

MOONBOX

Nom dels estudiants: Mar Navarro i Mariona Rams

Nom del tutor/a: Màrian Buil

Data: 20 de juny del 2018

MEMÒRIA 3

Curs: 2017 - 2018

Estudis: Doble titulació Administració d'Empreses i Màrqueting

ÍNDEX

CONCEPTUALITZACIÓ I JUSTIFICACIÓ DEL NEGOCI

1. INTRODUCCIÓ

- 1.1. Delimitació i justificació del projecte d'emprenedoria
- 1.2. Característiques personals i motivacions de l'equip emprenedor
- 1.3. Relació amb assignatures cursades

2. CLIENTS

- 2.1. Sector, activitat i tendències
- 2.2. Identificació del públic objectiu
- 2.3. Procés de compra
- 2.4. Model de negoci i ingressos

3. PROPOSTA DE VALOR

- 3.1. Definició
- 3.2. Testeig
- 3.3. Quota a assolir

4. COMPETÈNCIA

- 4.1. Anàlisi de la competència
- 4.2. Matriu de competència
- 4.3. Corba de valor
- 4.4. Anàlisi DAFO
- 4.5. Anàlisi Canvas

5. JUSTIFICACIÓ DEL GRAU D'INNOVACIÓ/ADEQUACIÓ REAL DE LA IDEA DE NEGOCI

6. CRONOGRAMA

PLA DE MÀRQUETING

7. PORTAFOLI DE PRODUCTES/SERVEIS

8. PLA DE COMUNICACIÓ

8.1. Procés de comunicació del primer any pre, durant i post venda

8.2. Mitjans

8.3. Canals de comunicació bidireccionals

8.4. MVP. Producte viable mínim

8.4.1. Hipòtesis i entrevistes

8.4.2. Sorteig

8.5. Pressupost del pla de comunicació

9. CANALS DE DISTRIBUCIÓ

9.1. Canals o vies de distribució

9.2. Relació amb el client

9.3. Paper dels intermediaris

9.4. Pressupost de distribució

10. POLÍTICA DE PREUS

10.1. Estratègia de preus per incorporar el producte al mercat

10.2. Sistema de fixació de preus

10.3. Variables que puguin afectar a l'estratègia de preus

10.4. Previsió de vendes

11. ANÀLISI DE LES 4P's I 4C's

PLA D'OPERACIONS

12. PROCÉS DE PRODUCCIÓ

12.1. Elaboració del producte i prestació del servei

12.2. Tecnologia implementada i inversió

12.3. Gestió d'estocs

13. ACTIVITATS I RECURSOS CLAU DEL PROCÉS DE PRODUCCIÓ

13.1. Pla de contingència

14. PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ

15. PLA D'ORGANITZACIÓ I RR HH

15.1. Organigrama

15.2. Funcions i tasques dels llocs de treball

15.3. Política retributiva

15.4. Valoració econòmica del pla de recursos humans

16. PLA JURÍDIC-FISCAL

16.1. Constitució de l'empresa

16.2. Previsió de la normativa específica a complir

17. PLA ECONÒMIC-FINANCER

17.1. Previsió d'inversions i finançament

17.2. Previsió d'ingressos i despeses del primer any

17.3. Pla de tresoreria del primer any

17.4. Conclusions i viabilitat

18. CONCLUSIONS

19. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

20. ANNEXOS

Resum

Les MOONBOX són unes capses pensades per dones embarassades o mares recents, que a través d'un model per subscripció, s'envien cada trimestre al domicili de la mare.

Resumen

Las MOONBOX són unas cajas pensadas para mujeres embarazadas o madres recientes, que mediante un modelo por suscripción, se envían trimestralmente al domicilio de la madre.

Abstract

MOONBOX are boxes designed for pregnant women or new mothers, which are sent quarterly to the mother's home through a subscription model.

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Delimitació i justificació del projecte d'emprenedoria

“MOONBOX és una *mysterybox* trimestral per acompanyar a la dona durant i després de l'embaràs”.

Consisteix en una capsa enviada a domicili trimestralment, la qual conté una sèrie de productes pensats per mimar la dona durant els mesos de gestació i l'etapa posterior al part. Aquests seran escollits adaptats al moment en el que es troba la dona. Es volen tenir en compte diferents característiques com el mes de gestació en el que es troba o els mesos del nadó, el sexe d'aquest i símptomes o al·lèrgies durant l'embaràs. Tot i tenir en compte aquests aspectes la **MOONMUM** no sabrà què hi haurà dins la capsa fins a obrir-la, d'aquesta manera juguem amb el **factor sorpresa** i despertem la curiositat, il·lusió i felicitat del moment de les nostres usuàries al obrir la MOONBOX.

Tots els proveïdors, productes i materials aniran acord amb els nostres valors envers **l'ecologia, sostenibilitat i un estil de vida natural**. Darrera la creació i l'enviament de les MOONBOX volem aportar el nostre petit gra de sorra i apostar per aquelles empreses que treballen amb persones amb dificultats d'inserció laboral i discapacitats.

A més a més volem treballar amb petites i mitjanes marques i/o empreses del món de la cosmètica que tenen en compte tot estil de materials naturals pels seus productes. D'aquesta manera donem la possibilitat de donar a conèixer i provar aquestes marques de qualitat amb varies combinacions a les nostres capsas.

En un inici hi haurà una única tipologia de caixa MOONBOX que contindrà quatre productes.

Les MOONBOX també inclouran contingut informatiu, ja siguin petites revistes, llibres o taules d'exercicis per no perdre la rutina esportiva d'aquelles mares que en practiquen. Sabem que la majoria de dones embarassades tenen canvis constants tant hormonals com físics, i és per això que les volem ajudar i aconsellar amb contingut rellevant per a la seva salut. Comptarem amb experts i tota l'atenció i control adient que necessitin.

S'ha de tenir en compte que el preu que paguin les subscriptores sempre serà menor a la suma dels preus per separat de tots els productes de la capsa. També, que la

duració i utilitat d'aquests serà d'un trimestre aproximadament, per així poder gaudir de tots ells durant els tres mesos i que cap supleixi la utilitat d'un altre o el pugui substituir, tots tindran funcions diferents.

Amb aquest projecte volem despertar i mantenir les ganes de les dones embarassades per sentir-se desitjades en tot moment i esperar amb il·lusió la MOONBOX de cada trimestre. També de poder gaudir en parella d'aquesta nova etapa mantenint la passió de sempre i mimant a la peça clau d'aquest moment tan especial. No hi ha res millor que cuidar-se de la manera més natural i ecològica possible, i MOONBOX n'és tota una experta!

Al ser un projecte de la Doble Titulació Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació & Màrqueting i Comunitats Digitals, així com ser dues integrants a l'equip, desenvolparem el Pla d'empresa de MOONBOX i realitzarem el Pla de Comunicació amb profunditat.

1.2. Característiques personals i motivacions de l'equip emprenedor

D'aquesta idea de projecte sorgida d'una pluja d'idees de l'assignatura "Creació d'empreses" en volem fer una realitat. De totes les ganes i temps que hi hem i ens queden per dedicar-hi en volem fer una passió, i sobretot que en puguem aprendre, equivocar-nos, tornar-nos a aixecar i créixer com a persones i empresa.

Aquest projecte ve creat per tres estudiants del doble Grau en Administració d'Empreses i Màrqueting, dues d'elles en som nosaltres, la Mariona Rams i la Mar Navarro, les que realitzarem el treball, comptant amb el suport i l'ajuda de l'Adriana Buch que és la nostra companya dins d'aquest apassionant projecte. Les tres el tirarem endavant.

Mai ens arribaríem a imaginar que una idea sorgida del no res ens portes a voler seguir creixent amb programes com el ***Weekend Challenge*** o ***Explorer***.

Al Weekend Challenge ens hi vàrem apuntar per provar l'experiència, meditar la idea i sobretot per aprofitar oportunitats úniques que proporciona el Tecnocampus per estudiants i que no hem aprofitat fins a cinquè any de carrera, era ara o mai.

Vàrem saber defensar bé la nostra posició i explicar el que volíem fer, i tot i no guanyar el concurs, moltes de les persones que eren allà i que portaven tot un cap de setmana escoltant-nos, ajudant-nos... ens van animar a seguir i tirar-ho endavant sense cap dubte. Per nosaltres no era important guanyar, sinó poder continuar i fer-ho realitat fora d'aquell programa. I així hem seguit.

La Mariona és una persona molt activa i sincera, sempre va amb la veritat per endavant i vol tenir les coses enllestides a temps i sempre de la millor manera. Té coneixements molt amplis en Administració d'Empreses i Màrqueting, i ha realitzat pràctiques en una agència de màrqueting digital, una empresa de moda i actualment al departament de màrqueting de Breinco, una empresa de paviments i mobiliari urbà. Té la possibilitat de seguir-hi treballant en un futur però el seu somni no és aquest, és MOONBOX.

Un dels punts febles que la Mariona es veu i vol millorar, és el desconeixement o inexperiència per emprendre un projecte de principi a fi. A moltes assignatures cursades aquests anys ens han ensenyat a portar a terme projectes emprenedors, però mai aprofundint o dedicant-hi tot el temps i experiència que requereixen.

Per afrontar aquest punt febre principal que té la Mariona hem presentat el projecte al programa Explorer, per que ens ajudin a tirar-lo endavant amb l'ajuda necessària. Poc a poc, i amb els anys anirem guanyant experiència i coneixement.

En canvi la Mar, és una persona molt treballadora i amb una experiència laboral de tres anys en una gestoria de Mataró. Té la capacitat d'aprendre amb rapidesa i les ganes per no deixar mai d'adquirir coneixement. Però sempre la traeixen els nervis i la inseguretat.

Li agrada tenir les coses clares i veure-hi un resultat, sinó no hi confia. Ha d'aprendre a deixar de banda aquesta por i tirar-se a la piscina quan és el moment. Sempre i quan tenint seny i consciència. Per afrontar aquestes pors la Mar intentarà veure les coses d'es d'un altre punt de vista, molt més positiu i treballant amb constància per veure bons resultats.

Un dels punts febles que coincideixen en totes les integrants de l'equip és el desconeixement del món de la maternitat. Tenim la sort però, que tenim accés a molt de contingut informatiu com llibres, articles, revistes i blogs i la possibilitat de mantenir

contacte amb dones que actualment es troben embarassades. Pensem que és el millor per empatitzar amb l'usuari final.

Un segon punt feble de l'equip és que les tres integrants que el formem tenim la mateixa formació encara que haguem treballat a llocs totalment diferents, però com a punt a destacar, encara que tinguem personalitats diferents ens complementem de la millor manera possible.

De moment i per començar volem continuar sent tres, per veure com ens en sortim i com ens repartim la feina. Tot hi que necessitem el servei d'altres empreses, així com l'empresa externa que farà les caixes i les enviarà. També, haurem de contractar una gestoria per a la presentació d'impostos, contestació de requeriments i gestió laboral.

Per tenir en compte els plans de futur i contractar nou personal amb el que treballar, utilitzarem la xarxa social de LinkedIn per publicar les ofertes de treball. També, realitzarem convenis amb universitats per tenir becaris i un personal jove i emprenedor.

Volem mantenir l'esperit jove i emprenedor per tots els treballadors de l'empresa, que tinguin motivació i ganes de fer créixer el negoci. Per motivar-los i que segueixin amb ganes de treballar els hi oferirem un horari de treball flexible, sempre i quan les hores diàries siguin realitzades. També organitzarem activitats grupals i sortides per incentivar l'aportació d'idees i tenir la ment oberta durant uns dies. Volem que totes aquelles persones que hi treballin es prenguin la feina com una diversió i no una obligació, que puguin aportar tot estil de crítiques i comentaris per millorar com empresa i com a persones.

Gràcies a la realització d'aquest projecte i la creació d'una empresa real ens farà endinsar-nos al gran món de possibilitats que hi ha fora de la universitat i valorar tot l'esforç i temps que s'hi ha de dedicar perquè les coses sorgeixin com un vol.

Sabem que el podem i volem tirar endavant, però del que també en som conscients és que ningú ens farà renunciar a una passió ni a cap somni com és aquest.

1.3. Relació amb assignatures cursades

Cursar una doble titulació et proporciona poder adquirir un munt d'ampli coneixement, tant per part del grau d'Administració d'Empreses com pel de Màrqueting.

Com la majoria d'estudiants, sabem que sempre hi ha assignatures que agraden més o menys, d'altres que pensem que es repeteix el contingut i d'altres que mai oblides.

Algunes d'aquelles que ens han deixat empremta són per exemple l'assignatura **“d'Estratègies de publicitat i promoció”**. Aquesta ens va aportar un gran aprenentatge publicitari i molt interessant a l'hora de crear qualsevol campanya publicitària i totes les varietats i canals de promoció que hi ha. La professora també ens va enganxar molt i això va fer que encara la gaudíssim més.

Dins l'àmbit emprenedor, assignatures com **“Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica”**, **“Emprenedoria”**, **“Disseny i execució d'una campanya de màrqueting”**... Totes aquestes ens han ajudat a saber obrir la nostra ment i ser el màxim creatives possibles, com ho requerien els corresponents professors. Sabem que ens han ajudat en el moment en que ho hem hagut de posar en pràctica al món real.

Per altra banda, però no menys importants, trobem aquelles assignatures més dedicades a les finances i que requereixen més atenció i concentració, com per exemple, **“Fonaments d'economia”**, **“Fonaments de matemàtiques per a l'empresa”**, **“Introducció a la comptabilitat”**... Aquestes són algunes de les que ens han resultat més complicades al llarg de la carrera i més difícils de superar, però mai sense perdre les ganes d'aprendre i seguir endavant.

Són assignatures que t'inicien en el món financer i que cal tocar si es vol crear una empresa, és una part essencial per sostenir qualsevol negoci i créixer. Gràcies a aquestes hem adquirit uns coneixements bàsics i primordials, els quals utilitzarem per iniciar l'activitat de MOONBOX.

Totes les assignatures de la carrera tenen un petit o gran pes pel nostre coneixement, i totes elles són útils perquè quan sortim al món laboral sapiguem identificar quan cal utilitzar una o altre.

2. CLIENTS

2.1. Sector, activitat i tendències

Per tal de veure la viabilitat de MOONBOX en el mercat espanyol, hem fet una recerca d'informació oficial per comprovar quina és la situació del sector puericultor i matern a Espanya.

Segons l'institut nacional d'estadística, durant l'any 2016 hi varen haver 390.059 naixements a Espanya (sense tenir en compte les illes Canàries, Ceuta i Melilla). Durant el primer semestre del 2017, han estat 178.222 els naixements i intuïm que l'any ha acabat amb una xifra menor a la de l'any anterior. Punt negatiu pel públic objectiu el qual tractarem i explicarem més endavant.

La mateixa pàgina web ens ha proporcionat les edats que les dones tenen els primers fills. Sabem que l'edat mitjana de la dona quan té el primer fill/a és de 31,33 anys. Pel segon és de 33,69 anys i pel tercer i quart fill 34,49 anys. Amb aquestes dades podem saber aproximadament quina edat té el nostre públic objectiu.

El sector al qual MOONBOX va dirigit és el de la puericultora i la maternitat. Els dos van molt relacionats al tractar el món del nadó, la mare i tots els àmbits que l'envolten. La puericultora tracta sobre el desenvolupament saludable i la cria dels nens.

El comerç al qual ens dediquem és **Discovery Commerce**, el concepte és d'origen americà i es basa en el comerç electrònic a través del canal en línia. La principal diferència amb la venda tradicional per Internet, ve pels productes, els que normalment són mostres proporcionades pels proveïdors i on els clients els adquireixen a través d'una subscripció mensual. Els productes més comprats pel canal en línia són, **aigua, llet, paper higiènic, cremes de bellesa i colònies**.

Hem pogut comprovar amb les enquestes realitzades que les dones acostumen a comprar per internet productes cotidians i essencials a casa, com aigua, llet, galetes... I també el que prefereixen comprar de manera directe són aquells productes frescos, com carn, peix i verdura.

Segons un informe del Consell Econòmic i Social d'Espanya, ens diu que durant l'any 2016 el comerç electrònic a Espanya va ser d'un 23,3% més respecte a el 2015, una despesa aproximadament uns 22 milions d'euro. Espanya es considera el quart país

de la Unió Europea en el rànquing de vendes en línia i que només la superen el Regne Unit, Alemanya i França.

El perfil més freqüent en la utilització del comerç electrònic són els homes d'entre 35 i 49 anys, de classe mitjana - alta, amb estudis universitaris i residents a ciutats de més de 100.000 habitants. En canvi les dones tenen d'entre 35 i 49 anys, amb una feina a jornada completa i de classe mitjana. Aquestes dades ens ajuden a saber amb més exactitud quin serà el nostre públic objectiu i quines característiques els acompanyaran.

També sabem que la cosmètica i productes naturals i ecològics són els que creen tendència avui en dia i que és un sector que no deixa d'evolucionar. Només a Espanya durant els últims anys, ha **augmentat un 40%** la demanda interna de productes ecològics. Això ens fa reconèixer uns canvis del perfil del consumidor i una major cura de la pròpia salut i amb el medi ambient. D'aquesta manera sabem cap a on enfocar els productes que volem dins les MOONBOX, els que les usuàries volen.

Aquestes marques més ecològiques i sostenibles acostumen a ser petites o mitjanes empreses, però també n'hi ha d'altres com Etnia, de Barcelona, que ofereix productes cosmètics 100% naturals o TH Pharma, que utilitza cèl·lules mare amb productes per la pell a un preu assequible. Aquestes empreses busquen innovar i crear noves combinacions amb el màxim % de productes naturals i evitant els químics.

Per estudiar a fons el cas de MOONBOX ens centrarem en aquell públic que compra per Internet, tant homes com dones, i aquell % que utilitza o prefereix els productes ecològics pel seu dia a dia. Tant el factor compra per Internet, com els productes ecològics estan creixent molt avui en dia, per això, creiem que ens trobem en un mercat en creixement constant i que podem aconseguir gran part d'aquesta població.

Per estudiar la quota a assolir utilitzarem el nombre de dones que varen estar embarassades durant l'any 2016, que van comprar per Internet en aquella època, si rebien o no assessorament durant l'embaràs...

2.2. Identificació del públic objectiu

Per tal d'identificar i diferenciar els diferents públics objectius hem creat una plantilla Excel amb totes les possibilitats i les característiques que els defineixen, com per exemple, edat, hàbits de compra, si es troben o no a les xarxes socials, si seria possible fidelitzar-los...

PÚBLIC OBJECTIU

Dins del públic objectiu, hi ha els clients i usuaris finals. Diferenciarem entre perfil 1 i perfil 2.

EI PERFIL 1, són les *MOONMUM*, aquelles dones que actualment estan embarassades o tenen un nadó de menys d'un any.

- **Dones embarassades.** Mares que estan entre el mes 0 i 9 de l'embaràs. Embarassades del primer fill o ja en tenen d'altres. Viuen a la península d'Espanya (ni Canàries, Ceuta i Melilla). De mitjana, tenen entre 31 i 34 anys. Estan casades, en parella o solteres. Un poder adquisitiu mitjà - alt. Estan esperant un nadó i tenen moltes pors i incerteses referents a la maternitat. Encara tenen temps per elles, però pensen més en el fill. Necessiten sentir-se més ateses. El seu cos està canviant i tenen por de no tornar a recuperar la figura que tenien abans de l'embaràs. Busquen els productes més adients per l'embaràs, volen que no tinguin químics ni substàncies nocives, busquen productes ecològics. Tenen moltes emocions a flor de pell i els hi agraden les sorpreses. Estan a les xarxes socials, majoritàriament a Instagram, Facebook, Youtube i Pinterest, segueixen a *influencers* i interactuen amb elles. Busquen informació per Internet, llegeixen blogs i webs però els hi costa trobar contingut de qualitat i fiable. És un públic que acostuma a comprar per Internet.
- **Dones amb un nadó de menys d'un any.** Dones que tenen un o diversos nadons d'entre 0 i 12 mesos. Viuen a la península d'Espanya (ni Canàries, Ceuta i Melilla). De mitjana, tenen entre 31 i 34 anys. Estan casades, en parella o solteres. El seu poder adquisitiu és mitjà - alt. Ja han tingut el nadó i s'estan recuperant de l'embaràs. El seu cos

avança lentament. Busquen productes més enfocats per a elles, per sentir-se guapes i cuidades. En alguns casos apareix la depressió post part. Són dones que en general no tenen temps i per elles menys. Són més pràctiques, ja que optimitzen i aprofiten el temps lliure que tenen. Compren a través d'Internet. Busquen comunitats de mares per poder compartir experiències i dubtes. Estan a les xarxes socials com: Instagram, Facebook, Youtube i Pinterest.

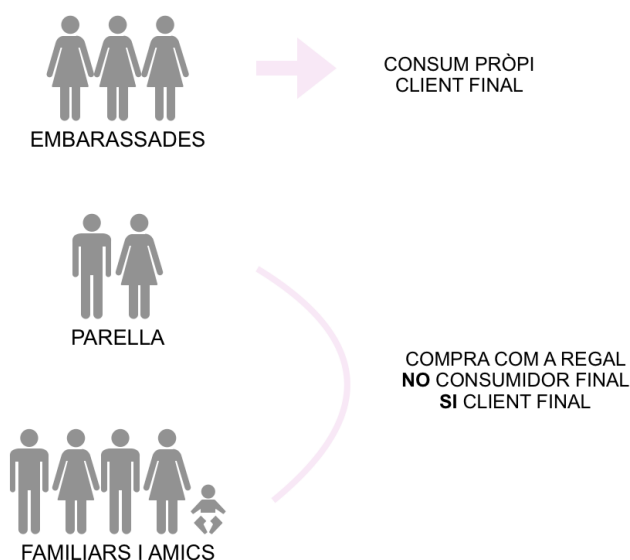
EI PERFIL 2, dins d'aquest grup inclourem les parelles, amics i familiars de les MOONMUM'S (perfil 1).

- **Les parelles de les MOONMUM.** Homes i dones. Viuen a Espanya o fora. Tenen més de 30 anys. Volen acompanyar a la seva parella en aquest procés conjunt i la volen cuidar i mimar de la millor manera i amb els productes més naturals possibles. Estan a les Xarxes Socials i compren per Internet. En algunes ocasions són el nostre client final (tot hi que no el consumidor final).
- **Familiars (pares, avis, tiets...) i amics.** Homes i dones, que viuen a Espanya o fora. Volen recolzar la mare en tot moment i fer-li un regal per cuidar-la i mimar-la, sense descuidar al nadó. A vegades, no saben què regalar a la dona embarassada i creuen que els regals van més enfocats al nadó que a la mare.

2.3. Procés de compra

Les persones que intervenen en el nostre procés de compra són varies, ja que, no és necessari que l'usuari que compra el producte sigui el consumidor final. Per identificar-los crearem un **buyer persona**, on nomenarem quins poden ser els nostres clients potencials i característiques que els defineixen.

Imatge 1. Usuaris possibles procés de compra



Font pròpia

En primer lloc tenim les dones embarassades i dones que tenen un nadó de menys d'un any. Aquestes seran les consumidores i clientes finals de les MOONBOX i per tant també les que se subscriuran a la nostra web. Elles pagaran la quota trimestral o pack escollit. Per aquest usuari de compra, tenim que el consumidor i el client són la mateixa persona.

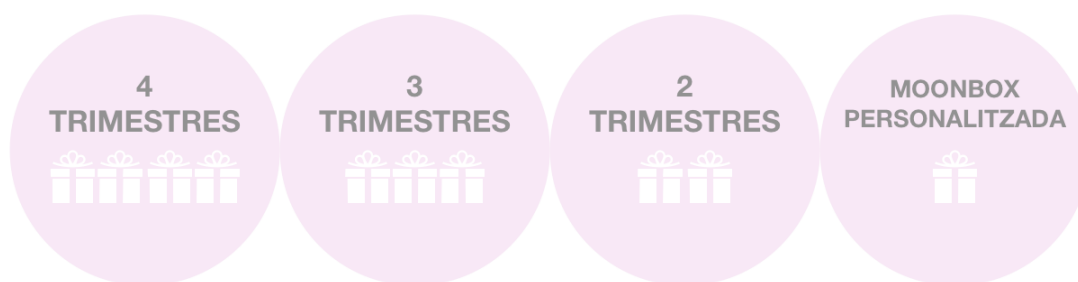
Pels que són la parella, familiars o amics de la dona embarassada, tenim que els consumidors i clients finals són diferents.

Si decidissin regalar una MOONBOX, estarien en el perfil de clients finals, ja que serien ells els que en pagarien la subscripció i seria l'embarassada la consumidora de la capsa.

2.4. Model de negoci i ingressos

El model de negoci i ingressos implementat per tots aquells usuaris que vulguin comprar una MOONBOX serà per **subscripció**. Per cada trimestre o pack s'haurà de pagar una quota fixa, escollir la modalitat de caixa i no hi haurà permanència mínima. Les opcions de subscripció seran:

Imatge 2. Model de negoci per subscripció



Font pròpia

1. Quatre trimestres - te la possibilitat de rebre quatre capses MOONBOX des del moment en que ho decideixi i sense influenciar en els mesos en els que es troba. Les quatre capses estan pensades per l'inici de l'embaràs fins a tenir al nadó. Aquesta és la màxima subscripció que es podrà fer. També es farà un únic pagament a l'inici del servei per les quatre capses.
2. Tres trimestres - rebrà tres capses MOONBOX. Es farà un únic pagament a l'inici del servei per les tres capses.
3. Dos trimestres - rebrà dues capses MOONBOX, la primera el primer mes de subscripció i la següent al passar els tres mesos de la primera capsa. Les dues capses cobriran sis mesos. Es farà un únic pagament a l'inici del servei per les dues capses.
4. MOONBOX personalitzada - rebrà una única capsa MOONBOX, la qual serà escollida i personalitzada per la subscriptora. Té la possibilitat d'escollir tots els productes que vol que hi siguin dins la capsa. La rebrà entre 2-3 dies laborables. Aquesta tindrà una duració de tres mesos i si la subscriptora ho desitja podrà ampliar la permanència amb nosaltres subscribint-se més trimestres.

Aquells que contractin les subscripcions per packs tindran el benefici d'obtenir les capses més econòmiques que si es comprassin mes a mes.

Com que som conscients de la caducitat del model d'ingressos per subscripció, tindrem una *shop* a la web que funcionarà com un **E-commerce**, d'aquesta manera tenim una altra font d'ingressos. Els productes que es podran comprar a la *shop* son tots amb els que treballarem i que la clienta es pot trobar dins de la MOONBOX. D'aquesta manera si alguna mare ha provat un producte de dins la MOONBOX i li ha agradat molt, te la possibilitat de posteriorment adquirir-lo a la *shop* amb un descompte especial per ella.

Finalment, portarem a terme un últim model d'ingressos que serà mitjançant **publicitat**. Al poder ajuntar diferents marques concretes amb els seus productes, proporciona un coneixement d'aquestes pel consumidor final. Esperem que en un futur les marques ens coneguin i siguin elles les que contactin amb nosaltres per aparèixer a MOONBOX.

3. PROPOSTA DE VALOR

3.1. Definició

Durant l'embaràs la dona pateix canvis físics, emocionals, canvis en la sexualitat i sobretot dolors. És una etapa on la mare experimenta diferents sensacions i reaccions en funció a l'entorn, el moment i la situació personal en la qual es troba. Té tant sentiments de felicitat com inquietuds, pors i inseguretat. Físicament se sent menys atractiva i desitjada. Podríem seguir nomenant característiques negatives de l'embaràs com moltes mares saben però...

Així és com NO volem que se sentin les nostres MOONMUM'S. Per nosaltres elles seran el centre d'atenció de tots els que l'envolten i se sentira única i atractiva. Tindrà ganes de sortir al carrer i provar tot allò que pugui anar bé per la seva salut i ben estar. Òbviament, se sentirà més desanimada i amb canvis hormonals constants, però comptarà amb l'ajuda de MOONBOX per cuidar-se, conèixer i aprendre de nous productes i marques *eco-healthy* de la manera més divertida i sorprenent.

Missió, Visió i Valors de MOONBOX

Missió: Connectar marques sostenibles i ecològiques amb dones embarassades i mares recents, enviant trimestralment una caixa al seu domicili.

Visió: Ser referents en productes ecològics i sostenibles especialitzats per dones embarassades. Contemplar la caixa com el regal perfecte. Que les marques vulguin aparèixer a les MOONBOX.

Valors: Empatia, responsabilitat, respecte, carinyo i il·lusió.

Proposta de valor

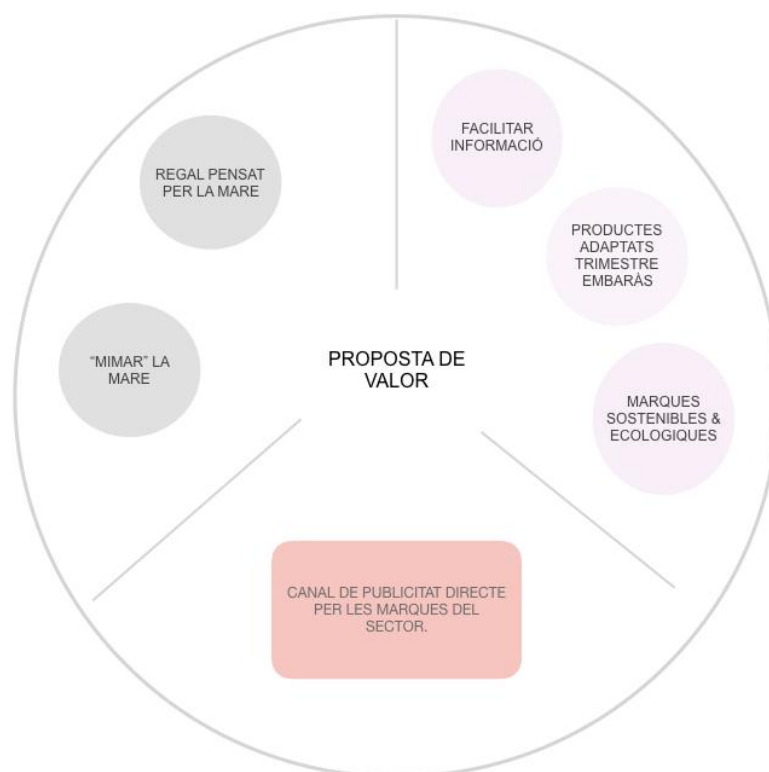
La proposta de valor que genera MOONBOX gira entorn a tres perfil diferenciats: les mares, els familiars/amics/parella i les marques

MOONBOX ofereix a les mares l'oportunitat de descobrir una selecció de productes naturals, ecològics i sostenibles adaptats al trimestre que es troben de l'embaràs amb l'objectiu de cobrir les necessitats físiques, emocionals i dubtes durant aquest període de la mare.

Així mateix oferim als familiars, parella i amics de l'embarassada un regal pensat exclusivament per mimar a la mare.

A la vegada, a través de les MOONBOX les marques tenen un canal de publicitat directe per arribar a usuària final.

Imatge 3. Proposta de valor MOONBOX



Font pròpia

Beneficis

El principal benefici que aconsegueix MOONBOX en l'àmbit emocional és aconseguir que les dones se sentin ateses i acompanyar-les juntament la il·lusió i la felicitat d'aquesta nova etapa. MOONBOX vol proporcionar la màxima comoditat i facilitat per la gestació de la manera més natural i ecològica possible.

3.2. Testeig

Hem realitzat una enquesta a través de la plataforma Google Forms (bit.ly/EnquestaMoonbox). L'enquesta anava dirigida tant al PERFIL 1 com el PERFIL 2 que hem descrit anteriorment en el punt 2.2 Identificació del públic objectiu. Com a recordatori, el perfil 1 són les dones embarassades o amb un nadó de menys d'un any i el perfil 2 són parelles, amics i familiars.

La finalitat de l'enquesta amb les dones del **PERFIL 1**, era saber si elles comprarien la subscripció MOONBOX o si els hi agradaria que els hi regalessin (és a dir, el perfil 2 a l'1) la subscripció.

Mentre que la finalitat amb el **PERFIL 2**, era saber si estarien disposats a regalar una subscripció MOONBOX (al perfil 1) i quant estarien disposats a pagar. Aprofitem però, que dins del PERFIL 2 hi ha dones que ja han estat embarassades en un passat i els hi formulem unes preguntes diferents per conèixer més a la dona quan està en període de gestació.

L'enquesta l'hem distribuït les quatre membres de l'equip MOONBOX a través de la xarxa Whatsapp a coneguts i familiars. Alguns d'ells l'han reenviat a contactes seus que podrien ser del nostre interès. Per l'edat que tenim i amb la gent que ens movem, el perfil que ens costava més trobar eren dones embarassades i amb nadons de menys d'un any. Per aquesta raó vàrem decidir enviar l'enquesta a diferents *influencers* d'Instagram que estan actualment embarassades o tenen nadons.

En total, hem obtingut una mostra de 152 respostes, que la seguirem treballant i ampliant per la següent entrega, ja que en alguns perfils no hem obtingut suficients respostes i per tant no són representatives. Analitzarem doncs les respostes en funció del perfil.

PERFIL 1, dones embarassades o amb nadó de menys d'un any:

Dones que es troben actualment embarassades (12 respostes)

El **92%** de les dones embarassades enquestades afirmen que durant l'embaràs necessiten un *carinyo* extra i una ajuda per sentir-se millor.

El **50%** d'aquestes dones pagarien una subscripció mensual d'entre 15€ - 25€.

I el **75%** d'elles els hi agradaria que els hi regalessin la subscripció mentre que el **25%** restant prefereixen que els regals vagin més enfocats al nadó.

Dones que tenen un nadó de menys d'un any (9 respostes)

El **56%** de les dones enquestades que tenen un nadó de menys d'un any pagarien una subscripció mensual per mimar-se. Pagarien entre 15€ - 25€.

I el **67%** li agradaria que li regalessin una subscripció MOONBOX.

Els productes que hauria de contenir la MOONBOX varien en funció de la persona, els que més han marcat són:

- El **23,3%** d'aquestes dones voldrien consells de maternitat. També ens trobem que un 13,3% volen consells per mantenir la forma i un 6,7% per prevenir la depressió post part.
- El 18,3% d'elles els hi agradaria que hi hagués algun detall pel nadó.
- El 15% d'elles voldrien regals per a dues persones.
- El 13,3% d'elles els hi agrada la idea de la cosmètica natural
- El 10% voldria conèixer noves marques.

Feedbacks que ens han donat EL PERFIL 1:

Valoren la qualitat del producte i els valors que l'acompanyen, ens parlen del fet que siguin lliures de químics i que ajudin a donar a conèixer empreses que hi ha darrere. El concepte agrada i ens diuen que es queden amb la intriga de què hi hauria dins de la MOONBOX. També, ens parlen que s'ha d'anar amb compte perquè és una època delicada per la dona i ens venen productes com que són saludables i fiables i després no ho són (referint-se a alimentació i teràpies). Volen contingut de qualitat, ja que demanen llibres, blogs i webs que puguin ajudar a la dona, es parla d'una mala informació a la xarxa. Les mares demanen també que hi hagi una comunitat on puguin compartir experiències, dubtes... Algun perfil de mare demana que elles mateixes es puguin personalitzar la caixa, ja que parlen de necessitats diferents en funció del moment i de la mare.

En l'àmbit digital, de les dones del perfil 1 podem dir:

- El **95%** d'elles utilitza les Xarxes Socials.
- El 80% estan a Instagram.
- El 75% estan a Facebook.
- El 45% estan a Youtube.
- El 35% estan a Pinterest.
- El 1% està a Twitter.

Conclusions testeig PERFIL 1:

La mostra que tenim d'aquest perfil és de 21 dones.

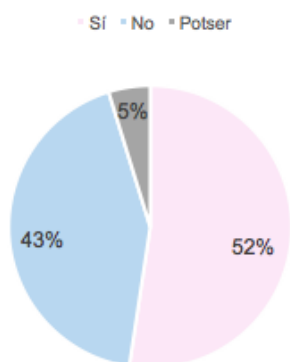
El **55%** d'elles pagarien una subscripció d'entre 15 € - 25 €.

El **71%** d'elles, els hi agradaria que els hi regalessin subscripció MOONBOX, mentre que les 29% restants prefereixen regals pel nadó.

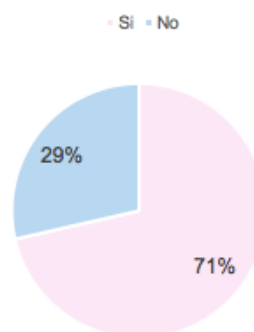
A continuació hi trobem els gràfics corresponents a aquestes dades.

Gràfic 1 i 2. Perfil 1

Dones que pagarien subscripció MOONBOX



Dones que els hi agradaria que li regalessin subscripció MOONBOX



Font pròpia

PERFIL 2, parella, familiars i amics:

Dones que són mares (78 respostes)

Tenim una mostra de 78 dones que són mares però que ni estan embarassades actualment, ni tenen un nadó de menys d'un any. El **74,35%** d'aquestes dones enquestades reconeix que durant el seu embaràs hagués necessitat un *carinyo* extra mentre que el 25,64% diu que no en necessitaven.

Haurien pagat una subscripció MOONBOX per elles?

El **35,89%** d'aquestes dones haurien pagat una MOONBOX per elles, un 19,23% no l'hauria pagat però li hagués agradat que li regalessin, un 10,25% de les dones potser l'hauria pagat i un 34,16% no l'hauria pagat.

D'aquestes dones que s'haurien subscrit a MOONBOX, el **37,7%** haurien pagat entre **15 € i 25 €**, el 22,22% no saben quant haurien pagat, l'11% haurien pagat entre 26 € i 36 € i el 2,22% restant hauria pagat més de 37 €.

Regalarien una subscripció MOONBOX?

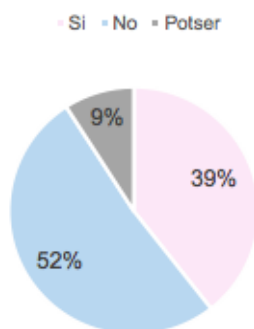
El **44,87%** d'aquestes dones sí que regalarien una MOONBOX a una dona embarassada, mentre que el 33,33% no li regalaria i el 21,79% restant **potser** li regalaria.

Del 67,94% (44,87%+21,79%) de les dones que sí que estarien disposades a regalar MOONBOX a una amiga/familiar. El 51,92% d'elles pagaria entre 15 € i 25 €, el 40,38% no sap quant pagaria, el 5,76% pagaria entre 26 € i 36 €, l'1,19% pagaria més de 37 euros.

Per tant, si agrupem aquest perfil 2 de dones amb les del perfil 1. Ens surt una mostra de 99 respostes on el **39%** d'elles hagués pagat una subscripció a MOONBOX.

Gràfic 3. Dones que pagarien subscripció MOONBOX

Dones que pagarien o haguessin pagat subscripció MOONBOX



Font pròpia

Dones que no són mares (21 respostes) i Homes (32 respostes)

El **88,67%** d'aquest públic creu que els regals durant l'embaràs van més enfocats al bebè que a la mare. El 59,57% d'aquests, regalaria una subscripció MOONBOX, mentre que el 25,53% no la regalaria, hi ha un 14,89% que potser la regalarien.

D'aquest 74,46% que estaria disposat a regalar una subscripció MOONBOX, el 77,14% d'ells pagarien entre 15 €-25 €, l'11,42% pagarien entre 26 €-36 €, el 8,57% no sap quant pagaria i el 2,85% restant pagaria més de 37 € per la subscripció mensual.

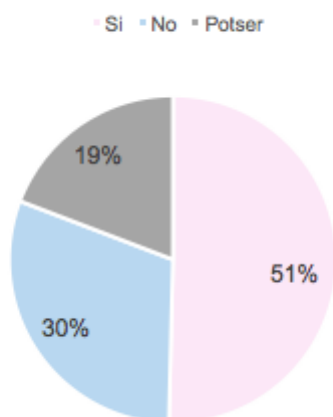
Conclusions testeig PERFIL 2:

Per saber si el PERFIL 2 regalaria la subscripció MOONBOX al PERFIL 1, agafem una mostra de 125 respostes, que inclouen les enquestes fetes a dones que són mares, dones que no són mares i a homes. El 51% dels enquestats del perfil 2, regalarien una subscripció MOONBOX a una dona embarassada. El 30% no ho regalaria i el 19% restant potser.

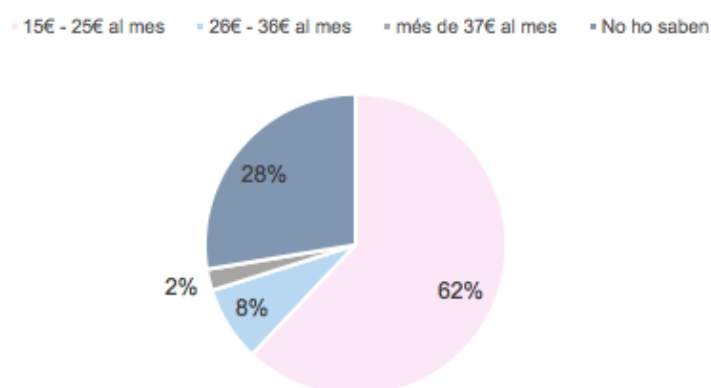
Del 70% (51%+19%) enquestats que estarien disposats a regalar subscripció MOONBOX. El 62% pagarien entre 15 € - 25 € al mes. El 8% pagarien entre 26 € - 36 € al mes. El 2% més de 37 € al mes i el 28% no sap quant estaria disposat a pagar.

Gràfic 4 i 5. Perfil 2

Regalarien una MOONBOX a la dona embarassada



Quant estarien disposats a pagar



Font pròpia

3.3. Quota a assolir

Per fixar una quota a assolir per MOONBOX ens hem basat en dades de l'any 2016. Primer hem hagut de saber quantes dones hi ha a Espanya i quantes d'elles varen tenir fills durant aquell any.

- Total de dones durant l'any 2016: **23.693.293**
- Dones a Espanya durant l'any 2016 d'entre 25 - 39 anys: **3.956.014**.
- Naixements any 2016 a Espanya: **390.059**. Representa un 1,65% del total de dones a Espanya.

Ara hem d'intentar reduir aquesta dada per saber aproximadament quin % de dones es subscriurien a MOONBOX.

Relacionem aquests naixements amb les 99 enquestes realitzades en un principi. Sabem que un 13,3% d'aquestes prefereixen la cosmètica natural, el que significa unes 14 dones aproximadament.

També sabem que un 39% d'aquestes 14 dones es subscriuria a MOONBOX. El que representa unes 5,5 dones, un 5,56% del total.

Aquest 5,56% l'hem multiplicat pel total de dones que varen estar embarassades durant l'any 2016. Això representa un total de 21687 dones.

Al ser una dada força gran l'hem volgut reduir un 75% per les següents causes:

- La mostra de 99 enquestes és insignificant en comparació al total de naixements que hi va haver l'any 2016.
- En el moment en que MOONBOX pugui sortir al mercat no sabem quina situació socio-econòmica hi haurà en el nostre país. Es podrà considerar un producte car o barat depenent de la societat i el seu nivell.
- La mostra de 99 enquestes no va dirigida directament al públic objectiu definit.

Al reduir aquesta mostra un 75% ens quedem amb un total de **5421 subscripcions**, el 25% restant. En un principi aquesta seria la màxima quota a la que podríem arribar si el públic fos tant reduït.

Com es pot observar al compte de pèrdues i guanys, hem calculat que el **primer any** guanyaríem un total de **1.000 subscripcions**. Això representa un 18,45% de les 5.421. En canvi, pel **segon any** les subscripcions a assolir són de **2.320**, més del 40% de la quota màxima que havíem calculat en un principi.

Perquè sigui un resultat fiable ens hem fixat en les subscripcions que varen obtenir una empresa de la nostra antiga “competència”, **NONABOX**, la qual ja no existeix. Nonabox la va comprar eShop Ventures i més tard l’empresa va tancar per pèrdues.

L’empresa es va llançar al mercat l’any 2012 i durant l’any 2013 van obtenir un total de 10.000 subscripcions. D’aquesta manera veiem que ens aproximem a una xifra raonable i assequible dins d’aquest mercat.

4. COMPETÈNCIA

4.1. Anàlisi de la competència

Ens trobem en un mercat on la competència no és abundant però que s'ha de tenir en compte per oferir el millor servei respecte ells. Uns dels nostres principals competidors són **BEBENUBE** i **TUBEBOX**.

Bebenube consisteix en una caixa mensual sorpresa amb productes pel bebè, el preu de la caixa és de 24,90 €/mes en el cas que es triïn subscripcions individuals. Els productes no van enfocats a la mare com els de MOONBOX, però depèn de la dona és més sensible a comprar productes pel nadó que per ella. Les caixetes contenen entre 5/7 productes. Igual que la MOONBOX, també està pensada perquè te la regalin. Estan presents a les Xarxes Socials i com a punt fort destaquem Instagram amb 36.300 seguidors i Facebook amb 26.592 seguidors.

En canvi **Tubebox**, el seu model de negoci principal no és la subscripció, és una pàgina on hi ha diferents idees per regalar al nadó i embarassades. Entre les opcions que hi ha a la web, hi ha una opció que és una subscripció de 3 caixes pel nadó sorpreses a un preu de 149 €/les tres caixes. A més a més, hi ha el servei de personalitzar cistelles i hi han diferents cistelles ja fetes pensades pel nadó, l'embarassada, la mare o el pare. El preu de la cistella individual és de 59 €/aproximadament. Estan presents a les Xarxes Socials i tenen un blog. Compten amb 36.300 seguidors a Instagram i 26.592 a Facebook.

No existeixen empreses a Espanya que ofereixen un servei de subscripció dirigit a les dones embarassades o amb nadons de menys d'un any. A l'estranger sí que n'hi ha. El que sí que ens trobem són serveis de subscripció de cosmètica i en destaquem quatre. **BIRCHBOX**, **GUAPA BOX**, **BODYBOX** i **GREENMOODBOX**.

Birchbox cada mes et permet descobrir una selecció personalitzada de 5 productes de cosmètica i bellesa. És una marca pionera al món i que està molt ben posicionada. Els productes que contenen les caixes són mini talles i la caixa té un preu de 10,95 €/mes. Tenen 2,5 milions de seguidors a Facebook i 65.300 a Instagram. **Guapabox** és una caixa d'alta cosmètica que et permet provar, aprendre i gaudir noves marques, té un preu de 15,95 €/mes. **Bodybox** es defineix com la caixa de bellesa i té un preu de

16 €/mes. Finalment, **Greenmood box**, et permet descobrir productes de bellesa, alimentació i *eco lifestyle*, es caracteritzen per fomentar el consum responsable i estan compromesos amb matèries primeres i proveïdors 100% ecològics i sostenibles. És una marca nova al mercat i no està posicionada com les altres, tot hi que és la que ofereix una proposta de valor més diferenciada. El preu de la caixa és de 25 €.

Com hem mencionat anteriorment, si ens fixem en el mercat internacional, sí que existeixen caixes de subscripció per mares. En concret a EEUU.

Una de les més popularitzades són les **BUMP BOXES**, també de el Canadà i EEUU destaquem **ECOCENTRIC MOM**. D'Anglaterra destaquem el concepte de **THE FIT BUMP BOX, PROJECTB i MAMAMEBOX**.

Bump box es defineixen com la caixa de subscripció mensual per l'embaràs. Productes per la mare i el nadó, per cada etapa de l'embaràs fins al primer any del nadó. La caixa conté productes orgànics i naturals. Té un cost de 39,99 €/mes. Tenen Xarxes Socials i ressaltem els 45.000 seguidors a facebook i els 18.000 a Instagram. **Econcentric mom**, vol mimar a la mare amb una caixa mensual de productes orgànics i *eco-friendly*. No està pensada només per la mare embarassada, va més enllà. El cost de la subscripció és de 27,99\$/mes. Està present a les Xarxes Socials i ressaltem els 11.900 seguidors a Instagram i els 6.500 a Facebook i Instagram.

A Anglaterra, aquest tipus de model encara no és tan popular. **The fit bump box**, és una idea diferent del que volem realitzar però no menys important. A the fit bump box diuen que si et mantens sana, en forma i segura durant l'embaràs... recuperaràs el teu cos més ràpid. T'envien una caixa, que conté tots els materials per poder realitzar els exercicis d'esport a casa, i et donen accés a una plataforma on trobaràs un pla nutricional per l'embaràs i post part, els exercicis, guies... Tenen una comunitat. El cost és de 69 Lliures l'any. Les caixes de **Project b**, estan pensades per a partir del quart mes de l'embaràs, tenen un cost de 14,99 lliures i contenen productes nutritius i informació i assessorament d'experts. A Facebook són 11.477 seguidors. **MamaMEbox** és una subscripció mensual que conté 5 productes en una caixa. Dissenyada per ajudar a les mares i que gaudeixin del nadó. Té un cost de 25 lliures/mes són productes majoritàriament orgànics, tot hi que també contenen alimentació (com xocolata), productes per la dutxa, espelmes i detalls de bijuteria i papereria.

També hem de tenir en compte la competència dels blogs que hi ha a Internet. Alguns d'ells són: **Verdelis, Una madre molona, Estoreta...** El contingut que tenen aquests són molt similars als nostres, ja que, aporten informació molt extensa i parla de molts temes variats com nosaltres.

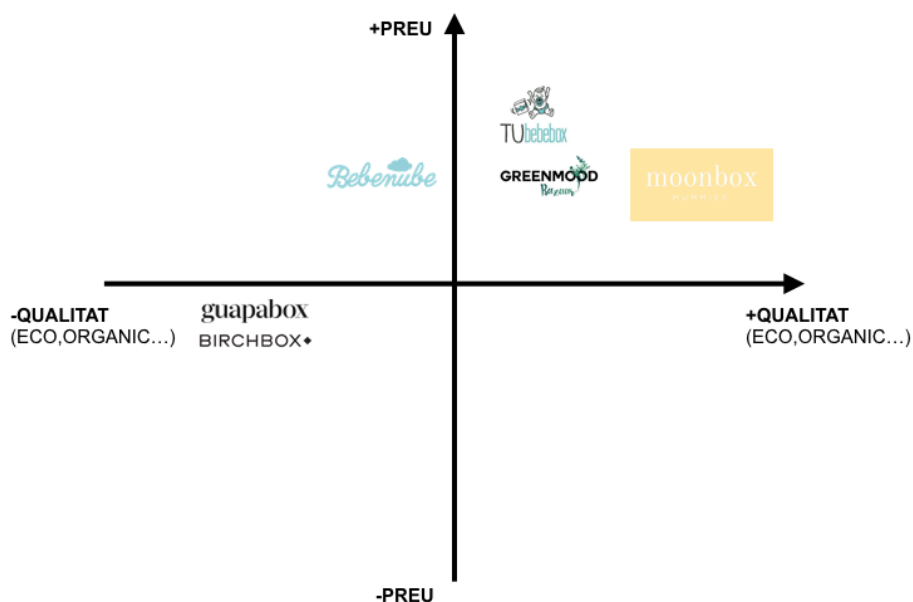
Per tal de realitzar les publicacions del blog de la madre del grupo també ens hem guiat per altres comunitats, no per copiar el contingut, però sí per tenir una idea de com dirigir-nos al nostre públic i com tractar-los. Alguns exemples són el “foro de madres” de **mi bebé y yo, sóc petit y planeta mamá.**

4.2. Matriu de competència

Per estudiar més a fons la nostra competència hem realitzat dues matrius en l'àmbit de competència nacional i una a escala internacional. Dins de cada gràfic hem considerat aquelles empreses més competents en el sector i les que veiem més similars pel que fa a servei i gestió de producte. També hem posicionat MOONBOX dins del gràfic segons el nostre criteri.

A continuació podreu veure les següents matrius.

Gràfic 6. Matriu nacional 1



Font pròpia

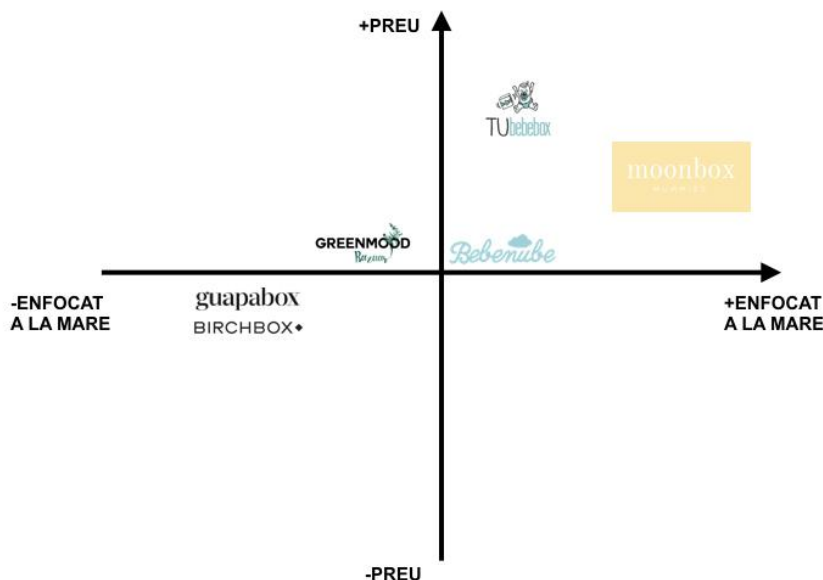
En aquesta primera matriu nacional trobem les variables preu i qualitat. Pel que fa a les marques més conegudes com Birchbox o Guapabox aquestes tenen un preu mitjà,

d'entre 10 i 16€, però pel que fa a la qualitat dels productes la posicionem per sota de la competència. Al tractar amb petites mostres els productes perden qualitat i confiança, per aquesta raó són les dues empreses que proporcionen menys qualitat i un preu més baix.

Al segon quadrant superior és on col·loquem MOONBOX, juntament amb Bebenube, Greenmood i Tubebebox. Totes aquestes marques proporcionen productes sencers (no mostres) i el seu preu és més elevat degut a la seva presentació, qualitat i dedicació. Els preus d'aquest quadrant es troben entre els 35 i 50€, com MOONBOX.

Considerem que ens trobem en el "millor" quadrant per la relació qualitat - preu.

Gràfic 7. Matriu nacional 2



Font pròpia

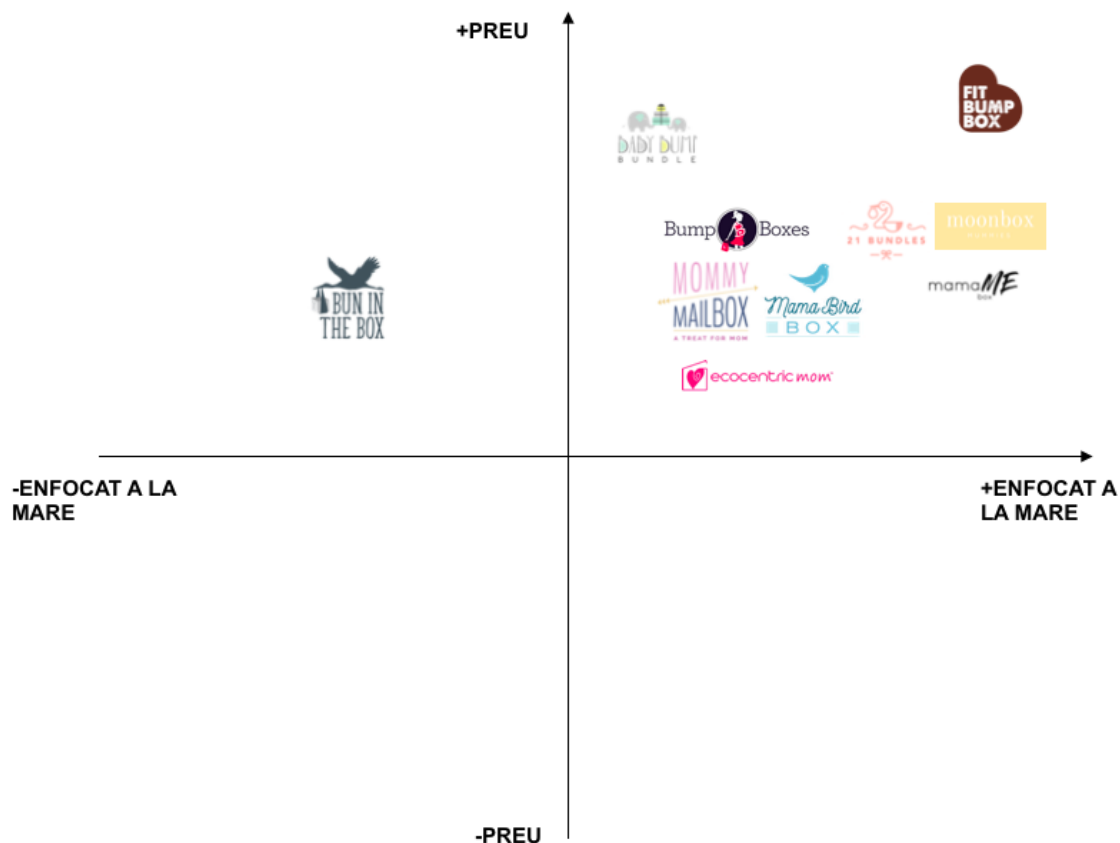
En aquesta segona matriu nacional treballarem amb les variables preu un altre cop, i substituïm la qualitat per la variable enfocada a la mare.

De nou ens trobem en el segon quadrant superior, és a dir, el preu segueix sent el mateix (ni molt elevat ni molt barat) i la variable enfocada a la mare per nosaltres és la més elevada, ja que, des d'un principi fins un final la majoria dels productes de les MOONBOX aniran enfocats a ella i a la seva cura.

A diferència de la competència, veiem que Birchbox i Guapabox es troben en la mateixa posició. Pel que fa al preu segueix sent el mateix però els productes no van

enfocats a les mares o dones embarassades, només al sexe femení amb productes de cosmètica i sense ser ecològics ni sostenibles amb el medi ambient.

Gràfic 8. Matriu internacional



Font pròpia

Aquesta tercera matriu és internacional, i treballam amb les mateixes variables que a la segona però enfocades des d'un altre nivell.

Pel que fa a marques competents internacionals trobem en el primer quadrant superior Bun in the box. Aquesta ofereix un preu com les altres, d'entre 35 i 50€. Els productes que conté la capsa són van més dirigits al nadó.

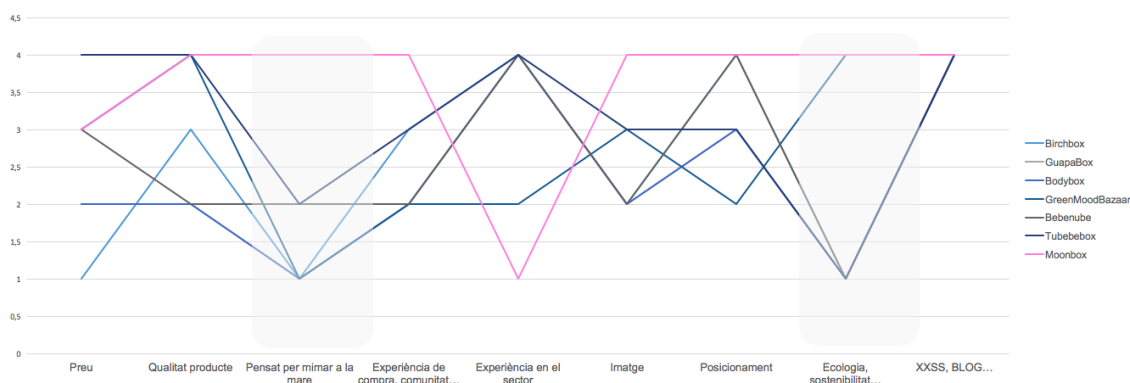
El quadrant on es troba MOONBOX és al segon superior, com en les dues altres matrius. Com a marques de competència en el mateix quadrant trobem Bumb Boxes, Mommy Mailbox, Mama Bird Box... Aquestes són algunes de les empreses que es troben en la mateixa posició que la nostra, ja sigui, per la qualitat dels productes i la dedicació d'aquests a les mares i pel preu moderat que oferim. Dins de totes aquestes marques som la marca que més s'especialitza en la cura de la mare i l'atenció en ella.

4.3. Corba de valor

Per tal de veure els oceans blaus en els quals podem introduir MOONBOX hem realitzat una corba de valor amb aquelles característiques més importants a destacar com són, el preu, la qualitat del producte, servei pensat per mimar a la mare, experiència de compra i comunitat, l'experiència en el sector, la imatge de la marca, el posicionament, l'ecologia i sostenibilitat dels productes i si són a les xarxes socials i blogs.

Hem escollit algunes empreses de la competència com hem fet amb les matrius. A continuació en podem veure la corba de valor creada.

Gràfic 9. Corba de valor



Font pròpia

Els oceans blaus que veiem amb més oportunitat són, producte i/o servei pensat per mimar a la mare i la utilització de tot estil de productes ecològics i sostenibles amb el medi ambient.

Considerem que el sector específicament matern no està prou explotat i que amb MOONBOX ho podem aprofitar per ser uns referents dins d'aquest mercat. Volem remarcar que els productes que oferirem aniran principalment dirigits al ben estar i benestar de la mare, sense deixar de banda al nadó quan aquest estigui a punt d'arribar al món o ja hi sigui present.

Per tota la informació investigada i contrastada que hem trobat, els productes 100% naturals i sense químics són els que causen més tendència i criden més l'atenció avui en dia, per això també considerem que la utilització i comercialització d'aquests productes ens poden ajudar a crear valor dins l'empresa.

4.4. Anàlisi DAFO

S'ha utilitzat l'anàlisi DAFO per avaluar les debilitats, amenaces, fortaleeses i oportunitats de MOONBOX. Per una part tenim l'anàlisi extern format per les oportunitats i amenaces, on comparem amb les empreses de l'exterior aquests dos factors. I per altra banda tenim l'anàlisi intern format per les fortaleeses i debilitats on aquests dos es visualitzen amb un enfocament intern a l'empresa.

Taula 1. Anàlisi DAFO

DEBILITATS	AMENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Falta d'experiència en gestió web i creació - Falta d'experiència per gestionar una empresa - Totes les membres de l'equip som del mateix àmbit - Falta d'experiència en negociació amb proveïdors - Preus competitius - Costos més alts respecte els competidors 	<ul style="list-style-type: none"> - Molta competència indirecte - Fàcil de copiar - Canvi en les necessitats i gustos dels consumidors
FORTALESES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none"> - Públic objectiu amb una necessitat - Cap empresa fa exactament el mateix que MOONBOX - Gran volum d'assessors experts - Qualitat dels productes - Aliances de negoci - Màrqueting efectiu 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran volum de clients - B2B amb els nostres proveïdors - Nova empresa en el sector - Molts proveïdors en el sector

Font pròpia

Pel que fa a les **amenaces** que considerem que pot tenir MOONBOX són a destacar la facilitat per copiar la idea de negoci i el canvi de les necessitats i gustos de les nostres consumidores. Sempre tindrem en compte les seves opinions i comentaris per millorar en el servei i qualitat del producte.

Dins les **oportunitats** descrites a la taula, en destaquem el gran volum de proveïdors que tenim per escollir que ofereixen productes naturals, ecològics i sostenibles amb el medi ambient. Cada vegada són més les empreses que se centren en la creació d'aquests productes "verds", per tant, no tindrem problema en la cerca d'aquests proveïdors.

Dins l'anàlisi intern tenim com a **fortaleeses** a destacar, la "sort" de no tenir cap empresa competent que ofereixi i cobreixi la mateixa necessitat que MOONBOX a Espanya. Hem trobat empreses que podrien substituir el nostre servei però que no van enfocades 100% al que nosaltres volem fer.

Com a segona fortalesa a destacar, considerem que tot l'equip MOONBOX estem prou capacitades per gestionar un màrqueting efectiu i constant per les nostres seguidores i consumidores. Volem transmetre què és MOONBOX de la manera més fàcil i còmode que es puguin imaginar, transmetent la màxima passió i felicitat pel que fem.

Pel que fa a les **debilitats** descrites, s'ha de tenir en compte les diferents faltes d'experiència que tenim les membres de MOONBOX respecte a la gestió i creació web, gestió d'una empresa i negociació amb proveïdors.

Són factors clau que amb el temps anirem millorant i creant per poder créixer tant des d'un punt personal com cap a l'empresa.

4.5. Anàlisi Canvas

Taula 2. Anàlisi Canvas

CANVAS MOONBOX				
SOCIS CLAU	ACTIVITATS CLAU	PROPOSTA DE VALOR	RELACIÓ AMB CLIENTS	SEGMENT DE CLIENTS
PROVEIDORS DE PRODUCTES	PRODUCCIÓ (productes per cada mes)	REGAL ORIGINAL I DIFERENT	COMUNITAT (blog)	1. DONES EMBARASSADES O AMB FILLLS
PROVEIDORS DE CAIXES I COMPLEMENTES DE DINS (paper, targetes...)	CREACIÓ PLATAFORMA WEB	ALBUM PER COMPLETAR MES A MES	MOONS	2. PARELLA DE LA EMBARASSADA
GINECÒLEGS	ACTUALIZACIÓ XXSS I BLOG	CONÈXER NOUS PRODUCTES PER CADA MES DEL EMBARÀS	XARXES SOCIALS	3. FAMILIARS DE LA EMBARASSADA (paress, tiets, avis...)
CENTRES DE CLASSES PRE/POST PART	WEB 24/7	CONÈXER PRODUCTES NATURALS I ECOLOGICS	PERFIL PERSONALITZAT	4. AMICS DE LA EMBARASSADA
	BASE DE DADES	ESTALVI DE TEMPS EN RECERCA	WEB	
		INFORMACIÓ CONTRASTADA	LLISTES DE NEIXAMENT	
	RECURSOS CLAU	ELS FAMILIARS/AMICS NO TINDRAN QUE PENSAR EN UN REGAL ORIGINAL	CANALS	
	PLATAFORMA WEB	PARTICIPAR EN EL EMBARAZO	TUPERMUM	
	PROGRAMADOR		BABYSHOWER	
	DISTRIBUCIÓ		XARXES SOCIALS	
	E-COMMERCE		PAGINA WEB	
	PROVEIDORS		DOMICILI	
	ESPAI PER TREBALLAR			
	RECURSOS FINANCERS			
	MATERIA PRIMERA			
	RECURSOS HUMANS			
ESTRUCTURA DE COSTOS			FONTS D'INGRESSOS	
PRODUCCIÓ	PÀGINA WEB		SUBSCRIPCIÓ (X mesos o 1 Moonbox)	
DISTRIBUCIÓ			SHOP	
PUBLICITAT			PUBLICITAT DE LAS MARCAS A LES MOONBOX o AL BLOG	

Font pròpia

Per tal de donar valor i èxit i per estudiar els nou elements essencials de MOONBOX hem realitzat el model CANVAS. Aquest està reparat per nou apartats completament diferents i a l'hora relacionats entre ells. A continuació els explicarem un a un detalladament per tal de fer un anàlisi més profund i extens del negoci.

1. Segment de clientes

Tenim quatre segments de clientes diferenciats per colors. Aquests són:

- Dones embarassades o amb fills de menys d'un any
- Parella de l'embarassada
- Familiars de l'embarassada
- Amics de l'embarassada

2. Proposta de valor

Las diferente propostes de valor en funció del segment de clientes són:

- Dones embarassades o amb fills de menys d'un any:
 1. Conèixer nous productes per cada mes de l'embaràs
 2. Conèixer nous productes naturals i ecològics
 3. Estalvi de temps en la cerca de productes pels seus símptomes
 4. Sentiment de benestar amb elles mateixes i el seu estat actual

- Parella de l'embarassada:
 1. Participar d'una manera més activa en l'embaràs
 2. Tenir un detall trimestral amb la seva parella
 3. Mostrar-li que s'involucra i es preocupa per l'estado d'ella

- Familiars de l'embarassada:
 1. Es podran estalviar pensar en un regal original
 2. Faran sentir bé a l'embarassada

- Amics de l'embarassada:
 1. Regal original i diferent
 2. Facilitats de pagament
 3. Pot regalar-se en conjunt

3. Canals de distribució

Els canals de distribució que utilitzarem per donar a conèixer el nostre producte seran:

- Babyshower/Tupermum: activitat en grups de dones per anunciar l'arribada d'un bebè on es fan regals per l'embarassada.
- Llistes de naixement: utilitzar la MOONBOX com un regal original i diferent durant o després de l'embaràs.

- Xarxes socials: utilitzarem les xarxes socials Instagram, Facebook i Pinterest per difondre contingut rellevant i informació d'interès per les nostres usuàries.
- Pàgina web: únic espai (de moment) on comprar les MOONBOX i subscriures.
- Domicili: totes les MOONBOX seran entregades al domicili de la subscriptora durant la primera setmana de cada mes.

4. Relació amb els clients

La relació que mantindrem amb la parella, familiars o amics serà mitjançant la comunitat de MOONBOX creada des de l'inici amb el blog, juntament amb les xarxes socials de les dues i la pàgina web.

En canvi amb les dones, utilitzarem les MOONS i també el servei de personalització dels seus perfils amb la pròpia pàgina MOONBOX.

5. Model d'ingressos

Els models d'ingres que utilitzarem per generar benefici seran:

- Subscripció: la subscripció serà la nostra principal font d'ingressos mensual. Sabem que crear una capsa també genera una despesa, és per això que el preu de la subscripció serà superior a aquest per afrontar les despeses principals.
- *Shop*: tots aquells productes que no venguem dins les capsas aniran directament a la nostra *Shop* on-line per ser comprats individualment.
- Publicitat de les marques: al crear les capsas utilitzarem els productes de diferents proveïdors als que indirectament els hi farem publicitat indirecte per a que les nostres subscriptores les coneguin.

6. Socis clau

Els principals socis clau de MOONBOX són:

- Proveïdors de productes: haurem de mantenir una constant comunicació amb els proveïdors per tal d'aconseguir els productes, possibles descomptes per quantitat i que aquests siguin entregats a temps.
- Proveïdors de capsas i complements del seu interior: també haurem de comprar les capsas MOONBOX mes a mes i els complements que hi siguin a dins com per exemple, paper pel suport dels productes, notes...
- Ginecòlegs i centres de classes post i pre part: mantindrem contacte amb alguns centres ginecològics i centres de classes pre i post part per fer créixer la

nostra comunitat de subscriptores i que siguin una ajuda per donar-nos a conèixer. També serà interessant el contacte constant amb ells per rebre informació rellevant i recomanacions.

7. Recursos clau

Els recursos clau principals i els quals MOONBOX existeix són:

- Plataforma web
- Programador
- Distribució
- E-commerce
- Proveïdors
- Espaci de treball
- Recursos financers
- Matèria prima
- Recursos humans

8. Activitats clau

Las activitats clau principals a portar a terme són:

- Producció: confecció de las MOONBOX mes a mes i la selecció dels productes.
- Creació plataforma web: actualització i revisió de la plataforma web diària o setmanal.
- Actualització xarxes socials i blog: actualització diària.
- Web 24/7: la web de MOONBOX estarà disponible les 24 horas del dia i es podrà comprar o subscriure-s'hi durant todo el dia.
- Base de dades: necessitarem tecnologia *Big Data* per relacionar i associar dades de les nostres subscriptores com sugerències, preferències o opinions.

9. Estructura de costos

Els costss principals que tindrà MOONBOX per la seva creació són:

- Producció: costos dels productes + cost de les capsas + complements del seu interior com paper de relleu.
- Distribució: cost d'enviament de cada MOONBOX + creació..
- Publicitat: publicitat a les xarxes socials + Google Adwords.
- Pàgina web: cost de realizació de la pàgina web i totes les actualitzacions necessàries.

5. JUSTIFICACIÓ DEL GRAU D'INNOVACIÓ/ADEQUACIÓ REAL DE LA IDEA DE NEGOCI

La principal innovació de MOONBOX és el client final al qual ens dirigim. Com hem dit al punt anterior veiem una oportunitat d'oceà blau en el sector de mercat de les dones embarassades. És per això que oferim un producte directament dirigit per regalar a la mare durant l'embaràs i no tan centralitzat en el nadó però sense descuidar-lo. La manera que utilitzarem per arribar a elles no serà molt proper i intentant cobrir totes les necessitats que tinguin en cada moment.

Una de les tendències de negoci que volem implementar en un futur és la creació d'una **aplicació mòbil**, on les subscriptores de MOONBOX hi podran trobar tots els productes de la *shop* i el seu perfil que hauran personalitzat elles mateixes.

Una de les altres tendències de negoci que volem incorporar és **l'experiència del client**. Aquesta consisteix en fidelitzar-los ja sigui amb incentius o una motivació personal. Això ho aconseguirem amb les Moons i escoltant als nostres clients, per incorporar o millorar les seves opinions personals i experiències de compra.

Com a última tendència de negoci volem incorporar el **big data** per fusionar dades i relacionar-les entre elles, ja sigui amb comentaris d'usuàries o comportaments de compra.

L'altre punt d'innovació que caracteritza MOONBOX, són els valors que l'acompanyen, que van acord amb les tendències de futur. Tots els productes amb els quals MOONBOX treballarà seran ecològics i sostenibles, volem posar el nostre gra de sorra a la societat.

6. CRONOGRAMA

El cronograma que hem realitzat està format, per una part a la columna de l'esquerra, totes aquelles activitats i tasques separades cada una a cada corresponen memòria. I a la primera fila superior cada setmana des de l'inici del projecte fins a l'última entrega.

Hem iniciat el projecte a la setmana de l'11 de desembre, ja que, vàrem canviar d'idea a últim moment després de veure l'èxit al programa Weekend Challenge. D'aquesta manera, hem hagut de realitzar totes les activitats en dues setmanes, com bé marca el cronograma.

		Novembre		Desembre				
		20 -26 novembre	27-3 desembre	4-10 desembre	11-15 desembre	18-22 desembre	22 desembre	
1a. Memòria	Característiques personals i motivacions.						Entrega 1a memòria	
	Públic objectiu i model de negoci	Segment de clients						
		Possibles clients						
		Procés de compra						
		Model de negoci: com s'obtenen ingressos						
	Proposta de valor	Proposta de valor						
		Enquesta						
		Justificar nombre de clients						
	Competència	Competència Nacional i Internacional						
		Similituds i Diferències amb competència						
		Matriu competència						
		Quota de mercat						
		Oceans blaus						
Grau d'innovació	Justificar factors							
	Tendències de futur							

		Gener		Febrer				Març				Abril							
		8-14 gener	15-21 gener	22-28 gener	29-4 febrer	5-11 febrer	12-18 febrer	19-25 febrer	26-4 març	5-11 març	12-18 març	19-25 març	27 març	3 abril	10 abril	11-15 abril	16-22 abril	23-29 abril	
2a. Memòria	Portafoli de productes i serveis	Contacte amb proveïdors																	
		Definir productes i serveis (identificar, preus, qualitat, tecnologia, temps de lliurament...) i comparar amb competència																	
		Elaboració blog i XMISS (i actualització)																	
	Canals de distribució	Mitjans i accions																	
		Canals de comunicació																	
		MVP																	
		Preuquest																	
		Explicar i justificar canals																	
	Activitats clau i procés producció	Relació amb el client																	
		Paper de les persones que intervien en distribució																	
		Pressupost de distribució																	
	Recursos clau	Fixació preus																	
		Canvis que paguen aficte																	
Preuquest producció	Previsió vendes																		
	Tecnologia i preuquest																		
Recursos clau	Gestió d'entres																		
	Objectius i temporalització procés producció																		
Recursos clau	Activitats necessàries a producció																		
	Activitats clau																		
Preuquest producció	Pla contingència																		
	Recursos clau																		
Preuquest producció	Relació																		
	Preuquest producció																		

		Maig				Juny							
		30-6 maig	7-13 maig	14-20 maig	21-27 maig	28-4 juny	6 juny	7-12 juny	13 juny	14-17 juny	18-19 juny	20 juny	25-27 juny
Última memòria	Organigrama	Funcions i llocs de treball											
		Descripció											
		Dependència jeràrquica											
	Funcions i Tasques	Comissions i comitès											
		Per cada lloc: tasques, competències...											
		Dimensionar temps											
	Política retributiva	Pla de formació											
		Política retributiva											
	Pla jurídic fiscal	Valuació econòmica pla RRHH											
		Pla jurídic fiscal											
Pla econòmic financer	Pla econòmic financer												
	Pla econòmic financer												

A l'apartat Annexes podreu trobar la plantilla corresponent.

7. PORTAFOLI DE PRODUCTES/SERVEIS

El nostre producte són les MOONBOX de cada trimestre. A l'interior de cada MOONBOX hi haurà quatre productes que aniran acord amb els símptomes destacats de cada trimestre de les embarassades i mares.

En la fase inicial del projecte hi haurà quatre MOONBOX diferents. Tres MOONBOX pels tres trimestres de l'embaràs i una pel postpart.

Totes les MOONBOX ja estan predefinides des del moment inicial. S'ha de considerar que el preu que paguin les nostres MOONMUM'S per les MOONBOX serà inferior al valor de tots els productes que la formen.

Al marge de les quatre MOONBOX, incloem també la possibilitat de personalitzar una MOONBOX. Això vol dir que es poden incloure productes de la shop a les MOONBOX o crear una MOONBOX nova i 100% personalitzada. Això vol dir que es poden triar els productes de la shop i li enviarem amb format de MOONBOX, però el preu no serà fixe, sinó en funció de la quantitat i el valor dels productes que ha anat afegint.

Com a fase de creixement, valorem la possibilitat d'en funció de les vendes que tinguem durant el primer any, crear una segona MOONBOX amb característiques i preus diferents. Així com la possibilitat d'ampliar a més de quatre trimestres. Valorarem l'opinió de les nostres subscriptores envers la MOONBOX i aplicarem aquestes recomanacions a un millor servei i producte.

El preu d'una MOONBOX individual serà de 49,99€ (IVA inc).

Imatge 4. Subscripcions

<p>Subscripció 4 Trimestres</p>  <p>189,99€ IVA inc.</p>	<p>Subscripció 3 Trimestres</p>  <p>144,99€ IVA inc.</p>	<p>Subscripció 2 Trimestres</p>  <p>95,99€ IVA inc.</p>
---	---	--

Font pròpia

Hi haurà trimestres en els que crear la MOONBOX serà més econòmic depenent dels productes que escollim i altres mesos en els quals ens suposarà una petita inversió. Tot i això hem de jugar amb els marges adequats per treure el màxim rendiment de cada capsa.

Després de realitzar una recerca de marques ecològiques i sostenibles que tinguessin productes pensats per a mares, vam fer una selecció de 53 marques. Les vam contactar mitjançant email i formulari web, explicant el concepte de MOONBOX i finalment demanant preu. D'aquestes 53 marques 26 ens van respondre i 19 ens van facilitar informació.

Finalment d'aquestes 19 marques que ens han facilitat informació n'hem triat 13. Aquestes 13 marques són d'origen nacional, així com de França i Anglaterra.

A continuació les fitxes de les MOONBOX dels quatre Trimestres. Cal dir que a part dels productes de cada MOONBOX hi haurà contingut informatiu relacionat amb exercicis, moment de l'embaràs i recomanacions.

MOONBOX DEL PRIMER TRIMESTRE

El **primer trimestre** de l'embaràs es relaciona amb un malestar general en les dones. Predomina el cansament i la son, les nàusees i els marejos. La MOONBOX del primer trimestre està pensada per ajudar als símptomes comuns dels primers tres mesos de l'embaràs i per ajudar a la mare a relaxar-se en aquesta primera etapa de l'embaràs.

- **Nathalie Bond Organics** Espelma (60ml)
- **Me and Me Cosmetics** Exfoliant enzimàtic (75ml)
- **Saar Solares** Bàlsam labial orgànic
- **Hot Tea Mama** Te per les nàusees (15 sobres)

Imatge 5. MOONBOX primer trimestre

MOONBOX PRIMER TRIMESTRE

Valor: 56€



Candle
NATHALIE BOND ORGANICS

Contiene suaves fragancias florales, la Vela de Lavanda + Bergamota es a la vez calmante y estimulante, ya que se sabe que la fragancia equilibra las emociones.



Exfoliante enzimático
ME AND ME COSMETICS

Exfoliante enzimático para una piel limpia preparada para dar y recibir amor. Tan **respetuoso** con ella y con tu bebé que lo puedes usar en la gestación y la lactancia.



Morning rescue tea
HOTTEA MAMA

Un té de embarazo para las náuseas matutinas. Para las mujeres recién embarazadas, por las mañanas, tardes, o noches cuando su barriguita necesita ser acomodada.



Organic lip balm
SAAR SOLARES

Tratamiento labial 100% orgánico con un aroma tropical de mandarina roja, avellana y coco es un tratamiento natural perfecto para los labios agrietados y agrietados.

Font pròpia

El valor de la MOONBOX del primer trimestre és de 56€. El cost dels productes per a MOONBOX és de 27€. El preu de venda de la MOONBOX del primer trimestre és de 49,99€/IVA inclòs.

MOONBOX DEL SEGON TRIMESTRE

El **segon trimestre** de l'embaràs comencen a notar-se els canvis físics. Predominen dolors en diferents parts del cos. Es recomana fer exercici, estiraments, massatges, beure molta aigua i realitzar tècniques de relaxació i respiració.

- **Lulu&Boo Organics** Oli relaxant de dutxa (100ml)
- **Sister&Co Skin Food** Crema per les molèsties (50ml)
- **Evolve Organic Beauty** Mascarilla facial (60ml)
- **Avril** Pintallavis

Imatge 6. MOONBOX segon trimestre

Valor: 89€



Relaxing organic bath oil
LULU&BOO ORGANICS

Un aceite de baño relajante, terapéutico, mimador y aromático, perfecto para durante el embarazo. Acepta los cambios en tu cuerpo con el nutritivo aceite de almendras.



Dream cream
SISTER&CO SKIN FOOD

Hidratante, Masaje de barriga, ayudar a calmar las molestias de la expansión de la piel y a reducir la aparición de estrías, aliviar los pezones adoloridos (quitar antes de amamantar), crema para las manos y como bálsamo para los labios.



Organic face mask
EVOLVE ORGANIC BEAUTY

Los extractos naturales de azúcar convierten la mascarilla exfoliante en una leche cremosa en contacto con el agua que se aclara fácilmente, dejando la piel suave, hidratada y calmada.



Lipstick
AVRIL

Revele su belleza natural! Gracias a su suave tinte rosa, este lápiz labial Rose Poupée certificado orgánico resaltará tus labios sin exagerar!

Font pròpia

El valor de la MOONBOX del segon trimestre és de 89€. El cost dels productes per a MOONBOX és de 33€. El preu de venda de la MOONBOX del segon trimestre és de 49,99€/IVA inclòs.

MOONBOX DEL TERCER TRIMESTRE

El **tercer trimestre** de l'embaràs és l'etapa final. La mobilitat per la dona comença a ser més difícil, ja que la panxa ha crescut molt, s'inflamen els peus, el dolor d'esquena és més present. Comença la preparació de la bossa per l'hospital.

- **Terai Cosmética** Crema de peus (100ml)
- **Nathalie Bond Organics** Sabó corporal orgànic
- **Evolve Organic Beauty** Xampú natural (250ml)
- **Molly and Moo** Muselina

Imatge 7. MOONBOX tercer trimestre

MOONBOX TERCER TRIMESTRE

Valor: 59€



Crema de pies
TERAI COSMÉTICA

Crema de textura medio-untuosa, de fácil extensión y absorción, para cuidar de forma saludable **los pies**. Está basada en aceites vegetales y esenciales y flores de Bach.



Soap block extra sensitive
NATHALIE BOND ORGANICS

Jabón ultra suave adecuado para aquellas personas con piel sensible, para mujeres embarazadas, madres lactantes y bebés.



Muselina de algodón orgánico
MOLLY AND MOO

Algodón orgánico super suave perfecto para la delicada piel del recién nacido y del bebé.



Shine Natural Shampoo
EVOLVE ORGANIC BEAUTY

Champú formulado con limpiadores naturales de azúcar y coco para limpiar suavemente el cuero cabelludo y el cabello sin quitar los aceites naturales.

Font pròpia

El valor de la MOONBOX del tercer trimestre és de 59€. El cost dels productes per a MOONBOX és de 28€. El preu de venda de la MOONBOX del tercer trimestre és de 49,99€/IVA inclòs.

MOONBOX POSTPART

El nadó ja ha arribat! El **primer trimestre** després del postpart és un moment d'adaptació, recuperació física i emocional. La dona es troba feliç però cansada.

- **Saar Solares** Oli corporal (100ml)
- **Oli&Carol** Origami pel nadó
- **Evolve Organic Beauty** Oli facial
- **Happy Lab** Infusió

Imatge 8. MOONBOX portpart

MOONBOX POSTPART

Valor: 77€



Miracle facial oil
EVOLVE ORGANIC BEAUTY

Aceite facial ligero y nutritivo contiene retinol natural de Rosa Mosqueta Orgánica y antioxidantes del aceite de Argán Orgánico para regenerar y revitalizar la piel madura y seca.



Organic stretch oil
SAAR SOLARES

Devolver la firmeza a la piel tras el parto o la pérdida de peso. Es el aceite perfecto para el embarazo, ya que nutre la piel seca y sensible y reduce las estrías y cicatrices.



Infusión OMMM
HAPPY-LAB

Infusión relajante y digestiva Ommm. Infusión de manzanilla con melissa.



Origami boat
OLI&CAROL

Hecho con caucho 100% natural procedente de los árboles Hevea.









Font pròpia












El valor de la MOONBOX del tercer trimestre és de 77€. El cost dels productes per a MOONBOX és de 28€. El preu de venda de la MOONBOX del tercer trimestre és de 49,99€/IVA inclòs.

MOONBOX SHOP

A la *shop* de MOONBOX hi haurà tots els productes que hi ha en les diferents MOONBOX. A continuació el cost que tenen per nosaltres aquests productes i el preu recomanat de venda. Val a dir que les usuàries de MOONBOX poden aconseguir descomptes per comprar a la *shop* mitjançant el sistema de MOONS que més endavant expliquem.

Taula 3. Productes *Shop*

	MANDARIN & ALMOND RELAXING ORGANIC BATH OIL. 100 ml	11,80€	26,95€
	RADIANT GLOW ORGANIC FACE MASK. 60ml. EVOLVE	2,85€	22,70€
	LIPSTICK	3,00€	6,00€
	EXFOLIANTE ENZYMATICO (75 ml)	13,18€	29,00€
	MORNING RESCUE. Té de embarazo para las náuseas matutinas. 15 sobres. Caixa 91mm x91mmx91mm	5,20€	6,70€
	CANDLE 60ml - 15 hores	4,50€	10,63€
	NIBS XOCOLATA. SIMON COLL	2,05€	3,50€
	LIP BALM (The original)	4,50€	9,50€

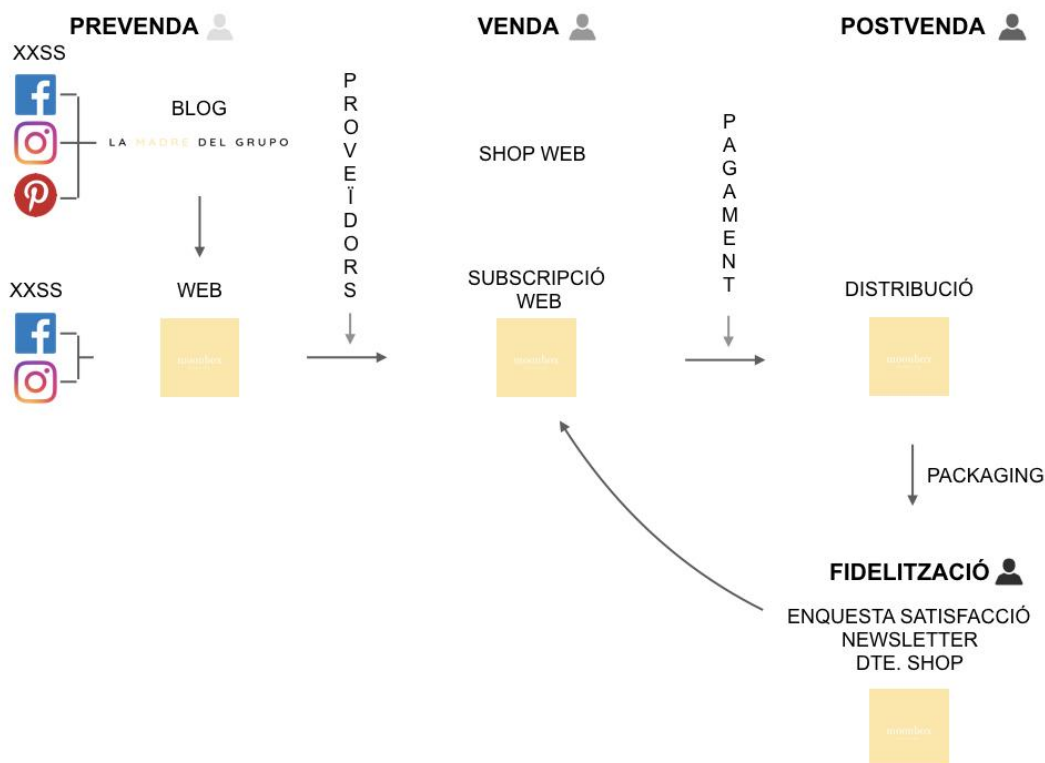
PRODUCTE		COST	PREU
	STRETCH OIL. 100ml. SAAR SOLARES	12,35€	19,95€
	MIRACLE FACIAL OIL	4,00€	34,00€
	ORIGAMI BOAT. 7,5 cm. Colors: White, Pink, Vainilla, Nude, Mint	6,90€	15,25€
	Organic face & body cream 200 ml	4,00€	8,00€
	Te. HappyLab	4,80€	8,00€
	SUPERFOOD SHINE NATURAL SHAMPOO. 250ml	4,00€	14€
	PASEO ENTRE ALGODONES: Crema de pies (100ML)	10,50€	18€
	Muselina de cotó pel nadó	10,90€	21€
	MASCARILLA HIDRATANT AVRIL	2,00€	5€
	SOAP BLOCK	3€	7€
	DREAM CREAM FOR MOTHERS & BABIES 50 ml	14,95€	33,25€

Font pròpia

8. PLA DE COMUNICACIÓ DEL PRIMER ANY

8.1. Procés de comunicació del primer any pre, durant i post venda

Imatge 9. Procés de comunicació



Font pròpia

PRE VENDA. Abans que l'usuari compri ens comuniquem a través de les Xarxes Socials.

- Facebook, Instagram i Pinterest de “La Madre del Grupo”, que redirigeixen al blog.
- Facebook i Instagram de MOONBOX, que redirigeixen a la web.

VENDA. Venem a través de la plataforma web mitjançant una subscripció. Tot hi que també tenim una *shop*. Per aconseguir la venda necessitem tenir els productes, per tant un previ contacte amb el proveïdor. Per acabar la venda l'usuari ha de fer el pagament.

POST VENDA. Distribuirem les MOONBOX a través d'una empresa aliena, que més endavant detallarem. Per tal de poder distribuir les MOONBOX necessitem

un packaging. Fidelitzarem a l'usuària amb descomptes especials a la *shop*, així com preguntant-li l'opinió de la MOONBOX i suggerències. Totes les MOONBOX inclouran un missatge dins de la caixa.

8.2. Mitjans

L'estratègia digital de MOONBOX per donar-se a conèixer la separarem en dues parts.

1. La Madre del Grupo
2. MOONBOX

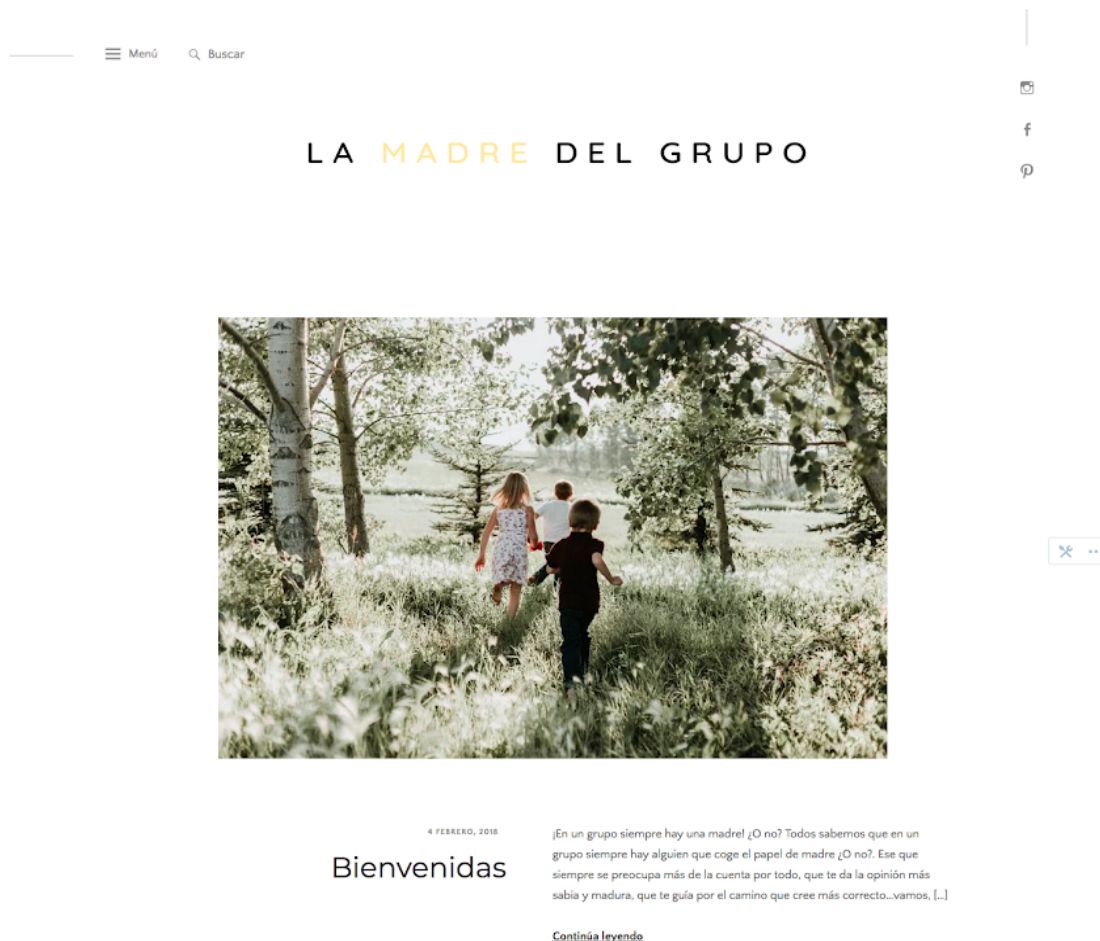
Imatge 10. Mitjans



Font pròpia

EL BLOG, LA MADRE DEL GRUPO

Imatge 11. Blog La Madre del Grupo



Font pròpia

La Madre del Grupo és un blog. www.lamadredelgrupo.com

Un espai per inspirar-se, crear, parlar de la maternitat, de la parella, del nadó, de la vida en família, de productes, de regals... Però sobretot és un blog pensat per donar-li veu a la mare. Volem que les protagonistes del blog siguin les mares de la comunitat, és per això que té un espai dedicat a tractar els temes que elles vulguin, parlant des de l'experiència de cada una de les mares. El blog transmet la mateixa idea que la MOONBOX, mimar a la mare.

El nom del blog, La Madre del Grupo. En tots els grups sempre hi ha aquella persona que agafa el paper de mare. Que es preocupa més del compte per tot, que et dóna els

millors consells i opinions, que et guia... És un nom que transmet la filosofia de la comunitat.

L'idioma del blog serà el castellà, ja que el nostre públic objectiu està dins de l'àmbit geogràfic d'Espanya.

Per crear el blog ha estat necessari comprar un domini i un hosting, en el pressupost especifiquem el cost.

En la fase inicial del projecte, La Madre del Grupo no s'associa ni amb productes ni marques. La finalitat del blog és crear una comunitat on volem atraure el PERFIL 1 del nostre segment de clients. Dones embarassades i dones amb un nadó de menys d'un any. Per tant, la comunitat va dirigida al PERFIL 1 en una primera fase del projecte.

En aquesta fase inicial del blog, es publicaran dos posts a la setmana, un dimecres i l'altre diumenge. El blog tindrà nou categories diferents i cada setmana es tractaran dues de les nou categories.

Les categories del blog són:

- **Maternitat**

A la categoria Maternitat es tractaran temes relacionats amb l'embaràs, el part, la lactància, la salut, el post-part, la depressió post part i l'alimentació. Articles on es tracten els temes que més els hi preocupa a les mares.

- **Nadó**

Tot hi que el blog ha de seguir amb la idea de la MOONBOX, centrar-se en la dona. No volem perdre de vista el nadó. És per això que el tindrem en compte, i realitzarem contingut relacionat amb ell.

- **Més enllà de l'embaràs**

És una de les categories que ens ajudaran a presentar en un futur la MOONBOX. És un espai on es tractaran temes com la bellesa, l'esport, dedicar-se temps a una mateixa... Una categoria que serà perfecte per preparar el terreny.

- **Parella**

La sexualitat, l'autoestima, la vida en parella, el paper dels pares... Són continguts que també en un futur es veuran reflectits a la MOONBOX.

- **Vida en família**

Viatges en família, activitats, espais *childfriendly*... Ens centrem en la mare, però no volem deixar de costat tot allò que la rodeja.

- Productes

Un espai on parlarem de moda, productes, decoració, joguines, lectura, recomanacions... En el cas d'aquesta categoria ens servirà per presentar futurs productes de la MOONBOX però a més a més serà un espai atractiu per les marques.

- Regals

Què regalar-li a la mare? La MOONBOX. La finalitat dels posts d'aquesta categoria és aconseguir cridar l'atenció del PERFIL 2, la parella, els amics i la família de la mare. Mitjançant estratègia de continguts que hem de posicionar mitjançant SEO I SEM.

- Parlem de...

Un espai on volem involucrar a les mares de la comunitat. Qualsevol mare pot col·laborar escrivint un post sobre aquell tema que vulgui i desitgi compartir amb la resta de mares. Podran ser tractats de manera anònima o no.

ACCIONS BLOG

CREACIÓ DEL BLOG

Primer de tot es crea el blog. Hem triat la plataforma Wordpress pels avantatges que comporta. És fàcil d'utilitzar i hi ha moltes possibilitats a nivell de disseny. El blog ens permet seguir una estratègia de *Content Marketing* on oferim informació d'interès als usuaris. D'aquesta manera captem la seva atenció i el podem acabar convertint en client.

POP-UP SUBSCRIPCIÓ

En el blog hi configurem un *POP-UP* de subscripció. Es tracta d'un pop-up que no és invasiu, és a dir, surt a la part inferior del lateral dret del blog, de manera que no interromp al lector. Amb el pop-up volem captar l'usuari, tenir el seu nom i e-mail. L'objectiu és aconseguir el màxim de correus possibles per realitzar futures accions d'email Marketing.

EMAIL MARKETING

Les dades que recull el POP-UP es guarden al MAILCHIMP. El Mailchimp és la plataforma que utilitzarem per realitzar les accions de Email Marketing. En un inici

enviarem una Newsletter cada dues setmanes. La Newsletter contindrà la informació dels posts que s'han penjat i novetats de les següents dues setmanes. S'enviaran el primer i el tercer dimarts del mes.

Aquesta base de dades serà necessària per anunciar el llançament de la MOONBOX.

LES XARXES SOCIALS, LA MADRE DEL GRUPO

Les Xarxes Socials a les que volem crear comunitat són Instagram i Facebook. Tot hi que també estem a Pinterest. Des d'aquestes Xarxes Socials volem connectar amb les dones del PERFIL 1. A partir de les Xarxes volem portar trànsit al blog.

INSTAGRAM

És una xarxa social molt visual pel que hem de jugar amb el contingut bo, de qualitat i d'inspiració. Tot hi ser una xarxa que és fàcil aconseguir seguidors, també és fàcil perdre'ls si no s'enganxen al contingut que els hi ofereixes. Permet aconseguir una interacció més humana amb l'usuari. El perfil de la mare és molt comú a Instagram, trobem mares *influencers* que aconsegueixen interactuar i influenciar a les seves seguidores. Aquestes seguidores són molt fidels a comentar, demanar recomanacions i donar la seva opinió als perfils d'altres mares d'Instagram.

Imatge 12. Instagram La Madre del Grupo



Font pròpia

- **POSTS:** a Instagram publiquem un post cada dia.
 - Dos publicacions a la setmana relacionades amb els dos posts del blog. En el moment que es publiqui el post en el blog, el compartirem a les Xarxes Socials. En el cas d'Instagram publicarem una imatge relacionada amb el post, modificarem la URL de la biografia i penjarem una història d'Instagram anunciant el nou post en el blog.

- La resta de publicacions són d'inspiració i contingut útil per les mares. Imatges atractives, productes que li agraden a La Madre del Grupo, altres perfils d'Instagram que seguim i pensem que els hi pot agradar a les nostres seguidores, fotografies on ens etiquetin, influencers...
- URL: la URL que tenim a la biografia d'Instagram és www.lamadredelgrupo.com excepte quan pengem un post en el blog, que la modifiquem i la redirigim al blog.
- HASHTAG: A les publicacions utilitzem el hashtag #lamadredelgrupo i convidem a les usuàries a utilitzar-lo. Altres hashtags que utilitzem:
#madre #mama #embarazada #pregnant #embarazo #pregnant #mum #mumtobe #maternidad #bebe #bebé #lactancia #salud #mumtobe #motherhood #mumlife #mumblog #mommycommunity #newmum
- INTERACCIÓ: Interacció amb les usuàries que segueixen a La Madre del Grupo així com amb altres comptes d'Instagram. Comentem altres perfils d'Instagram i responem a comentaris que ens deixen en el perfil.

Amb el testeig que estem realitzant amb la comunitat de La Madre del Grupo, Instagram és la xarxa on estem aconseguint interactuar més amb el PERFIL 1. Es va obrir el compte al 13 de febrer i a 24 de març tenim 318 seguidors.

Taula 4. Objectius Instagram 2018

Objectiu seguidors Instagram 2018									
Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
350	500	700	900	1200	1500	1800	2200	2500	2800

Font pròpia

FACEBOOK

És una xarxa social on el nostre públic objectiu en el seu moment es va crear un perfil i encara el manté i consulta. L'estratègia que seguirem a Facebook serà compartir principalment el contingut del blog. Complementarem amb posts informatius de marques, revistes del sector, blogs de mares... Ens allunyem de la idea més visual i estètica d'Instagram.

- POSTS: quatre posts a la setmana.

- Dos dels posts tindran relació amb el blog, un dimecres i l'altre diumenge. Posarem la URL al post del blog.
 - Els altres dos seran de continguts informatius.
 - URL: la URL de la pàgina de Facebook serà sempre www.lamadredelgrupo.com
- La Madre del Grupo a Facebook té a dia 24 de març 13 seguidors.

PINTEREST

És una xarxa social molt visual. Els usuaris l'utilitzen per buscar idees i inspirar-se. Enfocada a l'estil de vida, tendències i inspiracions dels usuaris. L'edat de les usuàries de Pinterest ronda entre els 31 i 45 anys.

Crearem diferents taulells relacionats amb les categories del blog, on hi penjarem imatges pròpies i alienes que acabin redirigint a la web. Pinterest l'anirem actualitzant dos cops per setmana, coincidint amb els dies que actualitzem el blog.

La finalitat de les Xarxes Socials de La Madre del Grupo és crear una comunitat i redirigir el trànsit al blog. El blog de la Madre del Grupo i les Xarxes Socials, han estat creades el mes de febrer del 2018 i es comencen a treballar aquest mateix mes a nivell de contingut.

La Madre del Grupo volem que sigui una carta de presentació cap a les marques i a la vegada un canal per presentar la MOONBOX. Crear la comunitat i fer-la créixer ens dona un marge per preparar el llançament de les caixetes MOONBOX.

LA WEB, MOONBOX

La web de MOONBOX permetrà a les usuàries conèixer el producte i subscriures. Per crear la pàgina web necessitem:

- Un domini, la direcció de la web és www.moonbox.es
- Un hosting, espai on s'allotjarà la web.
- La web, serà la *shop* on les usuàries es podran subscriure.

Elaborarem la web a través de la plataforma Wordpress i instal·larem el plugin Woocommerce que permet la venda online.

Estructura de la web, pàgines i contingut:

- Entrada

Espai amb una descripció de la Moonbox, una explicació visual de com funciona el procés de subscripció, imatges de les Moonbox.

- Subscripció

Permet triar el Pla de Subscripció.

- Regala

Apartat pensat per aquelles persones que vulguin regalar una subscripció.

- Moonbox personalitzada

Possibilitat de subscriure's un sol trimestre i escollir els productes que s'hi vol a dins la MOONBOX. Els productes a escollir podran ser els de la *shop*.

- Shop

Espai on vendrem productes de les MOONBOX. Així tots aquells productes que tinguem en stock els posem a la venda i al preu de venda real amb un descompte per les subscriptores.

- Qui som

Què és Moonbox? A qui va dirigida? Com són les marques amb les que treballem? Quin és el nostre objectiu?.

En aquest apartat explicarem tot el que hi ha al voltant d'una MOONBOX. Aquest apartat ajudarà a aquells usuaris que no ens coneguin poder entendre el concepte.

Afegirem també quines són les preguntes freqüents de les usuàries.

- Blog

Botó que obrirà en una pestanya nova el blog de La Madre del Grupo.

- Contacte

En aquest apartat inclourem un formulari de contacte per clients. Un mail, un telèfon i l'horari d'atenció al client.

Aprofitem l'apartat contacte per indicar un mail per aquells proveïdors interessats en contactar amb Moonbox.

En aquest apartat també indicarem a les Xarxes Socials que ens poden trobar.

- Informació legal

Informació sobre enviaments i devolucions, política de cookies, base de dades...

- Accés compte personal

La clienta de Moonbox té un usuari i contrasenya per entrar al seu perfil personal. A través del seu compte les Moonmum's tenen un resum de la seva subscripció, gestionar les direccions d'enviament, pot veure els productes i recomenacions de les seves Moonbox, valoracions d'altres Moonmum's, contador de moons, etc.

El procés de subscripció i els plans varien en funció de si el fa la mare o és un regal.

Pagament:

Totes les subscripcions es realitza un pagament únic al inici. El pagament es farà mitjançant transferecia bancària.

En el cas de les subscripcions regal, es podrà afegir una targeta personalitzada amb un missatge i els autors del regal.

ACCIONS MOONBOX

MOONS

Les MOONS son un sistema de punts per incentivar a les usuaries a valorar les MOONBOX trimestrals, convidar a altres mares a MOONBOX i obtenir descomptes per la shop.

Com es guanyen les MOONS?

Les mares de la comunitat poden guanyar MOONS de diferents maneres. Si valoren la MOONBOX que ha rebut aquell mes obtindrà 10 MOONS i si convida a amistats i es subscriuen rebrà 20 MOONS la que convida i 20 MOONS la convidada. Amb les subscripcions de 2, 3 i 4 trimestres rebran de manera automàtica 10,15 i 20 MOONS respectivament.

Imatge 13. MOONS

Valorar MOONBOX trimestral	10 ☾
Subscripció dos mesos	10 ☾
Subscripció tres mesos	15 ☾
Subscripció quatre mesos	20 ☾
Per cada persona subscripta convidada per l'usuaria	..	20 ☾

Font pròpia

Com es poden utilitzar les MOONS?

Totes les clientes de MOONBOX tenen un 10% de descompte a la shop. Aquest 10% es pot convertir en 20% en el cas d'aconseguir 30 MOONS i en 25% en el cas de tenir-ne 50 MOONS. Aquelles usuàries fidels que aconseguixin 100 MOONS seran premiades amb un obsequi especial.

Imatge 14. MOONS 2

30 ☾	+10% de dte a la shop
50 ☾	+15% de dte a la shop
100 ☾	Obsequi sorpresa

Font pròpia

LES XARXES SOCIALS, MOONBOX

El PERFIL 1, pot conèixer MOONBOX gràcies a La Madre del Grupo i les accions que realitzarem. O a través de les Xarxes Socials de MOONBOX.

INSTAGRAM i FACEBOOK. Amb Moonbox estarem presents a les Xarxes Socials, Instagram i Facebook. Ens dirigim al mateix target que al blog però publicarem un contingut diferent. Mentre que amb la Madre del Grupo es vol crear comunitat, a MOONBOX es vol mostrar producte. En el cas de les Xarxes de Moonbox s'utilitzarà la mateixa estratègia per les dues, es publicaran imatges com les moonbox del mes, els productes que contenen, recomanacions en relació als productes...

La finalitat de publicar aquest contingut a les Xarxes Socials de MOONBOX és donar a conèixer el producte i que acabin entrant a la web.

CAMPANYA DE LLANÇAMENT MOONBOX

L'objectiu de la campanya de llançament és donar a conèixer MOONBOX fora de la comunitat pròpia de La Madre del Grupo així com aconseguir les primeres subscripcions. La campanya s'executarà durant el mes de Gener del 2019 que és quan es preveu sortir al mercat. Es portarà a terme a Espanya (exceptuant Canàries, Ceuta i Melilla) i serà en Castellà.

La campanya va dirigida a les dones del PERFIL 1.

Consistirà en l'obertura de la Web i les Xarxes Socials de MOONBOX per poder donar a conèixer el producte.

Perquè les usuàries arribin a la web realitzarem publicitat a les Xarxes Socials d'Instagram i de Facebook. Promocionarem una publicació durant una setmana d'una caixa MOONBOX que redirigirà a l'apartat subscripcions de la web. El pressupost de la campanya serà de 100€/dia durant els 7 dies de la setmana.

La setmana posterior al llançament, realitzarem un sorteig al perfil d'Instagram de MOONBOX. El sorteig constarà d'una subscripció de 3 trimestres a MOONBOX. Per participar hauran de seguir a MOONBOX, posar like al post i etiquetar a 3 persones a les qui regalaria una MOONBOX. *¿A quién mimarias con una MOONBOX?* El que aconseguim amb el sorteig és arribar a amistats de les usuàries que ja ens han trobat i els hi ha interessat mínimament el nostre producte.

Per complementar la publicitat i el sorteig realitzarem una campanya amb influencers. D'aquesta manera aconseguim arribar a un públic més ampli que al de la publicitat.

Triarem a **tres** influencers que estiguin en aquell moment embarassades o amb un nadó. Encara no podem valorar quines seran les influencers escollides. Els hi regalarem una subscripció de dos trimestres, en funció del mes en el que es trobin. Els hi facilitarem un codi de promoció per les seves seguidores del 10%. El codi serà personalitzat amb el nom de la influencer de manera que podrem mesurar quines subscripcions vénen de cada influencer i prendre futures decisions.

A més a més els hi regalarem una targeta regal de 50€ a la *shop* de MOONBOX.

La campanya de influencers la repetirem al cap de sis mesos, triant a tres influencers noves.

KPIS CAMPANYA LLANÇAMENT

- N° de subscripcions
- N° de CODIS PROMOCIONALS
- N° de subscripcions per invitació
- N° de vendes shop
- N° de comentaris post sorteig

CAMPANYES COMPLEMENTARIES

PUBLICITAT

Farem publicitat la segona setmana cada mes a les Xarxes Socials de Facebook i Instagram. D'aquesta manera volem aconseguir més seguidors a les Xarxes Socials i en conseqüència noves subscripcions. Invertirem **100€/dia * 5** dies en publicitat durant la segona setmana del mes.

CONCURSOS

Cada mes sortejarem una MOONBOX ESPECIAL entre les nostres subscriptores. Per participar les usuàries hauran de penjar una foto de la seva MOONBOX, cada mes la foto tindrà una temàtica diferent, la més original guanya. Podran opinar les seguidores de MOONBOX sobre quines fotos els hi agraden més. A la fotografia que pengin ens hauran d'etiquetar i posar el hashtag del mes per entrar al sorteig. L'última setmana del mes s'anunciarà la guanyadora.

CALENDARI LA MADRE DEL GRUPO & MOONBOX (Llançament)

Imatge 15. Calendari La Madre del Grupo

	Post al blog i relacionat amb blog
	Actualitzar Pinterest
	Enviament Newsletter
	Publicitat de MOONBOX
	Publicitat de MOONBOX llançament
	Influencers
	Post XXSS
	Anunci guanyador concurs
	Sorteig llançament

Font pròpia

Imatge 16. Calendari 2

		Setmana 1							Setmana 2							Setmana 3							Setmana 4						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
M	BLOG																												
	Instagram																												
	Facebook																												
	Pinterest																												
	Newsletter																												
moonbox	WEB																												
	Instagram																												
	Facebook																												
	Publicitat																												
	Influencers																												
Sorteig																													

Font pròpia

OBJECTIU SUBSCRIPCIONS MOONBOX PER MESOS

Imatge 17. Objectius subscripcions MOONBOX

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
4 TRIM	2	2	3	5	4	4	7	6	5	7	3	3	51
3 TRIM	4	4	5	7	5	10	15	14	16	20	20	22	142
2 TRIM	10	12	14	16	18	20	25	27	29	34	30	26	261
1 TRIM	15	17	19	25	30	35	50	55	60	70	80	90	546
TOTAL	31	35	41	53	57	69	97	102	110	131	133	141	1000

Font pròpia

8.3. Canals de comunicació bidireccionals

El client disposarà d'un número de telèfon d'atenció al client. L'horari d'atenció serà de Dilluns a Divendres de 9h-17h. Un mail de contacte (moonboxandco@gmail.com), on es contestarà en les següents 24 hores laborables.

La clienta rebrà MOONS per optar a descomptes per comprar a la web.

8.4. MVP. Producte viable mínim

8.4.1. Hipòtesis i entrevistes

Per testejar amb més profunditat el nostre públic objectiu hem realitzat un total de deu entrevistes a mares o dones que actualment es trobaven embarassades. Aquestes han sigut via Whatsapp o físicament depenent de les condicions i el temps de treball. Les entrevistes realitzades les podeu trobar a l'apartat d'Annexes amb totes les preguntes i respostes.

Per tal de fer les entrevistes més còmodes hem realitzat de primeres unes quantes preguntes per situar-nos i saber una mica més d'aquella persona. Aquestes preguntes varen ser:

- A què et dediques?
- A què dediques el teu temps lliure?
- Tens parella?
- De quants mesos et trobes? (si actualment estava embarassada)

- Quants fills tens? Quina edat tenen?
- Com recordes el teu primer embaràs o l'actual?

Les preguntes que seguien a continuació anaven relacionades amb cada corresponent hipòtesi. A continuació detallem cada hipòtesi plantejada i amb quin % han sigut validades o rebutjades.

HIPÒTESIS DONES EMBARASSADES O MARES

Taula 5. Validació hipòtesis

HIPÒTESIS	VALIDACIÓ	REBUIG
1. Les dones durant l'embaràs necessiten o creuen que necessiten un carinyo extra durant l'embaràs.	70 %	30 %
2. Les dones durant l'embaràs pateixen canvis físics, emocionals i canvis en la relació de parella.	90 %	10 %
3. Les dones embarassades consulten informació per elles i el bebè a Internet, revistes i blogs.	50 %	50 %
4. Les dones embarassades prefereixen comprar productes pel bebè que per elles mateixes.	90 %	10 %
5. Les dones embarassades prefereixen productes de qualitat, ecològics i més cars per la cura personal.	50 %	50 %
6. Les dones embarassades per primera vegada tenen por a donar a llum o als diferents símptomes durant d'embaràs.	100 %	0 %
7. Les dones embarassades estan a les xarxes socials i les consulten amb freqüència.	70 %	30 %
8. Les dones embarassades o amb fills acostumen a comprar més per Internet que a les botigues físiques.	60 %	40 %

Font pròpia

Com podem comprovar aquelles hipòtesis més validades són la majoria menys la 3 i la 5. Per tant, podem donar per validades més de la meitat.

També vàrem crear un seguit de preguntes per les parelles, familiars i amics però no n'hem aconseguit resultats encara. Més endavant esperem poder realitzar-les i comptar també amb la seva opinió. De totes maneres us mostrem les hipòtesis plantejades sense validació.

HIPÒTESIS PARELLA DE L'EMBARASSADA

1. Les parelles de les dones embarassades creuen que elles necessiten un carinyo extra durant l'embaràs.
2. Les dones durant l'embaràs pateixen canvis físics, emocionals i canvis en la relació de parella.
3. De vegades les parelles de les embarassades no saben què regalar.
4. Les parelles de les embarassades estan disposades a gastar-se diners (entre 40-60€) en un bon regal per elles.
5. Les parelles de les dones embarassades també pateixen durant l'embaràs.

HIPÒTESIS FAMILIARS I/O AMICS DE L'EMBARASSADA

1. Els familiars i/o amics de les dones embarassades creuen que elles necessiten un carinyo extra durant l'embaràs.
2. Les dones durant l'embaràs pateixen canvis físics, emocionals i canvis en la relació amb els seus familiars i/o amics.
3. De vegades els familiars i/o amics de les embarassades no saben què regalar.
4. Els familiars i/o amics de les embarassades estan disposats a gastar-se diners (entre 40-60€) en un bon regal per elles.
5. Els familiars i/o amics de les dones embarassades també pateixen durant l'embaràs.

Un cop tenim validades les hipòtesis del projecte, dissenyem el **MVP** o **procés de testeig** del producte al mercat. D'aquesta manera ens assegurem que el mercat al que ens estem dirigint accepta el producte i està disposat a pagar per ell.

8.4.2. Sorteig

Hem realitzat un sorteig a través de la Xarxa Social d'Instagram de La Madre del Grupo. En el sorteig no es menciona MOONBOX, és La Madre del Grupo que sorteja una caixa similar a la futura MOONBOX, és un prototip.

El dia 16 de març vàrem sortejar una caixa la qual constava de 5 productes pensats per la mare. Tots ells escollits i comprats per nosaltres a preu de mercat i pensats per cobrir diferents necessitats. Aquesta estava valorada en 67,25€, com en un futur una MOONBOX.

Els productes que la formaven eren:

- Happy-Lab: Té & Infusiones - Ommm per **8.00€**.
- Terai Cosmética: MMM (Bálsamo labial) per **9.00€**.
- Natura Siberica: Natural Siberian Foot Butter (Manteca natural siberiana para pies) per **9.00€**.
- Me and Me: Exfoliante enzimático per **29.00€**.
- Chocolate ecológico 82% cacao Blanxart 48g. per **1,19€**.
- Caja orleans serie kraft per **1,20€**.
- Sobre kraft reciclado per **0,35€**.
- Tarjeta kraft reciclada per **0,20€**.
- Bolsa virutas madera 100 gr. per **1,50€**.
- Capsa Correos enviament per **2,10€**.
- Transport capsa fins Huesca per **5,71€**.

TOTAL: 67,25€

Imatge 18. MOONBOX sorteig



Font pròpia

Hem de tenir en compte que el preu que hem pagat pels productes és el preu final que tenen marcat per qualsevol usuari final, ja que només n'hem comprat un. Si en un futur en féssim una comanda més elevada el preu es reduirà considerablement.

Per participar en el sorteig podien fer-ho des d'Instagram o directament al blog. El missatge d'Instagram per aquelles seguidores de La Madre del Grupo era:

Imatge 19. Publicació Instagram sorteig



Font pròpia

Després de llegir el missatge a Instagram havien d'entrar al blog i a continuació els hi apareixia aquest missatge:

Imatge 20. Publicació blog sorteig

¡Hola mamis del grupo!

Para participar en el sorteo tan solo deberás cumplir con estos requisitos:

1. Seguir a [@lamadredelgrupo](#) en Instagram.
2. Dar like a la foto del sorteo y mencionar a 3 mamis que crees que les gustaría. (no vale desconocidas, famosas ni influencers).
3. Escribir tus datos en el formulario siguiente.

Nombre (necesario)

Email (necesario)

Enviar »

Font pròpia

Un cop emplenat el formulari entraven directament en el sorteig.

Aquest va tenir una durada de 5 dies (del 12 fins el 16 de març), i es varen inscriure un total de 19 dones, tot i que en els comentaris d'instagram en vàrem tenir un total de 60. Aquelles dones que només comentaven a la xarxa social però no seguien les instruccions quedaven excloses del sorteig.

Finalment el dia 16 de març es va fer el sorteig i el vàrem transmetre en directe a la xarxa social d'Instagram. La guanyadora va ser Jair Pociello Mur. Ens vàrem posar en contacte amb ella via Instagram per fer-li arribar la notícia i perquè ens facilites una direcció d'enviament.

Algun comentari destacat és el de la usuària [@fatims33](#) que ha percebut la filosofia de la caixa tal i com la volem transmetre.

Imatge 21. Exemple comentari sorteig



Font pròpia

Imatge 22. Missatge privat Instagram sorteig



Font pròpia

Un cop enviada la informació corresponent ens vam dirigir a l'oficina de correus de Mataró per tramitar l'enviament. El dia 23 de març ens va fer arribar un missatge conforme l'havia rebut correctament.

Per validar la capsa li hem enviat una sèrie de preguntes via correu electrònic un cop ja rebuda aquesta, perquè ens doni la seva opinió personal i àmbits de millora.

Imatge 23. Correu electrònic sorteig

LA MADRE DEL GRUPO



Moonbox &co <moonboxandco@gmail.com>

18:56 (fa 0 minuts) ☆



per a jairpociello ▾

Hola Jair!

Primero de todo espero que estés pasado un buen fin de semana aun que aquí en Barcelona hoy no ha parado de llover... Espero que te haya gustado la caja y todos sus productos. Si tienes un momento me gustaría hacerte una serie de preguntas sobre ella. Puedes contestar con la mayor brevedad que puedas.

- Valora del 1 al 10 la caja en general.
- ¿Hay algún producto que te haya gustado más?, ¿Y menos?
- ¿Te ha gustado más que los productos sean eco y naturales?
- ¿Te hizo ilusión recibirla?
- ¿El hecho de que sea sorpresa te gusta más?
- ¿Crees que todos los productos tienen relación entre ellos y que pueden facilitar el proceso del embarazo?
- ¿Cuál crees que es su precio?
- ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por ella?
- ¿Como valoras el trato recibido?
- ¿Te gustaría recibir trimestralmente una caja como esta adaptada a tu trimestre de embarazo?

Muchas gracias por participar y ayudarme Jair!
Espero con ganas tu respuesta.

Que acabes de pasar un buen fin de semana!!

Atentamente,
LA MADRE DEL GRUPO.

Buenas,

Si te parece voy a contestarte sobre tu mail a cada una de las preguntas.

Gracias por el regalo!

El 24 de marzo de 2018, 18:56, Moonbox &co <moonboxandco@gmail.com> escribió:

Hola Jair!

Primero de todo espero que estés pasado un buen fin de semana aun que aquí en Barcelona hoy no ha parado de llover... Espero que te haya gustado la caja y todos sus productos. Si tienes un momento me gustaría hacerte una serie de preguntas sobre ella. Puedes contestar con la mayor brevedad que puedas.

- Valora del 1 al 10 la caja en general.
- ¿Hay algún producto que te haya gustado más?, ¿Y menos? Los productos me han parecido originales, no conocía ninguno de ellos.
- ¿Te ha gustado más que los productos sean eco y naturales? Me parece un plus que sean eco o naturales.
- ¿Te hizo ilusión recibirla? Me hizo mucha ilusión, Gracias!
- ¿El hecho de que sea sorpresa te gusta más? Me hubiera gustado conocer que contenía. Al menos los productos cosméticos, el choco y las infusiones podrían haber sido sorpresa.
- ¿Crees que todos los productos tienen relación entre ellos y que pueden facilitar el proceso del embarazo? Creo que van todos en relación a mejorar el bienestar de la mujer. Creo que otro tipo de productos ayudarían más, crema antiestrías, crema protección total...
- ¿Cuál crees que es su precio? Ufff ni idea! imagino sobre 20-25€.
- ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por ella? La verdad es que así sin tener información previa de los productos no. Por una sencilla razón, creo que cuando se está esperando un bebé se mira muy muy con lupa todos los productos cosméticos antes de usarlos por eso antes me gustaría saber que realmente voy a poderlos utilizar sin ningún efecto secundario.
- ¿Como valoras el trato recibido? 10!
- ¿Te gustaría recibir trimestralmente una caja como esta adaptada a tu trimestre de embarazo? Creo que difícilmente sería usuaria de este producto porque necesitaría tener mucha información antes de usar los productos.

Font pròpia

8.5. Pressupost del pla de comunicació

El pressupost del pla de comunicació que hem realitzat està detallat a continuació:

Taula 6. Pressupost pla de comunicació

ACCIÓ DE MÀRQUETING	INVERSIÓ		PERSONAL A CÀRREC
	Desglossat	Total	
Web Moonbox (Elaboració, Hosting i Domini)		790€	Subcontractat
Blog (Plataforma, Hosting i Domini)		98,40€	Responsable departament Marketing
Publicitat Xarxes Socials	500€/mes	6.000€	Responsable departament Marketing
Publicitat Xarxes Socials campanya llançament		700€	Responsable departament Marketing
Campanya Influencers	95€+50€/infl uencer *3 influencers*2 cops	875,94€	Responsable recursos humans
Sorteig Llançament		95€	Responsable departament Marketing
Concurs mensual	35€/mes	420€	Responsable departament Marketing
TOTAL PLA COMUNICACIÓ		8.979,34€	

Font pròpia

El primer any no tindrem community manager, ens encarregarem nosaltres de fer-ho.

9. CANALS DE DISTRIBUCIÓ

9.1. Canals o vies de distribució

Els canals pels quals els nostres clients podran adquirir una MOONBOX serà únicament via web. De moment al ser una empresa nova no tindrem botiga física, però si que ho tenim present per a escenaris futurs si l'empresa aconsegueix un bon rendiment.

Com ja hem comentat en punts anteriors, ens comunicarem amb els nostres clients via **correu electrònic, telèfon d'atenció al client i xarxes socials** que permeten missatges privats com Instagram i Facebook, Pinterest no contempla aquesta opció.

Al fer les comandes dels productes de cada trimestre, en farem sempre una comanda més gran que el total de les subscripcions d'aquell mes. D'aquesta manera, els productes que no venem dins les MOONBOX els vendrem a la *Shop* que tindrem disponible a la pàgina web. Obtindrem per una part, benefici pel marge de les MOONBOX i també per la venda dels productes on-line, ja que, a nosaltres ens costaran menys que el preu final que pagaran els nostres clients.

Per fer arribar les MOONBOX a totes les nostres subscriptores contactarem amb una empresa de logística que ens ajudarà amb tots els enviaments, muntatge i cura de les caixes en el moment de ser transportades. Més endavant especificarem l'empresa que contractarem i la relació que mantindrem amb ells.

9.2. Relació amb el client

En la identificació del nostre públic objectiu vàrem detectar quatre grans grups.

El primer són les dones embarassades o que ja tenen un o més fills i es troben en període de gestació. Com a segon grup tenim les parelles d'aquestes embarassades, tant homes com dones. Tercer, els familiars que acompanyen a la dona durant l'embaràs i per últim, els amics d'aquestes que també l'acompanyen en aquest procés.

Per explicar l'estil de relació que tindrem amb cada segment de clients en crearem una taula amb cada una de les accions detallades a portar a terme.

Taula 7. Relació amb els clients

SEGMENT DE CLIENTS	RELACIÓ AMB EL CLIENT	ACCIONS A IMPLEMENTAR
Dones embarassades o amb nadons de menys d'un any	Volem que aquestes dones se sentin el màxim ateses per MOONBOX. Els productes que provaran les ajudarà a sentir-se millor i a gaudir al màxim de l'època en la que es troben. Tindran l'atenció necessària per resoldre qualsevol problema o dubte i el seu propi perfil on hi haurà personalització màxima. En cap moment la relació entre empresa i client serà directament física.	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar un correu electrònic i telèfon d'atenció al client - Podrà escollir diverses maneres de pagament - Proporcionar un número de seguiment per cada MOONBOX trimestral. Podrà seguir el paquet via la pròpia web de l'empresa logística contractada - Un cop rebuda la MOONBOX d'aquell trimestre la subscriptora haurà de valorar els productes i donar la seva opinió personal si s'escau
Parella de l'embarassada	De la mateixa manera que amb les nostres	<ul style="list-style-type: none"> - El telèfon i correu de contacte serà el mateix que les pròpies subscriptores - Podrà escollir diverses maneres de pagament - El número de seguiment també els hi serà proporcionat als compradors de la MOONBOX - Un cop rebuda la MOONBOX d'aquell trimestre la subscriptora haurà de valorar els productes i donar la seva opinió personal si s'escau - Els que hagin regalat la subscripció també hauran de valorar el servei i donar la seva opinió personal si s'escau
Familiars (pares, tiets, avis...)	subscriptores volem mantenir una relació fàcil i fluïda amb cada un d'ells.	
Amics	Al tractar-se d'un regal només mantindrem contacte amb la parella, familiars o amics en el moment de contractar el servei i de saber preferències i gustos de la dona que ho gaudirà. Un cop rebuda la MOONBOX ens posarem en contacte amb la mare per explicar-li detalladament què és i com funciona. Volem contemplar l'opció de regalar MOONBOX com la idea ideal per les dones embarassades o mares. Es tracta d'un regal diferent, original i amb àmpli contingut del que gaudir.	

Font pròpia

9.3. Paper dels intermediaris

Per agilitzar el procés de producció de les MOONBOX i aprofitar al màxim l'espai que tindrem per treballar, hem escollit la **Fundació Ginesta** (fundacioginesta.org) per gestionar la preparació i l'enviament de les capsas. La fundació Ginesta és privada i sense afany de lucre i que pertany al grup d'entitats Asproseat. Promoguda per la iniciativa de mares i pares de persones amb discapacitat intel·lectual i del desenvolupament. El centre especial de treball de Fundació Ginesta és una empresa homologada com *Agent Comercial de Correos*, que ofereix la més àmplia gama de serveis en l'àmbit de la gestió i manipulació postal. Aquesta es troba a Hospitalet de Llobregat, Barcelona.

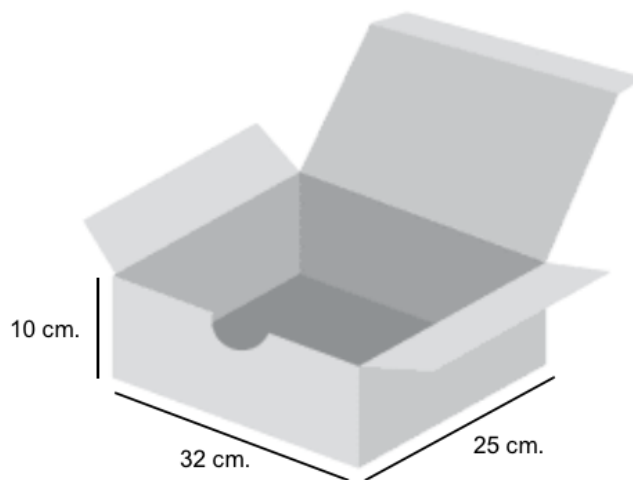
Tots els productes seran enviats a la central de la Fundació Ginesta, aquests seran col·locats i d'allà les capsas seran enviades a les seves corresponents direccions. Enviarem en un principi només a nivell nacional, a la Península. També contemplem la possibilitat de poder expandir el negoci a nivell internacional en un futur.

La MOONBOX serà rebuda per les nostres subscriptores entre 1-2 dies laborals després de la subscripció o compra. Es podran subscriure qualsevol dia del mes, ja que, la creació d'aquestes no ens influeix en el procés de producció. Des del moment en que es subscriuin començarà a comptar el temps i així portarem el recompte de cada MOONMUM.

El preu de l'enviament de la MOONBOX anirà inclòs a la subscripció que s'hagi escollit. Nosaltres no ens farem càrrec del cost d'enviament dels productes comprats individualment si aquests no superen un mínim de compra. En cas de que es vulgui retornar la MOONBOX tampoc ens en farem càrrec del seu cost.

Hem suposat que cada MOONBOX pesarà aproximadament un quilogram, pot variar depenent del trimestre però per calcular el pressupost aproximat n'hem utilitzat quatre productes a l'atzar i els hem pesat. Les mides que hem utilitzat per mesurar la capsasón com les d'una caixa de sabates.

Imatge 24. Dimensions capsa



Font pròpia

La fundació s'encarregarà de crear totes les MOONBOX, col·locar els productes com nosaltres els hi indiquem, i enviar-les en el moment indicat. Per explicar el posicionament els productes els hi farem arribar una fotografia amb la col·locació exacte d'aquests i cada mes ens traslladarem a la seva central per comprovar que la feina és efectiva i s'està realitzant tal i com es mana.

A continuació us ensenyem un exemple de com anirien col·locats els productes i els corresponents noms de cada un.

Imatge 25. Exemple MOONBOX



Font pròpia

Juntament amb els productes hi va una petita nota personalitzada per cada subscriptora. Aquesta serà escrita a mà i transmetent un petit missatge personalitzat. També hi inclourem una fitxa on hi haurà l'explicació detallada de cada producte i la seva correcte utilització. Aquesta fitxa tindrà el format de les creades en el punt 7. PORTAFOLI DE PRODUCTES I SERVEIS.

No hem pogut aconseguir el pressupost definitiu de distribució, però sí que n'hem fet una valoració aproximada del que ens costaria que la fundació montés i enviés la capsa. Cada capsa tindrà un cost aproximat de 5€, a l'apartat activitats clau podeu veure perquè hem escollit aquest preu i ens que ens hem basat per determinar-lo.

9.4. Pressupost de distribució

El pressupost de distribució que hem realitzat està format principalment pel cost de creació i transport de les MOONBOX. Aquest ens suposa una gran inversió cada mes i esperem que cada cop més elevada per les subscripcions.

També hem especificat les persones que portaran a terme totes les tasques de distribució.

Taula 8. Pressupost de distribució

ACCIÓ DE DISTRIBUCIÓ	INVERSIÓ	PERSONAL A CÀRREC
Contractar empresa de logística	5.000€/mes	Responsable departament logístic
Enviament d'emails de confirmació i enviament de les Moonbox mes a mes	X€/mes nets - 40 hores a la setmana - Horari: de 8:00 a 13:00 i de 15:00 a 18:00. - Pagues extres d'estiu i nadal i març	Responsable departament comercial
Tracte amb els proveïdors		
Atenció al client		Responsable recursos humans

Font pròpia

10. POLÍTICA DE PREUS

10.1. Estratègia de preus per incorporar el producte al mercat

Abans de treure el nostre producte al mercat l'hem de validar i saber si el nostre públic objectiu estaria disposat a comprar-lo i què en milloraria. Per aquesta mateixa raó hem fet les entrevistes anteriorment comentades i n'hem validat les hipòtesis més importants pel nostre producte.

Recordem les hipòtesis validades:

- Les dones embarassades durant l'embaràs necessiten o creuen que necessiten un carino extra → **70%**
- Les dones durant l'embaràs pateixen canvis físics, emocionals i canvis en la relació de parella → **90%**
- Les dones embarassades prefereixen comprar productes pel bebè que per elles mateixes → **90%**
- Les dones embarassades per primera vegada tenen por a donar a llum o als diferents símptomes durant l'embaràs → **100%**
- Les dones embarassades estan a les xarxes socials i les consulten amb freqüència → **70%**

- Les dones embarassades o amb fills acostumen a comprar més per Internet que a les botigues físiques → **60%**

Un cop validades al 100% aquestes, és hora d'ensenyar-lo al nostre públic objectiu.

Gràcies al sorteig hem pogut saber de primera si una dona estaria disposada a pagar per una MOONBOX o agradar que li regalessin. Amb les respostes de la Jair Pociello sabem que el preu que ella pagaria per la capsa regalada són d'entre 20 - 25€, un preu bastant baix en comparació al que ens hem fixat nosaltres. Considerant també que el valor de la caixa era de 60€. S'ha de tenir en compte que el contingut que hi havia dins la MOONBOX regalada no era el definitiu i que hi faltava contingut informatiu. Detalls que en un futur hem de millorar i tenir en compte si volem despertar aquesta curiositat i necessitat de les nostres usuàries.

La nostra estratègia de preus per entrar de zero al mercat és principalment amb un únic preu. Al tenir quatre MOONBOX diferents creiem que la millor manera de començar és amb un únic preu i per tant una única capsa, i veure quins resultats i volum de subscripcions obtenim. Més endavant, com ja hem dit, segurament en farem una segona amb un preu i característiques diferents.

Taula 9. Preus i estalvi per MOONBOX

MOONBOX	PREU	ESTALVI
1 MOONBOX	49,99 €	
2 TRIMESTRES	95,99 €	3,99 €
3 TRIMESTRES	144,99 €	4,98 €
4 TRIMESTRES	189,99 €	10 €

Font pròpia

Per seguir amb la fidelització de les nostres usuàries i fer-les sentir úniques també juguem amb els regals i incentius que poden anar aconseguint amb MOONBOX. Com ja hem explicat en punts anteriors hem aplicat un sistema d'incentius especial els quals són uns punts intercanviables per aconseguir descomptes o altres recompenses.

Tant pel fet de subscriure's, convidar a amigues a provar MOONBOX o contestar les enquestes de satisfacció ja poden rebre un conjunt de MOONS realitzant accions tan senzilles com aquestes. Volem cuidar a les nostres subscriptores i que sobretot vulguin i desitgin seguir amb nosaltres. Tot client sempre es vol sentir atès i reconegut, és per això que MOONBOX vol fer-ho de la millor manera.





10.2. Sistema de fixació de preus

Per saber el preu final que fixarem, primer hem mirat el valor dels productes que hi van dins. Calcular el marge de benefici que obtindrem de cada MOONBOX i de cada trimestre, ja que, alguns trimestres els preus dels productes seran més elevats o menys. També, per no destacar en el mercat hem observat els preus de la competència, ja que, ens hem de posicionar en un punt mitjà i valorar què en pensa el públic objectiu d'aquest preu i si estarien disposats a pagar-lo.

Per exemple, la MOONBOX postpart ens costarà a nosaltres produir-la 28€, i té un valor de 77€.

Com ja heu pogut observar abans els productes que la formaran són:

Taula 10. Productes MOONBOX postpart

Productes de la MOONBOX 03		Cost	Valor
	STRETCH OIL. 100ml. SAAR SOLARES	12,35€	19,95€
	MIRACLE FACIAL OIL	4,00€	34,00€
	ORIGAMI BOAT. 7,5 cm. Colors: White, Pink, Vainilla, Nude, Mint	6,90€	15,25€
	Te. HappyLab	4,80€	8,00€
TOTAL		28€	77€

Font pròpia

Al cost de 28€ se li ha de sumar la capsa, el enviament i tot el marketing associat a cada capsa.

Si una persona vulgues comprar la MOONBOX del primer trimestre sense haver de subscriure's hauria de pagar un import de **49,99€**.

El valor pel qual paga la persona són 77€ (diners que pagaria si compres els productes per separat) i nosaltres l'estem venent a 49,99€. Això significa que el comprador està obtenint un **descompte de 27€**. Cada MOONBOX te un valor diferent però estan entre 56€ i 90€.

Hem escollit algunes empreses de la competència per observar els preus de venda i el valor que diuen que tenen les seves capsas, algunes d'elles són:

Taula 11. Preus competència

EMPRESA	PAÍS	P.V.P.	VALORADA	PRODUCTES
BIRCHBOX	Espanya	10,95€/mes	28€	5 productes de mostra
GUAPABOX	Espanya	15,95€/mes	30€	7 productes de mostra
BUMPBOXES	EEUU	32,23€/mes	50€	De 4 a 8 productes
HAAS	Països Baixos	Des de 39 fins a 449€	-	De 3 a 18 productes depenent del preu
ECOCENTRIC	EEUU	Des de 32,66€/mes	55,83€ mínim	4 - 5 productes
21 BUNDLES	Canadà	32,23€/mes	54€	4 - 7 productes
BEBENUBE	Espanya	24,90€/mes	Més de 50€	5 - 7 productes
THE 6 ESSENTIALS	Regne Unit	Des de 51,45€ fins a 91,46€	-	6 productes

Font pròpia

Amb aquesta taula podem observar els preus de la competència i el valor que tenen les seves capsas. Totes especifiquen que el valor sempre és superior, tàctica molt bona per jugar amb la compra.

Per fixar un preu final totes les empreses utilitzen el mateix sistema, en fan la suma del cost dels productes per separat que els hi suposa a ells i en marquen un marge de benefici. Sempre s'ha de tenir en compte que el preu que paguin per aquells productes sigui inferior al valor que realment tenen.

D'aquesta manera fan sentir als consumidors més únics i millor a l'aplicar un descompte per producte.

10.3. Variables que puguin afectar a l'estratègia de preus

Ens trobem treballant en un mercat molt acotat i el qual depèn dels **naixements** que hi pugui haver cada mes. Aquesta és una de les principals variables que ens podrien afectar per les vendes de les nostres MOONBOX.

La quota a assolir que vàrem calcular és de **9.751,5** dones, i per tant, subscripcions anuals. Sabem que no podem abarcar totes aquestes dones i que hi ha molts punts de vista diferents, però al ser un producte "personalitzat" podem aconseguir més subscripcions de les que aportarien un producte estàndard per totes.

També hem detectat un gran volum d'embarassos durant el que portem d'aquest any 2018, factor molt important per nosaltres i beneficiós.

Un dels altres factors que podrien afectar-nos és la **crisi econòmica** que porta arrossegant Espanya durant anys. Considerem que el preu del servei és elevat i que anem dirigides a un sector de mercat amb un nivell socioeconòmic mitjà-alt, els quals es poden permetre una "despesa" més durant quatre trimestres.

Encara i ser un producte considerat car, s'ha de tenir en compte com el regal ideal per fer amb grup o en família. D'aquesta manera el cost és menor i l'originalitat superior.

Un dels altres factors importants a tenir en compte són els productes que adquirim de l'exterior, les **importacions**. Depenent dels països amb els que treballem la moneda pot variar o no, com per exemple amb el Regne Unit.

Al treballar amb empreses estrangeres ens suposa una variació de moneda però no un problema per pagar, ja que, al fer la conversió a euros el cost serà el mateix.

També n'hem de tenir en compte el **temps**, ja que, no podem fer les comandes amb el temps ajustat. Aquestes seran realitzades amb tres mesos vista per tenir els productes amb previsió i comprovar amb antelació si tots els productes han arribat correctament. També, per prevenir cap incidència hem programat per cada producte un "comodí" per fer front a qualsevol problema i tenir una solució ràpida i eficaç.

Els productes comodí són dins la selecció d'aquests 13 que hem escollit anteriorment. En el cas de que algun dels productes ens falti o sigui defectuós n'escollirem un dels 13 per fer la substitució.

10.4. Previsió de vendes

Per tal de preveure quines podrien ser les nostres vendes mensuals, hem creat un petit compte de pèrdues i guanys (el podreu trobar a ANNEXES), separat per capsos trimestrals i mesos. En aquest hi ha les suposades subscripcions que en podríem tenir durant un any i els corresponents costos i beneficis que n'obtindríem.

La quota màxima de mercat que podríem arribar a aconseguir era de 5.421 dones. Hem creat un escenari on assolim un total del **18,5%** del mercat (1000 subscripcions).

Taula 12. Previsió de vendes

ANY	SUBSCRIPCIONS VENUES	DESPESES (només prod.)	INGRESSOS	MARGE BRUT
200X	1.000	48.501€	68.285,95€	19.784,95€
20X1	1.475	83.965€	119.749,79€	35.784,79€

Font pròpia

Observant la taula resum juntament amb el compte de pèrdues i guanys veiem que el marge brut obtingut al vendre 1000 subscripcions és de 19.784,95€.

El segon any augmentaríem les compres fins a unes 1.475 subscripcions anuals, 475 més amb comparació a l'any anterior i amb una mitjana de quasi 40 subscripcions més mensuals. Això ens suposaria un marge brut de 35.784,79€

Hem de tenir en compte que el marge brut és el que nosaltres obtindríem per les vendes d'aquell any i descomptant les despeses de compra de productes, per tant, hauríem d'afegir-hi les despeses de màrqueting, personal, subministraments... això ho treballarem més endavant.

11. ANÀLISI DE LES 4P's I 4C's

El client. Ja hem indicat qui són els nostres clients i com són amb anterioritat, les mares i l'entorn (amics, familiars, parella...). Cadascun d'ells té unes necessitats diferents. Les mares conèixer nous productes per cada etapa de l'embaràs i els familiars tenir un regal per fer-li a la mare. Les caixes Moonbox permeten resoldre les necessitats dels dos segments de clients.

El cost. El cost de la Moonbox en el cas de les mares implica l'estalvi de temps en recerca de nous productes per l'etapa en la qual es troba. Caure en la possibilitat que aquells productes que compri no s'adaptin a les necessitats del moment en el que està. Facilitat de contingut informatiu, estalvi de temps en la recerca d'informació. Facilitat de recepció dels productes, li enviem a casa. Possibilitat d'adquirir aquell producte que li ha agradat posteriorment a la web. En el cas dels familiars, amics i parella de la Mare, el cost de no saber que regalar i si s'adaptarà a les seves necessitats, es tracta d'un regal adaptat a la mare en el moment que es troba. A més a més, surt de la idea de regalar quelcom pel nadó i permet pensar més en la mare i la parella.

Un concepte important de la Moonbox complementari al cost, és el preu. El client percep que paga un preu inferior al valor de la Moonbox.

Conveniència. Al target al que ens dirigim té plena accessibilitat a internet així com mitjans. La manera més adequada per arribar a ells és a través de les Xarxes Socials, creant contingut de valor en el blog i sortint ben posicionats a google. I finalment venent a través d'Internet.

Comunicació. El client vol trobar-nos a les Xarxes Socials. A les xarxes parlarem de beneficis i avantatges dels productes, crearem contingut útil per la mare, involucrarem a la mare en el blog ja que li donem la possibilitat d'escirure sobre quelcom que li preocupi, demanarem opinió de les Moonbox a través d'enquestes de satisfacció.

PLA D'OPERACIONS

12. PROCÉS DE PRODUCCIÓ DEL PRODUCTE/SERVEI

12.1. Elaboració del producte i prestació del servei

Per crear i explicar la creació de la MOONBOX pas a pas plantejarem un escenari fictici on detallarem tots els passos a seguir des de que es subscriu una dona, fins a que rep la MOONBOX a casa seva.

Ens trobem a 10 de febrer, a la ciutat de Tarragona. Un petit pis situat al centre de la ciutat. Fa un dia molt fred i gris i la Eli ha decidit quedar-se a casa, ja que no ha passat una nit molt bona i té molts dolors a les cames per sortir a passejar. La protagonista, una dona de 32 anys embarassada per primer cop i que es troba en el cinquè mes d'embaràs. Es troba a casa seva, asseguda al sofà i tapada amb la manta buscant productes que l'ajudin a afrontar a les molèsties que està patint.

Fa una primera cerca a internet i posa: "crema para el embarazo natural".

Li surten un seguit de resultats relacionats amb marques de cosmètica eco i naturals que proporcionen tot estil de productes saludables per la pell, sense silicones ni greixos animals.

En tercera posició li apareix "Moonbox - mysterybox para mimar a las madres y mujeres embarazadas". No ho dubta ni un moment i entra en el link que li apareix.

S'obra la pàgina web de MOONBOX i llegeix la descripció del servei. "Moonbox consisteix en una capsa enviada a domicili trimestralment, la qual conté una sèrie de productes pensats per mimar la dona durant els mesos de gestació i l'any posterior al part...". Li sembla un producte curiós i original, que la pot ajudar a trobar marques molt bones i naturals, i perquè no, a veure's més maca durant aquesta època.

Abans de fer cap pagament prefereix llegir comentaries d'actuals usuàries i subscriptores, veure quins productes ofereixen i els diferents preus a escollir. Un cop feta la cerca...

Es dirigeix a subscriure's i troba els diferents packs de mesos que li proporcionem.

Imatge 26. Subscripcions



Font pròpia

Escull la subscripció de tres trimestres, ja que, ella es troba de cinc mesos i li queden quatre per donar a llum. Vol provar els productes que li ofereix MOONBOX per ella i provar el primer mes amb el nadó a veure quins productes també ofereixen per ell.

Prem la tecla “Subscriure’m”, omple les dades bàsiques per començar a ser una MOONMUM (nom complert, e-mail, telèfon, adreça...) i seguidament apareix la plataforma de pagament segura. Pot escollir entre targeta o Paypal. Escull Paypal.

Tot seguit li arriba un email de confirmació de subscripció juntament amb la confirmació del pagament de les MOONBOX.

Segueix llegint i arriba a unes instruccions bàsiques per utilitzar el seu perfil a MOONBOX. Les llegeix detingudament i entra al seu perfil per començar amb la personalització.

Depenent del mes en el que es trobi la mare se li realitzaran un seguit de preguntes o altres com per exemple, sexe del bebè, possibles noms, data prevista de naixement...

Mentrestant a MOONBOX...

- Ens arriba la subscripció d'una mare a les oficines de Moonbox via la plataforma web.
- Enviem email de confirmació de subscripció i confirmació de pagament juntament amb les instruccions per utilitzar el perfil i la plataforma Moonbox.
- Apuntem el seu nom per crear-li la Moonbox del segon trimestre durant el mes de febrer.
- Transmetem el missatge a la fundació i ells apunten la comanda amb els corresponents productes que aniran a la MOONBOX del primer trimestre.

Dos dies laborals després de la compra, MOONBOX truca al timbre de la nostra protagonista, ja és aquí!! Es dirigeix cap a la porta i es queda sorpresa al veure que és la seva primera capsa, no sap per on començar.

Treu la capsa de protecció i apareix la MOONBOX, una caixa blanca, senzilla, elegant, tendre... amb la paraula MOONBOX marcada al centre. La obra amb cura i delicadesa i el primer que veu és un missatge.

- Hola Eli, benvinguda a MOONBOX!! Se que portes molt dies esperant-m'he, però ja sóc aquí per acompanyar-te en aquest viatge tant màgic i especial. Posat còmode, això només acaba de començar ;)

La protagonista treu el paper de seda que oculta la visió de tots els productes, i en veu la primera imatge general de tots ells ben col·locats, com si tots s'haguessin posat d'acord per quedar bé en aquella capsa. Els mira tots per individual i en llegeix la petita descripció que els acompanya. Durant aquests tres primers mesos l'acompanyarem amb productes que la puguin ajudar i facilitar el seu estat.

Un cop passats aquests tres mesos, però abans de rebre la següent MOONBOX, rep un email amb una enquesta de satisfacció. En ella hi ha la possibilitat de valorar cada un dels productes de l'1 al 10. Si la subscriptora realitza aquesta acció guanya 10 MOONS per utilitzar a la *Shop*.

MOONBOX rep totes les enquestes de satisfacció de cada capsa i n'apunta tant els punts positius com els negatius per tenir en compte els següents mesos.

Seguidament enviem la segona MOONBOX a la Eli, la qual ja deu estar esperant.

Ja han passat dos mesos i la Eli és a punt de donar a llum, li recordem via email i un avís al seu perfil personal d'un descompte addicional del 10% per si vol subscriure's a la MOONBOX post part. També li oferim la possibilitat d'aconseguir-la com a regal, posant la capsa a la seva llista de naixement.

12.2. Tecnologia implementada i inversió

La principal tecnològic que tenim en la creació de l'empresa MOONBOX és la **plataforma web** i la creació del **blog** que ja està en marxa (La Madre del Grupo).

El blog l'hem creat amb Wordpress. L'hem creat les tres fundadores clau de Moonbox, però l'encarregada d'actualitzar-lo i publicar noves entrades és l'Adriana Buch juntament amb les xarxes socials relacionades. Ella mateixa porta un seguiment de les entrades realitzades al blog en una plantilla excel, on hi ha la data de publicació, títol, categoria i fonts.

També, per validar el producte i comprovar la quantitat de subscripcions que podríem obtenir hem creat una **landing page** amb la plataforma Wix. Per verificar dades i enllaçar-les entre elles hem utilitzat la tecnologia **Big Data** per relacionar-les. Això ens ajudarà a saber el comportament de les nostres consumidores en cada moment i com actuar amb cada una d'elles.

La pàgina web oficial on comprar els productes i subscriure's a Moonbox ens la crearà en un futur un programador professional, ja que, nosaltres no en tenim coneixement ple per crear-la de 0. Per arribar a aquest punt ja haurem de tenir el producte validat i un estoc essencial pel moment en que la web surti a la llum.

Per crear i enviar les Moonbox no necessitem cap tecnologia a implementar, ja que, tot és mà d'obra pròpia. El que si que podríem necessitar en un futur, si el volum de subscriptores són moltes, és un programa per controlar l'estoc dels productes i no contemplar errors d'inventari.

INVERSIÓ

Taula 13. Inversió tecnològica

PLATAFORMA	INVERSIÓ	PERSONES A CÀRREC
Blog (la madre del grupo) i <i>hosting</i>	96€/any	Adriana Buch
Web MOONBOX	150€/mes	Mar Navarro
Dominis (la madre del grupo i Moonbox)	1,20€ x 2 = 2,40€ en total	-
Aplicació mòbil (futur)	0€	Adriana, Mariona i Mar

Font pròpia

12.3. Gestió d'estocs

En un principi no tindrem estoc dins la nostra oficina, ja que, els productes seran enviats a la seu de la fundació Ginesta i ells en gestionaran les entrades i sortides de tots els productes. Encara que no tinguem l'estoc nosaltres les comandes si que les hem de gestionar.

En un principi el més apropiat serà comprar més volum d'existències del que realment necessitem, amb la finalitat d'aprofitar possibles rebaixes o descomptes per quantitat aplicats sobre el preu d'adquisició i així poder repartir els costos fixos de cada comanda en un major número d'unitats. Però, hem de tenir en compte que no tindrem magatzem, ja que, els productes que comprem aniran directament al centre logístic on es crearan i enviaran les MOONBOX.

Hi ha diferents eines per gestionar l'estoc d'una empresa, com per exemple i d'entre moltes tenim:

- Anàlisi ABC: aquest permet classificar les diferents existències, amb la finalitat de determinar quin producte aporta major valor a l'empresa.
- Model EOQ (Economic Order Quantity) o quantitat econòmica de comanda: té la finalitat de determinar la quantitat òptima de productes apropiada per aportar el major valor a l'empresa.
- Estock de seguretat o quantitat mínima: s'utilitza per determinar la quantitat a mantenir en el magatzem, amb la finalitat d'evitar possibles ruptures en la cadena de subministrament.

En el cas de MOONBOX, es tracta d'una empresa comercial, és a dir, es dedica a la compra i posterior venda de mercaderies, és per això que utilitzarem un **inventari permanent** per controlar les existències que entren i surten del magatzem.

Utilitzarem una taula com la que us mostrem a continuació, per cada mes i producte.

Taula 14. Taula gestió d'estocs

PRODUCTE:		ENTRADES			SORTIDES			EXISTÈNCIES		
DATA	OPERACIÓ	QUANTITAT	PREU	TOTAL	QUANTITAT	PREU	TOTAL	QUANTITAT	PREU	TOTAL

Font pròpia

Amb aquesta fitxa pretenem que es pugui tenir un major control de les existències, i a més a més, s'utilitzaran per informar de la situació del magatzem en cada moment. Per tant, si la finalitat és conèixer les existències disponibles en el magatzem en cada moment hem d'aplicar la següent fórmula:

EXISTÈNCIES DISPONIBLES = Existències inicials + entrades - sortides

L'avantatge fonamental d'aquest mètode és el control més individual que en podrem fer per cada producte i cada més, ja que, sempre seran diferents.

Aquesta taula l'hauran de portar al dia tant la fundació com nosaltres, per així tenir un millor control i valorar les variacions d'estoc corresponents.

Un cop escollir el concepte d'inventari que utilitzarem, hem de seleccionar la millor eina per controlar aquest estoc adequat per l'empresa MOONBOX.

El mètode que hem considerat més adequat per MOONBOX és la **quantitat econòmica de comanda**. El que aconseguim amb aquest mètode és satisfer la demanda en temps i forma, és per això, que el departament de compres que tindrem haurà de determinar amb precisió la quantitat de material que es necessita per crear les capses de cada mes, quan s'han de sol·licitar els productes i posar-se en contacte amb els proveïdors.

Dins d'aquest mètode existeixen varies pautes per determinar les quantitats a demanar.

- **Lot a lot:** haurem de sol·licitar la quantitat necessària, determinada amb exactitud. Aquest lot pot variar al llarg del temps, en funció de la demanda dels consumidors. Moonbox utilitzarà aquest mètode per demanar quantitats de productes, i en cas de necessitar-ne més en farem una segona comanda de lots.
- **Quantitat fixa a demanar:** en aquest cas es determina un volum fixe d'existències a demanar, i no es podrà canviar la quantitat al llarg del temps. Aquest té com a conseqüència que no es minimitzen els costos de la gestió d'estocs. Per Moonbox aquest mètode no és apropiat ja que, al poder-se subscriure durant tot el mes s'haurà de tenir prevista una segona comanda o estoc de seguretat.
- **Demanar les necessitats per un període de temps determinat:** a diferència dels dos anteriors, en aquest el departament de compres sol·licita una elevada

comanda de productes, per cobrir les necessitats durant un període de temps determinat.

Utilitzem per exemple el producte “Espelma de Nathalie bond organics”. Aquest l'utilitzarem per la MOONBOX del primer trimestre. Pensem que és un producte útil i que es pot utilitzar per vàries ocasions i durant tot l'embaràs. És per això que la posem a la primera MOONBOX que rebrà la nostra subscriptora.

Per exemple, encara que es faci una subscripció en el segon o tercer trimestre d'embaràs aquest producte sempre el podrem utilitzar, ja que, sempre és útil i beneficiós.

Amb la previsió de vendes que hem fet en farem una previsió de comanda.

És molt complicat especificar una xifra exacte de producte, ja que, ens poden comprar en qualsevol moment.

Si hem dit que durant el primer any podem arribar a aconseguir un total de 1.000 subscripcions, això comporta enviar un total de 1.324 capsos, n'haurem de fer una comanda trimestral superior a aquesta.

Per exemple, com podem veure en el compte de pèrdues i guanys durant el mes de gener tindrem 31 compres del total de 1.000. Això significa que haurem de fer una comanda superior, ja sigui per aprofitar-les a les MOONBOX del mes de febrer o per la *Shop*.

Taula 15. Exemple comanda

MES	PRODUCTE	COST	PREVISIÓ	COMANDA	TOTAL
Gener	Espelma 60ml. de Nathalie Bond Organics	4,50 €	13 subscripcions	15	67,50 €
Abril	Espelma 60ml. de Nathalie Bond Organics	4,50 €	19 subscripcions	22	99 €

Font pròpia

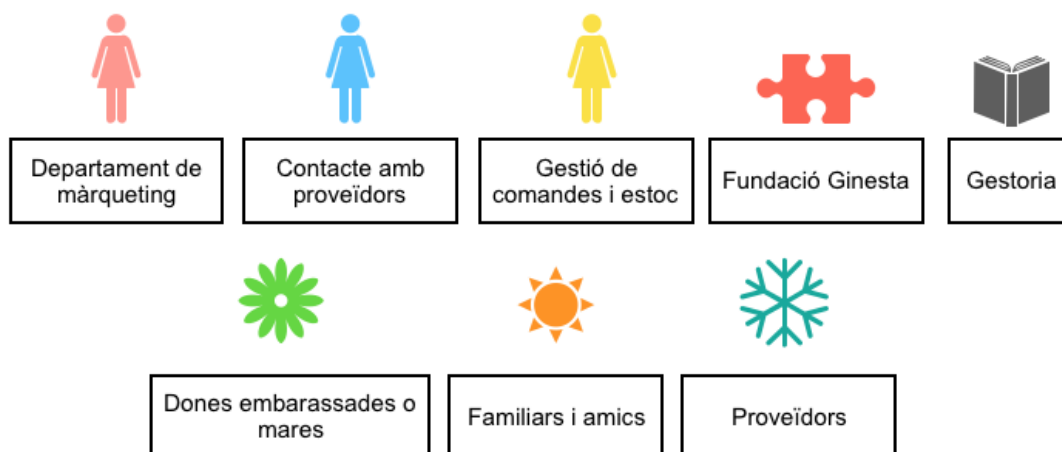
13. ACTIVITATS I RECURSOS CLAU DEL PROCÉS DE PRODUCCIÓ

ACTIVITATS CLAU

Per poder entendre d'una manera més visual el procés de producció hem creat una sèrie de símbols per distingir els tres departaments dins de l'empresa, la Fundació Ginesta (empresa de manipulació i transport) i per últim la gestoria. Aquests dos últims seran serveis subcontractats per nosaltres.

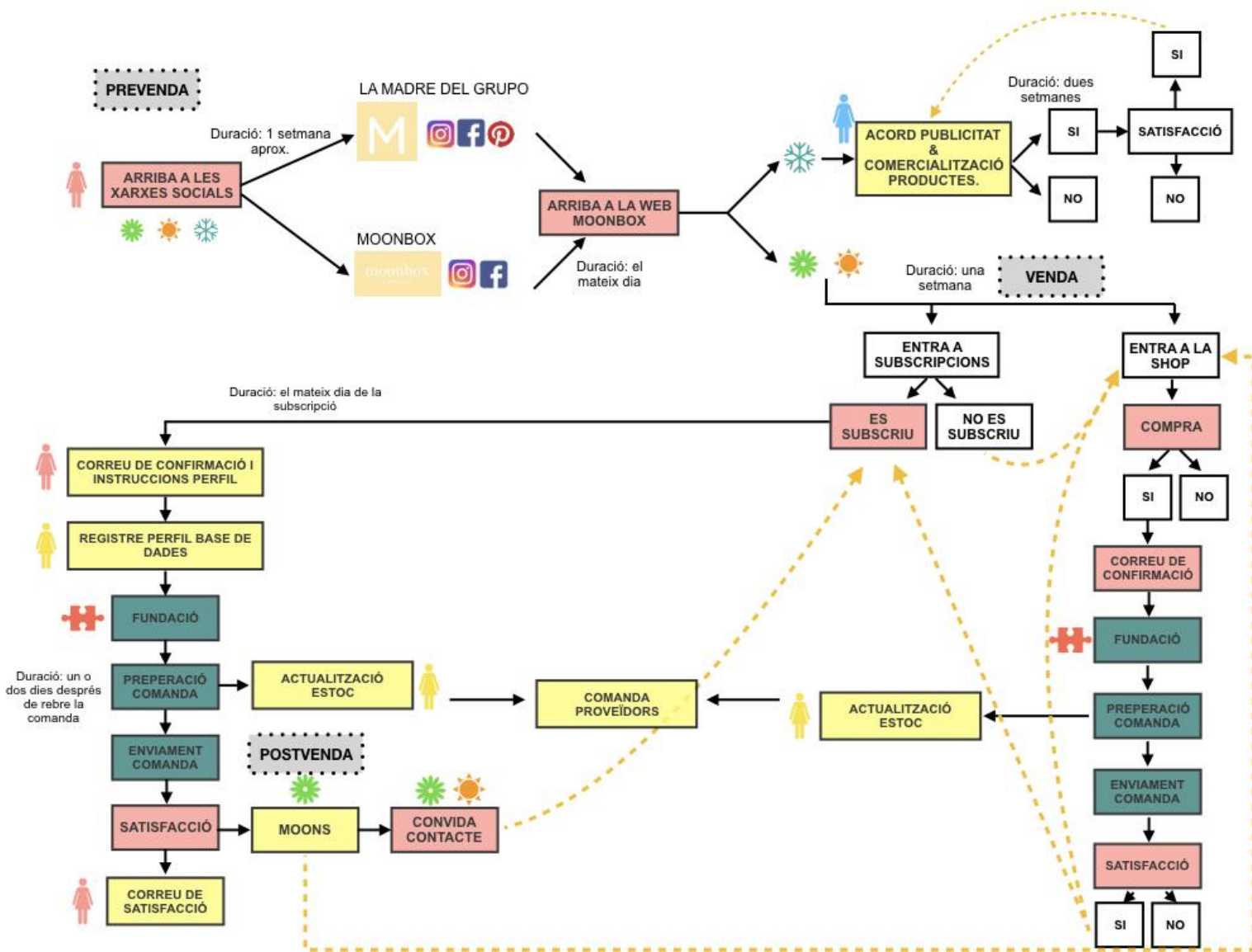
En el gràfic que us mostrarem a continuació podreu veure els corresponents departaments que s'encarreguen de cada una de les accions i amb quin usuari final tractem per tal de tenir tres possibles canals de venda.

Imatge 27. Departaments i clients finals



Font pròpia

Imatge 28. Activitats i recursos clau amb temporalització del procés de producció



Font pròpia

FONT:

- Requadre rosa → usuari final
- Requadre groc → accions de MOONBOX
- Requadre turquesa → accions per part de la fundació

Per tal de detectar les activitats clau que formen el procés de producció de MOONBOX i identificar els departaments que s'encarreguen de cada acció hem creat un gràfic, on

podem observar el procés de la prevenda, la venda i finalment la postvenda on es fidelitza la usuària.

Hem suposat els terminis de duració de cada fase per calcular el temps aproximat que pot tardar una persona en arribar a conèixer MOONBOX, ja sigui des de la web o a les xarxes socials, fins que gaudeix del servei.

Pels tres segments de clients que hem detectat utilitzem el mateix procés amb la mateixa temporalització, ja que això no afecta al temps d'actuació.

També hem tingut en compte la negociació amb proveïdors i com aquests poden reaccionar a les nostres estratègies de màrqueting.

13.1. Pla de contingència

Ens hem de plantejar un pla de contingència en cas de que alguna de les accions del procés de producció no es compleixi.

Hem de tenir en compte que el pla de contingència de les tres fases sempre s'anirà ampliant en funció de com es vagi desenvolupant l'activitat, d'aquesta manera ara només hem plantejat escenaris hipotètics que en un futur seran ampliat.

PREVENDA

Taula 16. Pla de contingència prevenda

PROBLEMA	SOLUCIÓ	INFORMACIÓ
Pàgina web en reparació o sense funcionament	Proporcionarem un telèfon d'atenció al client i correu electrònic per qualsevol consulta	Missatge: "En breus MOONBOX estarà disponible, disculpin les molèsties".

Font pròpia

DURANT LA VENDA

Taula 17. Pla de contingència durant la venda

PROBLEMA	SOLUCIÓ	INFORMACIÓ
Falta d'estoc	Al ser una capsula sorpresa substituïm el producte per un equivalent a les funcions que pot aportar	No és necessari informar a la consumidora, ja que, no sap quins productes aniran dins la capsula en cap moment.
Mal funcionament del correu electrònic de la subscriptora	Demaneu un telèfon mòbil per posar-nos en contacte amb la subscriptora per qualsevol problema	Necessitem el correu per enviar la confirmació de compra i el formulari de satisfacció, per tant, és important que sigui correcte.
Direcció d'enviament equivocada	Si en el moment d'entregar la MOONBOX la direcció és errònia en farem una trucada al telèfon proporcionat en el moment de la compra.	
La subscriptora és absent	Si en el moment d'entregar la MOONBOX la subscriptora no hi és podem fer dues coses depenent d'ella: <ul style="list-style-type: none"> - Deixar-la en un punt de recollida - Passar en un altre moment 	Si l'empresa de logística no pot deixar la MOONBOX en el moment indicat haurà d'esperar a que la subscriptora doni resposta a l'entrega.

Font pròpia

Algunes de les problemàtiques que ens poden sorgir durant el procés de producció durant la venda poden ser les esmentades en la taula anterior. Hem de tenir en compte que aquesta taula s'anirà ampliant en funció del transcurs del temps, ja que, ens sorgiran molts més problemes que ara mateix no podem deduir.

POSTVENDA

Taula 18. Pla de contingència postvenda

PROBLEMA	SOLUCIÓ	INFORMACIÓ
La subscriptora vol tornar la MOONBOX	Li passarem a buscar pel lloc on indiqui, els costos de retorn no aniran a càrrec de MOONBOX. Se li carregaran aquests a la mateixa tarjeta de pagament.	Ens posarem en contacte amb la compradora per saber quin ha sigut el motiu de la devolució.
Un dels productes és defectuos	Recollirem la MOONBOX gratuïtament i enviarem la correcte. Per disculpar-nos amb la subscriptora regalarem MOONS.	Ens posarem en contacte amb els proveïdors per retornar el producte.
Els productes no són els escollits	Recollirem la MOONBOX gratuïtament i enviarem la correcte. Per disculpar-nos amb la subscriptora regalarem MOONS.	Comprovarem si el problema és nostre o de la fundació.

Font pròpia

Per últim, el pla de contingència plantejat per les accions postvenda també poden ser moltes, però n'hem escollit unes quantes que considerem importants.

Podem cometre errors de productes o ordre d'aquests, en cas de ser sempre un problema nostre ens en encarregarem personalment de recollir-la i tornar a entregar-la de nou i bé.

RECURSOS CLAU

IMMATERIALS

Els recursos clau necessaris per poder efectuar l'activitat normal de MOONBOX són cinc:

Proveïdors: Són la principal font del nostre producte i és molt important comptar amb aquells proveïdors que reflecteixin la filosofia de MOONBOX. La relació que mantindrem amb l'empresa de logística serà mitjançant una factura.

- Avaluació dels proveïdors que ens contacten. És important que els proveïdors que ens contacten segueixin la nostra filosofia entorn la sostenibilitat, l'ecologia i el medi ambient.
- Recerca de nous proveïdors acord amb els valors MOONBOX.
- Contacte. S'establirà un contacte mitjançant correu i telèfon.
- Negociació. És una part essencial del procés ja que és important aconseguir Rappels per quantitat així com poder finançar els dies de pagament.
- Enviament. Els productes els rebrà directament l'empresa aliena de logística.

Plataforma web: la web és el nostre canal de venda. Punt basic de la nostra empresa. És important definir bé l'experiència per la qual volem que passada el client i pel qual gràcies a l'analítica que ens proporciona la web sabrem a tot moment com interacciona l'usuari amb la web.

- Disseny i elaboració de la pàgina web de manera que sigui atractiva pels visitants, de fàcil navegació i còmode pel procés de subscripció.
- Actualització dels continguts.

Màrqueting: Realitzar les diferents accions de màrqueting ens permetrà donar-nos a conèixer, obtenir visites a la nostra pàgina web i convertir-les en subscripcions.

- Obrir els perfils a les diferents Xarxes Socials i gestionar-los per tal de poder arribar al públic.
- Creació del blog i de contingut.
- Campanyes de publicitat.
- Contacte amb influencers.
- Anàlisi de resultats.

Logística: Comptar amb una empresa logística externa, que s'encarragarà des de rebre els productes dels proveïdors, a muntar les MOONBOX i finalment enviar-les al

domicili de la subscriptora, permetrà que puguem enfocar els nostres esforços en l'experiència de usuària, màrqueting i la recerca de nous proveïdors i tendències. La relació que mantindrem amb l'empresa de logística serà a través d'un conveni entre les dues empreses. Es realitzaran visites periòdiques a l'empresa de logística per tal de poder portar un control adequat de qualitat.

- Recepció dels productes dels proveïdors.
- Recepció de les comandes de MOONBOX.
- Elaboració de les caixes.
- Enviament als domicilis

Recursos humans: en una fase inicial les tres integrants de MOONBOX ens encarragarem dels departaments que hem diferenciat en tres: Departament de Màrqueting, Relació amb proveïdors i Gestió de comandes i Estoc. La part financera subcontractem una gestoria i el muntatge de les caixes s'encarreguen la fundació ginesta.

- Crear contingut per Màrqueting.
- Contacte amb els proveïdors.
- Gestió de les comandes.
- Control del estoc.
- Atenció al client

MATERIALS

Productes: el principal recurs material de MOONBOX són els productes que adquirim dels proveïdors. Com ja hem explicat amb anterioritat aquests productes tenen una relació amb l'etapa que es troba la dona i tenen valors ecològics i sostenibles associats. Aquests productes seran enviats directament des de casa dels proveïdors a les instal·lacions de l'empresa de logística.

Caixes: les caixes de cartró reciclable amb el logotip de MOONBOX ens permetran empaquetar els productes i fer branding de cara a la usuària final. Són un recurs necessari per l'experiència de compra.

FIXES

En una fase inicial del projecte els **Recursos Humans** seran fixes, ja que contem amb un personal fixe i amb unes empreses col·laboradores externes.

Els **proveïdors** són recursos fixes ja que en la fase inicial del projecte els productes de cada MOONBOX ja estan predifinitos.

VARIABLES

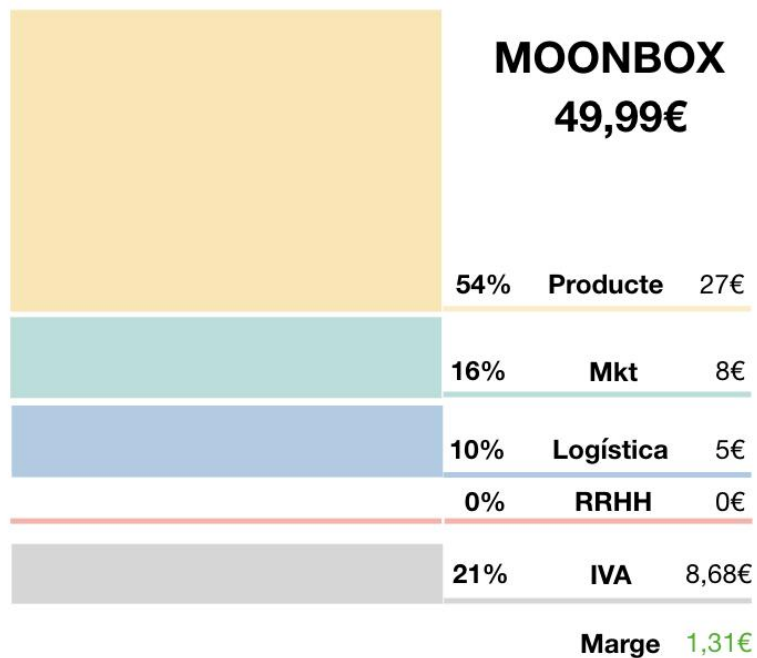
Tant els **productes** com les **caixes** són recursos variables ja que aniran en funció del número de comandes, és a dir la venda de subscripcions de cada mes. En conseqüència doncs l'empresa de **logística** funcionarà de la mateixa manera.

A **Màrqueting** tot hi que el pressupost de cada mes és el mateix, existeixen diferents campanyes específiques com la de llançament per exemple que alteren l'ordre de cada mes.

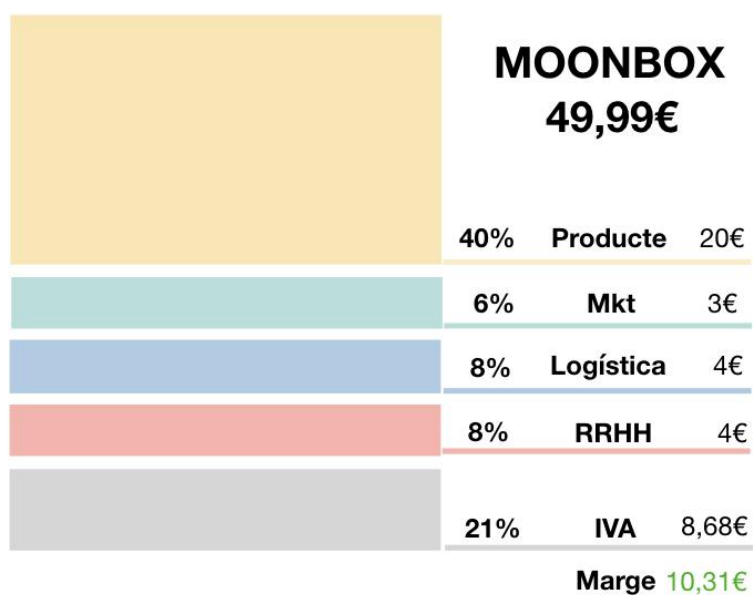
Tot hi que l'elaboració de la **plataforma web** està ja establerta amb un pressupost tancat, el manteniment mensual pot variar en funció de les necessitats de cada mes.

Imatge 29. Recursos necessaris

1r any



2n any



Font pròpia

A les imatges superiors el marge de benefici que ens aporta una Moonbox durant el primer i el segon any. Els % estan calculats sobre el preu de la capsa i cada un d'ells adaptat als recursos monetaris que hi invertirem per cada capsa. Com es pot observar, durant el primer any els costos són bastants més alts en comparació al segon, ja que, hem d'invertir molts

diners en màrqueting, productes i logística. A mesura que passi l'any, aquests costos s'aniran reduïnt i el marge serà superior.

14. PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ

El pressupost de producció està format per tots aquells costos fixes (no varien mes a mes) i per aquells variables (en funció del moment poden canviar). La determinació del preu dels costos variables és una estimació aproximada del mes de gener del primer any després de la creació de l'empresa. La següent taula és el pressupost anual que hem determinat juntament amb la compte de pèrdues i guanys vista als Annexes.

Al ser l'inici de l'activitat i treballar amb el risc i la incertesa del mercat hem decidit no posar-nos sous fixes per les tres membres de l'empresa. Si durant aquest primer any podem arribar a obtenir benefici en proporcionarem una petita recompensa ajustada a cobrir de primera les despeses de l'empresa.

Taula 19. Pressupost de producció mes de gener

COSTOS FIXES	COSTOS VARIABLES
Salariis treballadors → 0€/mes	Productes → 1.421€/mes
Seguretat Social → 0€/mes	Capses → 140€/mes
Quota autònoms → 50€/mes (per ser una empresa jove que acaba de començar)	Logística i producció → 155/mes
Lloguer espai de treball → 250€/mes	Contingut addicional de l'interior de la capsa → 122€/mes
Serveis gestoria → 120€/mes	Publicitat i campanyes de màrqueting → 300€/mes aprox.

Font pròpia

TOTAL: 2.558€/mes.

Com que durant el primer any tindrem moltes despeses i aquestes seran difícils de fer front, no podrem obtenir beneficis per un sou mínim. D'aquesta manera tampoc haurem de pagar la seguretat social de les corresponents nòmines, però si una quota d'autònoms corresponent a aquella de nosaltres que hi sigui donanda d'alta.

La major despesa que tenim és la inversió en productes per les capsas i la publicitat i màrqueting de l'empresa.

Taula 10. Pressupost de producció anual

COSTOS FIXES	COSTOS VARIABLES
Salariis treballadors → 0€/any	Productes → 45.846€/any aprox.
Seguretat Social → 0€/any	Capses → 4.516€/any
Quota autònoms → 600€/any	Logística i producció → 5.000€/any
Lloguer espai de treball → 3.000€/any	Contingut addicional de l'interior de la capsas → 3.935€/any
Seveis gestoria → 1.440€/any	Publicitat i campanyes de màrqueting → 8.000€/any aprox.

Font pròpia

TOTAL: 72.337€/any

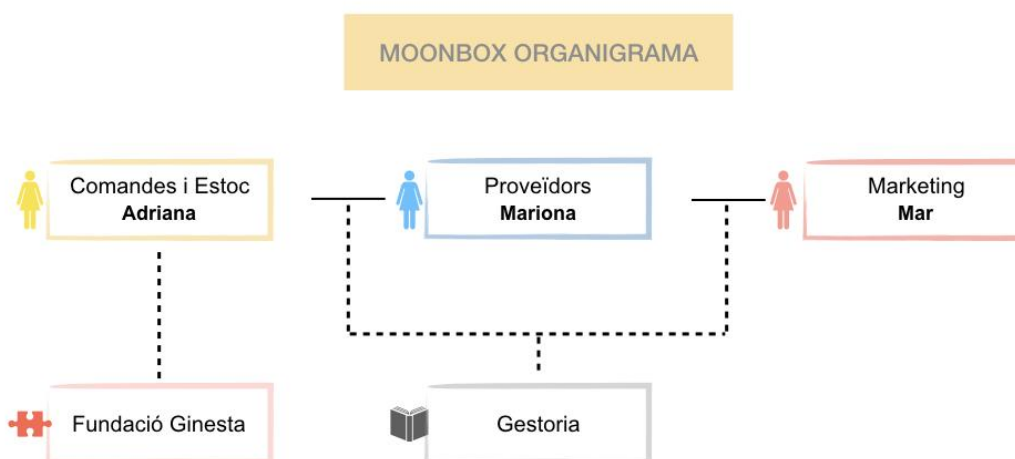
15. PLA D'ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

15.1. Organigrama

En una fase inicial del projecte contemplem tres llocs de treball on l'ocuparem cada una de les integrants de l'equip. Es tracta d'un organigrama horitzontal de manera que cap càrreg està per sobre del altre. A continuació els llocs de treball bàsics per posar en marxa el projecte:

- Encarregada de Comandes i d'estoc.
- Encarregada de Proveïdors.
- Encarregada de Marketing.

Imatge 30. Organigrama I



Font pròpia

15.2. Funcions i tasques dels llocs de treball

COMANDES I ESTOC

Les principals funcions de l'Encarregada de **Comandes i d'Estoc** seran gestionar i controlar totes les subscripcions de Moonbox i comprovar juntament amb la Fundació Ginesta de la gestió i enviament de cada subscripció. Així com tenir un control dels productes que tenim en estoc per tal de poder prevenir les noves compres. Generar reports de quines són les subscripcions més venudes així com aquells productes que

surten més. És necessària la comunicació amb l'encarregada de proveïdors ja que ha de comunicar les quantitats d'estoc i els productes més comprats així com amb l'encarregada de Màrqueting per comunicar-li quines són les subscripcions més comprades per tal de prendre decisions per futures campanyes. A més a més ha d'enviar els documents necessaris que li facilita la Fundació Ginesta a la Gestoria.

Tasques

- Gestionar i controlar les subscripcions.
 - Contacte amb empresa subcontractada per assegurar enviament de subscripcions.
 - Assegurar la qualitat de la comanda. Assistir setmanalment a les instal·lacions de la Fundació Ginesta.
 - Controlar el estoc i fer previsions. Contacte amb departament de proveïdors per sol·licitar noves compres.
 - Supervisió de les comandes realitzades pel departament de Proveïdors.
 - Generar reports (3 hores/mes)
- Capacitat de gestionar el temps diàriament en funció del volum de feina derivar de les comandes diàries.

Competències tècniques

- Coneixements d'excel.
- Nivell mig d'Anglès.
- Visió empresarial.
- Habilitats comunicatives.

Competències personals

- Persona autònoma i proactiva. Capacitat de gestionar volums d'informació.
- Capacitat orgnaitzativa
- Habilitats de treball en equip.

Aquesta funció l'assumirà l'Adriana, membre de l'equip emprenedor.

PROVEÏDORS

L'encarregada de **Proveïdors** haurà de realitzar cerques constants de tendències relacionades amb el nostre sector, per tal de poder detectar aquelles marques i conceptes que poden encaixar amb Moonbox. Contactar i negociar amb proveïdors que encaixin amb el nostre concepte i arribar a un acord de preu per producte, així com plaç d'entrega i forma de pagament. També s'haurà d'encarregar de gestionar aquelles marques que s'hagin posat en contacte per realitzar un acord de publicitat. Ha de comunicar-li les noves comandes a l'encarregada de Comandes i Estoc per tal d'assegurar la recepció i el control dels nous productes. Ha de tenir comunicació amb l'encarregada de Màrqueting per tal de comunicar-li les tendències i possibles col·laboracions amb marques per estudiar les diferents estratègies a realitzar. Haurà d'enviar totes les factures dels proveïdors a la gestoria.

Tasques

- Recerca i avaluació de noves tendències.(2 hores/setmana)
- Gestionar als proveïdors.
- Selecció i avaluació dels proveïdors en funció dels valors de Moonbox.
- Negociació de les condicions amb els proveïdors.
- Compres.
- Tasques derivades del procés de compra.
- Elaborar reports (3 hores/mes)
- Gestionar juntament amb encarregada de màrqueting dels acords de publicitat amb marques. (2 hores/ setmana)

El temps de les tasques va en relació al procés derivat des de la recerca, negociació i compra amb els proveïdors. Dependrà de les habilitats d'organització de la persona. A part d'aquesta tasca s'indica quant ha de dedicar a les altres tasques derivades de la seva feina.

Competències tècniques

- Coneixements d'excel.
- Nivell mig d'anglès.
- Visió empresarial.

Competències personals

- Habilitats negociadores.
- Visió de client.
- Persona autònoma i proactiva. Capacitat de gestionar volums d'informació.
- Capacitat organitzativa
- Habilitats treball en equip.

Aquesta funció l'assumirà la Mariona, membre de l'equip emprenedor.

MÀRQUETING

Les funcions de l'encarregada de **Màrqueting** seran elaborar el pla de màrqueting i comunicació anual de Moonbox. Així com planificar i gestionar les diferents Xarxes Socials a les que esta Moonbox, així com les campanyes de publicitat. Assistir a esdeveniments per donar visibilitat a la Marca. Crear campanyes en funció de les col·laboracions amb les diferents marques. Gestionar les campanyes i el contacte amb influencers. Tenir un control de la base de dades de les persones subscrietes. Gestionar web i blog. Generar reports mensuals per prendre decisions.

Tasques

- Elaborar el Pla de Màrqueting i Comunicació anual. (2 setmanes)
- Implementació i execució del Pla de Màrqueting seguint els objectius i la filosofia de MOONBOX així com del pressupost establert. (2 hores/dia)
- Creació, control i revisió del contingut gestionat de la pàgina web de MOONBOX i del blog La Madre del Grupo. (2 hores/dia)
- Generar sinergies que permetin la difusió de la Marca. (1 hora/dia)
- Elaborar notes de premsa i Newsletter. (1 hora/dia)
- Dissenyar accions innovadores. (1 hora/dia)
- Col·laborar amb altres departaments per desenvolupar les col·laboracions promocionals. (1 hora/dia)
- Liderar estratègia de branding online i offline.

Els temps dedicats a cada tasca són orientatius, ja que volem treballar per objectius. Dependrà de la gestió del temps de la persona i de la seva productivitat.

Competències tècniques

- Coneixements de les Xarxes Socials Instagram, Facebook i Pinterest.
- Coneixement de la plataforma Wordpress.
- Coneixements de Facebook ads.
- Coneixements en SEO i SEM.
- Coneixements de Mailchimp.
- Nivell mig d'anglès.

Competències personals

- Formació en Màrqueting.
- Iniciativa i esperit emprenedor.
- Persona proactiva i positiva.
- Compromesa amb el projecte per voler assolir els objectius.
- Alta capacitat de treballar en equip.

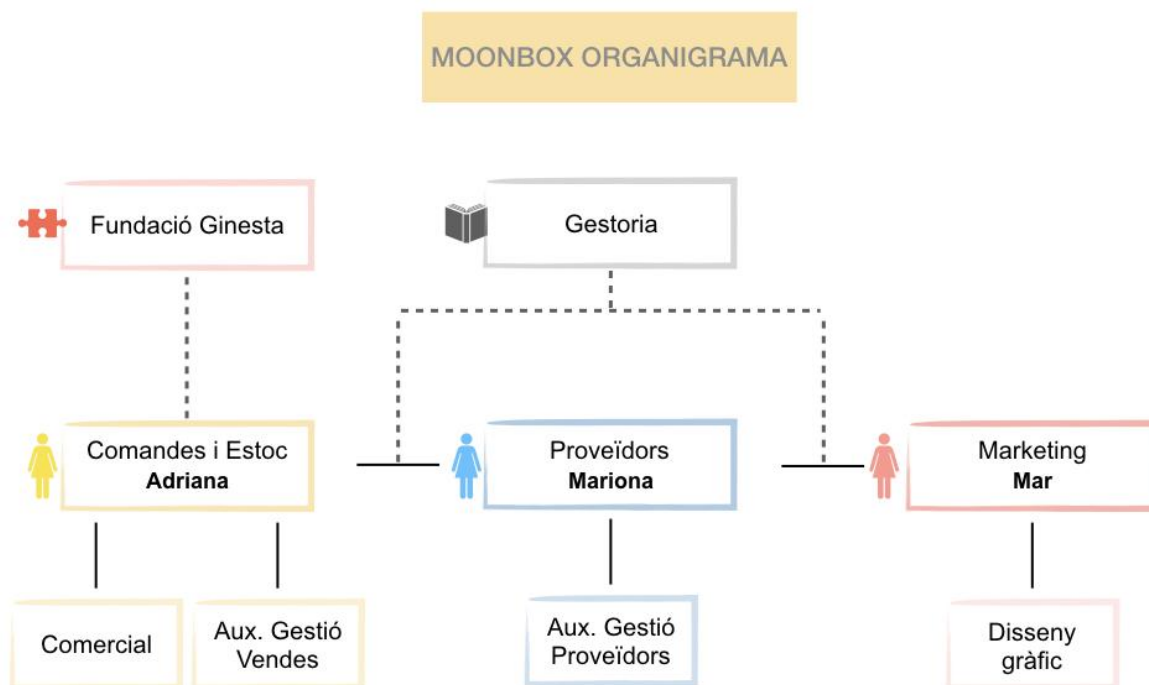
Aquesta funció l'assumirà la Mar, membre de l'equip emprenedor. Com que tant la Mar com la Resta de l'equip emprenedor tenim coneixements en Màrqueting i experiència, ja que hem cursat la Doble titulació en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació & Màrqueting i Comunitats Digitals i hem treballat en agències i departaments de Màrqueting, durant els primers anys no contemplem una formació extra pel nostre equip ja que estem recent formades.

La comissió de treball la formarem l'Adriana, la Mar i la Mariona i realitzaran reunions setmanals per tal de posar-ho tot en comú i prendre decisions per tal de poder aconseguir les metes i objectius plantejats.

Contarem amb dues empreses externes, la Gestoria i la Fundació Ginesta, encarregada de la creació i enviament de les MOONBOX.

En una fase més avançada del projecte contemplem la contractació de personal. A continuació l'organigrama:

Imatge 31. Organigrama II



Font pròpia

En aquest cas mantindríem les encarregades de comandes i estoc, proveïdors i Marketing igual que a la fase inicial del projecte, així com a les empreses subcontractades.

Apareixen quatre posicions noves que depenen de les diferents encarregades. En el cas del departament de comandes i estoc hi pengen dues noves funcions, un comercial per tal d'obrir nous mercats fora de l'online i un auxiliar de gestió de vendes per tal de donar suport a l'encarregada de comandes i estoc. En el departament de proveïdors una persona auxiliar per donar suport a la gestió dels proveïdors. Finalment del departament de Marketing es contempla la contractació d'un especialista en disseny gràfic per donar suport i potenciar la imatge de marca així com a la creació de contingut visual.

En el cas de la contractació de personal tant el comercial que depèn del departament de comandes i estoc com el dissenyador gràfic que depèn del departament de marketing rebrien formació.

El comercial farà un curs subvencionat de Gestió Comercial i Ventes a través d'Emagister. On el comercial aprendrà a identificar i aplicar els conceptes, estratègies, procediments i tècniques necessaris per desenvolupar les tasques de gestió comercial, així com conèixer les diferents fases del procés de venda i desenvolupar tècniques d'atenció personalitzada al client.

El dissenyador gràfic realitzarà un curs d'especialista de disseny gràfic en el sector de la publicitat a través d'Emagister per un cost de 169€+IVA on l'especialista obtindrà una visió acadèmica del factors que influeixen en la eficiència dels missatges gràfics.

15.3. Política Retributiva

Com hem explicat en punts anteriors, durant el primer any de MOONBOX no tindrem treballadors, ja que, haurem de reduir al màxim totes les despeses possibles. Una d'elles, i al tractar-se del principi de l'activitat, només hi treballarem les tres sòcies.

En cas de contractar algun treballador en un futur, haurem de disposar d'una compte de cotització per donar d'alta els treballadors i assignar-nos un conveni col·lectiu per realitzar les nòmines i tenir en compte tots els seus drets.

Per crear la compte cotització de MOONBOX hem de tenir assignada una activitat i per tant un codi CNAE.

CNAE: 4791 → Comercio al por menor por correspondència o Internet

Al tenir aquesta activitat, el conveni col·lectiu que ens assignem és el següent: comercio minorista de drogueria, herboristaries y perfumeries. Aquest és a nivell estatal, ja que, a nivell autonòmic no hi ha.

A l'apartat Annexes us adjuntem el corresponent conveni a aplicar.

Els **criteris generals** de retribució pels treballadors contractats a MOONBOX serien els següents:

1. Salari base: seguint el conveni col·lectiu assignat i la categoria del treballadors s'estableix un salari base corresponent a aquest.
2. Pagues extres: segons el conveni col·lectiu, tots els treballadors tindran dret a la retribució de tres pagues extraordinàries durant els mesos de març, juny i

desembre. Aquestes es podran prorratejar (12 pagues) o no (15 pagues). En el nostre cas no les prorratejarem. Durant els tres mesos de pagues extres tindrem més despesa en sous, però també pensem que és una bona manera de mantenir motivat l'equip.

3. Dies de vacances: tots els treballadors tindran dret a 31 dies naturals de vacances.
4. Jornada laboral: la jornada laboral màxima que estableix el conveni és de 40 hores setmanals. En funció de la jornada i la categoria s'aplicarà el corresponent salari.
5. Hores extres: aquells treballadors que compleixin les 40 hores del contracte laboral només tindran l'opció de realitzar hores extres i no complementaries, ja que, ja superen el màxim. Aquestes són voluntàries. Les hores extres en dies laborals seran pagades sobre el seu preu més un 75%. En dies festius seran pagades un 150% més.
6. Hores complementaries: aquells treballadors que no realitzin les 40 hores de contracte laboral podran realitzar hores complementaries sempre i quan no superin el màxim d'hores anuals.

Els **criteris particulars** i per tant variables depenent de la categoria professional establerta són els següents:

1. Transport: per aquells treballadors comercials que s'hagin de desplaçar se'ls hi pagarà la part proporcional al total de kilòmetres realitzats. Per cada un d'ells s'abonarà 0,22€/km.
2. Dietes: aquells treballadors que per feina hagin de realitzar un menjar fora del lloc habitual, s'abonarà 12,41€ (un menjar) o bé 31,02€ (dos menjars). Això serà abonat en cas de que el treballador s'hagi hagut de desplaçar més de 10 kilòmetres.
3. *Flexy days*: els *flexy days* són dies que MOONBOX "regala" als seus treballadors perquè ells escullin quan utilitzar-los. Es consideren dies puntuals i cada treballador tindrà dret a quatre *flexy days*.
4. Festes d'empresa: dos cops l'any tots els treballadors estaran convocats per gaudir de dos dinars/sopars d'empresa en consideració a les festes de Nadal i a l'inici de les vacances d'estiu.
5. Obsequi Nadal: tots els treballadors rebran un obsequi nadalenc durant les festes del Nadal.

6. Flexibilitat horària: aquells treballadors que ho desitgin podran escollir les hores d'entrada i sortida de feina sempre i quant estigui dins l'horari laboral establert a l'empresa.

15.4. Valoració Econòmica del Pla de Recursos Humans

Taula 11. Taula salarial i Pressupost RRHH

CATEGORIA PROFESSIONAL	SALARI ANUAL BRUT	SALARI MENSUAL BRUT	COMPLEMENTOS SALARIALS	SALARI MENSUAL NET	COST EMPRESA
Comercial	13.759,44€	917,30€/mes + 3 pagues extres	Plus transport Dietes	849€/mes + plus transport	1.170€/mes
Auxiliar gestió de vendes	12.754,65€	850,31€/mes + 3 pagues extres	-	787€/mes	1.084€/mes
Auxiliar gestió de proveïdors	12.754,65€	850,31€/mes + 3 pagues extres	-	787€/mes	1.084€/mes
Dissenyador gràfic	13.759,44€	917,30€/mes + 3 pagues extres	-	849€/mes	1.170€/mes
Socias → Direcció	20.190€	1.346€/mes + 3 pagues extres	-	1.245€/mes + (ajuda voluntaria)	1.717€/mes
TOTAL PRESSUPOST RRHH = 9.700€/mes aprox.					

Font pròpia

Veient les categories professionals escollides en el segon organigrama hem assignat la política retributiva de cada treballador juntament amb el conveni assignat.

Com podem veure, els dos auxiliars, tant de vendes com de compres cobraran el mateix. De la mateixa manera que el comercial i el dissenyador gràfic.

Ens hem assignat uns salaris a les tres sòcies, tot i que no sabem quan podrem aplicar-los.

16. PLA JURÍDIC-FISCAL

16.1. Constitució de l'empresa

La forma social escollida per MOONBOX és una societat de responsabilitat limitada degut a que es vol crear una societat mercantil per limitar la responsabilitat dels socis. Al tractar-se d'una petita i mitjana empresa busquem que sigui una societat tancada on nosaltres mateixes puguem gestionar-la. La societat de responsabilitat social és més flexible, possibilitant així la convocatòria de la junta general avisant individualment i permet un major espai de temps en l'exercici dels òrgans d'administració. Al tractar-se de tres sòcies hem pensat que la millor manera de constituir l'empresa és la societat limitada, ja que:

- Les accions són repartides per parts diferents entre les tres sòcies
- Podem fer aportacions de capital durant l'activitat de l'empresa
- No tenim límit de socis
- No hi ha número mínim de socis treballadors
- Es poden fixar salaris als socis a part dels beneficis en participacions d'aquesta
- Llibertat en la denominació social

El primer pas per constituir l'empresa és sol·licitar la denominació social al registre mercantil central (http://www.rmc.es/Deno_solicitud.aspx). Hem d'escollir cinc possibles noms per l'empresa, aquests han d'anar per ordre de preferència. En cas que el registre mercantil identifiqui una empresa amb el mateix primer nom que nosaltres hem escollit, passa al següent, i així successivament.

Per constituir l'empresa davant notari es necessita la següent documentació de tots els socis:

1. Fotocòpia del DNI de tots els socis
2. Fixació dels càrrecs d'administradors (quina de nosaltres serà administradora i les altres sòcies)
3. Fixació del total de socis i participacions

Les tres seriem sòcies participants i tindriem un % de les accions de l'empresa. Segons l'assessorament de professionals en el sector hem decidit que la repartició de les accions serà la següent:

- Mariona Rams → 51% de les accions de MOONBOX

- Adriana Buch → 24,5 % de les accions de MOONBOX
- Mar Navarro → 24,5% de les accions de MOONBOX

Elaborarem un **pacte de socis** on hi quedi constància de les participacions a tenir cada una de nosaltres i els poders que tenim. En cas de no trobar-nos d'acord en alguna decisió important per l'empresa la persona que tindrà més poder de decisió és la Mariona, ja que, consta amb el màxim de participacions de l'empresa.

La constitució de la societat es formalitza en una escriptura pública davant notari. Hi haurem de ser presencialment les tres socies fundadores per formalitzar-la. Un cop obtinguda la còpia simple (aproximadament una setmana) haurem de dirigir-nos a l'Agència Tributària per normalitzar el model 036 (alta d'activitat), després ens lliuraran el CIF provisional fins que la societat estigui inscrita al Registre corresponent.

4. Obtenció del certificat digital. A través de la pàgina web de la fabrica nacional de moneda i timbre podem obtenir el certificat digital de la societat. (<https://www.sede.fnmt.gob.es/certificados/persona-fisica/obtener-certificado-software>)

5. Pel que fa a la societat, necessitem:

- Domicili social de l'empresa
- Determinació de les activitats principals

CNAE: 4791 → Comercio al por menor por correspondència o Internet

- Local en el que es desenvoluparà l'activitat
- Fixar una data d'inici de l'activitat

L'empresa la constituïrem a partir del punt PAE. Aquest és un servei que facilita la creació de noves empreses, l'inici de l'activitat i el seu desenvolupament.

En aquest document s'hi troba tota la documentació necessària per constituir l'empresa. Un cop omplert s'envia al notari per poder anar a firmar la constitució de l'empresa.

El capital a aportar en un principi seria de 3.000€, com qualsevol empresa que constitueix una societat limitada. Però hem decidit que des d'un principi aportarem més capital per així després no haver de fer una inversió tant gran.

La Mariona, al tenir el 51% de les accions de l'empresa serà la que aportarà el màxim de capital. La Mariona aportarà 2.090€ i l'Adriana i la Mar 1.000€ cada una.

Per veure quins preus hi ha al mercat i quines possibilitats tenim per escollir, hem preguntat a tres gestories situades a Mataró. Totes elles ens han proporcionat preu per:

- Constitució empresa
- Tramitació certificat digital
- Taxes notarials
- Quota fiscal, comptable i laboral

1. U&R INICIATIVA EMPRESARIAL ECONOMISTES I ADVOCATS, S.L.

350€ + 21% IVA = 423,50€ inclou:

- Constitució empresa
- Tramitació certificat digital administrador i de la societat
- Taxes notarials

Taula 12. Quota U&R

Quota fiscal/comptable	140€ + 21% IVA	169,40€
Quota laboral	30€ (la primera nòmina) 20€ (següents) (1 x 30€) + (2 x 20€) + 21% IVA	84,70€
TOTAL = 254,10€/mes		

Font pròpia

2. ASSESSORIA BUCH

557,85€ + 21% IVA = 675€ inclou:

- Constitució empresa

Taula 13. Quota Assessoria Buch

Quota fiscal/comptable (fixe)	196,69€ + 21% IVA	238€
Quota laboral (variable)	Alta treballador Seguretat	105€ + 55€ = 160€

	Social → 28, 93€ + 21% IVA Gestió laboral → 15,15€ + 21% IVA	
TOTAL = 398€/mes		

Font pròpia

3. PATAU GABINET ECONÒMIC

1.500€ (IVA inclòs 21%) inclou:

- Formalització de constitució d'escriptura davant notari
- Preparació i representació en el Registre Mercantil de Barcelona l'escriptura de constitució per la seva inscripció registral
- Preparació i presentació davant l'Agència Tributaria la declaració censal per l'inici de l'activitat en el cens d'empresaris
- Preparació i presentació d'impostos davant l'Oficina Liquidadora de la Generalitat de Catalunya

Taula 14. Quota Patau Gabinet Econòmic

Quota fiscal/comptable (fixe)	170€ (IVA 21% inclòs)	170€
Quota laboral (variable)	Alta treballador Seguretat Social i confecció nòmina → 43€ (IVA 21% inclòs) Rebut de salari mensual → 12€ (IVA 21% inclòs)	165€
TOTAL = 335€/mes		

Font pròpia

Al tenir confiança amb la primera gestoria hem decidit que en cas de constituir l'empresa de veritat ho faríem a U&R, per l'experiència en el sector i els preus assequibles que ens ofereixen. També sabem que són una empresa molt pròxima i que aporten solucions amb rapidesa i facilitat, punt a favor també per MOONBOX.

16.2. Previsió de la Normativa específica a complir

GENERALS

- **LSSI-CE - Llei de Serveis de la Societat de la Informació i del Comerç Electrònic. Llei 34/2002, del 11 de juliol.**

Avís Legal, les empreses han de mostrar determinada informació sobre elles mateixes així com el nom, el domicili social de la empresa, la direcció de correu electrònic, el número de identificació fiscal i dades d'inscripció del registre mercantil.

Informar de tots els tràmits que seguiran els usuaris durant el procés de compra.

Drets dels consumidors, dret dels usuaris de que la informació que reben sobre un producte és certa així com d'altres drets.

Protecció de Dades, s'han de protegir les dades personals. Hi ha un reglament general de protecció de dades a nivell Europeu.

Demanar consentiment per l'enviament de comunicacions comercials.

- **Reglament RGPD - Reglament (UE) 2016/679** del parlament Europeu i del Consell, 27 de abril de 2016. Relatiu a la protecció de persones físiques en lo que respecta al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades.

Obliga a informar de les condicions de compra, del avís legal i de la política de privacitat.

Intensificar la transparència, la claretat i la accesibilitat relativa a la informació.

- **Ordenació del Comerç Minorista - Llei 7/1996**, del 15 de gener. Garanties en el procés de compra-venda que dona seguretat tant al venedor com al client.
- **Societats de Responsabilitat Limitada.** Real Decret 682/2003, de 7 de juny, pel que es regula el sistema de tramitació telemàtica que se refereix el article 134 i la disposició addicional octava de la Llei 2/1995, del 23 de març.
- **Llei de Societats de Capital - Reial Decret Legislatiu 1/2010**, de 2 juliol. Llei 25/2011, d'1 d'agost, de reforma parcial de la Llei de societats de capital i

d'incorporació de la Directiva 2007/36/CE, del Parlament Europeu i del Consell, de 11 de juliol, sobre l'exercici de determinats drets dels accionistes de societats cotitzades.

ESPECÍFICA

- **Productos Cosméticos - Reglamento número 1223/2009.** Tots els productes que venem compliran amb el reglament de cosmètica regits per la legislació europea. Garantitza la qualitat, seguretat, eficiència dels ingredients, procés de fabricació, envàs i composició

La normativa específica de productes cosmètics al estar regida per la legislació europea ens afecta positivament, ja que ens permet adquirir a proveïdors de la resta d'Europa i poder vendre els productes en el mercat Nacional.

Qualsevol canvi que es produeixi a nivell Estatal de les lleis esmentades , si és per adaptar-se a nivell Europeu serà bo per nosaltres, ja que ens permet realitzar la compra dels nostres productes a tot Europa amb tota la seguretat de que els podrem vendre aquí.

17. PLA ECONÒMIC-FINANCER

17.1. Previsió d'Inversions i Finançament

Com a partides d'inversió contemplem la inversió inicial de mobiliari per a l'oficina, així com són taules i cadires i el registre de la marca. En total implica una inversió de 642€.

Les fonts de finançament del projecte són el capital social aportat per les tres sòcies que és proporcional al % de les accions que tenen cada una. La segona font de finançament és un préstec bancari del Banc Sabadell amb un interès del 8,75% i una comissió del 2,25%.

ESCENARI ESPERAT

En el cas del escenari ESPERAT el Capital Social és de 8.400€ dels quals 4.300€ els aporta la Mariona, 2.050€ la Mar i 2.050€ l'Adriana. A més a més demanem un préstec al Banc Sabadell amb les condicions esmentades anteriorment de 10.000€ per retornar-lo en 36 quotes de 325€. A més a més a l'any 2020 es preveu reinvertir els beneficis del any 2019 pel que es fa una capitalització de 10.000€. Aquest procés es repetiria el any 2021 pel que tindríem previst reinvertir 8.000€ dels beneficis del any anterior. Per tant, per poder engegar el projecte amb les vendes esperades necessitaríem una inversió de 18.400€ el primer any.

ESCENARI OPTIMISTA

En el cas del escenari OPTIMISTA el Capital Social és de 8.400€ dels quals 4.300€ els aporta la Mariona, 2.050€ la Mar i 2.050€ la Adriana. A més a més demanem un préstec al Banc Sabadell amb les mateixes condicions esmentades anteriorment però a retornar en 24 quotes de 474€ la quota. De manera que en el escenari optimista les vendes esperades ja permeten cobrir les despeses de manera que no reinvertim capital. La quantitat necessària per iniciar el projecte és la inversió de 18.400€.

ESCENARI PESSIMISTA

En el cas de l'escenari PESSIMISTA, el capital social és de 8.400€ dels quals 4.300€ els aporta la Mariona i 2.050€ la Mar i l'Adriana, com en els dos casos anteriors. A més a més demanem un préstec al Banc Sabadell amb les condicions esmentades anteriorment de 5.000€ per retornar-lo en 36 quotes. Això implica una despesa mensual de 162€ entre les tres sòcies.

Al tractar-se d'un escenari pessimista hem considerat que el capital aportat per les sòcies a l'inici de l'activitat serà el mateix, però el préstec menor, ja que, no tindrem tant de benefici o retorn de la inversió per fer front a les despeses bancaries.

Per tant, la quantitat necessària per iniciar el projecte en un escenari pessimista és de 13.400€.

17.2. Previsió d'Ingressos i Despeses del primer any

Per tal de veure tres possibles escenaris (esperat, pessimista i optimista) on es podria trobar MOONBOX des de l'inici de l'activitat, hem creat tres plantilles excels on hi ha reflectides totes les partides d'ingressos, despeses i inversió possibles per veure i poder comparar-los.

Primerament ens hem basat en un escenari esperat i prou real, i per tant, explicarem el seu contingut principal com les despeses de constitució, mobiliari, lloguer del local... juntament amb els altres dos, a diferència de les partides d'ingressos i inversió.

ESCENARI ESPERAT

Els ingressos principals de MOONBOX són la venda de les subscripcions. Tot hi que per seguir l'estratègia de Moonbox i la fidelització de la usuària tindrem una shop on podrà adquirir aquells productes amb els que s'ha sentit identificada. Tot hi això, igual que la publicitat, no seran la nostre font d'ingressos principal.

Les despeses durant el primer any de MOONBOX són diferents a les dels següents anys, ja que, s'ha de constituir la societat i s'ha de fer una gran inversió en compra de productes, d'entre d'altres. D'altra banda tenim despeses que són fixes cada any, com seria el lloguer de l'espai de treball, la logística i muntatge de les MOONBOX, el Màrqueting i les despeses en Recursos Humans.

La quantificació dels ingressos i les despeses va en funció del percentatge de la quota de mercat que volem assolir. En el escenari realista assolim un 18,45% de la quota, això vol dir que venem durant el primer any 1000 subscripcions. La partida de despeses s'ha quantificat a partir de la compra dels productes per poder assumir la venda de 1000 subscripcions i la partida d'ingressos a partir dels ingressos d'aquestes vendes esmentades anteriorment.

COMPTE RESULTATS ESPERAT

Imatge 32. Compte resultats esperat

Pèrdues i Guanys	31/12/19	31/12/20	31/12/21
Vendes	82.626	183.431	339.427
Variació d'existències	6.480	6.822	5.968
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	(52.326)	(108.095)	(193.658)
Despeses de personal	0	(48.939)	(48.939)
Altres despeses d'explotació	(21.634)	(22.032)	(21.759)
Amortització de l'immobilitzat	(135)	(147)	(147)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	15.011	11.040	80.892
Despeses financeres	(772)	(489)	(179)
B) RESULTAT FINANCER	(772)	(489)	(179)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	14.239	10.551	80.714
Impost sobre beneficis	(2.136)	(1.583)	(24.214)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	12.103	8.968	56.500

Font pròpia

En l'escenari esperat el primer any obtenim uns ingressos de 82.626€ que provenen de les 1000 subscripcions venudes. El primer any no tenim despeses de personal com ja hem comentat anteriorment però sí que tenim unes despeses d'aprovisionaments que són les compres que realitzem als proveïdors així com les despeses d'explotació, ja que tenim despeses de Marketing i Logística. Aquestes despeses més l'amortització són 74.095€. El resultat del exercici després de de despeses financeres i impost sobre beneficis és de 12.103€.

Els següents dos anys es preveu incloure els salaris del personal, i el resultat del exercici del segon any és de 8.968€ i del tercer 56.500€.

COMPTE RESULTATS OPTIMISTA

Imatge 33. Compte resultats optimista

Pèrdues i Guanys	31/12/19	31/12/20	31/12/21
Vendes	144.897	350.030	575.786
Variació d'existències	2.241	45	(10)
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	(83.106)	(195.369)	(321.696)
Despeses de personal	0	(48.939)	(48.939)
Altres despeses d'explotació	(21.634)	(22.032)	(21.759)
Amortització de l'immobilitzat	(135)	(147)	(147)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	42.263	83.587	183.234
Despeses financeres	(772)	(489)	(179)
B) RESULTAT FINANCER	(772)	(489)	(179)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	41.491	83.098	183.055
Impost sobre beneficis	(6.224)	(12.465)	(54.917)
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	35.268	70.634	128.139

Font pròpia

En l'escenari optimista, el primer any obtindrem uns ingressos de 144.897€ que provenen de les 1.475 subscripcions venudes. Com en l'escenari anterior, el primer any no tenim despeses de personal, però a diferència del escenari realista com que es ven més les despeses d'aprovisionament són més elevades amb un import de 83.106€. El resultat de l'exercici el primer any és de 35.268€.

Els següents dos anys es preveu incloure els salaris del personal, i el resultat del exercici del segon any és de 70.634€ i del tercer 128.139€.

COMPTE RESULTATS PESSIMISTA

Imatge 34. Compte resultats pessimista

RESULTATS			
Pèrdues i Guanys	31/12/19	31/12/20	31/12/21
Vendes	43.721	65.423	60.594
Variació d'existències	2.241	45	46
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	(26.676)	(36.601)	(33.990)
Despeses de personal	0	(48.939)	(48.939)
Altres despeses d'explotació	(21.522)	(22.032)	(21.759)
Amortització de l'immobilitzat	(135)	(147)	(147)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	(2.371)	(42.252)	(44.196)
Despeses financeres	(386)	(245)	(89)
B) RESULTAT FINANCER	(386)	(245)	(89)
C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)	(2.757)	(42.496)	(44.285)
Impost sobre beneficis	414	6.374	6.643
D) RESULTAT DE L'EXERCICI	(2.343)	(36.122)	(37.642)

Font pròpia

Com podem observar en l'escenari pessimista, els resultats dels tres anys són força negatius degut al baix volum de subscripcions mensuals. Aquestes es mantenen molt estables durant tot l'any i les compres superen els costos que el benefici per subscripcions.

El primer any obtenim un total de 420 subscripcions, menys de la meitat que en l'escenari esperat. Això proporciona uns ingressos per vendes de 43.721€. Tenint en compte les despeses d'aprovisionament (compres de productes) més l'amortització de l'immobilitzat i les despeses d'explotació com la inversió en màrqueting i les despeses de logística, això ens proporciona un resultat d'explotació molt negatiu per l'empresa. Els ingressos per subscripcions no superen la inversió que hem de fer en la compra de productes i altres despeses.

L'any següent MOONBOX ja té despeses en personal, això implica una inversió de 48.939€/any en els sous de les tres sòcies. Els ingressos per subscripcions ja són més elevats però continuem tenint el mateix problema que en l'any anterior. Les despeses superen els ingressos, per tant, aquest segon any encara tenim menys bon resultat i més despeses.

En canvi, a diferència del segon i tercer any, el resultat de l'exercici no varia molt degut a l'estabilitat de les subscripcions mensuals i les despeses. Considerem que és un escenari molt pessimista, ja que, el segon i tercer any les pèrdues són molt elevades i els ingressos molt pocs per fer front a totes aquestes.

Una possible millora per aquest escenari seria demanar un préstec més elevat (si les sòcies es veuen en cor de poder fer-lo fer front) o bé no introduir sous durant el segon i tercer any. També es podria preveure una inversió més gran en despeses de màrqueting per arribar a més mercat i poder tenir més subscripcions durant el segon i tercer any.

CONCLUSIONS COMPTE RESULTATS

Vists els tres comptes de resultats i havent pogut observar els diferents escenaris, podem arribar a la conclusió que el millor escenari on es podria trobar MOONBOX és l'escenari esperat. Aquest és beneficiós pels bons ingressos per subscripcions i al mateix temps per les despeses en compres de productes trimestrals. També,

l'aportació inicial en capital és assequible per les tres sòcies i la quota mensual pel préstec demanat també.

Considerem que no tenir sous durant el primer any és una molt bona decisió i poder reinvertir el benefici del primer any també és un punt a favor per l'evolució de l'empresa per invertir més en despeses de màrqueting sobretot. Preveient un creixement de les subscripcions durant el segon any considerem que ens podem adjudicar un sou i del que també en podem fer front gràcies a no tenir-n'he el primer any.

Gràcies a aquesta previsió veiem que si l'empresa comencés en aquest punt i totes les subscripcions mensuals es complissin seria un projecte viable i amb un alt rendiment.

17.3. Pla de Tresoreria del Primer Any

PLA DE TRESORERIA ESPERAT

Imatge 35. Pla Tresoreria esperat

TRESORERIA		Amagar 0											
	gen-19	febr-19	març-19	abr-19	maig-19	juny-19	jul-19	ag-19	set-19	oct-19	nov-19	des-19	
Capital	8.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Capital Social	8.400	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	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Préstecs	10.000	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	2.670	2.962	3.589	4.750	4.712	5.879	8.404	8.511	9.053	10.993	10.349	10.755	
IVA Vendes	561	622	754	998	990	1.235	1.765	1.787	1.901	2.308	2.173	2.258	
IVA a cobrar	0	0	0	1.010	0	0	0	0	0	0	0	0	
ENTRADES DE CAPITAL	21.630	3.584	4.342	6.758	5.702	7.114	10.169	10.298	10.954	13.301	12.522	13.013	
Despeses de constitució	350	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inversions	776	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inversions immaterials	171	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inversions materials	605	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	0	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	252	254	256	257	259	261	263	265	267	269	271	
Préstecs	0	252	254	256	257	259	261	263	265	267	269	271	
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Compres	8.721	0	0	9.180	0	0	15.390	0	0	19.035	0	0	
IVA Compres	1.831	0	0	1.928	0	0	3.232	0	0	3.997	0	0	
Servels exteriors	2.306	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	
Despeses de personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Salari NET	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IRPF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Despeses financeres	73	73	71	69	67	65	64	62	60	58	56	54	
Despeses financeres Leasings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA a pagar	0	0	0	0	0	0	314	0	0	1.242	0	0	
Pag a compte IS	0	0	0	726	0	0	0	0	0	1.089	0	963	
IS Empreses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SORTIDES DE CAPITAL	14.058	2.406	2.406	14.240	2.406	2.406	21.343	2.406	2.406	27.770	2.406	2.769	
SALDO INICIAL	0	7.572	8.749	10.685	3.203	6.499	11.206	33	7.925	16.472	2.004	12.120	
SALDO FINAL	7.572	8.749	10.685	3.203	6.499	11.206	33	7.925	16.472	2.004	12.120	22.363	

Font pròpia

El pla de tresoreria del primer any, en el escenari realista, són en base a la venda de 1000 subscripcions anuals. Observem que les sortides de capital més elevades es produeixen al Gener, Abril, Juliol i Octubre ja que son els mesos que comprem els productes als proveïdors. Mentre que les entrades de capital són constants i creixen progressivament, ja que la nostre previsió de vendes va creixent cada mes.

Observem doncs, que els mesos que realitzem les compres als proveïdors el saldo final del mes és més baix que el saldo inicial, ja que les despeses són més elevades. Mentre que la resta de mesos, el saldo final és més elevat que el saldo inicial, cosa que ens permet compensar uns mesos amb d'altres.

PLA DE TRESORERIA OPTIMISTA

Imatge 36. Pla Tresoreria optimista

TRESORERIA												
Amagar 0												
	gen-19	febr-19	març-19	abr-19	maig-19	juny-19	jul-19	ag-19	set-19	oct-19	nov-19	des-19
Capital	8.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	8.400	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	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstecs	10.000	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	5.949	6.871	7.793	8.905	10.017	11.129	12.241	13.449	14.849	16.248	17.898	19.548
IVA Vendes	1.249	1.443	1.637	1.870	2.104	2.337	2.571	2.824	3.118	3.412	3.759	4.105
IVA a cobrar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADES DE CAPITAL	25.599	8.314	9.430	10.775	12.121	13.466	14.811	16.272	17.967	19.661	21.657	23.653
Despeses de constitució	350	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions	776	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions immaterials	171	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	605	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	0	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	252	254	256	257	259	261	263	265	267	269	271
Préstecs	0	252	254	256	257	259	261	263	265	267	269	271
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	13.743	0	0	16.767	0	0	22.626	0	0	29.970	0	0
IVA Compres	2.886	0	0	3.521	0	0	4.751	0	0	6.294	0	0
Serveis exteriors	2.306	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081
Despeses de personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salari NET	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IRPF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses financeres	73	73	71	69	67	65	64	62	60	58	56	54
Despeses financeres Leasings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA a pagar	0	0	0	329	0	0	1.810	0	0	2.782	0	0
Pag a compte IS	0	0	0	2.116	0	0	0	0	0	3.174	0	1.058
IS Empreses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SORTIDES DE CAPITAL	20.135	2.406	2.406	25.139	2.406	2.406	31.594	2.406	2.406	44.626	2.406	3.464
SALDO INICIAL	0	5.464	11.372	18.395	4.032	13.746	24.806	8.023	21.890	37.450	12.485	31.736
SALDO FINAL	5.464	11.372	18.395	4.032	13.746	24.806	8.023	21.890	37.450	12.485	31.736	51.924

Font pròpia

En el escenari optimista, la base dels ingressos són la venda de les 1.475 subscripcions. A diferència del escenari anterior, en aquest escenari optimista les

compres són iguals a les vendes, de manera que prevenim vendre tot el que hem comprat.

Igual que en el escenari realista les sortides de capital mes elevades es produeixen el primer mes de cada trimestre, ja que hem contemplat realitzar les compres trimestralment. És per això que el primer mes de cada trimestre el saldo final és inferior al saldo inicial, ja que les despeses de principi de trimestre són molt més elevades que les dels dos següents mesos.

Igual que a l'escenari realista les entrades de capital es preveuen constants i creixents. Mentre que les sortides de capital són estables excepte el primer mes del trimestre.

PLA DE TRESORERIA PESSIMISTA

Imatge 37. Pla Tresoreria pessimista

TRESORERIA		Amagar 0											
	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sept-19	oct-19	nov-19	dic-19	
Capital	8.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Capital Social	8.400	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	5.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Préstecs	5.000	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	1.405	1.645	1.791	2.272	2.753	2.999	3.525	4.106	4.828	5.694	6.181	6.523	
IVA Vendes	295	345	376	477	578	630	740	862	1.014	1.196	1.298	1.370	
IVA a cobrar	0	0	0	1.135	0	0	236	0	0	0	0	0	
ENTRADES DE CAPITAL	15.100	1.990	2.167	3.884	3.331	3.628	4.501	4.968	5.841	6.890	7.480	7.893	
Despeses de constitució	350	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inversions	776	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inversions immaterials	171	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Inversions materials	605	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	0	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	126	127	128	129	130	131	132	132	133	134	135	
Préstecs	0	126	127	128	129	130	131	132	132	133	134	135	
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Compres	4.941	0	0	4.482	0	0	6.966	0	0	10.287	0	0	
IVA Compres	1.038	0	0	941	0	0	1.463	0	0	2.160	0	0	
Serveis exteriors	2.194	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	2.081	
Despeses de personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Salari NET	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IRPF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SST	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Despeses financeres	36	36	36	35	34	33	32	31	30	29	28	27	
Despeses financeres Leasings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA a pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	174	0	0	
Pag a compte IS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IS Empreses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SORTIDES DE CAPITAL	9.336	2.244	2.244	7.667	2.244	2.244	10.673	2.244	2.244	14.865	2.244	2.244	
SALDO INICIAL	0	5.764	5.511	5.434	1.651	2.738	4.123	-2.049	675	4.272	-3.702	1.533	
SALDO FINAL	5.764	5.511	5.434	1.651	2.738	4.123	-2.049	675	4.272	-3.702	1.533	7.183	

Font pròpia

El primer any del pla de tresoreria de l'escenari pessimista és força negatiu, ja relacionat amb el compte de resultats observat anteriorment. Com es pot observar el capital social és el mateix que els dos escenaris anteriors i el préstec de 5.000€ que també hem comentat. En el primer apartat trobem les vendes i el seu IVA del 21%

corresponent al total d'ingressos de cada mes. Això ens proporciona les **entrades de capital** a l'empresa durant el primer any.

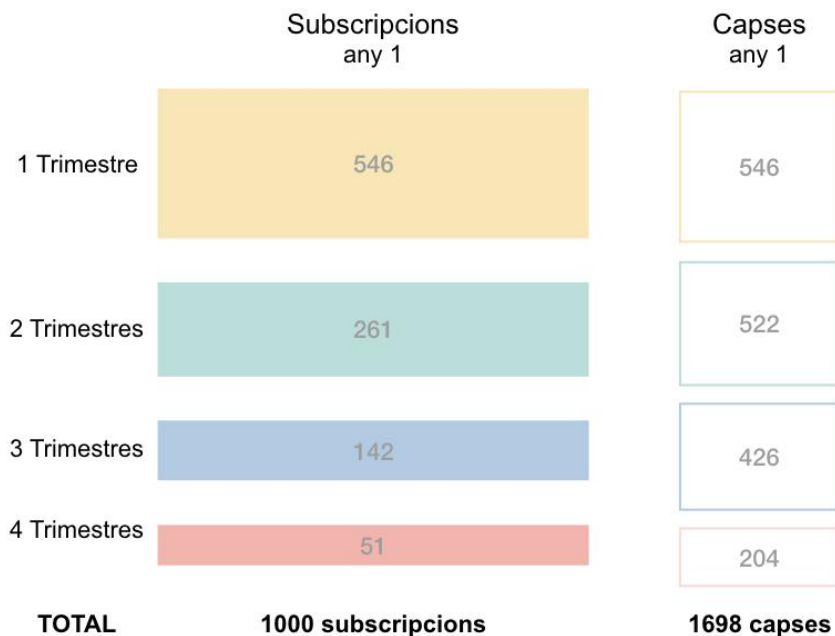
Pel que fa a les despeses, primer trobem la constitució de l'empresa, que és igual pels tres escenaris. A continuació trobem les inversions en material pel lloc de treball i totes les compres que hem de fer trimestrals amb el seu IVA corresponent.

A part també, trobem les despeses financeres pel préstec que hem demanat i per tant hem de tornar. El total d'aquestes despeses ens proporcional les **sortides de capital**.

El **saldo final** del primer mes de gener és positiu, ja que des de l'inici de l'activitat tenim el préstec per fer front a totes les despeses esmentades. Com podem observar, aquells mesos en els que realitzem les compres, el saldo final és negatiu, degut als pocs ingressos per subscripcions que tenim i al gran volum de despeses en aquell mes. Si observem els diferents saldos finals de tots els mesos i els dos anys següents, aquests són molt baixos o negatius degut a l'estabilitat de les subscripcions i a la gran despesa per compres.

PUNT MORT

Imatge 38. Subscripcions vs. capsos



Font pròpia

En l'escenari realista contemplem que vendrem 1.000 subscripcions, d'aquestes 1.000 subscripcions 546 són d'un trimestre, 261 són de dos, 142 són de tres i 51 són de quatre. Això implica un total de 1.698 capsos MOONBOX el primer any.

Calculem el punt mort per saber quantes caixes necessitem vendre perquè el benefici sigui zero i les despeses també.

$$\frac{\text{Costos Fixos}}{\text{Preu Venta Unitari} - \text{Cost Variable Unitari}} = \frac{22.541}{49,99 - 27} = 981$$

COSTOS FIXES

- Despeses financeres → 772€
- Amortització de l'immobilitzat → 135€
- Altres despeses d'exploració → 21.634€

TOTAL = 22.541€

Per tant, per començar a tenir benefici hem de vendre 981 caps MOOBOX a un preu de venda **49,99€** de les 1.698 previstes, a un cost variable unitari per nosaltres de **27€**.

Amb la venda d'aquestes 981 caps trobem l'equilibri entre els costos fixos (despeses) i els ingressos d'aquestes.

VAN

Imatge 39. VAN

VAN			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Any	1	2	3
Cash-flow	22.363	13.274	73.648
Taxa actualització	2,00%	2,00%	2,00%
Valor Actualitzat	21.925	12.759	69.400
VAN	809.555	787.630	774.871

Font pròpia

El Valor Actual Net ens indica la viabilitat del projecte. Si el resultat és superior a 0 el projecte és viable. La VAN del primer any és de 809.555€, la del segon 787.630€ i la del tercer 774.871€. Per tant el projecte és viable

TIR

Imatge 40. TIR

TIR			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Inversió	3.233	0	0
Cash-flow	22.363	13.274	73.648
	-3.233	22.363	13.274
TIR	703%		

Font pròpia

La taxa interna de retorn és la taxa d'interès que fa que la VAN sigui igual a 0. La TIR és del 703%, el que significa que la rendibilitat és del 703%.

FONS DE MANIOBRA

Imatge 41. Fons de Maniobra

FONS DE MANIOBRA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Actiu corrent	33.820	56.966	142.339
Passiu corrent	10.148	17.929	38.582
FONS DE MANIOBRA	23.672	39.037	103.758

Font pròpia

El fons de maniobra és positiu en 23.672€ el any 1, 39.037€ el any 2 i 103.758 el any 3. Per tant l'empresa amb els recursos propis pot finançar l'actiu. Per tant podem fer front als pagaments a curt termini.

EBITDA

Imatge 42. EBITDA

EBITDA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
BAI	14.239	10.551	80.714
Intereses	772	489	179
BAII	15.011	11.040	80.892
Amortitzacions	135	147	147
EBITDA	15.146	11.187	81.039

Font pròpia

En el escenari realista el resultat d'explotació és positiu i creixent durant els tres primers anys.

RATI ENDEUTAMENT

Imatge 43. Rati Endeutament

RATI ENDEUDAMENT			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Passiu	13.867	17.929	38.582
Fons propis	20.503	39.470	103.970
RATI ENDEUDAMENT	67,63%	45,42%	37,11%

Font pròpia

Aquest rati ens indica la proporció que representa el deute en el total del passiu de l'empresa. El valor òptim d'aquesta ràtio és de 0,5%, com veiem el resultat del primer any és de 0,68%. Amb això podem veure que l'endeutament de MOONBOX és relativament bo, ja que, el passiu és menor al total de fons propis de l'empresa.

Però com veiem a la taula, aquest percentatge disminueix a mesura que passen els anys, la qual cosa és positiva.

RENDIBILITAT DE LA INVERSIÓ

Imatge 44. Rendibilitat de la inversió

RENDIMENT DE LA INVERSIÓ			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Inversió	3.233	0	0
BAI	14.239	10.551	80.714
RENDIMENT DE LA INVERSIÓ	440%	0%	0%

Font pròpia

La taxa de retorn de la inversió, és la ràtio que ens indica el rendiment que ha generat el capital invertit en el projecte durant el primer any. El capital invertit a l'inici és de 3.233€. Veiem que la taxa de retorn és molt elevada, ja que, el benefici gràcies al préstec adquirit i a les reinversions del capital durant els tres anys.

17.4. Conclusions i viabilitat

CONCLUSIONS PLA TRESORERIA

Si observem el pla de tresoreria i el compte de pèrdues i guanys de l'escenari esperat podem considerar que és un projecte viable, gràcies a la gran aportació de capital que hem de fer a l'inici, les reinversions del benefici de cada any i el préstec demanat. El fet de comprar les unitats justes per la previsió de vendes ens fa tenir un estoc molt baix i per tant, unes despeses d'aprovisionament més baixes que els ingressos per subscripcions. D'aquesta manera el saldo final dels tres anys en l'escenari esperat és força bo i positiu per l'empresa.

Les tres socies hem considerat una molt bona opció el fet de poder reinvertir el benefici del primer any en el segon per així invertir molt més en màrqueting, arribar a més mercat i per tant en conseqüència tenir més ingressos. Durant el primer any considerem que és molt millor no adjudicar un sou, ja que al final de l'any implica una gran inversió en sous que de moment no és necessària.

VIABILITAT FINANCERA

En base al resultat financer, podem concloure que es tracta d'un projecte econòmicament viable. La inversió necessària per iniciar el projecte no és desmesurada, ja que seria possible obtenir el finançament de 10.000€ així com aportar el capital social desitjat. Així mateix les vendes previstes en un escenari realista no ens suposarien pèrdues.

A nivell d'equip, des d'un inici seriem capaces de portar el projecte endavant sense la necessitat de tenir més gent a l'equip. Tot hi que les tres tenim la mateixa formació hem treballat en àrees diferents pel que ens complementem molt bé. Ha estat per nosaltres un projecte que li hem dedicat moltes hores i que hem pogut comptar amb l'assessorament de varis experts, i per tant l'equip no seria una pedra en el camí, al contrari.

18. CONCLUSIONS

Amb la realització d'aquest pla de negoci hem pogut trobar, estructurar i quantificar, la manera de convertir una idea de negoci en un projecte amb futur, dedicació i motivació. Hem passat per totes les etapes que es planteja un emprenedor, des de tenir una idea, madurar-la i pivotar-la fins veure la viabilitat del projecte.

Des d'un inici, les tres membres de l'equip creïem en el nostre projecte, és per això que per tal de seguir madurant i avançant la idea vam decidir apuntar-nos al Weekend Challenge, després optar perquè MOONBOX fos el TFG d'una part de l'equip i finalment participar en un programa d'Emprenedoria com el Explorer.

Hem realitzat una investigació de mercat per poder trobar el lloc ideal per MOONBOX i concretar els diferents públics objectius que tenim. Hem parlat amb els nostres públics objectius, realitzant entrevistes i creant un MVP. Hem buscat un model de negoci pel projecte així com una proposta de valor clara i precisa per diferenciar-nos de la competència, oferint la nostre creativitat, passió, valors i personalització en cada MOONBOX.

Hem realitzat enquestes per poder aconseguir, juntament amb estudis oficials una quota de mercat pel projecte.

Hem analitzat la competència nacional i internacional, i hem après de ella.

També hem desenvolupat i explicat detalladament el Pla de Màrqueting, les accions concretes a portar a terme en el pla de comunicació de MOONBOX pel llançament de la marca i l'entrada al mercat de manera correcte, optimitzant al màxim els recursos disponibles.

Hem creat una estratègia de preus i considerat quins són els millors canals de distribució. Així com quin és el procés de producció.

En una fase final del projecte hem estudiat els perfils de les persones necessàries per tirar endavant el projecte.

Hem considerat la creació d'una societat limitada d'acord amb la valoració de les tres sòcies i tots els seus punts a favor i en contra. Hem definit també les normes principals a tenir en compte per començar amb l'activitat i els processos per constituir-la.

La realització dels tres escenaris financers ens ha fet poder comparar i ser conscients de les diferents possibilitats, tenint en compte tots els recursos que hi ha. Hem pogut comprovar d'aquesta manera la viabilitat del negoci i possibles fonts de finançament assequibles per les tres.

Finalment s'ha arribat a la conclusió de que aquest seria un negoci viable gràcies a la proposta de valor definida, un públic objectiu molt clar, una estructura de costos esperada i la possibilitat de poder finançar i autofinançar el projecte.

El fet d'haver realitzat el Treball de Final de Grau dues persones i al cursar la doble titulació d'Administració d'Empreses i Màrqueting hem decidit aprofunditzar en el Pla de Marketing. Hem elaborat campanyes concretes, com la campanya de llançament. Així mateix, ens ha permès poder desenvolupar algunes accions com ha estat l'elaboració del blog de La Madre del Grupo, creació de contingut pel blog i les Xarxes Socials acord amb el nostre Públic Objectiu. A més a més, hem portat a terme un Producte Mínim Viable que ens ha permès interactuar amb el públic i validar hipòtesis del projecte. Pel que fa la part d'Administració d'Empreses hem identificat diferents assignatures de la carrera al llarg del projecte, així com la possibilitat de realitzar la part financera de MOONBOX.

Volem agrair a totes les persones que ens han acompanyat i ajudat al llarg d'aquests últims set mesos: professors i professionals, mentors, companys, amics i família. També a la nostra tutora Màrian Buil per acompanyar-nos durant aquest procés i aportar ajuda i suport en qualsevol moment. De totes les aportacions rebudes i hores dedicades s'ha creat la idea i el concepte del que vol ser MOONBOX.

19. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Punt 2.2. Sector activitat i tendències

1. Diari **LA VERDAD**. *LYDIA MARTÍN*. Murcia, jueves 8 de junio 2017. “La cosmética natural y ecológica crea tendencia”.
<http://www.laverdad.es/nuestra-economia/cosmetica-natural-ecologica-20170608023220-ntvo.html>. [Consultat en línia el dia 14 de desembre de 2017].
2. Diari **ATLÁNTICO**. *Viernes 19 de mayo 2017*. “La cosmética natural gana peso en España”.
<http://www.atlantico.net/articulo/tendencias/cosmetica-natural-gana-peso-espana/20170519170916589532.html>. [Consultat en línia el dia 14 de desembre de 2017].
3. **WOMENALIA**. *Viernes 25 de agosto 2017*. “12 datos que muestran el potencial del eCommerce en España”.
<https://www.womenalia.com/es/womenat/367-ecommerce/9606-e-commerce-espana-datos-2017>. [Consultat en línia el dia 17 de desembre de 2017].

Punt 3.3. Quota a assolir

1. **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA**. “Población por edad, sexo y año”.
<http://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p08/l0/&file=02002.px>. [Consultat en línia el dia 13 de desembre de 2017].
2. Diari **ABC**. *13 de septiembre 2013*. “¿Quienes usan más las redes sociales?”.
<http://www.abc.es/tecnologia/redes/20130905/abci-hombres-google-mujeres-facebook-201309051057.html>. [Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].
3. Diari **EL ECONOMISTA**. *INFOAUTÓNOMOS, 15 de junio 2015*. “¿Cómo son los compradores online en España?”.
<https://infoautonomos.eleconomista.es/tecnologia-pymes-autonomos/como-son-compradores-online-en-espana/>. [Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].
4. Revista **CMD SPORT**. *REDACCIÓN, 3 de noviembre 2015*. “La mayoría de los españoles que van al gimnasio son menores de 40 años”.
<http://www.cmdsport.com/esencial/cmd-fitnessgym/la-mayoria-de-los-espanoles-que-van-al-gimnasio-son-menores-de-40-anos%EF%BB%BF%EF%BB%BF/>. [Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].
5. Diari **ABC**. *27 de julio 2014*. “Nonabox surgió de la idea de ofrecer una solución a las mamás con poco tiempo”.
<http://www.abc.es/tecnologia/redes/20140727/abci-nonabox-mujer-empresaria-201407252003.html>. [Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].
6. Diari **EL PAÍS**. *PEPE VARELA, Madrid, 15 de junio 2014*. “Nonabox reparte cajitas para bebés”.
https://elpais.com/economia/2014/06/12/actualidad/1402593669_725806.html. [Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].

7. Ebook **¿CÓMO ENTENDER EL FUNCIONAMIENTO DE UNA EMPRESA?**. PAU GALIANA LLASAT. *Barcelona, enero 2016.*

https://books.google.es/books?id=r-S2DQAAQBAJ&pg=PT8&lpg=PT8&dq=suscriptoras+nona+box&source=bl&ots=ooyZj-XoV3&sig=KMKOirmnK_y25S0Rr_Omcv3b_Mg&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiw6aeozJbYAhVHcRQKHShBDzEQ6AEIQTAE#v=onepage&q=suscriptoras%20nona%20box&f=false.

[Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].

8. Diari **EL REFERENTE**. 16 de febrero 2015. "Más de 300 mil mamás confían ya en Nonabox".

<http://www.elreferente.es/Innovadores/izanami-martinez-y-ramon-sanchez-emprendedores-fundadores-nonabox-28197>. [Consultat en línia el dia 19 de desembre de 2017].

Punt 4. Competència

Tots els links de la competència que hem utilitzat es troben a la plantilla Excel de Competència.

9. Pàgina web **EMAGISTER**. Pla de formació <https://www.emagister.com/gestion-comercial-ventas-microempresas-cursos-3463836.htm>. [Consultat en línia el dia 15 de juny de 2018].
10. Pàgina web **EMAGISTER**. Pla de formació <https://www.emagister.com/especialista-diseno-grafico-sector-publicidad-cursos-3461552.htm> [Consultat en línia el dia 15 de juny de 2018].
11. Pàgina web **INICIA GANCAT**. Normatives pel negoci. http://inicia.gencat.cat/inicia/images/cat/Guia%20formes%20juridiques_cat%20DEF_tc_m124-53839.pdf [Consultat en línia el dia 15 de juny de 2018].
12. Boletín Oficial del Estado. BOE. Normatives <http://www.boe.es/> [Consultat en línia el dia 16 de juny de 2018].

20. ANNEXES

- Entrevistes mares o dones embarassades
- Compte de pèrdues i guanys provisional
- Pla Financer