automàticament l'usuari acumula els punts. Amb aquesta transacció es pretén premiar a l'usuari de compra a fer un tipus de consum sostenible i fidelitzar-lo en oferir recompenses a canvi dels punts. Per altra part, per als artesans i fabricants, podran aconseguir evidències del

fet que la plataforma els hi aportí un tràfic de clients tant online com offline, a més el percentatge que han de destinar a E-tiks és menor que si la venda hagués sigut online.

Gràcies a aquesta estratègia es podran comptabilitzar les compres offline. Respecte al volum d'aquestes compres, E-tiks aconseguirà un percentatge més petit que a les compres online.

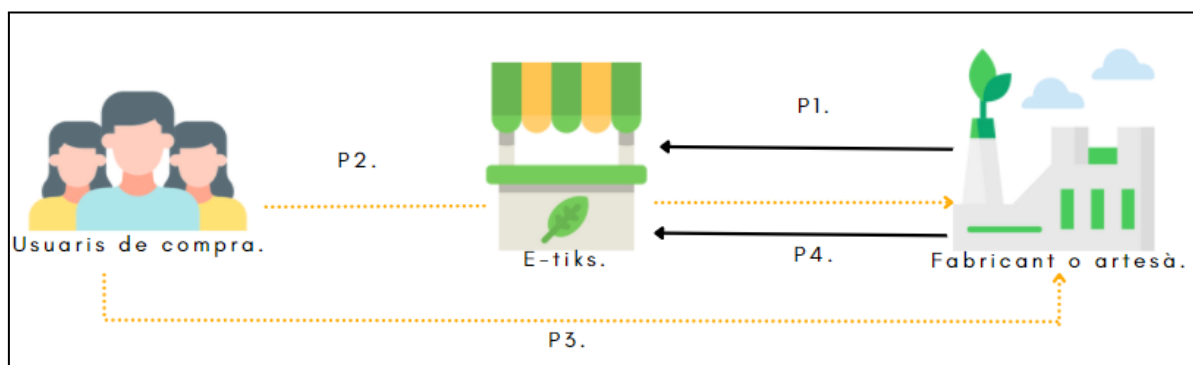
- **Ingressos per E-tiks:** L'1% sobre el total de les vendes offline realitzades de cada artesà i fabricants.
- **Ingressos pels fabricants i artesans:** El total del volum de vendes offline menys l'1% destinat a E-tiks.

- **Usuari de compra.**

1. **Model de negoci envers la lleialtat del client.** Aquest model de negoci s'enfoca cap a l'usuari consumidor de productes, que englobaria a totes aquelles persones que estiguin en disposició de comprar de manera conscient. Aquest model de negoci es basa en fidelitzar al client aportant valor als productes que oferim.

- a. Transparència; Transparència empresarial i de productes a la web i aplicació.
- b. Atenció personalitzada; Importància a l'espai d'opinions dels usuaris i resposta a aquests a la web i a l'aplicació. Suport tècnic personalitzat per qualsevol dubte o problema.
- c. Incentius per una fidelitat de llarga durada: Els E-tiks Points serà la via per oferir descomptes.

Annex 6. Definició procés d'ingressos d'E-tiks.



Font: Elaboració pròpia en canva.com.

El procés número 1 (P1), de l'esquema visual correspon al procés d'ingrés en què l'artesà o fabricant escull una de les tres tarifes proposades per E-tiks. Aquest ingrés el fa directament l'artesà o fabricant a l'empresa E-tiks. Es representa amb una fletxa des de la figura dels artesans i fabricants fins a la figura d'E-tiks, corresponent a la seva quota de subscripció.

Procés número 2 (P2). Aquest procés correspon a les compres realitzades per l'usuari de compra de manera online a través d'E-tiks. La fletxa es mostra de manera discontinua, ja que no són ingressos directes per E-tiks. Si no que la totalitat de la compra va a parar directament a l'artesà o fabricant.

Procés 3 (P3). Correspon a les compres offline, les que es fan directament a la tenda física de l'artesà o fabricant. És el procés que uneix directament a l'usuari de compra amb l'artesà o fabricant, per aquest motiu també es mostra com una fletxa discontinua, ja que no representa un ingrés directe per E-tiks.

Procés 4 (P4). Aquest procés representa l'ingrés directe que fa l'artesà o fabricant del percentatge sobre total de vendes online i offline, és a dir del procés 2 i procés 3.

El procés 1 i 4 representats amb línies directes, corresponen als ingressos directes que rep E-tiks, per tant, només hi ha ingressos directes per part dels artesans i fabricants. El procés 2 i 3 representats amb línies discontinues corresponen als ingressos indirectes que rep E-tiks per part dels usuaris de compra.

Annex 7. Proposta de valor.

Proposta de valor dirigida als fabricants/artesans.

- f) Promoció de productes i empresa: Els artesans i fabricants podran promocionar els seus productes en el Marketplace. Mitjançant aquest espai els seus productes i negoci poden arribar a un mercat molt més gran i extens del que coneixen fins ara.
- g) Comunitat: Al Marketplace es podrà crear sinergies amb altres fabricants, tots amb valors similars als seus. A part de comptar amb l'equip d'E-tiks per qualsevol dubte que li manqui.
- h) Assessoria/Gestoria: La facilitat de gestió de vendes anirà de la mà del servei de gestoria en la tarifa bàsica. En primer lloc, el servei de gestoria, ajudarà als fabricants i artesans a comprendre el funcionament de les vendes, les taxes, factures i impostos. Així es disminuirà la incertesa, oferint serveis que facilitin l'entrada i la gestió de E-tiks. Per una altra banda, el servei d'assessoria va més enllà, a part de gestionar les vendes com en el servei de gestoria, hi haurà assessorament personalitzat sobre estadístiques de vendes, millora de processos, imatge o marca.
- i) Presència digital i més visibilitat: Ajudant als fabricants a tenir una bona imatge de marca i posicionament en la plataforma. I ampliant la quota de clients potencials gràcies a la plataforma digital de venda online.
- j) Canal de vendes: Poder contemplar un nou canal directe de vendes i així també un nou canal d'ingressos. A part arribar a un públic més ampli on donar a conèixer l'empresa i els productes propis.
- k) Software: La plataforma dirigida als artesans i fabricants serà una solució per a la gestió de les seves vendes i productes. Un software pensat per l'activitat d'aquests, que d'una manera fàcil i intuïtiva puguin gestionar les vendes del seu negoci.

Proposta de valor dirigida als usuaris de compra.

- f) Productes recollits en una mateixa web: Trobar en un únic espai productes de caràcter sostenible, tenint varietat per escollir i facilitat de cerca i compra d'aquests.

- g) Transparència: L'usuari de compra tindrà a l'abast informació de tot el producte que apareix al Marketplace, així com la marca del fabricant i els seus valors. Aquest serà un factor que donarà valor a la proposta de negoci d'E-tiks. A més a més cada usuari serà escoltat, es podrà explicar qualsevol experiència i comentaris constructius per tal d'anar reformulant el codi ètic de l'empresa.

- h) Sostenibilitat: Els productes oferts al Marketplace seran de caràcter sostenible i ecològics. La sostenibilitat de cada artesà o fabricant es valorarà, en primer lloc, pel tipus de producte que fabrica o crea, en segon lloc, per la informació recollida en la mateixa web i finalment mitjançant una entrevista. Amb la informació recopilada es prendrà una decisió sobre la incorporació a E-tiks o no. Es dissenyarà una entrevista estructurada, per seguir sempre la mateixa manera d'avaluar en cada un d'ells. Hi haurà informació sobre el procés de selecció d'E-tiks, per donar a conèixer el compromís amb seleccionar fabricants i artesans que tinguin cura del medi ambient amb els seus productes.

- i) Semàfor: A la web hi haurà un algoritme incorporat que mesura un aproximat d'emissió de CO₂ mitjançant les distàncies i el transport utilitzat. Aquesta mesura es veurà indicada mitjançant un semàfor que canvia de color segons la proximitat de la compra que es vulgui realitzar. Si en el moment de la compra el semàfor surt de color vermell, la mateixa web oferirà altres opcions més properes, per lo tant més sostenibles, abans de fer la compra.

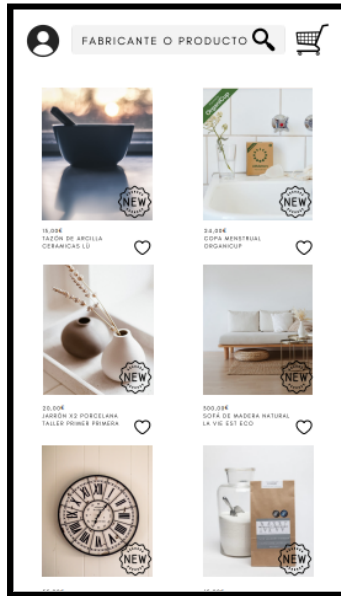
- j) Exclusivitat: Els productes recollits a la web provenen d'artesans i fabricants, per aquest motiu, aquests productes són més exclusius que aquells que es produeixen en massa a les grans superfícies. Els consumidors poden trobar peces úniques i exclusives en el mercat.

Annex 8. Mock Up - Usuaris de compra.

Pantalla 1.



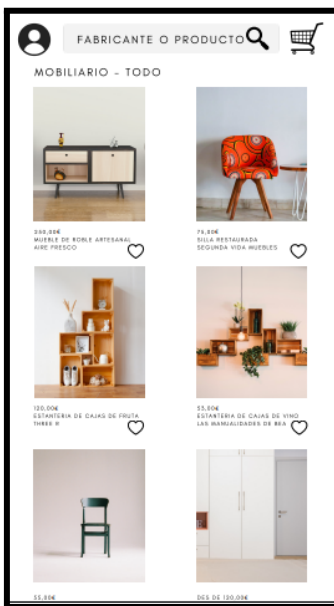
Pantalla 2.



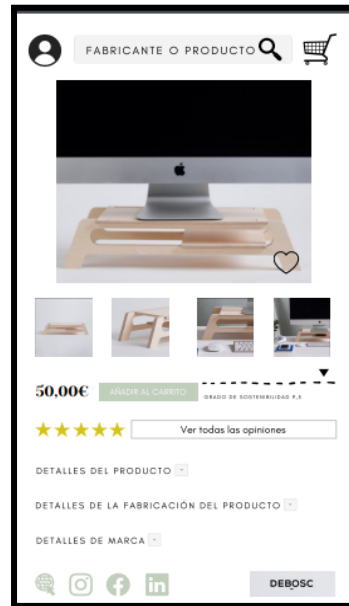
Pantalla 3.



Pantalla 4.



Pantalla 5.



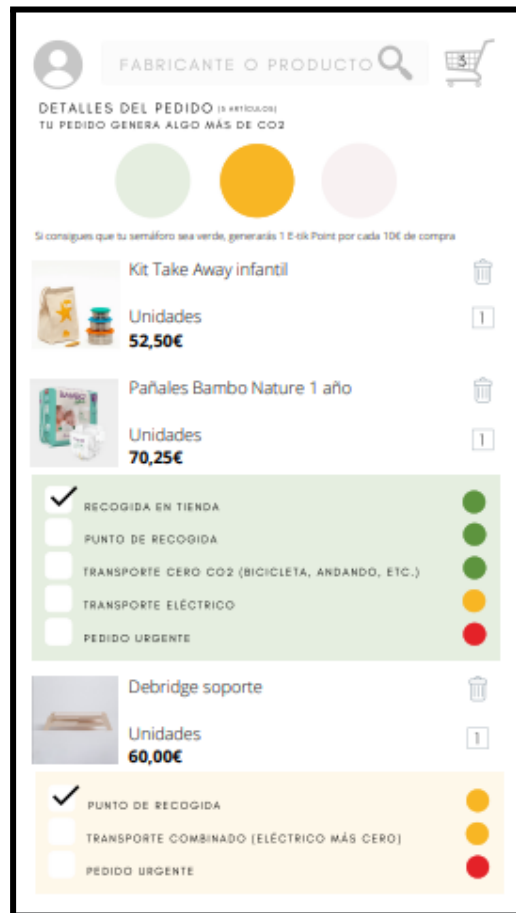
Pantalla 6.



Pantalla 7.



Pantalla 8.



Pantalla 9.



Annex 9. Mock Up -Artesans i fabricants.

Pantalla 1.



Pantalla 2.



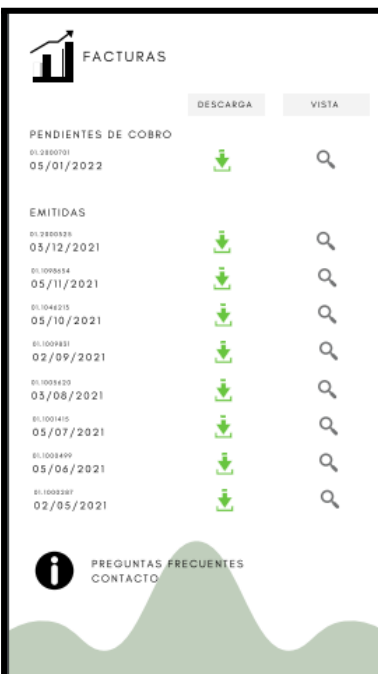
Pantalla 3.



Pantalla 4.




Pantalla 5.



Pantalla 6.





Pantalla 7

**PEDIDOS**

25/01/2022
05:45 PM
ESTELA GÓMEZ FERNÁNDEZ
+34 699 985 962 / estita55@hotmail.com


ENTREGA PENDIENTE


 Pack de 3 bolsas turquesa
Unidades **12,00€** 1
RECOGIDA EN TIENDA

 Recordar que para la recogida en tienda, tendrá que escanear el código QR del comprador.

16/01/2022
10:24 AM
ROGER LLUR CASABLANCA
+34 640 025 531 / r.llur.casablanca@gmail.es


PEDIDO REALIZADO

 Bolsa Long
Unidades **25,00€** 5
PUNTO DE RECOGIDA

 Se ha avisado a la empresa que recogerá el pedido para realizar su entrega en el punto de recogida. Tenga su pedido preparado para mañana 17/01/2022 a las 5.00 pm.

04/01/2022
11:55 AM
MARTINA ESTENGRES ROBERT
+34 624 356 482 / martina22.esterob@yahoo.es

PEDIDO REALIZADO

 Pack de 3 bolsas de rejilla
Unidades **14,00€** 1

Annex 10. Competència.

Olokuti:¹⁰ Olokuti és una plataforma d'origen nacional que ofereix productes ecològics, biodegradables i del comerç just. En cap moment es fa referència a temes de sostenibilitat, ecologia, informació de marca, procés de fabricació, etc. Hi ha un apartat pels comentaris dels usuaris en cada producte, però gairebé cap producte en té, això pot crear desconfiança a l'hora de comprar. La plataforma no té gaire presència a xarxes socials, i en aquelles on trobem a Olokuti es mantenen desactualitzades.

Etsy¹¹: Etsy és una plataforma creada a la ciutat de Nova York. Va sorgir per ajudar a la comunitat de venedors particular a donar sortida als seus productes i convertir les idees d'aquests en un negoci d'èxit. Tenen com a objectiu difondre un consum sostenible i de responsabilitat. A la plataforma s'hi troben abundants categories de productes i en cada un d'ells hi ha un mínim d'informació sobre la procedència i la fabricació.

Save Some Green¹²: Plataforma amb origen al Regne Unit on es poden trobar tant productes ecològics, reciclables i bio sostenibles. Hi ha informació del producte, però no hi ha informació sobre quins productes són els que fabriquen ells i quins per altres. Hi ha un apartat en cada producte exclusivament pels comentaris dels usuaris, tanmateix gairebé cap producte té comentaris. En general hi ha molt poc engagement.

EcoLiving¹³: Marketplace creat al Regne Unit, es defineix com distribuïdor de productes sostenibles d'alta qualitat. També són creadors d'alguns productes sota la seva pròpia marca d'Ecoliving. Tenen informació bàsica del producte i aparentment, tots els seus articles són ecològics o sostenibles. Falta informació sobre el procés de producció sobre la procedència d'aquests (mencionen la marca, però no hi ha referències directes ni informació sobre aquesta).

¹⁰ Olokuti: <https://olokuti.com/>

¹¹ Etsy: <https://www.etsy.com/es/?ref=lgo>

¹² Save Some Gree: <https://www.savesomegreen.co.uk/>

¹³ Ecoliving: <https://www.ecoliving.co.uk/organic-produce-bags.html>

Amazon Handmade¹⁴: Un espai d'Amazon està reservat per productes artesanals i rep el nom d'Amazon Handmade. No es parla de sostenibilitat, materials utilitzats o mètodes d'elaboració. Amazon estableix un percentatge sobre les vendes i una quota mensual de 39 € sense IVA. A part els costos de transport, publicitat, magatzem, publicitats, etc. Amb aquesta nova línia d'Amazon, els artesans poden fer ús els recursos de l'empresa per crear el seu negoci online, com la seva infraestructura logística o la seva presència en el mercat amb milions d'usuaris registrats

Annex 11. Model de tarifes.

	BASIC	GOLD	PREMIUM
Espai propi	✓	✓	✓
Sistema de facturació	✓	✓	✓
Fòrum comunitat	✓	✓	✓
Gestoría		✓	✓
Costumer Success Manager		✓	✓
Posicionament			✓
Assessorament			✓
Informes estadístics			✓

Font: Elaboració pròpia en canva.com

Inclou l'accés a la plataforma; On poder tenir un espai propi per tenir la tenda virtual amb els productes escollits al Marketplace de Etiks.

Sistema automàtic de facturació; La pròpia plataforma generarà de manera automàtica les factures de les vendes desitjades per tal de facilitar la gestió administrativa.

¹⁴ Amazon Handmade: <https://www.amazon.es/Handmade/b?ie=UTF8&node=969948203> 1

Fòrum de la comunitat d'artistes i fabricants; Accés a un espai virtual on trobar diferents artesans i fabricants i poder comentar, aconsellar i aprendre d'altres del mateix gremi.

Servei de gestoria; Figura pròpia del organigrama d'Etiks que ajuda a gestionar qualsevol dubte o pregunta sobre la facturació de les vendes de l'artesà o fabricant.

Customer Success Manager; Figura pròpia de l'organigrama d'Etiks que s'encarregarà d'identificar les oportunitats de venda, així poder assessorar a l'artesà sobre com incentivar les seves fortaleces i oportunitats de venda, solucionar possibles problemes que aquests tinguin i formar constantment als artesans o fabricants sobre noves funcionalitats.

Promoció de productes; Posicionament dels productes al Marketplace. Sent productes més fàcils de trobar dins del propi Marketplace.

Assessorament personalitzat; Diferents figures pròpies de l'organigrama de Etiks proporcionaran assessorament personalitzat sobre termes legals o de promoció de marca.

Informes estadístics mensuals de les vendes; Informes amb informació estadística sobre les vendes realitzades de manera mensual, així l'artesà o fabricant podrà conèixer el seu tipus de venda, qui compra més, quant, quan, el què i l'evolució d'aquestes vendes.

Annex 12. Pla de comunicació.

- **Pla de comunicació per als artesans i fabricants.**

El procés de comunicació amb els artesans i fabricants es farà per diferents vies; personalment, online, per telèfon o per correu electrònic.

A continuació es detallen les vies escollides segons el moment de la comunicació.

- **Pre:** Serà el procés de captació per als artesans i fabricants disposats a formar part del Marketplace d'E-tiks es farà:
 - **Recerca** d'aquests a diferents **webs** d'internet, per escollir quins s'aproximen a l'ideal en termes de sostenibilitat d'Etiks. (Annex 2)
 - **Landing page**, s'estableix l'objectiu d'aconseguir leads. Aquestes leads són possibles clients, per tant, una vegada hi ha aquest indici, es visita físicament, es truca o es realitza una videoconferència per fer una presentació més detallada d'E-tiks. El següent pas és conèixer el procés d'elaboració dels productes d'aquests, per una banda, per poder potenciar-ho a la plataforma i per un altre per conèixer si realment compleix els paràmetres de; fet a mà, o bio sostenible o eco-friendly.
 - **Campanyes a fires artesanals** per poder estar present físicament i donar E-tiks a conèixer i campanyes Mailing per promocionar el serveis i la marca d'E-tiks.
 - **Instagram i Facebook** per connectar-nos amb altres fabricants i artesans. Mitjançant anuncis intentar arribar al màxim possible d'aquests. Així es podrà veure si és més efectiu l'atracció d'artesans i fabricants de manera física o online.
 - **Telefònic i entrevistes:** Es realitzaran trucades telefòniques i reunions per videoconferència per establir el primer contacte amb els artesans i fabricants.
 - **SEO/SEM:** Les estratègies de posicionament a internet seran claus perquè els artesans i fabricants que busquin on vendre els seus productes, els hi surti E-tiks de les primeres pàgines..

- **Durant:** Una vegada tenint els artesans i fabricants, hi haurà un contacte constant per part d'E-tiks i els artesans i fabricants.
 - **Suport tècnic** per ajudar amb problemàtiques de la plataforma.
 - **Contacte amb altres membres** d'E-tiks a través del fòrum.
 - **Customer Success Manager** per garantir la satisfacció del servei (Tarifa Gold)
 - **Assessorament personalitzat.** (Tarifa Premium). Tots aquests serveis estan enfocats als artesans i fabricants, perquè així formar part d'E-tiks sigui fàcil, intuïtiu i proper. És un manera de fidelitzar-los ja que no hi ha cap plataforma que ofereixi aquests serveis.
 - **WhatsApp Business** per tenir un contacte més proper amb els artesans i fabricants per qualsevol dubte o consulta.
- **Postvenda:**
 - **Enquesta de satisfacció mensual**, per conèixer com de satisfets està els artesans i fabricants del mes de venda, de la usabilitat de la web i de l'atenció rebuda.
 - **Reunió bianual** presencial o per videoconferència per conèixer les noves necessitats i poder millorar.
 - **Ofertes o regals** per antiguitat dels membres.

Accions de promoció de màrqueting i canals de comunicació bidireccional:

Visites/Trucades/Meetings: Trucades directes als artesans i fabricants d'interès, amb l'objectiu de programar una visita o videoconferència per poder fer una presentació d'E-tiks. Sent un canal interessant per veure la retroacció d'aquests i aprofitar la comunicació entre E-tiks i els fabricants i artesans.

Fires d'artesanía: Aprofitar fires d'artesanía de diferents poblacions per donar a conèixer els serveis que ofereix E-tiks. És un canal per rebre retroalimentació sobre com s'estan gestionant ara i quines problemàtiques es troben en el seu negoci. Esdeveniments com el COOP'ART de Barcelona, que mostra el comerç d'artesanía i és un projecte desenvolupat per socis catalans i francesos, per

desenvolupar l'estratègia de la sostenibilitat de l'artesania. És una bona oportunitat, per atraure a potencials clients.

Xarxes socials: En un principi s'actuarà via Instagram i Facebook. L'opció d'aquestes xarxes és que d'una manera molt visual es pot donar a conèixer el Marketplace i veure l'*engagement* d'E-tiks, a més permet anunciar-se dins de la plataforma. Instagram i Facebook són dos canals bidireccionals que permetran interactuar amb els interessats.

Landing page: Els artesans i fabricants interessats podran deixar les seves dades a la web per demanar més informació sobre els serveis que ofereix E-tiks. Des d'E-tiks es posarà amb contacte amb l'artesà o fabricants interessat per fer un discurs més detallat sobre el servei i les tarifes proposades. Es farà un anàlisi de les paraules clau i s'identificaran per posar-les com a contingut.

Whatsapp Business: L'eina ajudarà a apropar la relació entre E-tiks i els artesans i fabricants. D'aquesta manera hi ha una comunicació més instantània i propera. És un canal molt valorat, ja que és de fàcil ús i ens permetrà estar connectats

- **Pla de comunicació per als usuaris de compra.**

Durant el primer any d'E-tiks es determina un procés de comunicació per tal de que l'usuari conegui E-tiks i tots els productes que ofereix. El primer pas, doncs és donar a conèixer la plataforma, amb l'objectiu d'aconseguir atraure i fidelitzar als usuaris de compra.

- **Pre;** Etapa d'atracció i conversió.
 - **Xarxes Socials:** Les xarxes socials permetran generar comunitat i una bona manera de generar tràfic de manera orgànica. Instagram i Facebook són dos aparadors idonis per E-tiks. L'objectiu és que d'una manera molt visual es puguin transmetre els valors de la marca i l'objectiu del projecte. Són dues plataformes que permeten tenir comunicació directa amb els usuaris i conèixer les necessitats de

possibles clients. També mitjançant hashtags més utilitzats es podrà donar a conèixer a usuaris que busquin per les paraules claus escollides.

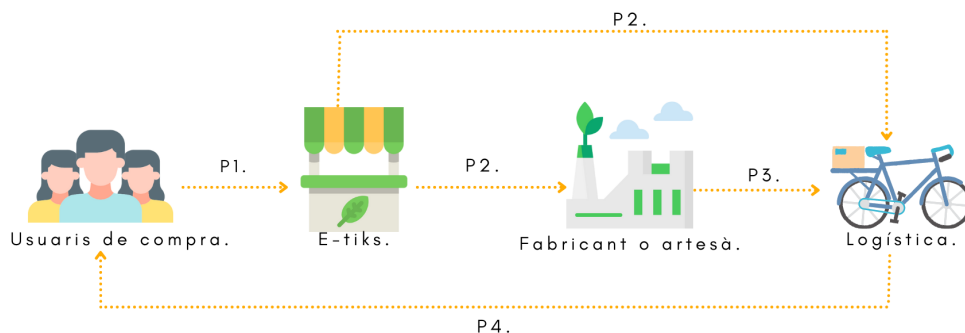
- Col·laboracions amb Influencers sostenibles, per atraure a usuaris potencials a E-tiks.
- **SEO/SEM:** En primer lloc, el posicionament orgànic, SEO, serà l'estratègia que es prendrà respecte als continguts de la web, ja que hauran d'estar han d'estar actualitzats i captivar l'atenció del visitant. Per una altra banda, l'estratègia de posicionament per pagament, SEM, és dura a terme, perquè la pàgina web d'E-tiks, aparegui de les primeres a Google en les cerques dels usuaris.
- **Conversió:** Com la subscripció de l'usuari és gratuïta l'atenció a la web anirà enfocada a què l'usuari es registri i es descarregui l'aplicació. Per facilitar i incentivar aquesta acció la plataforma i les xarxes socials han de ser atractives i clares. Mostrant els productes que s'ofereixen a E-tiks i el valor de la marca. A més, amb vídeos d'artesans i fabricants via Instagram i Facebook donaran la garantia i transparència que l'usuari de compra necessita per establir confiança amb la plataforma. Els vídeos podran ser tan produïts per E-tiks com per ells mateixos.
- **Durant:** Perquè la venda es realitzi, es posarà en pràctica:
 - **Up selling:** Mitjançant aquesta estratègia, se li mostrarà al client productes del seu interès i gust quan estigui a punt de realitzar la compra.
 - **Whatsapp Business:** Eina cada vegada més aplicada en l'àmbit empresarial per gestionar de manera propera les interaccions amb els usuaris i d'aquesta manera oferir un servei més personalitzat i professional. D'aquesta manera la compra és més efectiva i segura per l'usuari. Tenint suport per si té problemes en el moment de la compra.
- **Post-venda.** Fase de fidelització:
 - Diverses **enquestes** per conèixer la satisfacció de l'usuari, tant per l'aplicació després d'haver fet la compra, com enquestes ràpides per Instagram.

- També és disposarà una **bústia de suggeriments** per obtenir idees externes per part dels usuaris de compra, i intentar millorar segons les necessitats d'aquests.
- Mailing: Enviament de contingut sobre ofertes o nous productes a la web. Per aquesta acció s'utilitzarà l'eina **Mailify**.

Accions de promoció de màrqueting i canals de comunicació bidireccional:

- **Plataforma web i aplicació mòbil:** Tant a la pàgina web com en format aplicació mòbil, hi haurà un espai reservat per les opinions dels usuaris sobre els productes que s'ofereixen. D'aquesta manera es tindrà una font directa sobre les necessitats dels usuaris i poder millorar el que ofereix E-tiks. Per tant, s'hi donarà molta importància a aquest espai per poder resoldre dubtes, conèixer opinions i inquietuds.
- **Espai de contacta amb nosaltres:** Hi haurà un espai on l'usuari podrà contactar amb l'equip d'E-tiks.
- **Whatsapp Business:** Per aquest canal també es podrà tenir una comunicació propera amb l'usuari per resoldre qualsevol dubte que tingui.
- **Xarxes Socials:** Instagram i Facebook, són les dues plataformes on E-tiks estarà present. Aquestes permeten una comunicació propera amb l'usuari, a més de poder crear enquestes, debats, promocions i sortejos. On l'usuari es pugui sentir participatiu i que la seva opinió compta.

Annex 13. Procés de distribució



Font: Elaboració pròpia.

En una primera fase del projecte és comptarà amb una única empresa de transport extern. Amb aquesta modalitat no serà necessari magatzem central fent que siguin els mateixos fabricants i artesans els encarregats del packaging i possibles devolucions. En el cas del packaging E-tiks proporcionarà caixes de diferents mides amb el logotip de l'empresa als artesans i fabricants per facilitar la preparació dels paquets.

La contractació d'una empresa externa de transport i logística, posa en risc la relació i el tracte amb l'usuari de compra, per aquest motiu es preveu fer un seguiment de l'enviament, mostrant transparència en tot moment sobre el procediment i l'estat d'aquest. També seran els mateixos usuaris qui es faran càrrec de les despeses d'enviament. Com l'artesà i fabricants serà qui rebin aquests diners de suplement per transport, seran ells qui s'encarreguin del servei logístic.

Una vegada l'empresa logística entrega el producte, es farà per part d'E-tiks una petita enquesta sobre l'entrega i l'estat del producte.

L'empresa de logística escollida serà MRW, ja que de totes les que hi ha al mercat és de les que més s'ajusta a l'e-commerce i marketplace, assegurant un enviament eficient i ràpid.

Les opcions que es permeten amb MRW són; transportar el paquet fins a la direcció facilitada per l'usuari de compra i, per una altra banda, a un punt de recollida. En

aquest cas l'opció del punt de recollida serà la segona millor valorada segons el semàfor, ja que la primera serà sempre anar-ho a buscar a la tenda físicament.

Una vegada E-tiks comenci a obrir-se al mercat, és podran contemplar diferents opcions de transport més sostenibles, com;

- Transport zero emissions (tals com bicicleta, persona caminant, etc.).
- Transport elèctric (bicicleta elèctrica, patinet elèctric, cotxe elèctric, etc.).

Però per al moment, només es comptarà amb l'opció de MRW. Les tarifes de l'empresa destinades als E-commerce i Marketplace varien segon el pes i segons àmbit nacional o provincial. El pla que més s'ajustaria és el model "Start Up" que contempla d'1 a 25 enviaments al mes, aquesta tarifa s'orienta a empreses que acaben d'iniciar-se a la venda online. Automàticament, si s'augmenten els enviaments, el pla passa a ser "Business" de 25 a 500 enviaments al mes, aquesta és una modalitat per tendes online més consolidades. Com s'ha explicat anteriorment, en una primera fase del projecte E-tiks es focalitzarà en el territori de Catalunya, llavors de les taules de MRW adjuntades ens fixarem en els preus a escala provincial. A la figura 11 hi ha una taula amb les tarifes de MRW.

Annex 14. Previsió de vendes.

Per a fer una previsió de les vendes d'E-tiks s'han de contemplar dos conceptes diferents d'ingressos:

- Quotes per subscripció.
- Percentatge per volum de venda.

Cada un d'aquests conceptes té diferents opcions de preu, i per això es procedirà a fer una mitja per aconseguir un preu mitjà tant del producte com del servei.

Figura 15. Mitja del producte i servei d'E-tiks.

Mitjà de preus productes		Mitjà de preus tarifes	
Parament	70 €	Basic	90 €
Mobiliari	1.000 €	Gold	120 €
Decoració	120 €	Premium	150 €
Mitja total	397 €	Mitja total	120 €

Font: Elaboració pròpia

La mitja dels productes s'ha fet en relació als preus de cada una de les categories, agafant els preus mitjos que ens podem trobar en cada una d'elles, i d'aquestes tres tornar a fer una mitja.

Una vegada es tenen els preus mitjans tant dels productes del marketplace i la mitja de les tres quotes, es poden determinar els escenaris. L'escenari realista es el que s'ha determinat segons les entrevistes possibles en un any, segons horari, personal dedicat, dies laborals, etc... Aquesta dada es la representativa alhora de realitzar els altres escenaris.

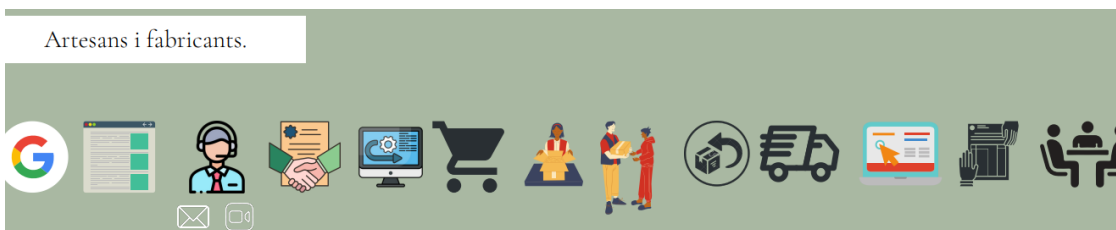
Figura 10. Previsió de vendes i ingressos

	Optimista			Realista			Pesimista			
	Any 1	Any 2	Any 3	Any 1	Any 2	Any 3	Any 1	Any 2	Any 3	
Artesans i fabricants	2900	3016	3197	1700	1734	1786	700	693	679	
Usuaris de compra	9300	9765	10449	5000	5100	5304	3000	2970	2911	
Compres online	8000	8240	9200	3500	3600	4000	2500	1790	2911	5%
Compres offline	9300	1525	1248,55	1500	1500	1304	500	1000	1000	1%

Font: Elaboració pròpia.

Annex 15. Procés de producció.

- **Artesans i fabricants**



1. **Els artesans i fabricants troben a E-tiks:** SEM/SEO: L'artesà o fabricant farà una cerca a internet sobre "vendre productes", en la qual, li pot sortir l'anunci (SEM) o el resultat orgànic de la plataforma (SEO).
 - a. **E-tiks va a buscar als artesans i fabricants:** E-tiks a través del llistat de clients potencials, els anirà a buscar per aconseguir atraure'ls cap a la plataforma. Hi haurà una presentació del servei i de l'empresa. Aquesta fase començarà sent telefònica però sempre serà millor programar una videoconferència o visita presencial perquè sigui més proper.
2. **Landing Page:** Posteriorment, seran redirigits a la Landing Page, on els artesans i fabricants hauran d'emplenar dades en un formulari, per ser contactats per E-tiks. Aquest formulari contempla; nom de l'empresa, nom de l'artesà o fabricant, número de contacte, ubicació de l'empresa i pàgina web del negoci.
3. Una persona d'E-tiks es posarà en **contacte**, primer per mail, fent una presentació de la persona de l'equip d'E-tiks i proposant diverses possibilitats d'horari per programar una trucada telefònica. A la trucada s'explicaran els serveis oferts, avantatges de la plataforma i les diferents tarifes. També per validar si compleixen els paràmetres de sostenibilitat establerts per E-tiks, aquesta validació es farà mitjançant preguntes sobre els seus productes i processos, investigació per part d'E-tiks via Internet. Finalment per donar les

- instruccions de com anirà el procés des de l'inici fins a la posta en marxa de la plataforma en el seu negoci.
4. Una vegada, es dona la conformitat per part d'E-tiks, que l'artesà o fabricant compleixen els criteris de; fet a mà, ecofriendly i biosostenible, es **formalitza l'acord**, es realitza un contracte de relació comercial. Posteriorment E-tiks farà un enviament de les caixes per facilitar el packaging de les vendes assolides per l'artesà o fabricants mitjançant E-tiks. És facilitaran les claus d'accés a la plataforma i software d'E-tiks perquè puguin accedir i crear el seu perfil com a venedor de la plataforma. Hi haurà suport tècnic per ajudar en aquesta instal·lació. Inclús amb l'eina TeamViewer l'equip d'E-tiks es pot connectar a remot per fer la instal·lació al seu ordinador.
 5. Els artesans i fabricants actualitzaran el seu **espai de negoci**, penjant fotografies dels productes que volen vendre. També poden actualitzar el seu perfil i detallar qui són, on són, com ho fan i la seva història.
 6. Una vegada es faci una **compra**, l'artesà o fabricants rebrà una notificació mitjançant la plataforma. Podrà començar a preparar el paquet amb el producte venut i es detallarà la data de recollida del paquet mitjançant l'empresa MRW. L'artesà o fabricant rebrà per part d'E-tiks mitjançant la plataforma l'etiqueta per l'expedició del paquet.
 7. El client **rep el producte** a casa seva i li arriba una enquesta de satisfacció per comprovar que tot ha arribat bé i que està satisfet amb el servei.
 8. En cas de **devolució** del producte, MRW farà arribar el producte a l'artesà o fabricant i aquest haurà de notificar la recepció del producte, un altre cop a la tenda, perquè la plataforma no contempli com a venda, sinó com a devolució. Aquesta devolució vindrà detallada a la factura mensual de l'artesà perquè ingressi els diners d'aquesta a final de mes.
 9. Mensualment, l'artesà o fabricant rebrà automàticament el total del volum de **vendes** realitzades mitjançant la web. I la quantitat que ha d'ingressar a E-tiks. Una vegada revisat que les vendes i les devolucions detallades són correctes, l'artesà o fabricant validaran la factura mitjançant la plataforma. Aquesta validació donarà l'ordre de transacció per ingressar a E-tiks la quantitat corresponent.

10. Hi haurà vies de **comunicació** bidireccionals amb els artesans i fabricants, però de manera bianual es convocarà una reunió presencial per conèixer la satisfacció d'una manera més propera.

Temporalització concreta del procés dels artesans i fabricants;

Pas 1,2 i 3; Són els passos en el que l'artesà i fabricant es torna client. En aquest procés es triga entre una setmana o dues, depenent si l'artesà o fabricants és qui sol·licita el servei o es E-tiks que de manera proactiva ven el servei a l'artesà o fabricant.

Pas 4 i 5: Quan es formalitza l'acord, es fa la instal·lació del software i es prepara l'espai de negoci virtual. Es preveu unes dues setmanes.

Pas 6 i 7: L'artesà o fabricant rep una notificació de venda online i ha de preparar el paquet per fer-li arribar a l'usuari. 4 dies.

Pas 8: En el cas de devolució entre dos i tres dies.

Pas 9: Facturació mensual per volum de vendes. Mensualment, i si tot està correcte com es preveu, comporta poc temps, menys d'un dia.

En total, la temporalització del procés de l'artesà i fabricant per ser clients d'E-tiks i començar a vendre inclús contemplant devolucions és de **22/24 dies**. En menys d'un mes ja ho tindria tot i podria treballar amb E-tiks.

- **Usuaris de compra**



1. L'usuari farà la **cerca a internet** sobre "productes sostenibles" "productes artesanals" (hipotèticament), en la qual li sortirà l'anunci d'E-tiks o directament el resultat orgànic.
2. L'usuari es troba amb diferents **productes** classificats en categories com; decoració, parament i mobiliari. Pot escollir qualsevol producte i afegir al carret de la compra.
3. Una vegada al **carret** podrà escollir que li portem a casa o recollir-ho a la tenda.
4. Abans d'efectuar el pagament, l'usuari haurà **d'emplenar un formulari** amb les seves dades personals, d'enviament i de pagament. Una vegada es realitza el registre s'efectua el pagament dels productes, on posteriorment se li envia un mail de confirmació de la compra. E-tiks en aquest cas procedeix a;
 - a. Recepció i validació de cobrament.
 - b. Generar la factura.
 - c. Generar l'etiqueta per adjuntar-li a la comanda a l'artesà o fabricants.
 - d. Automàticament es genera una notificació a l'artesà i fabricant i a l'empresa de transport.
5. En el cas que l'usuari decideixi anar a la tenda físicament, podrà mostrar el seu codi QR de l'aplicació d'E-tiks perquè l'artesà o fabricant l'escanegi i així rebre E-tiks Points.
6. Una vegada el **comprador ha rebut el producte** es realitzarà una enquesta de satisfacció per comprovar si està satisfet amb el servei, el producte i l'enviament.
7. En el cas que el comprador vulgui **retornar el producte**, ho farà mitjançant la plataforma o l'aplicació d'E-tiks.
 - a. E-tiks rep la petició

- b. Automàticament, hi ha un avís a l'artesà i a l'empresa de transport.
- c. E-tiks genera una etiqueta pel comprador que ha d'incorporar al paquet.
- d. L'empresa de transport ve a recollir el paquet a casa del comprador i el torna a l'artesà o fabricant.
- e. L'artesà o fabricant una vegada rebut el paquet, ho actualitza a la plataforma perquè es contempli com una devolució i validi la recepció del producte.
- f. Una vegada ha arribat el producte a la tenda de l'artesà o fabricant es procedeix a fer efectiu la devolució dels diners al client.

Temporalització concreta del procés dels usuaris de compra;

Pas 1,2,3,4, i 5: Depèn de l'usuari de compra, pero està previst que en menys d'un dia es pugui realitzar.

Pas 6: Es realitza la compra i en un 4 dies l'usuari rep el producte a casa seva o al punt de recollida.

Pas 7: En cas de devolució de producte i dels diners es trigarà entre dos tres dies en completar el procés.

Temporalització general de producció del servei.

1. **Marketplace:** Creació de la pàgina web, Landing page, aplicació mòbil, disseny web, planificació de contingut i publicació de la pàgina web, Landing page i aplicació mòbil. - 1 any abans per confirmar la usabilitat de les aplicacions i el desenvolupament d'aquestes.
2. **Artesans i fabricants:** Contacte amb artesans i fabricants via trucades, meetings, xarxes socials i fires artesanals. - Tot l'any.
3. **Promoció pàgina web i manteniment** de la pàgina web i l'aplicació - Tot l'any, amb l'objectiu de posicionar E-tiks al mercat.
4. **Servei i venda:** Una vegada rebuda la comanda es prepara el paquet perquè el transportista el portarà al consumidor final en un termini de 2-5 dies.

Annex 16. Activitats clau pel procés de producció.

Les activitats més rellevants per poder duu a terme l'activitat d'E-tiks són;

Activitats internes:

- 14) **Gestió de la plataforma:** La web s'ha de mantenir sense perdre l'objectiu de què sigui fàcil i visual tant per l'usuari com per l'artesà o fabricant. Es treballarà l'actualització de les categories, el posicionament dels productes i la coherència i el valor de la marca d'E-tiks i dels artesans i fabricants.
 - a) **Contingència:** Pot haver-hi un error sobre l'actualització dels productes i que es faci una comanda d'un producte que no està disponible. En aquest cas primer es localitza a l'artesà o fabricant per confirmar que el producte no està disponible, posteriorment contacte amb l'usuari de compra per comunicar l'error i fer efectiu la devolució si la transacció s'ha realitzat.
- 15) **Gestió estratègies comercial:** Captació d'artesans i fabricants.
 - a) **Contingència:** Error en la Landing page, fet que provoca que els artesans i fabricants no puguin realitzar formulari amb les seves dades de contacte i es perdin com a clients potencials. En aquest cas, el que es durà a terme és que cada vegada que ens envien per la Landing Page un formulari, es reenvii un correu automàtic a E-tiks, per sempre tenir una còpia de seguretat. Almenys així no es perdran les dades.
- 16) **Gestió d'aprovar** els artesans i fabricants que compleixen amb els criteris de sostenibilitat.
 - a) **Contingència:** Que no s'aconsegueixi transparència i que E-tiks ho tingui molt difícil per conèixer realment com produeixen els productes. O que en el moment de l'entrevista tot es compleixi, però al cap del temps, aquests no segueixin la línia de sostenibilitat que pretén E-tiks. Per aquest motiu es faran diferents inspeccions o visites sorpresa per veure l'estat de cada un dels artesans i fabricants.
- 17) **Gestió, seguiment i manteniment:** Del software de gestió de suport als artesans i fabricants.

- a) **Contingència:** Que hi hagi problemes amb el software sobretot de cara a la facturació dels artesans i fabricants. Que no es comptabilitzin bé les vendes i tinguin problemes mensualment. Per aquest motiu per una part hi haurà un suport tècnic instantani per qualsevol qüestió o contingència en el programa i, per una altra part, personal dedicat a ajudar als artesans en aquest procés de facturació.
- 18) **SEO/SEM:** S'actuarà per millorar el posicionament de la pàgina web per atraure a l'usuari de compra i als artesans i fabricants.
- 19) **Control de les comandes:** Tenir un bon control de les comandes facilitarà l'activitat de l'empresa i es podrà fer un seguiment més exhaustiu de les comandes i de les vendes de cada artesà i fabricant.
- a) **Contingència:** L'artesà pot no adonar-se que ha venut i ha de preparar un paquet. En aquest sentit E-tiks s'avançarà a aquest moment confirmant la venda amb l'artesà mitjançant la plataforma. I una vegada l'artesà prepari el paquet i l'entregui haurà de confirmar l'entrega a la plataforma. Aquest seguiment farà disminuir errors.
- 20) **Servei al client:** Hi haurà comunicació i atenció de cara a l'artesà i fabricant i cap a l'usuari de compra. D'aquesta manera es veurà E-tiks una empresa accessible i propera per resoldre qualsevol dubte.
- a) **Contingència:** En cas de sorgir alguna contingència E-tiks està present tant per l'artesà o fabricant com per l'usuari de compra, així E-tiks rebrà les respostes d'allò on s'ha fallat per poder oferir un servei de qualitat.
- 21) **Gestió d'estoc i subministrament:** El packagin facilitat als artesans amb el logotip d'E-tiks.
- a) **Contingència:** Que l'artesà o fabricant es quedi sense embalatge per preparar el paquet i no hagi demanat més a E-tiks. En aquest cas el paquet de cara a l'usuari de compra es demorarà un dia i per part d'E-tiks es farà una comanda urgent d'embalatge a l'artesà. En aquest sentit, E-tiks també haurà d'incorporar un sistema d'inventari i control per estar atent dels artesans i fabricants que se'ls hi està acabant l'embalatge.

- 22) **Gestió i control de facturació i cobrament de comissions:** Revisar mensualment els pagaments rebuts pels artesans, sigui per les quotes o pel percentatge del volum de les vendes.
- a) **Contingència:** Que l'artesà o fabricant no hagi ingressat la quantitat correcta segons el seu volum de vendes. En aquest sentit, la primera setmana de cada mes, per part d'E-tiks es faran recàlculs de facturació per revisar que totes les quotes i els ingressos són correctes. En el cas contrari, per part d'E-tiks s'haurà de reclamar la quantitat requerida explicant el cas a l'artesà o fabricant perquè també entenguin el perquè.
- 23) **Dissenyar protocols** de com promocionar els productes.
- a) **Contingència:** En el cas que un artesà o fabricant no obtingui els resultats esperats mitjançant la plataforma i li costi realitzar vendes. Per part d'E-tiks es farà una anàlisi del perquè d'aquesta situació i se li exposarà una solució al problema fent-li entendre també que amb alguna tarifa més elevada en preu, es podria fer un seguiment més exhaustiu, almenys al principi del servei, fins que ja comenci a conèixer el seu públic.
- 24) **Disseny i actualització de l'algoritme** de posicionament mitjançant el semàfor de geolocalització.
- 25) **Gestió de l'estratègia de màrqueting** digital i xarxes social.
- 26) **Gestió de la comunitat:** Resoldre dubtes del fòrum, mantenir-lo actiu i actualitzat, compartir noves normatives o notícies que puguin afectar o interessar als artesans i fabricants.

Activitats externes: Servei logístic de MRW.

1. **Servei d'entrega:** El servei d'entrega i enviament és una activitat clau i necessària per poder executar l'activitat d'E-tiks. Comptar amb una empresa com MRW que contempla als E-commerce i als Marketplace i adapta tarifes i serveis enfocats a aquest tipus de negoci és essencial per E-tiks.
- a. **Contingència:** En el cas que falli l'empresa contractada de transport, enviant el producte equivocat al client o en mal estat, es miraran altres

empreses de transport i com a solució al client es retornaran els diners o se li enviarà de nou el producte en bon estat.

Annex 17. Forma jurídica i fiscal.

Per tal de determinar la forma jurídica de l'empresa, s'ha d'analitzar les característiques de cada forma jurídica; capital inicial, responsabilitat de l'empresa, fiscalitat i nombre de socis.

Una vegada analitzats aquests factors, es determina que E-tiks sigui una **Societat Limitada**. Aquesta està regulada per la Llei de RDL 1/2010, de 2 juliol, del text refós de la Llei de Societats de Capital, que deroga l'anterior Llei 2/1995, de 23 de març, de Societats de Responsabilitat Limitada, part del Codi de Comerç i la Llei de les Societats Anònimes (RD Legislatiu 1564/1989, de 22 de desembre).

E-tiks està format per **dues sòcies**, el detall ha d'estar contemplat en l'escriptura pública, que conté els Estatuts de la Societat, i que haurà d'estar inscrita al Registre Mercantil. Amb aquesta inscripció s'adquirirà la personalitat jurídica de la SL.

El **capital inicial mínim** per constituir la societat és de 3.000 €, 1.500 € a aportar per cada una de les sòcies, aquest capital està dividit en participacions igualitàries, acumulables i indivisibles. Pel que fa a la **responsabilitat**, en la societat limitada els socis no responen personalment amb els seus propis béns als deutes socials, per la qual cosa és un factor que protegeix a les sòcies.

Pel que fa als **impostos**, E-tiks haurà de presentar el model 390 cada tancament fiscal que és el detall de l'IVA repercutit i l'IVA suportat. En segon lloc, l'Impost de Societat, l'última reforma fiscal regulada per la Llei 27/2014 de l'Impost sobre societats (LIS). Es tracta d'un impost que declara els beneficis obtinguts per la societat durant la seva activitat. El tipus general és del 25%, però E-tiks en ser una societat acabada de constituir aplica el 15% durant els dos primers anys.

El fet de poder realitzar telemàticament la constitució de la societat, és que es redueix els costos de la constitució, cosa que, implica a l'emprenedor un estalvi de temps i diners.

Annex 18. Normativa específica del negoci.

- **Requeriments normatius generals.**

1. Constitució de l'organització en una Societat Limitada, SL.

Els tràmits necessaris per a la constitució de l'empresa es realitzaran de manera telemàtica per agilitzar el procés, també per estalviar temps i costos.

- a) Sol·licitar al Registre Mercantil Central, la certificació negativa de nom, és a dir, la verificació de què no existeixi una altra empresa amb el mateix nom. Una de les debilitats de l'equip emprenedor, és la falta d'experiència en emprenedoria, ja que hi ha un punt d'atenció a l'emprenedor (PAE), que servirà de suport i assessorament en tota la tramitació de documentació. En el PAE es complementarà el Documento Únic Electrònic (DUE) per procedir a;
 - i) Sol·licitar el NIF provisional.
 - ii) Liquidació d'Imposts de transmissions patrimonials i actes jurídics documentals.
 - iii) Inscripció en el Registre Mercantil Provincial.
 - iv) Alta en la Seguretat Social; Societaris i administradors.
 - v) Expedició de l'escriptura inscrita.
 - vi) Sol·licitud del NIF definitiu de la Societat.
- b) Mitjançant un notari es realitza l'escriptura pública de constitució de la societat. En aquest moment s'aporta el certificat del capital social i certificat negatiu de l'empresa. En realitzar aquests passos, es rep el NIF definitiu al domicili fiscal de la societat.

2. Sol·licitud de marca

Mitjançant el DUE, es procedirà a fer la sol·licitud de la marca E-tiks perquè quedi registrada i protegida. Aquesta sol·licitud es pot fer al mateix moment en què es complementa el DUE, ja que hi ha una opció on poder registrar la marca o nom comercial en l'oficina Espanyola de patents i marques (OEPM).

3. Altres procediments per començar amb l'activitat de l'empresa.

La societat, doncs, ja està constituïda i la marca d'E-tiks ja està registrada. En aquest moment es procedirà a complir altres procediments per començar amb l'activitat de l'empresa;

- a) Comunicació d'obertura del centre de treball, que en aquest cas, es comptarà amb el despatx del TecnoCampus, on només hi serem les dues sòcies, ja que el personal contractat estarà treballant des de casa.
- b) Obtenir un sistema de fitxatges online per als treballadors d'E-tiks, a més de tenir a disposició els llibres de Registre mercantils, comptables i fiscals.
- c) Impostos a Hisenda; Impost de Societats, IRPF, IVA i IAE.
- d) Signatura digital i activació de la Direcció Electrònica Habilitada, per rebre comunicacions de l'Agència Tributària. A més, la signatura digital servirà per a molts altres tràmits telemàtics al Registre Mercantil, on es presenten els llibres al final de cada exercici.
- e) Formalització dels contractes per als artesans i fabricants.
- f) Formalització dels contractes per als treballadors d'E-tiks i gestió d'alta a la Seguretat Social de cada un d'ells.

Requeriments normatius específics.

Per poder operar en el comerç electrònic en l'àmbit peninsular, s'ha de complir normatives que han de ser visibles per als usuaris de compra.

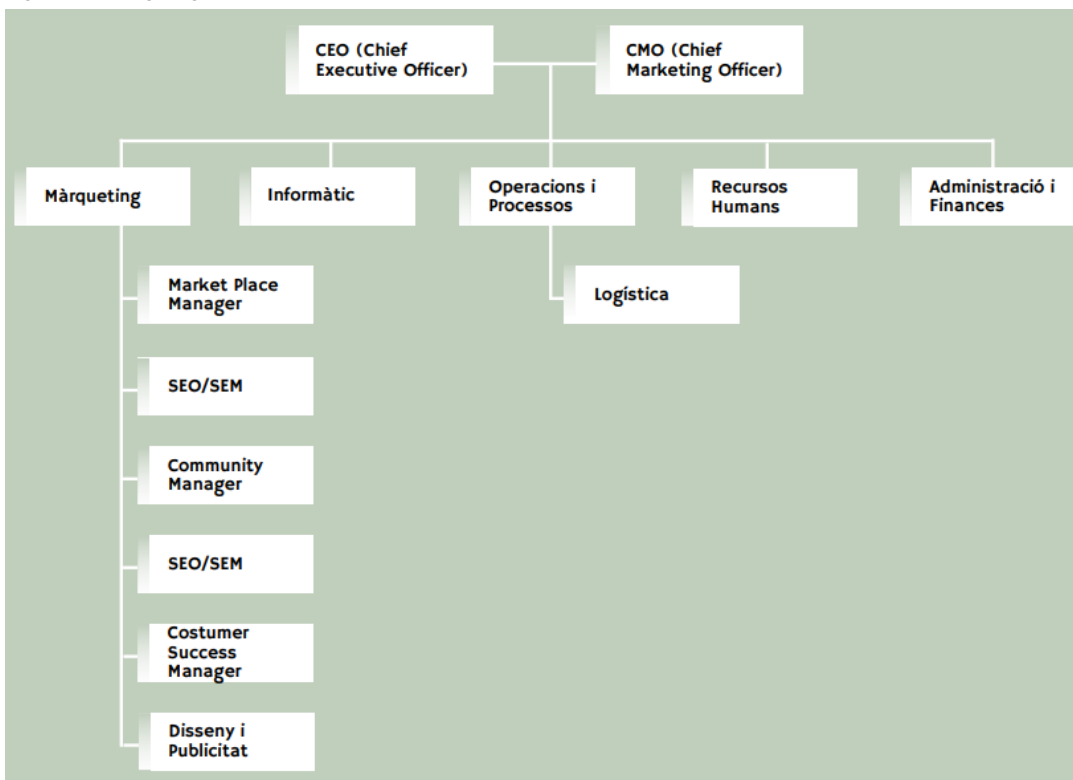
4. LOPDGDD: Llei orgànica de protecció de dades i garantia de drets digitals. Aquesta llei orgànica està establerta al Reglament general de protecció de dades de la Unió Europea.
5. LGDU: Llei general de defensa dels consumidors i usuaris.
6. LSSICE: Llei de serveis de la societat de la informació i el comerç electrònic.

Els aspectes més importants d'aquestes lleis s'exposaran perquè els usuaris estiguin informats i també augmenti la seva confiança en la plataforma.

- d) **Avís legal i condicions d'ús:** NIF de l'empresa, dades de contacte, ubicació de les oficines i número de telèfon. Per les condicions d'ús, es donarà informació sobre la compra del producte segons el temps d'enviament, política de devolucions, formes de pagament, etc..
- e) **Política de privacitat:** De cara a informar l'ús correcte de les dades que han facilitat a E-tiks. S'informarà de manera minuciosa quin serà el tractament i la finalitat.
- f) **Política de cookies:** Hi haurà un avís a la plataforma que informi sobre el tipus de cookies que s'utilitzarà, i el tractament de les dades que generi durant la navegació de l'aplicació mòbil i plataforma web.

Annex 19. Lloc de treball: Organigrama.

Figura 18. Organigrama d'E-tiks.



Font: Elaboració pròpia.

En l'organigrama es poden visualitzar els professionals essencials pel funcionament del projecte, on cada un ha de mantenir una comunicació constant entre les parts. La idea de l'equip de treball d'E-tiks és la comunicació, col·laboració i flexibilitat, fent que les jerarquies siguin més relatives, aconseguint així un sinergia entre iguals.

En primera instància es troba el CEO i el CMO qui s'encarregarà d'encaminar i fer créixer el negoci col·laborant entre totes les parts. Garantint la comunicació sobre les accions i objectius de l'empresa, el bon rendiment de treball, motivació i satisfacció de tot l'equip de E-tiks, assessorant cada treballador segons les seves necessitats.

Seguit del CEO i el CMO s'especifiquen els diferents departaments tal com es constata en l'organigrama per entendre's la relació que tindran entre ells, tot i que cada equip i departament estiguin comunicats entre si.

El Marketplace Manager, es comunicarà amb les diferents figures relacionades estretament en el funcionament més visual pel client usuari i artesà/fabricant. Tindrà com a principal funció, supervisar i controlar constantment les tasques assignades, garantint el bon funcionament de E-tiks envers el client.

Seguidament, es comprova en l'organigrama l'estreta relació que s'ha de mantenir entre el Màrqueting, el Informàtic, Operacions i Processos, Recursos Humans, així com amb Administració i Finances, atès que la gestió de cada un dependrà de les decisions i accions de les altres parts.

Fet aquest petit incís, a continuació s'especifica la descripció de cada figura a tenir en compte en l'organigrama presentat:

CEO (Chief Executive Officer)

- Defineix i potencia la imatge corporativa, fent que E-tiks segueixi la base de la seva filosofia i es doni a conèixer amb totes les característiques que defineixen la marca.

- Realitza una constant evolució de la línia del Pla d'Empresa adequant-lo a les necessitats, al canvi del mercat i els segments a qui va dirigit.
- Manté relacions amb els inversors i accionistes, a més d'estar pendent de les oportunitats de mercat i liquidacions de l'empresa.
- Defineix i planifica les estratègies globals, el posicionament d'E-tiks i el servei al mercat. En comunicació constant amb les diferents figures de l'empresa per establir les metes proposades. Diàleg directe entre: Màrqueting; Informàtic; Departament d'Operacions i Processos; Recursos Humans; i Administració i Finances. Per estar al dia de l'estat i les accions de cada un per així poder prendre decisions realistes i prioritzar-les.
- Vetlla pel bon funcionament i relació dels treballadors, delega funcions, potencia els treballadors i els motiven.
- Organitza els pressupostos definint les prioritats i les necessitats de l'empresa en aspectes financers.

CMO (Chief Marketing Officer)

- Analitza les accions i els resultats del Màrqueting fent una analítica web i del servei, segons el perfil definit de target potencial, contribuint així en el desenvolupament del servei donat per E-tiks i les oportunitats detectades per fer créixer el negoci.
- Està al corrent del volum de vendes tan de fabricants/artesans com d'usuaris compradors, fent que incrementin a través de les accions més adequades elaborant un Pla de Màrqueting exhaustiu i entrenador evolucionant-lo segons resultats, noves tecnologies i recursos.
- Procura les bones relacions entre figures de l'equip, delega funcions, motiva als treballadors i comunica totes les accions per poder aconseguir els objectius marcats en el Pla d'Empresa. Així com també, fa els canvis interns de comunicació necessaris per vetllar pel bon funcionament entre les diferents parts.
- Estableix el pressupost que es destinarà al Màrqueting, a més de fer seguiment de l'increment i retorn de la inversió en les accions proposades. A més de prendre decisions, on destinar les diferents partides (per exemple, instauració de packaging).

- Defineix els KPIs i objectius segons els resultats del ROI.
- Està al dia en quan innovació de noves línies de marketing online i offline per prendre les decisions més oportunes segons el moment adequat.

Màrqueting

- Cerca les solucions a les necessitats dels usuaris de compra i fabricants/artesans. Coneixent a la perfecció al target amb constant comunicació amb el Customer Success Manager per saber l'evolució dels segments quan desitjos, hàbits i comportaments.
- Està informat de les possibles competències buscant les solucions pel posicionament efectiu conjuntament amb el SEM/SEO.
- Implementa les estratègies d'oportunitat del CMO difonent en canals de distribució i mitjans de promoció.
- Analitza i duu a terme els diferents timings per complir els objectius establerts pel CMO.
- Es comunica de manera directa amb la figura Community Manager per la comunicació d'imatge de marca en les diferents difusions de RRSS.
- Encarrega els dissenyadors la implementació de les diferents idees per les campanyes en qüestió.

Marketplace Manager

- Coneix amb perfecció a l'usuari comprador i al fabricant/artesà, és qui prendrà les decisions amb les campanyes a portar a terme segons les necessitats del target donades pel Customer Success Manager.
- Gestiona el CMS conjuntament amb Departament Informàtic, per tant, el Marketplace Manager té certs coneixements HTML, amb el propòsit d'analitzar i millorar l'experiència de l'usuari, a més de la usabilitat de la plataforma web.
- Elabora els mailings, amb coneixements de Mailchimp, i estarà al corrent de noves campanyes de difusió.

- Gestiona i defineix el Funnel de Conversió en totes les fases per l'òptima conversió del Marketplace, analitzant també totes les estadístiques i mètriques proporcionades per d'eines com ara Adwords i Google Analytics.
- Estableix l'organització del Departament Logístic i és guia del personal sobre les funcions a realitzar.

SEO/SEM (Search Engine Optimization / Search Engine Marketing)

- Estudia la competència en les diferents plataformes online.
- Selecciona les Keywords per l'optimització del posicionament online.
- Crea, gestiona i optimitza les diferents campanyes. Així com pren decisions amb la partida del pressupost destinat per campanyes virtuals.
- Optimitza les diferents plataformes web i app juntament amb el Departament Informàtic i Equip de Disseny per afavorir el engagement.
- Segueix, analitza i reporta les campanyes, per posteriorment optimitzar-les segons la supervisió del Marketplace Manager.
- Optimitza l'arquitectura web/app, és a dir, tant SEO On page i SEO Off page.
- Linkbuilding, és a dir, analitza el conjunt d'enllaços de qualitat de pàgines externes que apunten a la web/app.
- Estar al corrent sobre els possibles canvis d'algoritmes i tendències en el posicionament orgànic.

Community Manager

- Genera i coneix el target potencial en les xarxes socials corresponents.
- Elabora contingut, segons l'interès de la comunitat. Aquest contingut comprèn posts en les xarxes socials, vídeos, infografies, etc. Sempre de la mà de l'Equip de Disseny per garantir la imatge de marca.
- Recerca continguda del sector i realitza Content Curation: filtra, agrupa i selecciona contingut que sigui útil i d'interès pels usuaris.
- Gestiona les campanyes de les xarxes socials i campanyes SEM, segons els objectius, KPIs i mètriques establertes.

- Porta a terme estratègies de SEO i SEM, amb l'anàlisi de Keywords per generar contingut adequat al target. Treballa conjuntament amb l'especialista SEO i SEM.
- S'encarrega de generar engagement amb la comunitat, respondre i interactuar amb els usuaris.
- Controla les accions i/o campanyes que es generin en les Social Ads, és a dir, promocions, sortejos i concursos.
- Estableix estratègies en les diferents RRSS segons el model de negoci de E-tiks.
- Analitza i avalua els KPIs i mètriques establertes pel Marketplace Manager.

Customer Success Manager

- Atenció al client usuari de compra ja sigui preprocessament, durant i post compra.
- Atenció personalitzada a l'artesà/fabricant durant tot el període de fidelització amb E-tiks.
- Aten les reclamacions, devolucions i seguiment de comandes.
- Comunicació constant amb el departament de màrqueting per informar sobre les necessitats i les fortaleces dels usuaris de compra i fabricants/artesans.
- Registrar les comandes i les modificacions d'aquestes.
- Fidelitzar nous fabricants/artesans buscant noves oportunitats de mercat.
- Seguiment del procés de vendes, per contrastar el nivell de satisfacció dels clients.

Disseny i Publicitat

- S'encarrega de millorar la usabilitat (ux) i l'experiència de la plataforma web/app, tant pels usuaris compradors com pels fabricants/artesans.
- Estan en constant comunicació amb el Community Manager perquè les publicacions puguin seguir la línia de la imatge de marca.
- Fan arribar les propostes de millora web/app al Informàtic i adapten el disseny segons criteris professionals propis.

- S'encarrega de l'elaboració de la promoció física mantenint la imatge de marca i segons aprovació del Marketplace Manager.
- Cerca constant de abaratiment de costos per la venda offline i es mantenen al dia amb noves línies de difusió del negoci.

Informàtic

- Programa les diferents plataformes en relació amb les funcions que es proposin des del departament del Marketplace Manager.
- S'encarrega de l'adaptació del contingut
- Actua com a servei tècnic
- Aplica els diferents dissenys en les diferents plataformes web i app (com ara banners, etc.)
- Està al càrrec d'implementar les idees dels dissenyadors per la usabilitat i l'experiència de l'usuari comprador i fabricant/artesà.

Operacions i Processos

- Estableix l'estratègia de l'àrea d'operacions d'acord amb Pla d'Empresa.
- Assegura els resultats de servei, cost i qualitat d'acord amb els objectius definits mitjançant la gestió eficient dels recursos de l'àrea.
- Garanteix els requisits marcats pel marc regulador del sector en què opera i la legislació vigent.
- Millora de manera continuada els indicadors de funcionament, maximitzant la productivitat de l'àrea.
- Defineix l'estratègia i política de vendes.
- Gestiona el creixement de E-tiks en funció de la demanda.
- Optimitza E-tiks per garantir-ne l'eficiència en termes de servei, cost i qualitat.

Logística

- Cerca constant d'opcions més sostenibles pel transport.
- Control de costos de les diferents empreses de transport.

- Cerca de rutes, empreses i transports més sostenibles per menys cost per l'usuari de compra.
- Elaboració de rutes de transport segons sostenibilitat.
- Cerca constant de noves empreses de transport a diferents punts del territori.

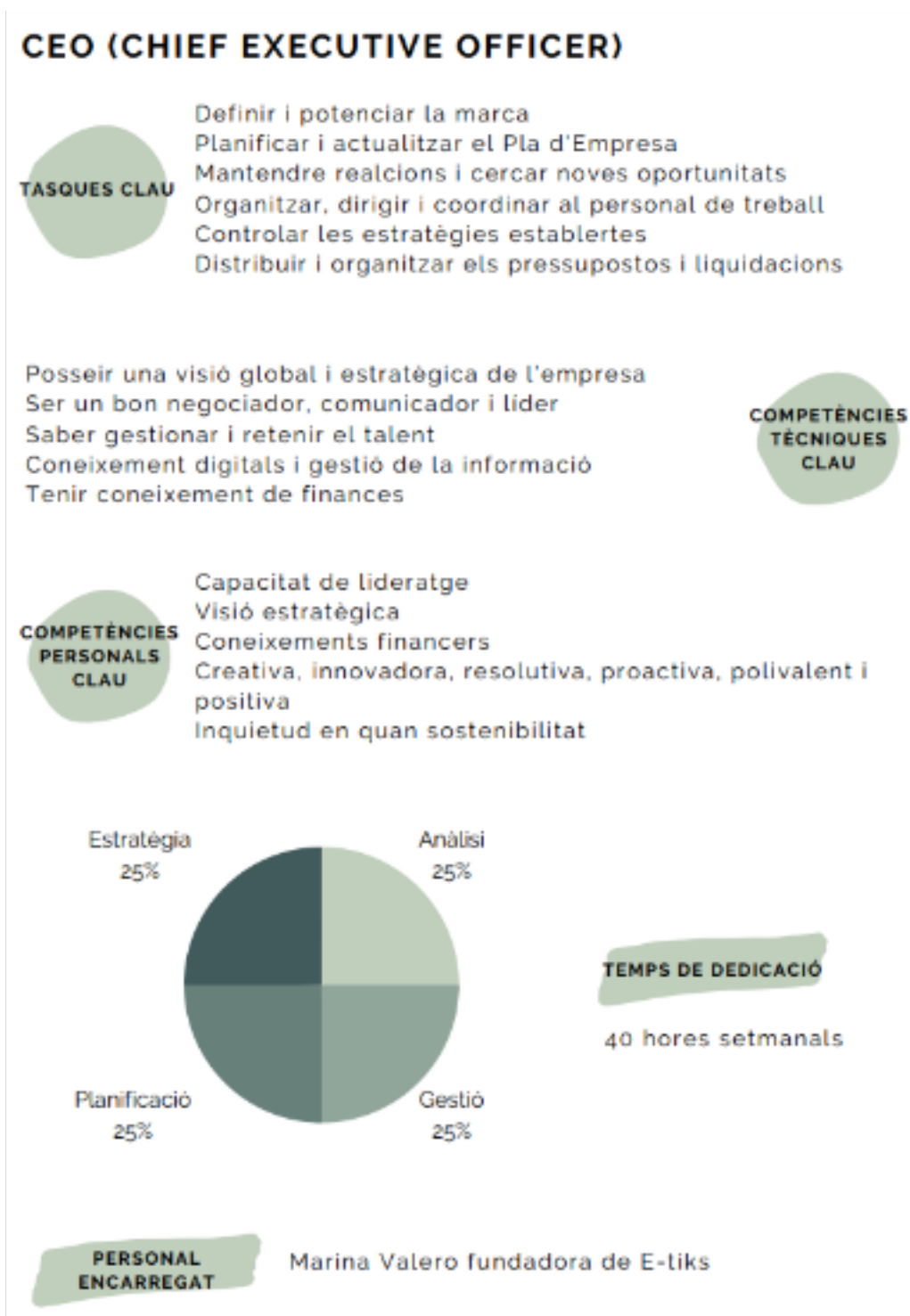
Recursos humans

- Organització del personal: defineix els llocs de treballs, les funcions i tasques que han de realitzar. A més, analitza els sistemes retributius més adients per al personal.
- Selecció de personal: Dur a terme accions per atraure els candidats més competents.
- Determina plans de formació: Amb l'objectiu de què els treballadors facin les seves funcions de manera eficient, s'ha de tenir un pla de formació per als nous integrants.
- Avalua les competències que han de millorar els treballadors, i plantejar una formació adequada al seu lloc de treball.
- Control de personal: absentisme laboral, baixes, moviments i hores extraordinàries que facin els treballadors.
- Coneix al treballador sobre la seva situació laboral dintre de l'organització.
- Administració del personal: Gestiona tràmits jurídics-administratius, com pot ser la selecció i formalització de contractes, nòmines, entre altres.
- Prevenció de riscos laborals: Elabora condicions de treball, per a prevenir riscos i preservar la salut dels treballadors.

Administració i Finances

- Gestiona els processos de tramitació administrativa amb relació a les àrees financera, comptable i fiscal.
- Realitza la gestió comptable i fiscal de l'empresa.
- Duu a terme la gestió administrativa dels processos comercials.
- Tramita i porta a cap la gestió administrativa en la presentació dels documents en diferents organismes i administracions.

Annex 20. Funcions i tasques.



CMO (CHIEF MARKETING OFFICER)

TASQUES CLAU

- Analitzar les accions, els resultats i les oportunitats
- Planificar i actualitzar el Pla de Màrqueting
- Mantenir excel·lent organització interna
- Decidir el pressupost destinat al Màrqueting
- Definir KPI's i objectius
- Analitzar el ROI

Posseir una visió global i estratègica de l'empresa
Ser un bon negociador, comunicador i líder
Saber gestionar i retenir el talent
Coneixement digitals i gestió de la informació
Tenir coneixement de finances

COMPETÈNCIES TÈCNIQUES CLAU

- Capacitat de lideratge
- Visió estratègica
- Habilitat en eines TIC
- Coneixements financers
- Creativa, innovadora, resolutiva, proactiva, polivalent i positiva
- Inquietud en quan sostenibilitat

Àrea	Porcentatge
Estratègia	25%
Anàlisi	25%
Planificació	25%
Gestió	25%

TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Laia Serrat fundadora de E-tiks

MÀRQUETING

TASQUES CLAU

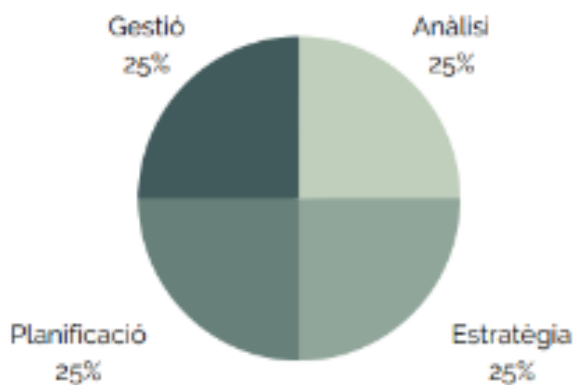
- Cercar de solucions pels usuaris
- Analitzar la competència
- Planificar i implementar estratègies d'oportunitat en canals de distribució efectius
- Analitzar i executar timings pels objectius establerts
- Prendre decisions segons pressupostos

- Habilitat en eines TIC
- Coneixements en Gestió Financera
- Aptituds en Brànding
- Experiència en el sector

COMPETÈNCIES TÈCNiques CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Capacitat de motivació d'equip
- Creativa, innovadora i analítica
- Capacitat d'aprenentatge en noves tecnologies



TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada amb jornada completa

MARKET PLACE MANAGER

TASQUES CLAU

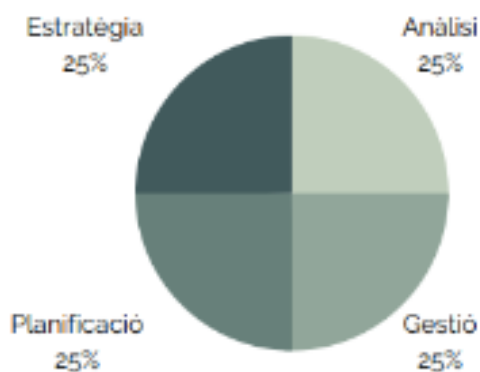
Notificar les tasques dels diferents equips i departaments
Investigar i analitzar l'usuari comprador i dissenyadors
Revisar i registrar l'anàlisi de les gestions CMS i campanyes
Elaborar estratègies SEO, SEM i del Pla d'Empresa
Realitzar de mailings
Estructurar l'organització logística

Domini de les eines del Màrqueting Digital
Coneixements de logística operacional i màrqueting digital
Capacitat analítica (mesura, anàlisi i optimització)
Domini d'analítica web
Domini d'eines tipus Excel i Outlook
Estratègia clara de gestió

COMPETÈNCIES TÈCNIQUES CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

Capacitat de lideratge
Experiència en el sector
Visió estratègica
Creativa, eloqüent, innovadora, resolutiva, proactiva i polivalent
Inquietud en quan sostenibilitat



TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada amb jornada completa

SEO/SEM

TASQUES CLAU

- Investigar i seleccionar paraules clau
- Crear anuncis online
- Optimitzar campanyes online
- Optimitzar Apps
- Analitzar i elaborar informes de les campanyes
- Crear contingut segons Keywords
- Optimitzar el SEO on page i off page

Coneixements de màrqueting
Domini d'eines de màrqueting digital com Adwords i Analytics
Coneixements algorítmics i posicionament orgànic de cercadors com Google
Capacitat analítica digital
Aptituds en codis HTML i/o CSS

COMPETÈNCIES TÈCNiques CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Creativa, comunicadora, innovadora i estratègia
- Capacitat d'aprenentatge en noves tecnologies

Tasca	Porcentatge
Informes	10%
Planificació	30%
Gestió	30%
Optimització	30%

TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa

COMMUNITY MANAGER

TASQUES CLAU

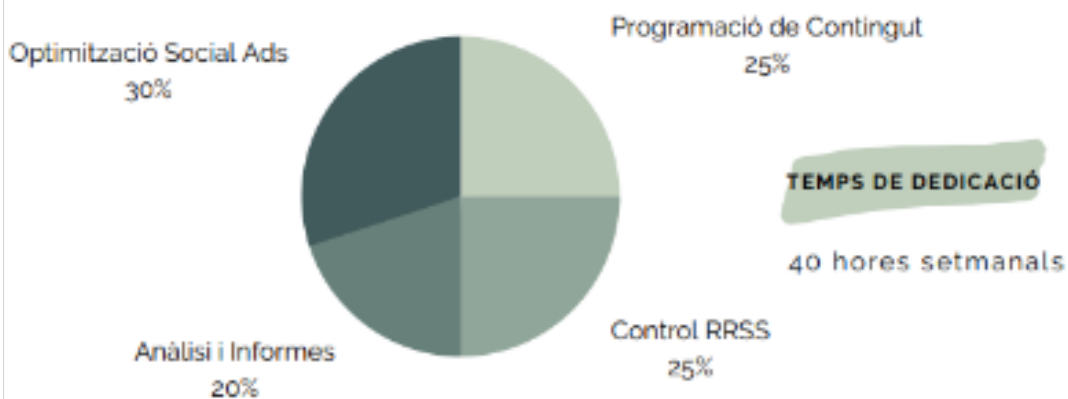
- Crear, publicar i programar contingut en RRSS
- Revisar i interactuar amb usuaris de RRSS
- Seguir les Socials Ads
- Analitzar les campanyes en xarxes
- Realitzar informes sobre resultats

- Excel·lent ortografia i gramàtica
- Capacitat de redacció
- Coneixements de màrqueting i publicitat
- Domini de les xarxes socials i socials ads

COMPETÈNCIES TÈCNiques CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Sociable, eloqüent, creativa, innovadora i analítica
- Capacitat d'aprenentatge en noves tecnologies
- Habilitats de comunicació
- Inquietud amb E-tiks
- Apassionada de les xarxes socials



TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa

COSTUMER SUCCESS MANAGER

TASQUES CLAU

- Contestar les consultes/dubtes dels usuaris compradors i fabricants/artesans
- Captar fabricants/artesans per vendre en la plataforma
- Gestionar incidències
- Comunicar els feedbacks dels clients
- Detectar i solucionar problemes en els processos de compra i ús del servei
- Fer un seguiment personalitzat de fabricats/artesans

Coneixements de màrqueting
Domini de tècniques de negociació
Habilitat en tècniques comercials

COMPETÈNCIES TÈCNIQUES CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

Capacitat de gestió
Organitzada i eloqüent
Habilitats de negociació
Clara orientació al client

Informes
20%

Venda del servei
35%

Atenció al client
45%

TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa

DISSENY I PUBLICITAT



TASQUES CLAU

- Optimitzar les ux de les plataformes
- Mantenir la imatge de Marca
- Elaborar les promocions
- Investigar els nous canals de difusió

- Coneixements de màrqueting
- Domini d'eines TIC
- Coneixements algorítmics
- Coneixements de disseny gràfic



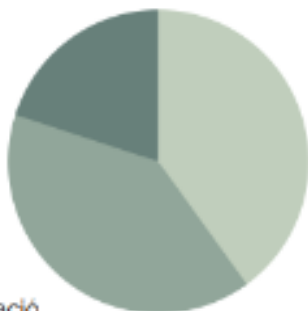
COMPETÈNCIES TÈCNIQUES CLAU



COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Creativa, comunicadora, innovadora i estratègia
- Capacitat d'investigació
- Inquietud en quan la sostenibilitat

Investigació
20%



Elaboració
40%

Optimització
40%

TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa

INFORMÀTIC

TASQUES CLAU

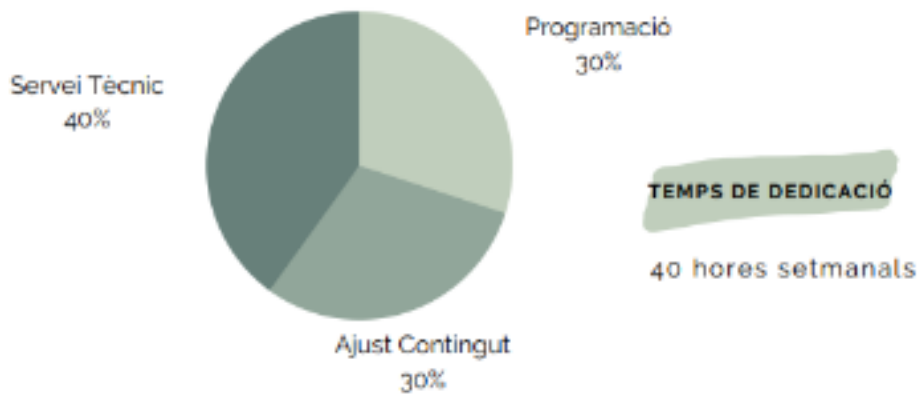
Programar la pàgina web i App
Resoldre qualsevol incidència de les plataformes
Ajustar el contingut de les plataformes, segons l'anàlisi que es faci amb el Market Place Manager i el Departament de Màrketng sobre de l'UX de la web

Programador web, Android i IOS
Domini del llenguatge HTML i CSS
Capacitat analítica per resolució de problemes informàtics

COMPETÈNCIES TÈCNIQUES CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

Organització i planificació en el lloc de treball
Creativa, innovadora i resolutive
Capacitat d'aprenentatge en noves tecnologies



TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada amb jornada completa

OPERACIONS I PROCESSOS

TASQUES CLAU

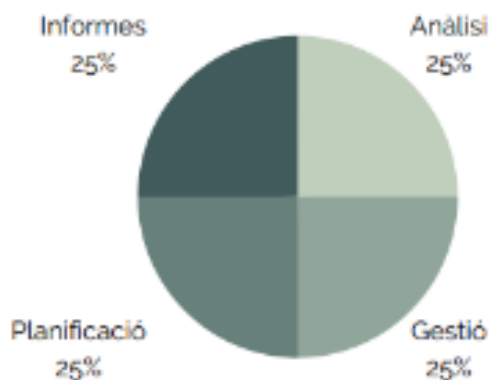
- Establir l'estratègia d'acord amb el Pla d'Empresa
- Assegurar els resultats de servei, cost i qualitat
- Garantir els requisits de la legislació vigent
- Millorar i maximitzar la productivitat
- Definir l'estratègia i política de vendes
- Gestionar el creixement de E-tiks en funció de la demanda
- Optimitzar l'eficiència en termes de servei, cost i qualitat

- Posseir una visió global i estratègica de l'empresa
- Habilitats analítiques (mesura, anàlisi i optimització)
- Tenir coneixements sobre legislacions
- Estratègia clara de gestió

COMPETÈNCIES TÈCNIQUES CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Habilitats de comunicació i organització
- Iniciativa
- Visió estratègica
- Capacitat d'optimització

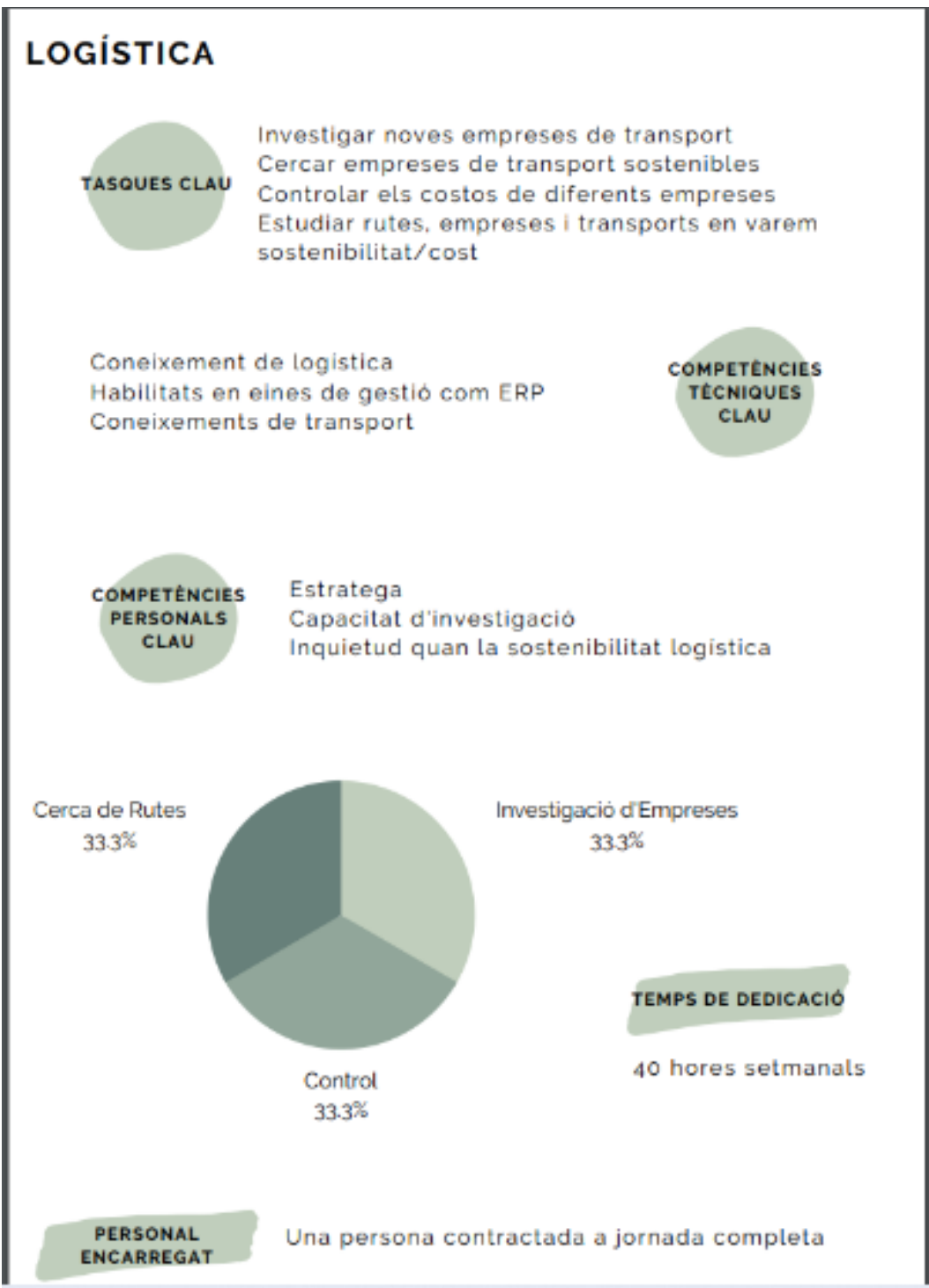


TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa



RECURSOS HUMANS

TASQUES CLAU

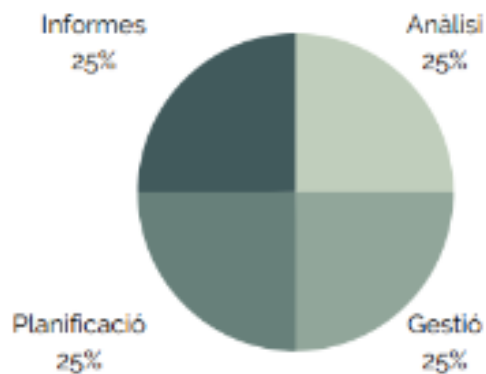
- Seleccionar i contractar el personal
- Dissenyar i descriure els llocs de treball
- Eleccionar i formalitzar contractes
- Gestionar les nòmines i SS
- Gestionar el personal: permisos, vacances, hores extres...
- Dissenyar sistemes de retribució innovadors i avaluar resultats
- Crear plans de formació
- Avaluar el potencial dels treballadors

- Gestió de talent i disseny organitzatiu
- Habilitats crítiques
- Conèxements de psicologia
- Habilitats comercials
- Gestió de relacions
- Direcció de persones i equip

COMPETÈNCIES TÈCNiques CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Habilitats de negociació i comunicació
- Capacitat de lideratge i direcció
- Iniciativa i professionalitat



TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa

ADMINISTRACIÓ I FINANCES

TASQUES CLAU

- Controlar la facturació i albarans
- Controlar els moviments i saldos
- Elaborar i supervisar els llibres obligatoris
- Registre comptable de les operacions
- Elaborar i presentar dels comptes anuals
- Pla de tresoreria

Conèxement i habilitats sobre finances i administració
Professionalitat al maneig de la informació
Destreses en informàtica

COMPETÈNCIES TÈCNiques CLAU

COMPETÈNCIES PERSONALS CLAU

- Organització i planificació en el lloc de treball
- Proactivitat i dinamisme
- Habilitats interpersonals

Activitats Financeres
50%



Activitats Administratives
50%

TEMPS DE DEDICACIÓ

40 hores setmanals

PERSONAL ENCARREGAT

Una persona contractada a jornada completa

A continuació es defineix un pla de formació pels següents llocs de treball:

Especialista SEO/SEM

Anàlisi de situació

Donada l'alta competitivitat en el món digital, E-tiks es veu amb la necessitat de comptar i contractar un software que ajudi al posicionament de la plataforma web. Aleshores, es contractarà l'eina SEMrush, per cobrir la necessitat i l'especialista SEO/SEM tindrà a la seva disposició un curs sobre com utilitzar aquesta eina i tenir un suport per fer més eficient la seva feina.

Objectius de la formació

Que l'especialista SEO/SEM aprengui a fer ús l'eina SEMrush, adquirint així nous coneixements, habilitats i tècniques de posicionament. Sent més eficient en la seva feina amb la nova eina i establint noves estratègies de posicionament.

Contingut	Funcionament de l'eina Noves estratègies SEO i SEM Anàlisi Keywords i backlinks Anàlisi de competidors Ajustar estratègies amb l'eina
Destinatari	SEO/SEM
Núm. de persones	1
Cronograma	Duració del curs de 2h en jornada laboral, tenint a disposició 2 dies per acabar el curs.
Modalitat	Online
Lloc d'impartició	Plataforma web https://www.udemy.com/

Avaluació de resultats

Es mesurarà si l'especialista ha tret profit de l'eina, tenint en compte si el nivell de tràfic ha augmentat en la plataforma des de la seva instal·lació. També es mesuraran altres variables com: taxa de rebot, augment de conversió de compra, etc.

Departament informàtic

Anàlisi de situació

Es podria donar el cas de què l'equip informàtic manqui de coneixements de UX (user experience) i UI (User interface). De manera que se'ls atorga un curs sobre UX/UI design online.

Objectius de la formació

Augmentar el coneixement en disseny usabilitat i experiència, sent més eficient en la seva feina a l'hora de programar la pàgina web.

Contingut	Investigació i prototip Disseny d'interacció Disseny d'interfície Analítica i test amb usuaris
Destinatari	Informàtic
Núm. de persones	1
Cronograma	Duració de 48h, dilluns i dimecres de 18h a 21h, 8 setmanes per acabar-lo. Es realitza fora de la jornada laboral, es computen com hores laborals.
Modalitat	Online
Lloc d'impartició	Plataforma web https://www.uxerschool.com/

Avaluació de resultats

Es mesurarà tenint en compte si el nivell de tràfic ha augmentat en la plataforma, a més de la taxa de conversió o la reducció de les comentaris sobre la usabilitat en la plataforma.

Annex 21. Valoració econòmica de recursos humans.

1. En la següent taula es detalla la retribució salarial de cada un dels treballadors de l'empresa. Les columnes en color blau representa el salari net del personal d'E-tiks, després de calcular totes les deduccions de la seguretat social.

Figura 16. Salaris nets anuals de l'equip d'E-tiks.

Categoria	Salari base	Contingències comuns 4,70%	Desocupació 1,60%	Formació professional 0,10%	IRPF 2%	Total deduccions	Salari net	Salari net anual
Chief Executive Officer	1.820,45 €	85,56 €	29,13 €	1,82 €	36,41 €	152,92 €	1.667,53 €	20.010,39 €
Chief Marketing Officer	1.820,45 €	85,56 €	29,13 €	1,82 €	36,41 €	152,92 €	1.667,53 €	20.010,39 €
Resp. Marketing	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Recursos Humans	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Operacions i Processos	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Administració i Finances	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Informàtic	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Marketplace Manager	1.468,76 €	69,03 €	23,50 €	1,47 €	29,38 €	123,38 €	1.345,38 €	16.144,61 €
Customer Success Manager	1.468,76 €	69,03 €	23,50 €	1,47 €	29,38 €	123,38 €	1.345,38 €	16.144,61 €
Community Manager	1.342,10 €	63,08 €	21,47 €	1,34 €	26,84 €	112,74 €	1.229,36 €	14.752,36 €
SEO/SEM	1.342,10 €	63,08 €	21,47 €	1,34 €	26,84 €	112,74 €	1.229,36 €	14.752,36 €
Disseny i Publicitat	1.342,10 €	63,08 €	21,47 €	1,34 €	26,84 €	112,74 €	1.229,36 €	14.752,36 €

Font: Elaboració pròpia.

2. En la següent taula es mostra el cost de recursos humans per part de l'empresa. A la taula es contemplen les despeses fixes, que és el cost per part de l'empresa en contractar a cada treballador, una vegada es calculen les cotitzacions que ha de fer front l'empresa en donar d'alta a un treballador en la seguretat social. També es determinen les despeses variables, que destaquem la formació del personal.

Figura 25. Cost empresa anual de l'equip dE-tiks.

Categoria	Salari base	Contingències comuns 23,60%	FOGASA 0,20%	Formació professional 0,60%	Desocupació 5,50%	Total cotització	Cost empresa mensual	Cost empresa anual
Chief Executive Officer	1.820,45 €	429,63 €	364,09 €	10,92 €	100,12 €	904,76 €	2.725,21 €	32.702,56 €
Chief Marketing Officer	1.821,45 €	429,86 €	364,29 €	10,93 €	100,18 €	905,26 €	2.726,71 €	32.720,53 €
Resp. Marketing	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Recursos Humans	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Operacions i Processos	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Administració i Finances	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Informàtic	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Marketplace Manager	1.468,76 €	346,63 €	293,75 €	8,81 €	80,78 €	729,97 €	2.198,73 €	26.384,80 €
Customer Success Manager	1.468,76 €	346,63 €	293,75 €	8,81 €	80,78 €	729,97 €	2.198,73 €	26.384,80 €
Community Manager	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €
SEO/SEM	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €
Disseny i Publicitat	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €

DESPESES VARIABLES	
Formació SEO/SEM	21,40 €
Formació Informàtic	465 €
TOTAL PRESSUPOST	
Despeses fixes Anual	340.971,45 €
Despeses variables Anual	486,40 €
Total	341.457,85 €

Font: Elaboració pròpia.

Finalment, després de contemplar les despeses variables, com la formació, i les despeses fixes dels salaris dels treballadors queda un import total del 341.457,85€. Aquest representa el cost total de l'empresa del departament de recursos humans.

Com a l'inici del projecte és poc viable fer front a aquest pressupost, hi ha la necessitat, en un primer moment, de reduir aquest pressupost prescindint d'algunes figures per abaratir costos. A continuació es presenta el pressupost de recursos humans reduït per a un inici del projecte. Per poder reduir l'equip, s'externalitza els departaments d'administració i recursos humans. D'un pressupost de 341.457,85€€ passem a un pressupost de 200.693,38€.

Figura 26. Cost empresa anual reduït.

Categoria	Salari base	Contingències comuns 23,60%	FOGASA 0,20%	Formació professional 0,60%	Desocupació 5,50%	Total cotització	Cost empresa mensual	Cost empresa anual
Chief Executive Officer	1.820,45 €	429,63 €	364,09 €	10,92 €	100,12 €	904,76 €	2.725,21 €	32.702,56 €
Chief Marketing Officer	1.821,45 €	429,86 €	364,29 €	10,93 €	100,18 €	905,26 €	2.726,71 €	32.720,53 €
Marketplace Manager	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Operacions i Processos	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Informàtic	1.468,76 €	346,63 €	293,75 €	8,81 €	80,78 €	729,97 €	2.198,73 €	26.384,80 €
SEO/SEM	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €
Disseny i Publicitat	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €

DESPESES VARIABLES	
Formació SEO/SEM	21,40 €
Formació Informàtic	465 €
TOTAL PRESSUPOST	
Despeses fixes Anual	200.206,98 €
Despeses variables Anual	486,40 €
Total	200.693,38 €

Font: Elaboració pròpia.

Annex 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.

Figura 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	279.348	291.116	310.870
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'explotació	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	93.842	106.311	124.164
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	90.012	103.925	123.310
Impost sobre beneficis	(13.502)	(15.589)	(36.993)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	76.510	88.336	86.317

Font: Elaboració pròpia.

- **Ingressos:** Les vendes presenten un total de 279.48 €. Aquest import és la suma dels ingressos per la quota mensuals dels artesans i fabricants, més el percentatge per volum de vendes que s'han realitzat durant l'any. En aquest escenari podem veure com les vendes augmenten any rere any.
- **Despeses:**
 - **Despeses de personal:** La partida de despeses de personal suposa 133.073€, per un equip de vuit persones. Aquesta suposa la despesa més gran de cada exercici, ja que per dur a terme el projecte, es requereix personal especialitzat i temps complet. D'aquesta manera es fa una aposta segura per l'equip, que, al cap i a la fi, és el que donarà molt de valor al servei que ofereix E-tiks. És important justificar la gran despesa en personal, ja que és complicat comptar amb un equip d'aquestes dimensions en un inici de projecte. Però en el cas d'E-tiks, és primordial fer un esforç en un equip potent i especialitzat, perquè, les sòcies fundadores no tenim experiència en negocis digitals i aquesta és la base del negoci, pel tant, hem d'invertir en un equip enfocat en el desenvolupament digital d'E-tiks.

- **Altres despeses d'exploració:** Les despeses que compren aquesta partida són el lloguer de l'oficina 3.840 €, l'assegurança del local i la responsabilitat civil, 2400 €. Després tenim les despeses de màrqueting i publicitat que en un primer moment seran 15.000 € anuals. Tot seguit, tenim les despeses del packaging 1.200 € i els serveis de gestoria i assessoria que resulta una despesa de 4.500 € l'any. Subministraments, que en aquest cas només seria la despesa del telèfon per 1.200 € i finalment el manteniment de la web que correspon a 6.000 € l'any.
- **Despeses financeres:** El préstec a llarg termini suposa unes despeses anuals de 3.829 € el primer any, de 2.386 € el segon i 854 € el tercer any.
- **Impost sobre beneficis:** Per l'empresa de nova creació, està bonificat l'impost sobre beneficis que de un 25% passa a ser un 15% sobre benefici els dos primers anys. El tercer any ja passarà al percentatge establert; un 25% sobre beneficis.

Cal remarcar, que les despeses de l'any dos i tres, s'ha aplicat un augment de l'IPC del 2%. A més, a conseqüència de l'augment de les vendes també hi hagut un augment en costos, tant en personal com en altres despeses d'exploració.

Annex 23. Pla de tresoreria.

Previsió de cobraments: E-tiks rep els cobraments únicament dels artesans i fabricants. Per una part a inicis de cada mes E-tiks reberà el pagament de les quotes dels artesans i fabricants. A finals de mes, l'artesà haurà d'ingressar a E-tiks la quantia corresponent al volum de vendes que hi ha hagut durant aquell mes en concret, és a dir el 5% de totes les vendes online i l'1% de les venes offline, realitzades gràcies a E-tiks.

- Quotes mensuals dels artesans i fabricants.
- Import per volum de vendes a final de cada mes. Per tenir control sobre aquesta gestió i posar facilitats a l'artesà i fabricant, a la plataforma d'E-tiks hi haurà factures amb tots els imports detallats sobre cada venda i l'import total que haurà d'ingressar. També tindran un telèfon d'assistència per resoldre tots els dubtes abans de realitzar la transacció.

Previsió de pagaments: S'ha de tenir en compte els pagaments als següents col·lectius;

- **Personal:** A final de cada mes s'abonarà el sou íntegre de cada treballador d'E-tiks, tal com està establert al conveni.
- **Serveis generals:** En aquest apartat tenim els serveis externs com l'assessoria fiscal i la gestoria laboral i comptable. També s'haurà de contemplar el lloguer que es paga cada mes i el subministrament del telèfon.
- **Impostos:** Hem de considerar que hi ha impostos fixos i altres periòdics. Fixos hi ha la seguretat social i IRPF del personal d'E-tiks, aquests impostos es pagaran cada mes. Després hi ha els impostos periòdics, com l'IVA de les vendes realitzades, on el seu pagament serà cada tres mesos, i l'impost de societats que es procediria a fraccionar entre el 20 d'abril, el 20 d'octubre i el 20 de setembre.

- **Pòlissa de crèdit:** La devolució de la pòlissa de crèdit es realitzarà mensualment tal com s'estableix quan es demana aquesta.

En el cas que l'empresa no pogués fer front als pagaments es procedirà a;

- Ajornar el període de pagament dels creditors.
- Disminuir els costos dels creditors per aconseguir disminuir els imports dels pagaments.
- Sol·licitar un augment del préstec, en aquesta opció s'ha d'anar amb compte de no inflar la pòlissa, ja que el que s'obtidria és augmentar despeses financeres.

A continuació es mostren els plans de tresoreria del següents escenaris;

Figura 27 . Tresoreria escenari esperat.

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Capital	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emissió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prèstecs	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279
IVA Vendes	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889
IVA a cobrar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	138.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168
Despeses de constitució	5.120											
Inversions	64.686	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	60.674	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	3.412	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fiances a llarg termini	600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Prèstecs	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis exteriors	6.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079
Despeses de personal	6.929	11.089	12.711	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468
Salari NET	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929
IRPF	0	1.622	3.243	4.865	0	0	4.865	0	0	4.865	0	0
SST	0	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422
SSE	0	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117
Despeses financeres	357	357	357	347	337	327	317	307	297	286	276	266
Despeses financeres Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA a pagar	0	0	0	1.940	0	0	13.062	0	0	13.062	0	0
Pag a compte IS		0	0	4.591	0	0	0	0	0	6.886	0	2.295
IS Empreses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SORTIDES DE CAPITAL	81.106	14.526	19.124	27.277	15.881	15.881	33.809	15.881	15.881	40.694	15.881	18.177
SALDO INICIAL	0	57.061	70.703	79.747	80.638	92.924	105.210	99.569	111.856	124.142	111.615	123.902
SALDO FINAL	57.061	70.703	79.747	80.638	92.924	105.210	99.569	111.856	124.142	111.615	123.902	133.893

La tresoreria durant els tres primers anys és positiva, ja que, com es pot observar a la figura 27. Tresoreria escenari esperat, cada mes i anys presenten un saldo final positiu. Aquesta situació és a causa de la injecció de capital del finançament per tal de cobrir les despeses del primer any, perquè es van preveure unes despeses molt elevades.

Cal dir, que els cobraments que rep E-tiks són gairebé immediats, per un costat les quotes dels artesans i fabricants es cobren a principi de cada mes i la quantitat per volum de vendes a finals de cada mes, per la qual cosa E-tiks cobra la totalitat dels seus serveis el mes en vigor.

Les sortides de diners de caixa, correspon als serveis exteriors, comentat en l'apartat de les despeses, en la qual s'ha d'abonar els pagaments cada mes, o cada tres mesos, segons el termini que hi pertoqui en cada un dels serveis.

E-tiks presenta estabilitat en el saldo de tresoreria, per tant, permet a l'empresa desenvolupar la seva activitat sense inconvenients.

A continuació s'analitzarà la tresoreria de l'escenari pessimista;

Figura 28 . Tresoreria escenari pessimista.


	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Capital	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emissió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstecs	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296
IVA Vendes	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372
IVA a cobrar	0	0	0	5.609	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	123.668	13.668	13.668	19.277	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668
Despeses de constituïdo	3.120											
Inversions	64.686	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	60.674	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	3.412	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg termini	600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Préstecs	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servels exteriors	6.014	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079
Despeses de personal	6.929	11.089	12.711	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468
Salari NET	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929
IRPF	0	1.622	3.243	4.865	0	0	4.865	0	0	4.865	0	0
SST	0	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422
SSE	0	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117
Despeses financeres	357	357	357	347	337	327	317	307	297	286	276	266
Despeses financeres Leasings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA a pagar	0	0	0	0	0	0	5.513	0	0	5.513	0	0
SORTIDES DE CAPITAL	81.106	14.526	19.124	20.746	15.881	15.881	26.259	15.881	15.881	26.259	15.881	15.881
SALDO INICIAL	0	42.562	41.704	36.247	34.779	32.565	30.352	17.761	15.547	13.334	743	-1.471
SALDO FINAL	42.562	41.704	36.247	34.779	32.565	30.352	17.761	15.547	13.334	743	-1.471	-3.684

En l'escenari pessimista, el saldo de tresoreria és positiu durant la major part de l'any. A partir del mes de novembre el saldo comença a ser negatiu. Aquest fet succeeix perquè l'empresa en demanar finançament bancari, pot subsistir deu mesos sense presentar resultats negatius, ja que si ens fixem, hi ha més sortides de capital que entrades. Aquesta situació és normal, perquè aquest escenari presenta unes vendes molt reduïdes, per tant, hi haurà menys ingressos que despeses.

Aquesta situació és difícil de solucionar, pel fet que amb la diferència que hi ha entre entrades de capital i despeses, no ens podem recolzar en el finançament aliè, perquè estaríem generant encara més deute i la situació no millora tant com perquè valgui la pena endeutar-se.

Figura 29 . Tresoreria escenari optimista.

Figura 1. Buyer Persona - Artesà - Fabricant.







DAVID GALERA

EDAT: 27 ANYS.
VIU A : MATARÓ
OCUPACIÓ: ARTESÀ
NIVELL EDUCATIU: GRAU SUPERIOR CARPINTERIA

LI MOTIVA Crear productes exclusius i de bona qualitat.	LI DESMOTIVA Que tingui tanta dificultat per donar-se a conèixer.	NECESSITATS. Poder gestionar la seva empresa d'una manera òptima, i eficaç.
METES I DESTIJOS Potenciar al màxim el seu negoci. Col·laborar amb altres artesans i fabricants. Sentir que forma part d'una comunitat	GUSTOS I AFICIIONS Li agrada les activitats de natura i aventura. Es aficionat a l'escalada.	

Font: Elaboració pròpia.

Figura 2. Resum característiques bàsiques artesans.

			
Qui són: Creadors de productes artesanals o fabricats.	Com són: Elaboren productes fet a mà, eco-friendly o biosostenibles.	Per què poden estar interessats: Tenir més visibilitat i arribar a un públic més ampli	On són: En una primera fase Zona de Catalunya.

Font: Elaboració pròpia en canva.com

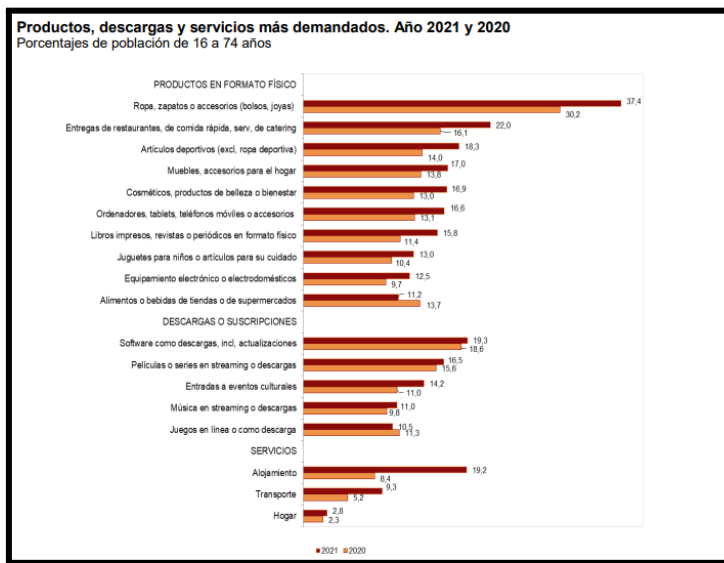
Figura 3. Consum online any 2021.

Usuarios TIC por sexo y grupos de edad. Año 2021
Porcentajes de población de 16 a 74 años

	Usuarios de Internet en los tres últimos meses	Usuarios diarios de Internet (al menos 5 días a la semana)	Personas que han comprado por Internet en los tres últimos meses
TOTAL	93,9	85,8	55,2
Por sexo			
Hombres	93,9	85,1	55,7
Mujeres	93,9	86,5	54,8
Por edad			
De 16 a 24 años	99,7	96,9	64,6

Font: Institut Nacional d'Estadística.

Figura 4. Productes consumits de manera online. (2021)



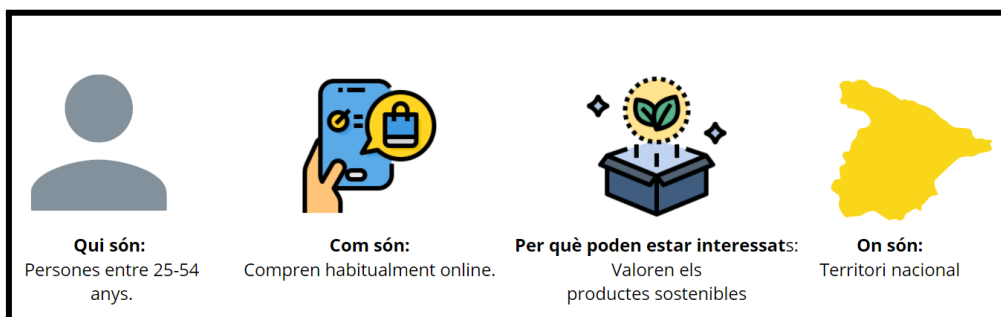
Font: Institut Nacional d'Estadística.

Figura 5. Buyer Persona - Usuari de compra.



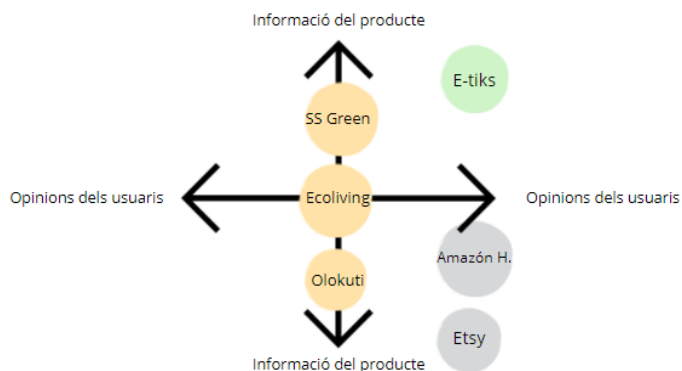
Font: Elaboració pròpia.

Figura 6. Resum visual de les característiques dels usuaris de compra.



Font: Elaboració pròpia en canva.com

Figura 7. Matriu competència.



Font: Elaboració pròpia en canva.com

Figura 8. Pressupost comunicació.

Fira artesanal COOP'ART.	120€
Instagram i Facebook Ads.	500
WhatsApp Business.	0€
Enquestes.	0€
Col·laboracions	1.800€
Mailing. (Mailify.)	120€
SEM.	2.000€
Pàgina web.	2.200€
Aplicació mòbil: App.	5.000€
Software artesans i fabricants.	9.000€
Semàfor web.	8.700 €
Vídeos	600€
Total	30.040€

Font: Elaboració pròpia.

Figura 9. Pressupost distribució.

Manteniment plataforma.	2.440 €
Manteniment aplicació mòbil.	2.720 €
Packaging.	1.200 €
Manteniment dels servidors.	840 €
Total	7.200 €

Font: Elaboració pròpia.

Figura 10. Preus tarifes.

Sense IVA	Basic	Gold	Premium
Mensualitat	90€	120€	150€
Trimestralitat	360€	480€	600€
Anualitat	1.080€	1440€	1800€

Font: Elaboració pròpia.

Figura 11. Previsió de vendes.

	Optimista			Realista			Pesimista			
	Any 1	Any 2	Any 3	Any 1	Any 2	Any 3	Any 1	Any 2	Any 3	
Artesans i fabricants	980	1019	1080	869	886	913	700	707	714	
Usuaris de compra	2000	2100	2247	1000	1020	1061	820	812	828	
Compres online	1200	1500	1700	580	600	661	500	512	550	5%
Compres offline	800	600	547	420	420	400	320	300	278	1%
Ing. tarifes	117.600	122.304	129.642	104.280	106.366	109.557	84.000	84.840	85.688	
Ing. Per volum de compra	26.973	32.130	35.886	13.169	13.566	14.697	11.186	11.345	12.011	
Ingresos compres online	23.800	29.750	33.717	11.503	11.900	13.110	9.917	10.155	10.908	
Ingresos compres offline	3.173	2.380	2.170	1.666	1.666	1.587	1.269	1.190	1.103	
Total ingresos	144.573	154.434	165.529	117.449	119.932	124.253	95.186	96.185	97.699	

Font: Elaboració pròpia.

Figura 12. Tarifes MRW.

MARKET PLACES			MARKET PLACES		
PESO	NACIONAL	PROVINCIAL	PESO	NACIONAL	PROVINCIAL
0 a 2 kg	7,02 €	4,86 €	0 a 2 kg	5,38 €	4,53 €
3 a 5 kg	9,17 €	5,92 €	3 a 5 kg	7,23 €	5,51 €
6 a 10 kg	11,35 €	8,11 €	6 a 10 kg	9,11 €	7,73 €
11 a 15 kg	13,52 €	9,75 €	11 a 15 kg	10,98 €	9,34 €
16 a 20 kg	15,69 €	11,12 €	16 a 20 kg	12,87 €	10,69 €
21 a 25 kg	19,48 €	13,03 €	21 a 25 kg	14,74 €	12,57 €
26 a 30 kg	23,62 €	15,46 €	26 a 30 kg	16,91 €	14,41 €
31 a 35 kg	25,99 €	17,01 €	31 a 35 kg	18,61 €	15,85 €
36 a 40 kg	28,58 €	18,71 €	36 a 40 kg	20,47 €	17,43 €
Cada 5 kilos	+ 4,00 € cada 5 kg	+ 2,28 € cada 5 kg	Cada 5 kilos	+ 3,60 € cada 5 kg	+ 1,82 € cada 5 kg

Font: https://www.mrw.es/servicios_transporte_urgente/MRW_transporte_nacional.asp

Figura 14. Pressupost operatiu.

Pressupost operatiu anual	
Costos fixes	
Fira artesanal	120
SEM	2000
Costos variables	
Instagram/Fbook Ads	500
Videos	600
Packaging	1200
Suministres	100
Manteniment	6000
Total	10.520

Font: Elaboració pròpia.

Figura 15. Mitja del producte i servei d'E-tiks.

	Mitjà de preus productes			Mitjà de preus tarifes
Parament	70 €		Basic	90 €
Mobiliari	1.000 €		Gold	120 €
Decoració	120 €		Premium	150 €
Mitja total	397 €		Mitja total	120 €

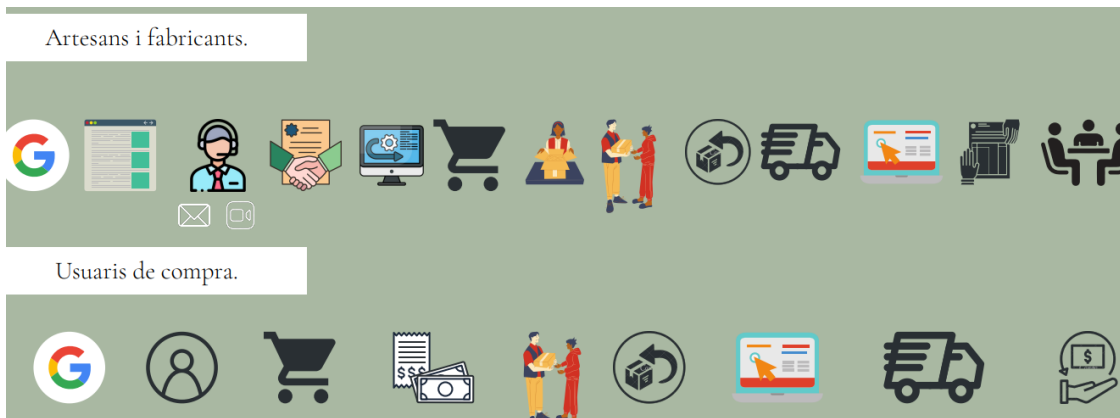
Font: Elaboració pròpia

Figura 16. Salaris nets anuals de l'equip d'E-tiks.

Categoria	Salari base	Contingències comuns 4,70%	Desocupació 1,60%	Formació professional 0,10%	IRPF 2%	Total deduccions	Salari net	Salari net anual
Chief Executive Officer	1.820,45 €	85,56 €	29,13 €	1,82 €	36,41 €	152,92 €	1.667,53 €	20.010,39 €
Chief Marketing Officer	1.820,45 €	85,56 €	29,13 €	1,82 €	36,41 €	152,92 €	1.667,53 €	20.010,39 €
Resp. Marketing	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Recursos Humans	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Operacions i Processos	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Administració i Finances	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Resp. Informàtic	1.675,02 €	78,73 €	26,80 €	1,68 €	33,50 €	140,70 €	1.534,32 €	18.411,82 €
Marketplace Manager	1.468,76 €	69,03 €	23,50 €	1,47 €	29,38 €	123,38 €	1.345,38 €	16.144,61 €
Customer Success Manager	1.468,76 €	69,03 €	23,50 €	1,47 €	29,38 €	123,38 €	1.345,38 €	16.144,61 €
Community Manager	1.342,10 €	63,08 €	21,47 €	1,34 €	26,84 €	112,74 €	1.229,36 €	14.752,36 €
SEO/SEM	1.342,10 €	63,08 €	21,47 €	1,34 €	26,84 €	112,74 €	1.229,36 €	14.752,36 €
Disseny i Publicitat	1.342,10 €	63,08 €	21,47 €	1,34 €	26,84 €	112,74 €	1.229,36 €	14.752,36 €

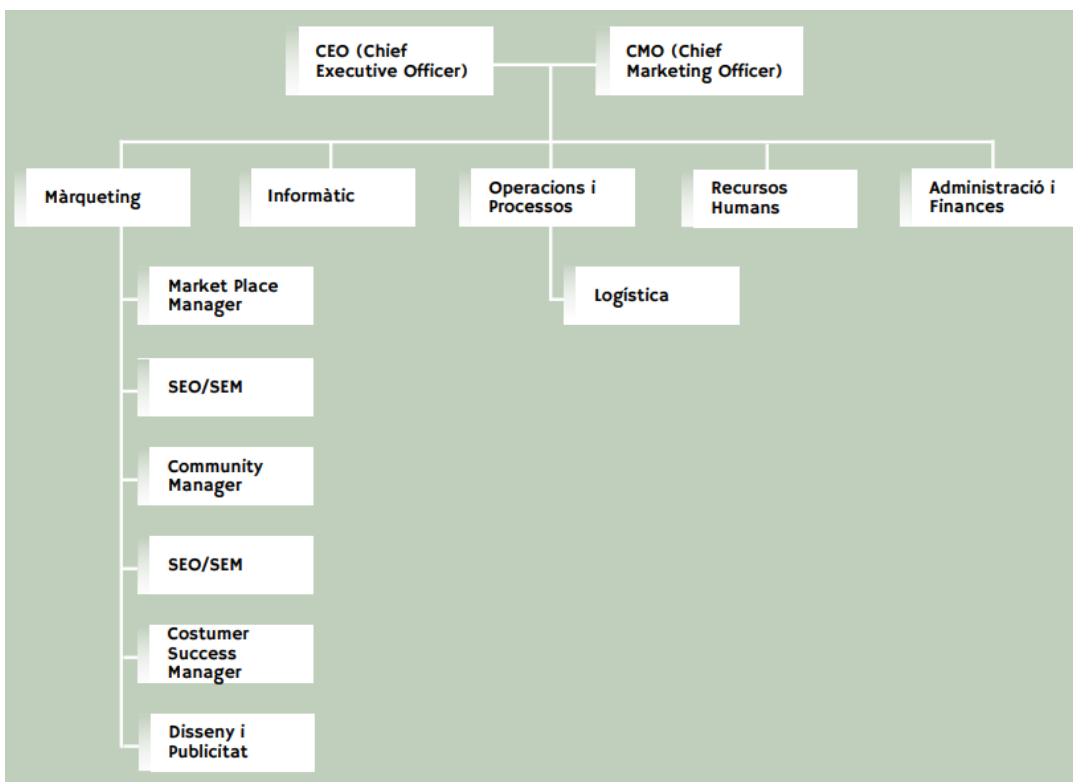
Font: Elaboració pròpia.

Figura 17. Resum visual del procés de producció del servei.



Font: Elaboració pròpia.

Figura 18. Organigrama d'E-tiks.



Font: Elaboració pròpia.

Figura 19. Taula de categories i salaris.

Categoria	Salari base (12 pagues)
Chief Executive Officer	1.820,45 €
Chief Marketing Officer	1.820,45 €
Responsable Marketing	1.675,02 €
Responsable Informàtic	1.675,02 €
Resp. Operacions i Processos	1.675,02 €
Resp. Recursos Humans	1.675,02 €
Resp. Administració i Finances	1.675,02 €
Marketplace Manager	1.468,76 €
Tècnic SEO/SEM	1.342,10 €
Community Manager	1.342,10 €
Customer Success Manager	1.468,76 €
Coordinador Disseny i Publicitat	1.342,10 €

Font: Elaboració pròpia.

Figura 20. Inversió inicial del projecte.

INVERSIONS INMATERIALS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Investigació i desenvolupament	0	0	0
Concessions administratives	0	0	0
Patents, llicències i marques	144	0	0
Drets de traspàs	0	0	0
Aplicacions informàtiques	42.000	10.000	2.000
Altres immobilitzats intangibles	8.000	0	0
Immobilitzat intangible	50.144	10.000	2.000

INVERSIONS MATERIALS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Terrenys	0	0	0
Construccions	0	0	0
Instal·lacions Tècniques	0	0	0
Maquinària	0	0	0
Utilatge	0	0	0
Altres instal·lacions	0	0	0
Mobiliari	500	350	0
Equips per a processos informació	2.000	1.000	2.000
Elements de transport	0	0	0
Altres immobilitzats materials	320	0	0
Inversions materials	2.820	1.350	2.000

DESPESES DE CONSTITUCIÓ			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
DESPESES DE CONSTITUCIÓ	3.120	0	0
TOTAL	3.120	0	0

STOCK INICIAL			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
STOCK INICIAL	0	0	0
TOTAL	0	0	0

FINANCES I DIPÒSITS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Finances a llarg termini	600	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0
TOTAL	600	0	0

TOTAL INVERSIONS	56.684	11.350	4.000
-------------------------	---------------	---------------	--------------

Font: Elaboració pròpia.

Figura 21. Càlcul préstec bancari.

PRÉSTEC		INTERÈS	PERIODICITAT	NUM QUOTES	NUM QUOTES CARENIA	QUOTA	INICI	FINAL	COMISSIÓ (%)	DESPESES	TIPUS
PRÉSTEC	IMPORT	4,000%	Mensual	36	2	3.334	01/01/2018	01/01/2021	0,50%	535	Normal
Préstec A	107.000										
Préstec B										0	
Préstec C										0	

Font: Elaboració pròpia.

Figura 22. Pèrdues i guanys escenari esperat.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	279.348	291.116	310.870
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'explotació	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	93.842	106.311	124.164
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	90.012	103.925	123.310
Impost sobre beneficis	(13.502)	(15.589)	(36.993)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	76.510	88.336	86.317

Font: Elaboració pròpia.

Figura 23. Pèrdues i guanys escenari pessimista.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	135.549	139.517	144.625
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'exploració	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	(49.957)	(45.288)	(42.081)
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	(53.787)	(47.674)	(42.935)
Impost sobre beneficis	8.068	7.151	6.440
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	(45.719)	(40.523)	(36.495)

Font: Elaboració pròpia.

Figura 23.1. Anàlisi situació patrimonial - Pessimista.

LSCap (Patrimoni Net > 1/2 Capital Social)	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Capital Social	3.000	3.000	3.000
1/2 del Capital Social	1.500	1.500	1.500
Fons Propis	-42.719	-83.242	-119.736
Préstecs participatius	0	0	0
Fons Propis a efectes LSCap	-42.719	-83.242	-119.736
Diferència	-44.219	-84.742	-121.236
	No Ok	No Ok	No Ok

LSCap (Patrimoni Net > 2/3 Capital Social)	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Capital Social	3.000	3.000	3.000
2/3 del Capital Social	2.000	2.000	2.000
Fons Propis	-42.719	-83.242	-119.736
Préstecs participatius	0	0	0
Fons Propis a efectes LSCap	-42.719	-83.242	-119.736
Diferència	-44.719	-85.242	-121.736
	No Ok	No Ok	No Ok

Font: Elaboració pròpia.

Figura 24. Pèrdues i guanys escenari optimista.

Pèrdues i Guanys	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Vendes	511.793	540.039	594.080
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(133.073)	(133.073)	(133.073)
Altres despeses d'explotació	(36.595)	(31.151)	(31.774)
Amortització de l'immobilitzat	(15.839)	(20.582)	(21.860)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	326.287	355.233	407.374
Despeses financeres	(3.829)	(2.386)	(854)
B) RESULTAT FINANCER	(3.829)	(2.386)	(854)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	322.458	352.847	406.520
Impost sobre beneficis	(49.492)	(55.569)	(121.956)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	272.966	297.278	284.564

Font: Elaboració pròpia.

Figura 24.1. Pèrdues i guanys escenari optimista.

ANÀLISIS SITUACIÓ PATRIMONIAL				
LSCap (Patrimoni Net > 1/2 Capital Social)	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020	
Capital Social	3.000	3.000	3.000	
1/2 del Capital Social	1.500	1.500	1.500	
Fons Propis	275.966	573.244	857.808	
Préstecs participatius	0	0	0	
Fons Propis a efectes LSCap	275.966	573.244	857.808	
Diferència	274.466	571.744	856.308	
	Ok	Ok	Ok	
LSCap (Patrimoni Net > 2/3 Capital Social)	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020	
Capital Social	3.000	3.000	3.000	
2/3 del Capital Social	2.000	2.000	2.000	
Fons Propis	275.966	573.244	857.808	
Préstecs participatius	0	0	0	
Fons Propis a efectes LSCap	275.966	573.244	857.808	
Diferència	273.966	571.244	855.808	
	Ok	Ok	Ok	

Figura 25. Cost empresa anual de l'equip dE-tiks.

Categoria	Salari base	Contingències comuns 23,60%	FOGASA 0,20%	Formació professional 0,60%	Desocupació 5,50%	Total cotització	Cost empresa mensual	Cost empresa anual
Chief Executive Officer	1.820,45 €	429,63 €	364,09 €	10,92 €	100,12 €	904,76 €	2.725,21 €	32.702,56 €
Chief Marketing Officer	1.821,45 €	429,86 €	364,29 €	10,93 €	100,18 €	905,26 €	2.726,71 €	32.720,53 €
Resp. Marketing	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Recursos Humans	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Operacions i Processos	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Administració i Finances	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Resp. Informàtic	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Marketplace Manager	1.468,76 €	346,63 €	293,75 €	8,81 €	80,78 €	729,97 €	2.198,73 €	26.384,80 €
Customer Success Manager	1.468,76 €	346,63 €	293,75 €	8,81 €	80,78 €	729,97 €	2.198,73 €	26.384,80 €
Community Manager	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €
SEO/SEM	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €
Disseny i Publicitat	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €

DESPESES VARIABLES	
Formació SEO/SEM	21,40 €
Formació Informàtic	465 €
TOTAL PRESSUPOST	
Despeses fixes Anual	340.971,45 €
Despeses variables Anual	486,40 €
Total	341.457,85 €

Font: Elaboració pròpia.

Figura 26. Cost empresa anual reduït.

Categoria	Salari base	Contingències comuns 23,60%	FOGASA 0,20%	Formació professional 0,60%	Desocupació 5,50%	Total cotització	Cost empresa mensual	Cost empresa anual
Chief Executive Officer	1.820,45 €	429,63 €	364,09 €	10,92 €	100,12 €	904,76 €	2.725,21 €	32.702,56 €
Chief Marketing Officer	1.821,45 €	429,86 €	364,29 €	10,93 €	100,18 €	905,26 €	2.726,71 €	32.720,53 €
Marketplace Manager	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Operacions i Processos	1.675,02 €	395,30 €	335,00 €	10,05 €	92,13 €	832,48 €	2.507,50 €	30.090,06 €
Informàtic	1.468,76 €	346,63 €	293,75 €	8,81 €	80,78 €	729,97 €	2.198,73 €	26.384,80 €
SEO/SEM	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €
Disseny i Publicitat	1.342,10 €	316,74 €	268,42 €	8,05 €	73,82 €	667,02 €	2.009,12 €	24.109,48 €

DESPESES VARIABLES	
Formació SEO/SEM	21,40 €
Formació Informàtic	465 €
TOTAL PRESSUPOST	
Despeses fixes Anual	200.206,98 €
Despeses variables Anual	486,40 €
Total	200.693,38 €

Font: Elaboració pròpia

Figura 27 . Tresoreria escenari esperat.

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Capital	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emissió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prèstecs	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279	23.279
IVA Vendes	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889	4.889
IVA a cobrar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	138.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168	28.168
Despeses de constitució	5.120											
Inversions	64.686	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	60.674	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	3.412	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg termini	600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Prèstecs	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis exteriors	6.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079
Despeses de personal	6.929	11.089	12.711	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468
Salari NET	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929
IRPF	0	1.622	3.243	4.865	0	0	4.865	0	0	4.865	0	0
SST	0	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422
SSE	0	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117
Despeses financeres	357	357	357	347	337	327	317	307	297	286	276	266
Despeses financeres Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA a pagar	0	0	0	1.940	0	0	13.062	0	0	13.062	0	0
Pag a compte IS		0	0	4.591	0	0	0	0	0	6.886	0	2.295
IS Empreses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Font: Elaboració pròpia

Figura 28 . Tresoreria escenari pessimista.

	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18
Capital	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emissió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstecs	107.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vendes	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296	11.296
IVA Vendes	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372	2.372
IVA a cobrar	0	0	0	5.609	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	123.668	13.668	13.668	19.277	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668	13.668
Despeses de constituïdó	3.120											
Inversions	64.686	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	60.674	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	3.412	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg termini	600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finançament	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Préstecs	0	0	2.977	2.987	2.997	3.007	3.017	3.027	3.037	3.047	3.058	3.068
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servels exteriors	6.014	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079	3.079
Despeses de personal	6.929	11.089	12.711	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468	14.333	9.468	9.468
Salari NET	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929	6.929
IRPF	0	1.622	3.243	4.865	0	0	4.865	0	0	4.865	0	0
SST	0	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422	422
SSE	0	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117	2.117
Despeses financeres	357	357	357	347	337	327	317	307	297	286	276	266
Despeses financeres Leasings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA a pagar	0	0	0	0	0	0	5.513	0	0	5.513	0	0

Font: Elaboració pròpia

Figura 29 . Tresoreria escenari optimista.

