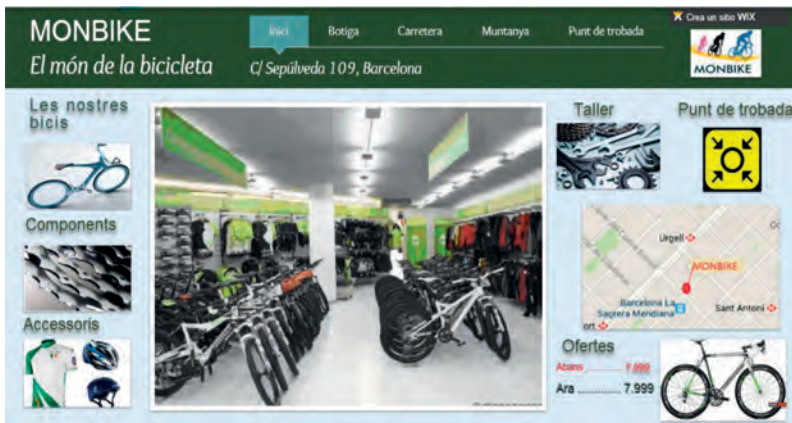


CREACIÓ D'UNA EMPRESA: MONBIKE



INSTITUT JOAN COROMINES

AUTOR
Sergi Monsó Martín

TUTORA
Lourdes Llorens
Flordelís

MATÈRIA
Economia i empresa

TIPUS DE MATERIAL ELABORAT
Dossier amb el treball, disseny d'una pàgina web, creació de comptes de Twitter i Facebook, plànols del local, targeta de presentació de la botiga, tríptic de publicitat per a una revista

TIPOLOGIA DE RECERCA
Disseny i producció

IDEA INICIAL

La meua hipòtesi de partida és si és viable econòmicament crear un model de botiga dedicada al ciclisme que aporti un valor afegit respecte d'altres competidors del sector. En aquest sentit, m'he plantejat que la meua empresa ha d'assolir una sèrie d'objectius: donar un tracte personalitzat, oferir una àmplia gamma de productes i un assessorament especialitzat, amb un servei de taller... Tot per oferir trets diferencials respecte de la competència i aconseguir que sigui un lloc d'intercanvi d'experiències al voltant del món de la bicicleta, on també s'organitzin esdeveniments esportius relacionats amb el món del ciclisme.

PROCÉS D'ELABORACIÓ

L'estructura bàsica del treball correspon a l'elaboració d'un pla d'empresa, perquè puguem determinar-ne la viabilitat.

Dades de la persona emprenedora.

- Pla de màrqueting: identificar les necessitats que satisfarà el producte/servei, descripció dels productes i serveis oferts, anàlisi de l'entorn general, del mercat (clients potencials i competència), polítiques de comunicació, distribució, preus i previsió de vendes i de serveis associats.
- Pla de producció o d'operacions: horaris, infraestructures, equipaments i mà d'obra. Determinació del cost del producte/servei.
- Pla d'organització: estructura organitzativa i planificació dels recursos humans.
- Pla jurídic i fiscal: forma jurídica i constitució legal, obligacions fiscals i cobertura de responsabilitats, Marques i patents, organismes i mesures de suport a la creació d'empreses i pla d'inversió inicial.

- Pla econòmic i financer: pla de finançament i previsió del compte de resultats.

Les fonts emprades han estat diverses:

- Documentació proporcionada pel Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.
- Enquesta sobre l'ús de la bicicleta a l'esquerra de l'Eixample.
- Entrevista a un expert (bicis.cat).
- Altres: tests sobre empenedoria, web de la Federació Catalana de Ciclisme, bikezone (productes i preus), freeelogoservices (logo i marca), xarxamobal i Indescat (estudi de mercat), wix.com (elaboració de pàgines web), flooplanner.com (elaboració de plànols), Agència Tributària i Departament de Treball (impostos i qüestions jurídiques), etc.



CONCLUSIONS

S'ha pogut demostrar que el model de botiga MONBIKE que es proposa disposa dels suficients clients potencials i que el mercat al qual s'adreça es troba en una situació de creixement. La major valoració social del temps lliure, la difusió dels valors ecològics, l'interès per la pràctica de l'esport i per una vida sana, són elements que juguen a favor de la idea de negoci de MONBIKE. L'anàlisi de l'entorn ha permès demostrar que, malgrat que existeixen alguns factors en contra de la idea de negoci com ara la crisi econòmica, la disminució de les vendes al detall i les dificultats fiscals i de finançament, també existeixen factors favorables com la major disponibilitat de mà d'obra i l'abaratiment de salaris.

S'ha comprovat que el model d'empresa MONBIKE pot ser viable.