



Creació d'un suplement proteic i estudi de la seva viabilitat al mercat

Marta Turró Soriano

Tutora: Anna Güell i Juanola
FEDAC Sant Narcís, 4 d'octubre de 2024

AGRAÏMENTS

En primer lloc, m'agradaria agrair la col·laboració de certes persones que han col·laborat en el desenvolupament d'aquest treball i han fet que aquest hagi tingut un resultat òptim.

Primerament, a l'Anna Güell i Juanola. Sobretot per la seva col·laboració i implicació, especialment en el desenvolupament del pla d'empresa, a més de ser la meva tutora i guia en aquest treball. Els seus coneixements professionals m'han servit de gran ajuda a l'hora de desenvolupar aquest gran projecte i també a l'hora d'adquirir personalment nous coneixements empresarials.

Seguidament, a la Lúdia Pérez, professora de biologia del centre FEDAC Sant Narcís, qui m'ha resolt tots aquells dubtes biològics que a l'hora de desenvolupar la gominola em van sorgir.

A més a més, donar les gràcies també a la meva mare com a suport emocional incondicional durant tot el treball, a més dels seus consells, aportacions de millora i ajuda a l'hora de dur a terme totes i cadascuna de les proves pilot que he hagut de dur a terme per crear el producte.

Finalment, a totes aquelles persones que durant el procés també han tingut veu i m'han donat el seu punt de vista, m'han ofert consells o s'han implicat en aquest treball, gràcies a tots per fer que ara mateix puguem estar llegint aquest text.

RESUM

El present treball de recerca tracta sobre la creació d'un suplement alimentari en format gominola i estudia la seva viabilitat al mercat amb el disseny d'un pla empresarial.

Aquest està dividit en tres seccions principals: el marc teòric, el marc pràctic i el producte final.

Primer de tot, dins el marc teòric és on consta tota la recerca d'informació que s'ha hagut de dur a terme per a la creació del producte alimentari, les gominoles, on s'han escollit cadascun dels ingredients que la componen i la justificació de la seva elecció, a més de definir les proporcions i la fórmula usada per a la seva creació.

Seguidament, al marc pràctic, on es desenvolupa el pla d'empresa per validar que aquest producte sigui viable per vendre al mercat, s'hi troben tots els plans necessaris per a fer que una empresa es posi en funcionament i s'apliquen a la creació de PRO gummy's SLU, nom oficial de la societat.

Finalment, com a producte final del treball s'ha creat el producte físic i s'ha dissenyat un lloc web per poder-lo comercialitzar al mercat. En aquest apartat s'hi descriuen tots els passos per a la creació del producte, el disseny del seu *packaging* i el QR per poder accedir a la pàgina web de l'empresa.

Paraules clau: Pla empresarial, viabilitat, producte alimentari, gominoles, *packaging*.

ABSTRACT

The present research work is about the creation of a food supplement in jelly format and studies its viability on the market through the design of a business plan.

It is divided into three main sections; the theoretical part, the practical part and the final product.

Firstly, the theoretical part is about all the research for information that has been carried out in order to create the food product, the gummies. All the elements that compose it and the reason of its choice, in addition to defining the proportions and the formula used for its creation, are defined in this point.

Secondly, in the practical part, the business plan has been developed in order to validate if the product is available to be sold on the market, so there are all the necessary plans to make the business run up and the application at PRO gummy's SLU, the official name of the society.

Finally, at the final product of the work, the physical product and the website have been created to be able to sell it on the market. All the steps to create the packaging and the QR to access the company's website are described there.

Keywords: Business plan, viability, food product, gummies, packaging.

ÍNDEX DE CONTINGUTS

AGRAÏMENTS.....	2
RESUM.....	3
ABSTRACT.....	4
ÍNDEX DE CONTINGUTS.....	5
ÍNDEX DE TAULES.....	7
ÍNDEX DE FIGURES.....	9
1. INTRODUCCIÓ.....	10
1.1 OBJECTIUS.....	12
1.2 MOTIVACIÓ I JUSTIFICACIÓ.....	13
1.3 HIPÒTESI.....	14
2. RECERCA.....	15
2.1 El veganisme.....	15
2.2 La proteïna.....	16
2.3 Les gominols veganes.....	17
2.4 Les algues.....	17
2.4.1 Tipus d'algues.....	18
2.4.2 Elecció de l'alga pel producte.....	19
2.5 Fruita natural.....	19
2.6 Gelificant.....	20
2.7 Eritritol.....	20
2.8 Etiquetatge.....	21
2.9 Proporcions.....	22
3. PLA D'EMPRESA.....	24
3.1 Pla de producció.....	24
3.1.2 Proveïdors.....	25
3.2 Estudi de mercat.....	27
3.2.1 Definició i anàlisi de la tendència del mercat.....	27
3.2.2 Perfil de la clientela potencial.....	28
3.2.3 Competència.....	29
3.2.4 Anàlisis DAFO.....	30
3.2 Pla de distribució.....	31
3.3 Pla organitzatiu.....	32
3.4 Pla jurídic.....	33

3.5 Pla de comunicació i màrqueting.....	35
3.6 Costos de producció.....	37
3.6.1 Anàlisi dels costos variables.....	37
3.6.2 Anàlisi dels costos fixos.....	39
3.6.7 Anàlisi del Punt Mort.....	40
3.7 Preus.....	41
3.7.1 Preu de Venda al Públic.....	41
3.7.3 Previsions de venda.....	42
3.7.4 Estacionalitat de les vendes.....	43
3.7.5 Temps estimat en assolir les previsions.....	44
3.8 Pla econòmic i financer.....	45
3.8.1 Pla d'inversions.....	45
3.8.2 Pla de finançament.....	47
3.8.3 El balanç.....	47
3.8.4 Compte de resultats.....	49
3.8.5 Resultat d'explotació.....	50
3.8.6 Marge brut comercial.....	53
3.9 Pla de tresoreria.....	53
4. DESENVOLUPAMENT DEL PRODUCTE FINAL.....	55
4.1 Elaboració dels PRO gummy's.....	55
4.2 Disseny del packaging.....	56
4.3 Creació de la pàgina web empresarial.....	58
5. CONCLUSIONS.....	59
6. WEBGRAFIA.....	61

ÍNDEX DE TAULES

Taula 1: <i>Contingut proteic (g/100 g de producte en sec) en microalgues, ou i soja.</i>	15
Taula 2: <i>Components i pes d'un sobre de PRO gummy's.</i>	22
Taula 3: <i>Valor nutricional del producte.</i>	23
Taula 4: <i>Proveïdors i preus acordats per cada component de les gominols.</i>	26
Taula 5: <i>Anàlisi DAFO teòric.</i>	30
Taula 6: <i>Anàlisi DAFO pràctic.</i>	30
Taula 7: <i>Salari del personal (corresponent al conveni de treballadors).</i>	33
Taula 8: <i>Comparació de formes jurídiques.</i>	34
Taula 9: <i>Cost variable exacte de cada component per sobre PRO gummy's.</i>	37,38
Taula 10: <i>Cost fix exacte de cada component per sobre PRO gummy's.</i>	39
Taula 11: <i>Anàlisi del format i del preu de venda que ofereix la competència.</i>	41
Taula 12: <i>Preu de sobre PRO gummy's.</i>	41
Taula 13: <i>Previsió de vendes del primer any.</i>	42,43
Taula 14: <i>Inversions inicials.</i>	45

Taula 15: <i>Taula d'amortització teòrica.</i>	46
Taula 16: <i>Taula d'amortització pràctica.</i>	46
Taula 17: <i>Taula de finançament.</i>	47
Taula 18: <i>Balanç entre actiu i passiu.</i>	48
Taula 19: <i>Vendes del primer any.</i>	49
Taula 20: <i>Document de compte de resultats del primer any.</i>	50,51
Taula 21: <i>Document de compte de resultats del segon any.</i>	52

ÍNDEX DE FIGURES

Figura 1: <i>Emmotllament de PRO gummy's.</i>	25
Figura 2: <i>Esborrany inicials del disseny del "packaging".</i>	56
Figura 3: <i>Disseny definitiu del packaging per davant i per darrere.</i>	57
Figura 4: <i>Codi QR per accedir al lloc web de l'empresa.</i>	58

1. INTRODUCCIÓ

Qui ha dit que s'ha de renunciar als petits plaers de la vida per cuidar la salut?

En aquest treball es crea un suplement proteic en format gominola i s'estudia la seva viabilitat al mercat mitjançant el disseny d'un pla empresarial.

Així doncs, s'aborda tant la creació tècnica del producte, com la viabilitat empresarial d'aquest, essent un treball complet tant del món de les ciències com del món emprenedor.

Actualment, la societat creix cada vegada més conscienciada sobre la importància de mantenir una bona alimentació, la qual contingui tots els nutrients necessaris per a l'organisme. Aquí és on entren en joc les proteïnes, el nutrient estrella d'aquest treball. Aquestes, ajuden a mantenir, desenvolupar i afavorir la recuperació de la massa muscular, regulen les hormones, milloren les defenses i mantenen els ossos forts, entre altres múltiples beneficis. Per aquests motius és important que estiguin presents en tots els nostres àpats.

I d'on es poden adquirir les proteïnes? Doncs principalment d'aliments com la carn, el peix, el marisc, els ous, els productes làctics, o els llegums.

Tot i això, existeix un sector social el qual no consumeix productes d'origen animal i, per tant, deixa d'ingerir moltes d'aquestes grans fonts de proteïnes per a l'organisme.

Aquestes són les denominades persones veganes, les quals segueixen aquest estil de vida que s'absté totalment a consumir qualsevol aliment d'origen animal. Com a resultat, necessiten ingerir proteïnes d'alguna altra manera.

Les algues són un recurs vegetal molt poc recurrent al mercat i molt beneficiós nutricionalment gràcies a la seva elevada aportació de proteïnes. Com que fins ara la indústria alimentària no ha llançat al mercat gaires productes amb aquesta font vegetal com a base, en aquest projecte se n'ha creat un per poder

suplementar d'una manera agradable, diferent i divertida aquelles persones que necessiten o volen beneficiar-se de les propietats d'aquestes.

La gominola pot resultar doncs un mitjà adequat per a la ingesta d'aquests suplementes, i per això en aquest projecte s'ha decidit crear gominols de textura gomosa compostes per algues, concretament d'alga espirulina.

A banda de la creació d'aquestes gominols proteiques, aquest treball posa a prova aquest producte al mercat amb la creació d'un pla d'empresa. Dins aquest, es detallen una sèrie de plans que cal dur a terme per a desenvolupar una entitat que vengui aquest tipus de gominols.

Entre ells es troben el pla de producció, on es detalla el procediment que cal seguir per elaborar el producte i els proveïdors que proporcionen els ingredients i materials necessaris a PRO gummy's SLU, un estudi de mercat, on s'analitza la tendència del mercat on s'opera, el perfil de clients que es vol atraure, la possible competència de l'empresa i es du a terme una anàlisi DAFO per a determinar la viabilitat comercial del producte, el pla de distribució, on es defineix el mètode en què els clients podran obtenir el producte, el pla organitzatiu, on s'estableixen els càrrecs de cadascun dels integrants de l'empresa, el pla jurídic, on es determina la forma jurídica que adoptarà l'empresa i tots els aspectes relacionats amb la seva activitat diària en termes fiscals i legals, el pla de comunicació i màrqueting, on es defineixen les estratègies que es portaran a terme per tal de difondre i donar llum a les gominols, el pla econòmic i financer, on es determina econòmicament la viabilitat de l'empresa, i, per últim, el pla de tresoreria, on s'estableix el període de pagaments i cobraments de l'empresa.

Finalment, com a producte final d'aquest treball, es mostra la creació física del producte i es mostra un QR que dirigeix el dispositiu cap a un lloc web empresarial des d'on es podrà adquirir el producte en diversos formats de manera *online*.

1.1 OBJECTIUS

Amb la realització d'aquest projecte es pretén assolir els objectius de dos àmbits diferents.

Per una banda, generar un suplement alimentari en format gominola i amb un alt contingut proteic, per tal que els consumidors disposin d'un snack bo, saludable i d'origen vegetal, per a qualsevol ocasió. En tastar aquestes gominoles s'hauria de dissimular al màxim el gust de l'alga del qual estaran compostes i assemblar-se a una gominola qualsevol.

Per altra banda, estudiar la viabilitat d'aquest producte al mercat. Per tant, s'espera crear un pla d'empresa, per tal de comercialitzar aquest producte al mercat de les gominoles i dels suplementes alimentaris, i que sigui viable econòmicament.

1.2 MOTIVACIÓ I JUSTIFICACIÓ

La meva motivació a l'hora d'escollir realitzar aquest projecte és crear un producte nou al mercat el qual sigui viablement comercial, a més d'aprendre els passos a seguir a l'hora de dur a terme un pla d'empresa.

Estic plenament interessada a recercar informació sobre aquests àmbits, ja que m'agradaria encaminar els meus estudis posteriors al batxillerat cap a algun sector empresarial. O bé cap al sector emprenedor, o bé cap a algun dels àmbits dels quals descobriré amb el desenvolupament i recerca d'aquest treball com poden ser el comercial, financer, productiu o comunicatiu.

Primerament, la meva idea va estar elaborar una beguda proteica amb gust neutre, és a dir, que fos semblant a l'aigua. La intenció que el format fos bevable i sense gust era de poder fer-lo accessible a tota mena de consumidors. Tant a persones grans amb dèficit de proteïnes, tant a joves amb l'objectiu d'augmentar la seva massa muscular, com a qualsevol persona que volgués suplementar la seva dieta amb aquest nutrient. L'objectiu era que tothom pogués disposar d'una ampolla d'aquesta aigua a casa per prendre-la diàriament i habitualment.

Les begudes proteiques que s'han incorporat recentment al mercat, com ara els batuts, són també una bona idea de negoci, però personalment no volia crear un producte ja introduït al mercat, un dels meus altres objectius era innovar. A més, aquestes begudes proteiques estan especialment dirigides a aquelles persones esportistes que busquen augmentar la seva massa muscular, modificar el seu físic, o augmentar el seu rendiment, i la meva intenció, en canvi, era aconseguir atraure a un grup més ampli de consumidors.

Tot i això, després de conversar amb la Lúdia Pérez, professora de biologia del centre FEDAC Sant Narcís, vam veure que per dur a terme els processos que es necessitaven per a la seva creació, s'hauria d'utilitzar un material força específic del qual no disposava. A més, després d'una petita recerca, vam concloure que introduir proteïnes a l'aigua sense modificar en absolut el seu gust era una opció inviable.

Així doncs, després de fer una petita recerca, vaig descobrir que un producte que s'havia llançat molt recentment al mercat eren medicaments o suplementos en format de gominola (la mateixa textura, un gust agradable i una forma similar). Aquesta, forma de consumició de suplementos em va resultar molt creatiu i innovador, i, vaig pensar, que crear suplementos proteics amb el mateix format podria revolucionar el mercat.

Considerant que un dels meus principals objectius era crear producte nou i innovador, en comptes d'elaborar simples suplementos proteics amb aquest format, vaig proposar-me compondre'ls a partir d'ingredients totalment naturals, en comptes d'amb productes artificials.

1.3 HIPÒTESI

Amb la realització d'aquest treball s'espera demostrar que es poden crear suplementos alimentaris compostos amb ingredients naturals i d'origen vegetal, i que, a més, poden ser un producte viable econòmicament.

2. RECERCA

2.1 El veganisme

El veganisme es denomina a l'estil de vida que s'absté totalment de l'ús o el consum de qualsevol producte d'origen animal sigui menjar, roba, cosmètic, etc. Dins l'àmbit alimentari s'hi inclou deixar d'ingerir aliments com són la carn, el peix, els ous, el formatge, la llet o la mel, entre d'altres.

Com que la majoria d'aquests aliments d'origen animal són grans fonts de proteïnes per a l'organisme, aquells que segueixen aquest estil de vida necessiten ingerir aquest nutrient d'alguna altra manera. Així doncs, es troben les algues, grans fonts proteiques vegetals i alternatives, millor acceptades per les persones que segueixen aquest estil de vida, que no pas la ingesta d'insectes o la carn cultivada, entre d'altres.

Per tant, si es recerca, s'observa i es comparen diversos tipus d'algues, es veu com aquestes poden ajudar a cobrir les necessitats nutricionals d'aquestes persones.

A continuació es mostra una taula amb el contingut proteic en microalgues, i on es compara amb el de l'ou i la soja (Egea Jiménez, Clara 2021).

Aliment	Spirulina platensis	Dunaliella bardawil	Chlorella vulgaris	Arthrospira maxima	Ou	Soja
Contingut total proteic	46-70	57	51-58	60-71	12,7	35,9

Taula 1: *Contingut proteic (g/100 g de producte en sec) en microalgues, ou i soja.*

Després d'observar la taula, es conclou com qualsevol classe d'alga aporta un contingut proteic superior a l'ou, un producte d'origen animal, i la soja, un recurs molt consumit per les persones veganes, ja que també destaca per tenir un elevat contingut proteic i no prové d'origen natural.

2.2 La proteïna

Segons la Fundación Española del Corazón (2024), les proteïnes es classifiquen com a aminoàcids essencials. Aquestes, formen el 80% del pes sec de les cèl·lules, participen en la síntesi de nous teixits durant el creixement i davant de ferides o cremades, formen part del material genètic i dels anticossos del sistema autoimmune, i mantenen l'equilibri dels líquids corporals.

Depenent de diversos factors, incloent-hi l'edat, el sexe, el nivell d'activitat física i l'estat de salut general, s'ha d'ingerir una quantitat de proteïnes al dia o una altra, però segons l'OMS (Organització Mundial de la Salut), la ingesta diària recomanada és d'almenys 0,8 grams de proteïna per quilogram de pes corporal.

Per adquirir aquests aminoàcids essencials és necessari consumir aliments amb un alt valor d'aquests. La carn, el peix, el marisc, els ous, la llet, els llegums, les algues o la soja, són aliments que en proporcionen en elevada quantitat.

2.3 Les gominols veganes

Les gominols veganes que s'elaboraran no contindran cap mena de traça d'origen animal.

Per elaborar-les es necessita aigua com a base, un gelificant per donar-li textura, fruita natural per proporcionar-li gust, edulcorant natural perquè adquireixin dolçor, i la proteïna. Així doncs, a continuació es descriurà més concretament cada element esmentat anteriorment i la justificació de la seva tria.

2.4 Les algues

Les algues comestibles són cada vegada més populars a tot el món, gràcies a les seves beneficioses aportacions nutricionals, les quals no es troben en altres aliments.

Aquestes, tal com explica el doctor Jordi Forés, especialista en medicina integral, posseeixen múltiples propietats medicinals, com per exemple:

- Són remineralitzants.
- Estimulen el funcionament de la glàndula tiroide i, per tant, el metabolisme.
- Són alcalinitzants, el que ajuda a compensar l'acidosi provocada per excés en el consum de carns o aliments processats.
- Són extremadament depuratives, ja que estimulen el funcionament dels ronyons i del fetge.
- Eliminen les toxines i redueixen l'absorció de metalls pesants.
- Regulen la tensió arterial.
- Mantenen la pell, els cabells i les ungles en un òptim estat.
- Dissolen concentracions de greix i dipòsits de mucositats creades per excés en el consum de llet.

A banda de tots aquests beneficis, també aporten una gran quantitat de propietats nutricionals:

- Alt contingut en ferro, calci, iode, magnesi i potassi.
- Contenen àcid al·gínic, el qual permet l'eliminació natural de toxines i metalls pesants.
- Riques en vitamines: A, grup B, C, D, E i K.
- Contenen proteïna vegetal i hidrats de carboni compostos, els quals són els més beneficiosos per a l'organisme.

2.4.1 Tipus d'algues

Existeixen múltiples algues comestibles. Entre elles s'estima que n'hi ha 200 espècies destinades al consum humà.

A continuació es defineixen les més conegudes i beneficioses nutricionalment:

- **Dulse:** Rica en ferro i potassi.
- **Nori:** Rica en vitamina A i proteïnes. Ajuda a prevenir alguns problemes visuals i controla els nivells de colesterol.
- **Kombu:** Conté un alt contingut en fòsfor, ajuda a reduir el colesterol i és un gran potenciador de gust.
- **Agar-Agar:** Extracte obtingut de diversos tipus d'algues vermelles que s'utilitza per substituir la gelatina animal.
- **Espirulina:** Aquesta, és la reina de les proteïnes, ja que pot superar en quantitat a les que contenen els ous, la carn o el peix. A més, és molt rica en vitamina B12, provitamina A i vitamina E, i aporta una gran quantitat de calci i fòsfor.
- **Wakame:** Pel seu suau gust, és la més indicada per iniciar-se al món de les algues comestibles. Rica en calci, magnesi, fòsfor i en vitamines del grup B.

2.4.2 Elecció de l'alga pel producte

Així doncs, després de la recerca sobre algunes algues, l'escollida per a compondre el suplement proteic serà l'espírulina. Aquesta, destaca per les seves propietats nutricionals i és considerada un "superaliment", ja que conté moltes substàncies nutritives, com per exemple:

- Està formada per una elevada quantitat de proteïnes, entre el 60% i el 80% del seu pes en sec. A més, aquestes proteïnes contenen els vuit aminoàcids essencials, és a dir, els que l'organisme no pot processar i que necessitem obtenir amb el menjar.
- Pel que fa als greixos, l'alga espírulina conté àcid gamma linolènic (GLA), de la família omega-6, necessari per a la construcció de cèl·lules.
- Quant al seu contingut en vitamines i minerals, aquesta alga aporta: vitamina A, vitamines del grup B, vitamina E, ferro, fòsfor, magnesi, potassi i zinc.

La quantitat recomanada al dia d'aquesta alga és de 3-5 g, i, a més a més, si d'aquesta es combina amb algun altre aliment ric en vitamina C, s'aconsegueix l'absorció total del ferro.

2.5 Fruita natural

Com anteriorment s'ha mencionat, per aconseguir absorbir les propietats de l'alga espírulina, s'ha de barrejar amb vitamina C. La llimona i la taronja són fruites molt riques en aquesta vitamina, i per tant resultaria òptim incorporar el suc natural d'alguna d'aquestes dues fruites a les gominoles.

Com que un dels objectius a assolir a l'hora de crear el producte és dissimular al màxim el gust de l'alga, es duran a terme proves pilot afegint a la barreja el suc natural d'una llimona, ja que de les dues fruites és la que conté un gust més potent.

2.6 Gelificant

La textura gelatinosa que caracteritza aquest tipus de producte es pot aconseguir a través de diferents gelificants.

La majoria de fabricants de gominols convencionals solen utilitzar gelatina, la qual prové del col·lagen animal, però com que les que es volen crear han de ser totalment veganes, se cercarà un altre producte que proporcioni la mateixa textura i que provingui d'origen vegetal.

Anteriorment, a la descripció de diferents tipus d'alga, s'ha descobert que n'existeix una que proporciona una textura gelatinosa com el que s'està cercant, l'agar-agar. Aquest, és un tipus d'alga que té la capacitat de gelificar aliments quan es porta a ebullició. A més a més, posseeix una gran quantitat de propietats digestives que ajuden a eliminar residus de l'estómac i l'intestí, a més de regular l'estrenyiment.

2.7 Eritritol

L'eritritol es tracta d'un edulcorant força utilitzat a la indústria alimentària. Aquest, no aporta cap mena de caloria i, per tant, és ideal per a una alimentació conscient de les calories.

En comparació amb el sucre convencional, l'eritritol conté un índex glucèmic significativament menor i, per tant, es converteix en una alternativa més

saludable al sucre de taula. A més, el gust d'aquest edulcorant és molt semblant al sucre, així que la seva substitució no se sol notar.

2.8 Etiquetatge

Les etiquetes de productes alimentaris es regulen pel Reglament (UE) núm. 1169/2011 del Parlament Europeu i del Consell de 25 d'octubre del 2011 sobre la informació alimentària facilitada al consumidor.

Així doncs, segons la informació publicada per la Generalitat de Catalunya, és obligatori esmentar a les etiquetes de productes alimentaris la informació següent:

- Denominació de l'aliment.
- Llista d'ingredients.
- Ingredients que puguin causar al·lèrgies o intoleràncies.
- Quantitat de determinats ingredients o de determinades categories d'ingredients.
- Quantitat neta de l'aliment.
- Data de durada mínima o caducitat.
- Condicions especials de conservació i/o les condicions d'utilització.
- Nom o raó social i adreça de l'empresa responsable.
- País d'origen o lloc de procedència.
- Instruccions d'ús (quan sigui difícil usar-lo adequadament sense aquesta informació).
- Grau alcohòlic en les begudes que tinguin més d'1,2% en volum d'alcohol.
- Informació nutricional.
- Lot.

Aquesta llista d'informació s'utilitzarà més endavant per elaborar l'etiqueta del producte creat.

2.9 Proporcions

Segons el Reglament 1924/2006, per poder declarar que un aliment conté un “Alt contingut de proteïnes”, així com a qualsevol altra declaració que pugui simbolitzar el mateix significat pel consumidor, un 20% del seu valor energètic haurà d'estar compost per proteïnes.

Així doncs, una vegada escollits tots els ingredients necessaris per elaborar les gominols, s'han hagut de dur a terme diversos experiments per finalment aconseguir elaborar-ne unes amb 8 grams de proteïnes per unitat de sobre.

Les proporcions exactes per a cadascun dels sobres de PRO gummy's es recullen a la següent taula:

INGREDIENTS	PES
Alga Espirulina	5 g.
Aigua	50 ml.
Suc de llimona	30 ml.
Agar-agar	2 g.
Estèvia líquida	8 gotes (5 ml)
Aroma natural de llimona	1 gota
Eritritol	25 g

Taula 2: Components i pes d'un sobre de PRO gummy's.

A banda del pes dels components, com que aquestes gominols pretenen proporcionar una major quantitat de proteïna que la resta, és de gran importància calcular el valor nutricional de cada sobre PRO gummy's.

D'aquesta manera, més endavant, es podrà utilitzar aquesta informació com a eina clau per a desenvolupar el *packaging*, a més de ser un element essencial que cal afegir a l'etiqueta del producte.

INFORMACIÓ NUTRICIONAL		
Valors mitjans (90 g)	Per 100 g	Per sobre
Valor energètic	40 kcal	36 kcal
Greixos -de les quals saturats	0,07 g 0 g	0,06 g 0 g
Hidrats de carboni -dels quals sucres	3,6 g 0 g	3,2 g 0 g
Fibra	0,8 g	0,7 g
Proteïna	8,9 g	8 g
Sal	>0,05 g	>0,05 g

Taula 3: *Valor nutricional del producte.*

3. PLA D'EMPRESA

El pla d'empresa es tracta d'un element clau que es necessita per tal de planificar el llançament d'un producte o empresa i aconseguir més possibilitats d'èxit. Aquest, és la base a tenir en compte a l'hora de crear l'entitat, ja que en serà la guia en el seu desenvolupament i recorregut, i qui proporciona viabilitat a PRO gummy's SLU.

Així doncs, una vegada obtinguda la fórmula definitiva per a elaborar un sobre de PRO gummy's, cal dissenyar una sèrie de plans per tal de posar en marxa la comercialització d'aquestes gominols al mercat.

A continuació es detallen cadascun dels plans empresarials i s'apliquen al desenvolupament de l'empresa d'aquest projecte.

3.1 Pla de producció

Per a produir aquestes gominols es necessita una cassola, per a fer la barreja, fogons, per portar-la a ebullició, i motlles de silicona per donar la forma desitjada al producte.

Així doncs, un cop pesats tots els ingredients que componen les gominols, es barreja l'aigua amb l'agar-agar i es porta a ebullició durant tres minuts a foc lent i sense deixar de remoure. Passats els tres minuts, s'afegeix a la barreja el suc de llimona natural, l'espíulina, l'abstracte de llimona natural i l'estèvia líquida. Tot això sense deixar de remoure la massa i sense dedicar-hi massa temps, sinó, l'agar-agar aniria espessant fins a solidificar-se.

Finalment, un cop obtinguda la barreja es diposita dins els motlles de silicona i es deixa refredar durant almenys una hora. Una vegada sòlides, s'arrebossen amb eritritol, s'introdueixen al sobre corresponent i ja estan llestes per a consumir.

A continuació s'observa una imatge d'aquest procés d'elaboració.



Figura 1: *Emmotllament de PRO gummy's.*

3.1.2 Proveïdors

Tal com el diccionari de llengua catalana exposa, un proveïdor és aquella entitat o persona que es dedica a subministrar un o diversos productes a comerços, empreses o comunitats.

En el cas de PRO gummy's SLU és necessari posar-se en contacte amb diversos proveïdors que proporcionin l'alga espirulina, l'agar-agar i la resta d'ingredients necessaris per a desenvolupar les gominols, per tal de definir un preu acord a les necessitats i pressupost de l'empresa.

Seguidament, després de recercar i contactar amb diversos proveïdors, s'han escollit aquells que proporcionaven un producte amb una major qualitat i un millor preu, i que, per tant, seran les principals empreses proveïdores de PRO gummy's SLU.

PRODUCTES	PROVEÏDORS	QUANTITAT	PREU/U
Espirulina	Eco Andes	1 kg	31,54 €
Aigua	Manantiales del Portell S.A.	8 L	0,89 €
Llimones	Verde frut	8 kg	29,91 €
Agar-agar	Químics Dalmau SL	1 kg	56 €
Estèvia líquida	Biostevia	5 L	298,829 €
Eritritol	Maxi Eco	25 kg	149 €
Aroma natural de llimona	Néroliane Arômes & Nature	1 L	63,8 €
Embalatge sobre	Garcia de Pou	500 u	110,11 €
Embalatge caixa	Garcia de Pou	16 u	41,6 €
Motlles de silicona	Shein	1 u	2 €

Taula 4: Proveïdors i preus acordats per cada component de les gominols.

L'anterior taula mostra cadascun dels productes que componen la gominola, l'empresa proveïdora d'aquest, i el format i preu en què proporciona el producte.

Cal afegir també, que tots els preus inclouen IVA, a més dels costos d'enviament.

3.2 Estudi de mercat

3.2.1 Definició i anàlisi de la tendència del mercat

Aquestes gominoles proteiques es vendran, en primer lloc, dins el mercat de dolços i llaminadures, el qual supera els 6.700 milions d'euros anuals. També es pretenen vendre dins el mercat dels complements alimentaris espanyol, el qual ha experimentat un creixement força notable els últims tres anys.

Segons dades publicades pel FIAB (Federació Espanyola d'Indústries d'Alimentació i Begudes), l'economia espanyola del sector va passar de registrar 1.700 M d'euros l'any 2019, a més de 2.000 M el passat 2023.

També, determinen com aquestes xifres són resultat d'una major preocupació i tendència a la cura personal, on la població ha augmentat la seva pràctica esportiva i s'ha conscienciat sobre mantenir una bona alimentació per aconseguir un físic desitjat i una bona salut.

Durant els últims anys la proteïna s'ha convertit en un aminoàcid molt popular entre els consumidors. Des dels atletes que busquen augmentar el seu rendiment, a les persones grans que desitgen mantenir la seva massa muscular, o fins i tot les persones ben informades sobre l'alimentació saludable i la importància d'aquesta, estan conscienciades sobre la importància de la proteïna i en són consumidores.

Aquest factor ha estat impulsant les vendes i el consum de suplement proteic a escala mundial, cosa que ha motivat a les empreses a llançar nous productes a la venda. Aquestes, estan augmentant les seves inversions en investigació, desenvolupament i màrqueting, i estan ampliant els seus canals de distribució per tal de mantenir la seva posició al mercat i fer front a les noves competències. A més, estan adoptant estratègies competitives, invertint més capital per a desenvolupar productes d'acord amb els gustos i les preferències dels consumidors.

Per tant, després d'aquesta anàlisi es pot concloure com actualment introduir un aliment proteic al mercat pot obtenir molta popularització i rendibilitat, tot i que la competència és un factor que s'ha d'estudiar i analitzar molt bé si és que es vol obtenir èxit.

3.2.2 Perfil de la clientela potencial

La clientela potencial que el producte vol atraure es tracta d'un perfil de consumidors preocupats per a l'alimentació saludable. Tant persones que es defineixen pròpiament com a "veganes", com a persones joves o de mitjana edat, interessades en l'esport i conscienciades sobre la importància de la proteïna com a aminoàcid essencial per a mantenir un cos sa.

Així doncs, serà de gran importància que el producte destaquí aquest nutrient especial que conté, el qual el diferencia de les altres laminadures, la proteïna. Per tant, el disseny de l'embalatge haurà d'estar íntegrament relacionat amb aquesta.

3.2.3 Competència

Per estudiar l'activitat econòmica d'aquest sector, és necessari detectar la possible competència i segmentar-la en dos.

Un gran bloc de competència que posteriorment queda descartat són els suplementes alimentaris d'espíulina en forma de càpsules o pastilles. Els consumidors ho relacionen amb medicaments per curar una malaltia i no com a snack saludable per a cuidar la salut d'una manera dolça.

En canvi, l'altre gran bloc que sí que podríem definir com a principal competència del nostre producte es tracta del sector de gominols en general, des dels ossets de gominols clàssics i ensucrats, fins a gominols veganes o fetes amb suc de fruita natural.

Aquestes últimes tenen una composició molt més semblant a la que PRO gummy's ofereix, per tant, són les que caldrà estudiar al detall per tal de poder definir un preu de venda.

Cal també mencionar certes empreses que actuen fabricant gominols, com ara Haribo, l'empresa líder internacional de gominols, The Fini Company, la major empresa espanyola en fabricació i distribució de gominols, i Vidal Golosinas, molt coneguda pels seus xiclets de meló.

Aquestes tres empreses són una competència molt temptadora als consumidors, ja que ofereixen un preu molt més baix, gràcies als components que utilitzen per a la seva elaboració.



Figures 2, 3 i 4: Possibles competències.

3.2.4 Anàlisi DAFO

Una eina complementària a l'estudi de la competència per determinar la viabilitat comercial del projecte, és l'anomenada anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats), una tècnica creada per l'enginyer Albert Humphrey on s'analitzen els punts forts i dèbils del producte que es vol llançar al mercat, els de la competència, i els factors interns i externs a l'empresa que hi intervenen.

DAFO	Intern a l'empresa	Extern a l'empresa
Punts forts	Debilitats	Amenaces
Punts dèbils	Fortaleses	Oportunitats

Taula 5: Anàlisi DAFO teòric.

A continuació es mostra l'anàlisi DAFO respecte a l'empresa PRO gummy's SLU.

DAFO	Intern a l'empresa	Extern a l'empresa
Punts dèbils	- Dependència de proveïdors. - Falta d'experiència i de recursos. - Gust especial o peculiar.	- Fluctuacions econòmiques. - Canvis de tendència. - Elevada competència.
Punts forts	- Qualitat alimentària. - Elaboració artesanal. - Producte únic.	- Venda en línia. - Popularització de les algues com a font de proteïnes. - Mercat en període de creixement.

Taula 6: Anàlisi DAFO pràctic.

Com es pot observar a l'anterior taula, les gominols PRO gummy's tenen alguns punts dèbils interns a l'empresa, com són la falta d'experiència en el sector de les gominols, la dependència respecte als proveïdors i el seu peculiar gust.

A més a més, extern a l'empresa es troben també les fluctuacions econòmiques i crisis, els canvis de tendència de la població i una elevada competència que segueix en augment. Factors externs i incontrolables que poden causar que el producte no es popularitzi.

Tot i això, també es poden destacar diversos punts forts que fan que aquest producte destaquï i pugui obtenir el seu lloc al mercat. La seva elaboració artesanal i la seva composició amb productes naturals el diferencien de la resta de gominols del mercat. A més, el seu component estrella, l'espíulina, el converteix en una gominola única.

En un futur, la popularització de les algues com a font de proteïnes podria ser un factor extern que maximitzés la venda d'aquest producte i afavorís a l'empresa.

3.2 Pla de distribució

La distribució i la comercialització comprenen tots els processos que es duen a terme des que un producte es cull, si és fresc, o s'elabora, si és processat, fins que arriba al consumidor final.

Primer de tot, és important definir de quina manera es podrà adquirir el producte. Aquest, es podrà comprar via internet a través de la pàgina web de la marca. A més, s'establiran punts de venda com ara botigues de llaminadures, dietètiques, supermercats i farmacèutiques, les quals compraran el producte directament a l'empresa, i posteriorment el revendran als seus consumidors.

Per tal de distribuir el producte, és a dir, perquè aquest arribi al client, de moment seré jo mateixa qui el transportarà, des d'on ha estat produït fins als punts de venda o clients finals, a través d'un vehicle propi.

Més endavant, si el producte obtingués molt d'èxit i fos molt sol·licitat, s'obriria la possibilitat de contractar una empresa externa que s'incorporaria en aquest procés, per tal d'agilitzar el transport de gominols.

Així doncs, quant a les compres *online* fetes via la pàgina web de l'empresa, les despeses d'enviament no s'inclourien al preu de venda i seria el client a qui se li sumaria el càrrec.

3.3 Pla organitzatiu

En una empresa integrada per poques persones pot ser relativament fàcil coordinar les activitats que s'han de dur a terme, però a mesura que la dimensió de l'entitat creix, la complexitat d'aquesta coordinació augmenta extraordinàriament.

Per aconseguir que el funcionament de tots els elements de l'empresa s'integri cap a l'assoliment dels seus objectius, es fa necessari establir una determinada organització.

Així doncs, l'organització de l'empresa consisteix en el disseny i el manteniment d'un sistema de funcionament, un organigrama, basat en la definició de les tasques que s'han de dur a terme, les persones que estan formades per fer-les, i les relacions que s'estableix entre elles.

De moment, aquesta empresa donaria ocupació a una sola persona que ocuparia el càrrec de CEO (Chief Executive Officer) i el càrrec de comercialització, la qual seria jo mateixa com a única fundadora de l'empresa. A

més a més, es necessitarien dues persones treballadores, una d'elles encarregada de tots els processos de producció de les gominols, i l'altre de l'empaquetatge d'aquesta.

Externament, es contractaria també a un servei administratiu de gestors que s'ocuparia de tots els temes fiscals de l'empresa.

TREBALLADORS	SALARI / hora	SALARI MENSUAL
Personal de segona	8,89 €	1.333,1 €
Personal empaquetatge	7,8 €	1.169,47 €
Personal de direcció i comercialització	-	2.333,23 €
Serveis d'exterior (gestoria)	-	75 €

Taula 7: Salari del personal (corresponent al conveni de treballadors).

3.4 Pla jurídic

L'objectiu principal del pla jurídic és determinar la forma jurídica que adoptarà l'empresa i tots els aspectes relacionats amb la seva activitat diària en termes fiscals i legals.

Així doncs, a continuació es comparen dues formes jurídiques i se n'escull una com a tipus d'empresa.

AUTÒNOMA	SLU (Societat Limitada Unipersonal)
- Una sola persona - Tipus de responsabilitat il·limitada - No s'exigeix capital mínim inicial - Major imposició d'impostos (IRPF) - Empresa de dimensió reduïda	- Una sola persona - Responsabilitat limitada (protecció del patrimoni privat) - Capital mínim inicial: 3.000 € - Impost de societat (IS)

Taula 8: Comparació de formes jurídiques.

Una vegada comparades la forma jurídica Autònoma i la SLU (Societat Limitada Unipersonal), s'ha decidit que aquesta empresa adoptarà la forma jurídica SLU formada per un únic soci, jo mateixa. Per tant, seré jo qui dugui a terme tota l'activitat empresarial i professional.

El principal avantatge d'aquest tipus de societat és que tot el patrimoni privat queda protegit, i per tant en cas que l'empresa fes fallida, no s'embargarien els meus béns. A més, els impostos de societat (IS) són menors que els d'IRPF, i per tant a llarg termini, resultarà beneficis per a l'empresa.

Per constituir una Societat Limitada Unipersonal (SLU) és necessari crear una denominació social, és a dir, un nom d'empresa que encara no estigui registrat, determinar els estatus socials, és a dir, el rol i responsabilitats que ocuparà el soci dins l'empresa, establir el domini social (lloc on es desenvolupi l'activitat principal), i inscriure't al Registre Mercantil.

El nom jurídic de l'empresa serà PRO gummy's SLU, i el capital inicial que aportarà per la constitució de la societat serà de 3.000 €. Aquest capital inicial es necessita per a poder fer front als primers mesos d'activitat i cobrir les despeses

en subministraments, nòmines, inversions i matèries primeres, atès que segurament els ingressos no són els suficients per fer-ho.

Com que s'ha previst que des dels primers mesos ja s'ingressa capital, i com es mostra posteriorment, les inversions inicials tenen un valor de només 500 €, s'ha decidit que el capital mínim que l'empresa aportarà en iniciar la seva activitat serà del mínim legal, 3.000 €.

Els rols que ocuparé com a única sòcia de l'empresa seran coordinar, dirigir i supervisar totes les activitats que es duen a terme diàriament dins l'empresa, definir els propòsits futurs de la societat per seguir en creixement, estar en contacte amb els serveis de gestió externs, avaluar i prendre decisions en situacions complexes i encarregar-me de la part comercial del producte, és a dir, la de compravendes.

Quant al domini social, es denominarà el lloc on es desenvolupa l'activitat principal de l'empresa, és a dir, la producció i empaquetament. Aquest serà el carrer de la Rutlla, 50.

3.5 Pla de comunicació i màrqueting

El màrqueting fa referència al conjunt d'estratègies que s'utilitzen per introduir un producte o servei al mercat i arribar a un públic objectiu.

Aquestes accions es recullen al pla de màrqueting empresarial, un document que permet analitzar la situació d'una empresa, definir els objectius a assolir i executar un pla d'acció per aconseguir-los. (Servei d'Emprenedoria - Xarxa Emprèn, 2020).

Així doncs, un cop creat el producte, cal dissenyar un cronograma d'execució per tal de difondre'l i donar-li visibilitat.

Aquesta difusió es durà a terme via *online*, a través de xarxes socials. Es crearà un compte d'Instagram empresarial on es penjaran diverses fotografies i vídeos del producte, els quals apareixeran anunciats a la mateixa plataforma a diversos usuaris interessats en el món de l'alimentació saludable, pagant una petita quota mensual.

A la descripció del perfil s'hi afegirà un enllaç que dirigirà a l'usuari directament a la pàgina web de l'empresa, des d'on els clients podran fer la seva comanda.

A més a més, es buscaran diversos "influencers" interessats en aquest tipus de productes proteics i saludables, i se'ls enviarà una caixa gratuïta de gominols. Aquests la tastaran i faran un post col·laboratiu amb l'empresa per tal de donar-la a conèixer entre els seus seguidors.

Alguns d'aquests "influencers" serán Rubén García, tècnic en fitness, nutrició i suplementació esportiva, el qual comparteix els seus entrenaments i plans d'alimentació a mig milió de seguidors a través del seu perfil d'Instagram; Patry Jordan, una de les influencers fitness espanyoles amb més influència al país, amb 12 milions de seguidors, i Sergio Peinado, un dels principals influencers fitness masculí, el qual va documentar el seu increïble canvi físic a través de xarxes.

Òbviament, a tots aquests esportistes se'ls pagarà una quantitat de diners, concretament 500 € a cadascú, per a la seva col·laboració en la publicitat del producte.

La resta de capital que anirà destinat a la publicitat del producte, uns 300 € restants, es reserven per a campanyes publicitàries futures.

3.6 Costos de producció

3.6.1 Anàlisi dels costos variables

Una vegada escollits cadascun dels proveïdors i pactat un preu per cada matèria, cal calcular el cost exacte de cada sobre de PRO gummy's.

Aquest pas es du a terme mitjançant l'anàlisi dels costos variables, que segons l'enciclopèdia.cat, es denomina al "cost directament proporcional a la quantitat de productes fabricats o venuts, que varia amb el nivell de producció o el volum de vendes".

Per tant, a continuació s'uniran les dues taules realitzades amb anterioritat, on es mostrarà l'ingredient utilitzat, la quantitat en grams o mil·lilitres d'aquest que conté cada sobre, el cost de cadascuna de les matèries per sobre de PRO gummy's, i el temps que es tarda a realitzar un dels sobres.

Ingredients	Pes/sobre	Cost de matèries/sobre (€)	Cost (temps) persones
Alga Espirulina	5 g.	0,1577 €	
Aigua	50 ml.	0,00556 €	
Suc de llimona	30 ml.	0,1122	
Agar-Agar	2 g.	0,112 €	

Estèvia líquida	8 gotes (5 ml)	0,2989 €	
Eritritol	25 g	0,149 €	
Aroma natural de llimona	1 gota	0,064 €	
Embalatge sobre	1 u	0,22	
Embalatge caixa (variable)	1 u	1,26 €	
Personal de producció de segona	1.333,1 €/mes 8,89 €/hora	0,74 €	5 min/Producció de cada sobre.
Personal d'empaquetatge	1.169,47 €/mes 7,8 €/hora	0,26 €	2 min/Empaquetat de cada sobre.

Sobre PRO gummy's	90 g	2,12 €
--------------------------	-------------	---------------

Taula 9: Cost variable exacte de cada component per sobre PRO gummy's.

De la taula anterior cal esmentar que el cost de cadascuna de les matèries per unitat de sobre PRO gummy's s'ha calculat en proporció del preu acordat amb el proveïdor corresponent i els grams de cada producte per unitat de sobre.

3.6.2 Anàlisi dels costos fixos

A diferència dels costos variables, els fixos són aquells que l'empresa ha de pagar independentment de la seva producció. Sigui aquesta major o menor, haurà de pagar el mateix.

Aquests costos poden ser per exemple el personal de l'empresa, la maquinària, el lloguer o la hipoteca del local o nau, etc.

Seguidament, es troba una taula on es mostra els costos fixos que PRO gummy's haurà de pagar.

TIPUS DE COST FIX	PREU TOTAL MENSUAL (€)	TOTAL ANUAL (€)
Personal de direcció i comercialització	2.333,23 €	27.998,71 €
Comunicació i promoció	166,67 €	2.000 €
Subministraments (aigua, llum i gas)	200 €	2400 €
Serveis d'exterior (gestoria)	75 €	900 €
Amortització	4,5 €	54 €
Assegurança de producte i de responsabilitat civil	250 €	3.000 €
TOTAL	3.029,4 €	36.352,71 €

Taula 10: Cost fix exacte de cada component per sobre PRO gummy's.

3.6.7 Anàlisi del Punt Mort

El punt mort és un element vital que permet calcular la viabilitat d'una empresa, és a dir, les vendes suficients que ha d'assolir per tal de cobrir les seves despeses fixes.

La seva fórmula és la següent:

$$\text{Unitats venudes} \cdot \text{Preu de venda} = \text{Costos fixos} + \text{Costos variables}$$

Així doncs, a continuació s'utilitzarà aquesta fórmula per a calcular el punt mort de l'empresa PRO gummy's una vegada obtingudes les xifres dels costos fixos i variables.

- Unitats venudes: X
- Preu de venda: 4,98 €
- Costos fixos: 36.352,71 €
- Costos variables: 2,12 €

$$X \cdot 4,98 = 36.352,71 + 2,12 \cdot X$$

$$X \cdot 4,98 = 36.352,71 + 2,12 \cdot X$$

$$X \cdot 4,98 - (2,12 \cdot X) = 36.352,71$$

$$X \cdot 2,86 = 36.352,71$$

$$X = \frac{36.352,71}{2,86} = 12.710,74 \text{ unitats}$$

Per tant, una vegada calculada l'equació, s'obté que l'empresa hauria de produir 12.711 unitats de sobres de gominols per poder cobrir les despeses fixes.

3.7 Preus

3.7.1 Preu de Venda al Públic

A continuació es recull en una taula la cerca de diverses empreses que ofereixen un producte semblant als PRO gummy's i es compara el seu format de venda i el preu per unitat que ofereixen cadascun.

EMPRESA	FORMAT (G)	PREU (U)
Haribo	100 g	1,65 €
Ametller Origen	80 g	2,49 €
BioBon	100 g	3,28 €
ELLEBIA	70 g	3,6 €
YSONUT	70 g	4,4 €
ELBIADIET	70 g	4,5 €
Easyslim	70 g	4,5 €
ESSENTIALDIET	70 g	4,95 €
Minci Délice	70 g	4,95 €
EspiruLand	70 g	10 €

Taula 11: Anàlisi del format i del preu de venda que ofereix la competència.

Un cop observat el format i preu de la competència i tenint en compte els costos de producció, es fixa un preu per a cada sobre de PRO gummy's.

Preu del nostre producte:

PRO gummy's	90 g	4,98
-------------	------	------

Taula 12: Preu de sobre PRO gummy's.

3.7.2 Variables que intervenen en la fixació del PVP

Per fixar el preu de venda del producte s'han tingut en compte diverses variables influents.

Primerament, els costos variables de producció, que segons els càlculs anteriors han resultat ser de 2,12 € per sobre, i seguidament, els costos de distribució, que com també s'ha comentat anteriorment aniran a càrrec del consumidor.

Un altre factor influent ha estat l'anàlisi dels clients que podrien estar potencialment interessats a adquirir el producte i preveure quin preu estarien disposats a pagar.

Finalment, la comparació amb la competència ha resultat un factor clau que també ha tingut molt pes a l'hora de fixar el preu.

3.7.3 Previsions de venda

Es denomina provisió de vendes al procés d'estimar els ingressos per vendes d'una empresa per a un període de temps futur, normalment un mes, un trimestre o un any. És una predicció de quant vendrà una empresa en el futur i quan aconseguirà assolir el seu objectiu de vendes.

Mes	Unitats venudes	Ingressos	Suma d'ingressos
Gener	200	996 €	996 €
Febrer	300	1.494 €	2.490 €
Març	500	2.490 €	4.980 €
Abril	800	3.984 €	8.964 €

Maig	1.000	4.980 €	13.944 €
Juny	1.200	5.976 €	19.920 €
Juliol	1.500	7.470 €	27.390 €
Agost	1.700	8.466 €	35.856 €
Setembre	2.000	9.960 €	45.816 €
Octubre	2.200	10.956 €	56.772 €
Novembre	2.400	11.952 €	68.724 €
Desembre	2.500	12.450 €	81.174 €
TOTAL	16.300	81.174 €	

Taula 13: *Previsió de vendes del primer any.*

Tots aquests nombres han estat extrets d'un estudi online que analitza models de negoci empresarials i mostra el moment actual de creixement d'aquest tipus de producte, les gominols, com a suplement alimentari.

A més a més, s'ha hagut de dur a terme una prova de mercat i s'ha assistit a diversos establiments de la zona, com ara la botiga de laminadures "Que Bo" i la dietètica "Genciana", per veure si estarien realment interessats a consumir el producte.

3.7.4 Estacionalitat de les vendes

L'estacionalitat d'un producte es tracta de les fluctuacions de vendes que aquest experimenta al llarg de l'any a causa de les condicions meteorològiques.

Els gelats, per exemple, són un producte que duplica les seves vendes la temporada estiuenca, concretament del juny al setembre. En canvi, la xocolata

desfeta, és un producte que només se sol vendre la temporada d'hivern, essent aquesta la seva estacionalitat.

En el cas de les gominoles, aquest es tracta d'un producte que no té estacionalitat, ja que es pot consumir, i es consumeix, durant tot l'any.

3.7.5 Temps estimat en assolir les previsions

Per assolir el punt mort de 12.711 € i recuperar les despeses inicials, cal calcular quants ingressos s'obtidran cada mes i fer la suma d'aquests. Quan la suma d'ingressos mensuals superi els 12.711 € s'hauran recuperat les pèrdues.

A la taula anterior, on s'ha realitzat una estimació de les vendes assolides cada mes de l'any 2025, s'aproxima que el mes de maig l'empresa ja hauria superat el nombre d'ingressos necessaris per a recuperar les despeses fixes (en cas que el producte experimentés un creixement notable).

Si les vendes no incrementessin, es tardaria més temps a assolir el punt mort.

Per obtenir tots aquests ingressos també és necessari calcular quantes unitats de producte s'han de vendre.

Així doncs, s'ha estimat que un treballador produeix un sobre cada 5 minuts, per tant, amb una jornada laboral de 8 hores en produiria 96 unitats. Si aquesta dada la multipliquem pels 21 dies laborables del mes, la capacitat productiva mensual de l'empresa resulta ser de 2.000 sobres de gominoles.

Quant a l'empaquetatge, un sol treballador es calcula que tarda a empaquetar un sobre de PRO gummy's 2 minuts, per tant, amb una jornada laboral de 8 hores, seria capaç d'empaquetar-ne 240 unitats i 5.040 unitats en un mes.

Així doncs, aquesta dada mostra com l'empresa resulta viable amb un sol treballador encarregat de la producció, i un sol treballador encarregat de l'empaquetatge.

3.8 Pla econòmic i financer

3.8.1 Pla d'inversions

Amb l'objectiu de determinar la viabilitat financera del projecte, es comença realitzant una valoració monetària de les inversions necessàries que calen per posar en marxa l'empresa. Aquest, ens ajuda també a determinar els elements necessaris per a calcular el balanç.

Primer de tot cal esmentar que el local on es durà a terme la producció, el vehicle de transport i tot el mobiliari necessari és d'aportació pròpia.

Quant a les cassoles, els fogons i els motlles, aquests suposaran una inversió de 250 €. Les despeses de constitució, entre elles el registre mercantil i la notaria, tindran un cost de 500 €, i les existències com sobres i caixes d'embalatge sumaran un cost inicial de 217 €.

Així doncs, a continuació es mostra en una taula el recull d'inversions inicials de l'empresa.

INVERSIONS	Immobilitzat material i béns en espècie	• Cassoles: 30 € • Fogons: 200 € • Motlles de silicona: 40 € • Vehicle propi: 30.000 € • Local: 60.000 € • Mobiliari: 500 €	90.770 €
	Immobilitzat immaterial	• Taxes inicials per poder obrir el negoci (registre): 500 €	500 €
	Existències	• Sobres: 91 €/500 u • Caixes d'embalatge: 126 €/100 u	217 €

Taula 14: *Inversions inicials.*

Segons l'Agència Tributària, el període de durada d'edificis i construccions és d'entre 20 i 40 anys. Els motlles, cassoles i fogons, com a utensilis de cuina tenen una amortització d'entre 2 anys i mig i cinc anys. Els vehicles de transports i el mobiliari s'amortitzen entre 4 i 8 anys, i les despeses de constitució entre 6 i 10 anys.

Així doncs, a continuació es mostra la inversió inicial necessària de l'empresa:

TAULA D'AMORTITZACIÓ	Immobilitzat material i vehicle	• Cassoles • Fogons • Motlles de silicona • Vehicle propi • Mobiliari	4-8 anys
	Immobilitzat immaterial	• Despeses de constitució	6-10 anys
	Edificis i construccions	• Local	20-40 anys

Taula 15: Taula d'amortització teòrica.

ELEMENT	IMPORT	VIDA ÚTIL	AMORTITZACIÓ
Vehicle	30.000 €	6 anys	5.000 €
Immobilitzat material (Cassoles, fogons i motlles de silicona)	250 €	3 anys	83,3 €
Mobiliari	500 €	5 anys	166,7 €
Local	60.000 €	40 anys	1.500 €
Despeses de constitució	500 €	4 anys	125 €
SUMA D'ELEMENTS			6.875 €

Taula 16: Taula d'amortització pràctica.

3.8.2 Pla de finançament

En el pla de finançament es detallen les fonts de finançament principals de les quals s'obtindrà el capital necessari per poder dur a terme l'activitat de l'empresa, és a dir, d'on obtindrem els diners per poder pagar tot el que es necessita.

Per a finançar doncs totes les inversions inicials s'utilitzarà el capital social de l'empresa, és a dir, tots els béns en espècie dels quals l'empresa disposa. Aquests, com s'observa a la següent taula són un vehicle propi i un local equipat amb mobiliari. A més a més, es negociarà el termini de pagament amb els proveïdors per tal d'allargar el termini de pagament, i així aconseguir haver cobrat les vendes del producte abans d'haver de pagar aquestes despeses en proveïdors.

FINANÇAMENT	Fons propis en espècie	• Vehicle propi: 30.000 € • Local: 60.000 € • Mobiliari: 500 €
	Passiu corrent	• Proveïdors: 987 €

Taula 17: *Taula de finançament.*

3.8.3 El balanç

El balanç és el compte anual que reflecteix la situació patrimonial de l'empresa en un moment determinat del temps.

Aquest consta de dues parts, en les quals s'agrupen els elements patrimonials: l'actiu i el passiu.

L'actiu es tracta del recull de béns, drets i capital d'una empresa, és a dir, de tot allò que l'empresa disposa siguin edificis, diners en efectiu, drets de cobrament sobre clients...

En canvi, el passiu és la valoració en diners dels recursos obtinguts per l'empresa per tal de finançar els béns de l'actiu.

ACTIU	Immobilitzat material i béns en espècie	• Cassoles: 30 € • Fogons: 200 € • Motlles de silicona: 40 € • Vehicle propi • Local • Mobiliari	90.770 €	91.487 €
	Drets	• Taxes inicials per poder obrir el negoci (registre): 500 €	500 €	
	Existències	• Sobres: 91 €/500 u • Caixes d'embalatge: 126 €/ 100 u	217 €	

PASSIU	Capital social	• Vehicle propi • Local • Mobiliari	90.500 €	91.487 €
	Passiu corrent	• Proveïdors	987 €	

Taula 18: *Balanç entre actiu i passiu.*

3.8.4 Compte de resultats

Tal com el Departament d'educació de la Generalitat de Catalunya defineix, el compte de resultats és el compte anual que té com a objectiu informar sobre el resultat que una empresa ha obtingut amb l'activitat i venda d'un producte, i les operacions que s'han hagut de dur a terme per arribar a aquest resultat.

A continuació es mostra el compte de resultats provisional de l'empresa PRO gummy's SLU realitzat, i el document oficial omplert.

Mes	Unitats venudes	Ingressos
Gener	200	996 €
Febrer	300	1.494 €
Març	500	2.490 €
Abril	800	3.984 €
Maig	1.000	4.980 €
Juny	1.200	5.976 €
Juliol	1.500	7.470 €
Agost	1.700	8.466 €
Setembre	2.000	9.960 €
Octubre	2.200	10.956 €
Novembre	2.400	11.952 €
Desembre	2.500	12.450 €
TOTAL	16.300 u.	81.174 €

Taula 19: *Vendes del primer any.*

Les dades recollides en l'anterior taula són una estimació positiva de les vendes que PRO gummy's SLU assoliria durant el primer any.

3.8.5 Resultat d'explotació

El resultat d'explotació és un document que mostra la diferència entre els ingressos i les despeses d'una empresa. Aquest nombre s'obté restant les despeses de l'empresa, entre elles l'aprovisionament (el cost de les matèries primeres pel total d'unitats venudes), les despeses en personal, l'amortització de l'immobilitzat, i altres despeses d'explotació (subministrament, lloguers i altres despeses).

Tot aquest recull de dades s'han analitzat anteriorment, així que a continuació es recullen totes elles en el següent document.

PÈRDUES I GUANYES	
+Ingressos d'explotació = 81.174 €	
- Despeses d'explotació = 91.460,55 €	
a. Aprovisionament: 1,12 € · 16.300 u = 18.256 €	
b. Despeses de personal: 58.029,55 €	
c. Amortització de l'immobilitzat: 6.875 €	
d. Altres despeses d'explotació: 8.300 €	
RESULTAT D'EXPLOTACIÓ	
= RESULTAT ABANS D'INTERESSOS I IMPOSTOS (BAII)	
= -10.286,55 €	

RESULTAT ABANS D'INTERESSOS I IMPOSTOS (BAIL) = 0 € +Ingressos financers - Despeses financeres RESULTAT FINANCER = RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI)= -10.286,55 €
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI) = 0 € - Impost sobre beneficis = RESULTAT NET (BN)

Taula 20: *Document de compte de resultats del primer any.*

Una vegada omplert el document s'observa com el resultat del primer any de vendes és negatiu i, per tant, hi ha pèrdues. Això indica que PRO gummy's se situaria en un període de llançament del producte, en el qual les despeses del primer any superarien els ingressos, i per tal de revertir la situació hauria d'augmentar les seves vendes.

Aquest fet sol ser freqüent durant aquesta primera etapa d'obertura, però si les vendes incrementen, els anys posteriors es reverteix la situació i el nombre es converteix en positiu.

Pel segon any, considerem que les vendes s'han estabilitzat i es mantenen les de l'últim mes del primer any, és a dir, 2.500 unitats. Aquestes les multipliquem pels 12 mesos i s'obté que es venen 30.000 unitats al llarg del segons any. Cadascun dels sobres PRO gummy's tenen un cost en matèries d'1,12 €, per tant, si es multipliquen aquestes unitats venudes pel seu cost s'obté un aprovisionament de 33.600 €.

PÈRDUES I GUANYS
+Ingressos d'explotació = 149.400 € - Despeses d'explotació = 106.804,55 € a. Aprovisionament: 1,12 €·30.000 u= 33.600 € b. Despeses de personal: 58.029,55 € c. Amortització de l'immobilitzat: 6.875 € d. Altres despeses d'explotació: 8.300 € RESULTAT D'EXPLOTACIÓ = RESULTAT ABANS D'INTERESSOS I IMPOSTOS (BAII) = 42.595,45 €
RESULTAT ABANS D'INTERESSOS I IMPOSTOS (BAII) = 0 € +Ingressos financers - Despeses financeres RESULTAT FINANCER = RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI)= 42.595,45 €
RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (BAI) = 0 € - Impost sobre beneficis = RESULTAT NET (BN)

Taula 21: Document de compte de resultats del segon any.

A partir del segon any, com s'observa, els ingressos superen les despeses, i per tant l'empresa inicia el seu període de creixement, el qual es treballarà per a mantenir-lo durant un 5% anual.

3.8.6 Marge brut comercial

El marge brut comercial es tracta d'una dada que expressa en forma de percentatge el benefici directe d'una empresa sobre la base de les vendes, per la qual cosa és indispensable per a una correcta gestió de la tresoreria.

Aquest, és la diferència, expressada en percentatge, entre el preu de venda i els costos de producció i la seva fórmula és la següent:

Marge Brut Comercial: Benefici brut / Ingressos anuals

$$\text{Marge Brut Comercial} = - 10.286,55 / 81.174 = 0,127 = - 12,67\%$$

El primer any el marge brut comercial resulta negatiu, ja que l'empresa no té cap mena de benefici, causa d'estar en aquest període de llançament.

Tot i això, si es calcula el marge brut comercial del segon any, en el qual PRO gummy's SLU ja obté beneficis, el percentatge resultarà positiu.

$$\text{Marge Brut Comercial} = 42.595,45 / 149.400 = 0,285 = 28,5\%$$

Aquesta dada indica que el marge brut comercial del segon any és molt elevat i que, per tant, si les vendes són les que s'han previst, aquest producte seria econòmicament viable.

3.9 Pla de tresoreria

La previsió de tresoreria és una de les parts més importants de l'anàlisi financera d'una empresa.

Aquest pla es tracta d'un model de previsió que permet tenir visibilitat constant sobre la situació financera futura de l'entitat.

Per poder assegurar una bona situació econòmica a l'empresa, s'ha de tenir visibilitat sobre els seus pagaments i cobraments, per tal de poder anticipar situacions de risc per al negoci. A més a més, aquest pla permet assegurar que l'empresa tingui capital disponible per a seguir amb la seva activitat i millorar la presa de decisions, per tal d'augmentar els beneficis.

Així doncs, respecte a la gestió de cobraments i pagaments de l'empresa, s'establirà un període de pagaments en el qual cada venda es cobrarà al 100% amb un termini de 30 dies vista.

Quant als pagaments als proveïdors, s'intentarà negociar un període de pagaments d'entre 60 i 90 dies.

4. DESENVOLUPAMENT DEL PRODUCTE FINAL

El producte final d'aquest treball de recerca ha consistit en l'elaboració física d'un sobre de gominols PRO gummy's, a més del disseny d'una pàgina web amb la qual els clients o empreses poden adquirir el producte.

4.1 Elaboració dels PRO gummy's

Primer de tot, per elaborar les gominols, es van haver d'adquirir tots els ingredients necessaris per a la seva elaboració. Els motlles, l'alga espirulina en pols, les llimones, l'estèvia líquida, etc.

Després de recercar diverses receptes de gominols artesanes i vist que totes elles s'assemblaven, es va decidir escollir-ne una i adaptar-la amb els ingredients escollits amb anterioritat. Per tant, es va substituir algun dels components com per exemple utilitzar agar-agar en comptes de gelatina, o eritritol en comptes de sucre.

Després de diversos experiments i proves, on s'usen diferents quantitats d'espirulina, d'edulcorant o extracte de llimona, es va aconseguir crear una massa amb el gust el qual es volia aconseguir. Seguidament, per aconseguir la forma desitjada, es va col·locar la massa, abans que se solidifiquin, en motlles de silicona, i es va deixar refrigerar a la nevera.

Passats uns trenta minuts la massa ja havia obtingut la textura sòlida i ja estava llesta per desmotllar. Tot i això, en tots aquests intents mai es va aconseguir la textura gomosa que inicialment es buscava, però igualment, el resultat final va ser força semblant al que es desitjava obtenir, tot i no ser el perfecte.

Posteriorment, un cop obtingudes les gominols, només faltava desemmotllar-les, arrebossar-les amb eritritol i introduir-les dins el sobre.

4.2 Disseny del *packaging*

Per aconseguir captar l'atenció del client i vendre un producte, és molt important el seu embalatge. Aquest ha de ser vistós, atraient i ha de transmetre els valors de l'empresa en un sol cop d'ull.

Per crear el disseny del *packaging* de les gominoles PRO gummy's, es van dissenyar primerament a mà un munt esborranys diferents de com es volia que fos, i els més vistosos es van passar a digital.



Figura 2: Esborranys inicials del disseny del "*packaging*".

Després de provar diversos colors d'embalatge es va decidir optar pel groc, un color vistós i alegre, que a més reflectia el gust de la gominola, la llimona.

Seguidament, després de recercar tota la informació que un producte alimentari ha de contenir al seu etiquetatge, es va elaborar l'etiqueta de darrere, també digitalment, i es va adaptar el seu disseny al de la part davantera de l'embalatge. Un cop obtingut el disseny desitjat es necessitava algú que l'imprimís al sobre que prèviament s'havia comprat. Aquest pas va resultar molt difícil i frustrant, ja que no es va trobar cap empresa que pogués fer la impressió en petit format. Totes demanaven un mínim d'impressió de 1.000 unitats, cosa innecessària per a un treball de recerca.

Així doncs, com a últim recurs, es va optar per imprimir el disseny en format d'adhesiu i enganxar-lo sobre l'embalatge.

Tot i la impotència de no haver obtingut la impressió sobre l'embalatge, que és el que es tenia previst inicialment, el resultat del disseny adhesiu va resultar força sorprenent. No s'esperava per res aquest resultat, ja que va ser molt positiu.

A continuació es mostren dues imatges on s'observa el disseny definitiu de l'embalatge per davant i per darrere.

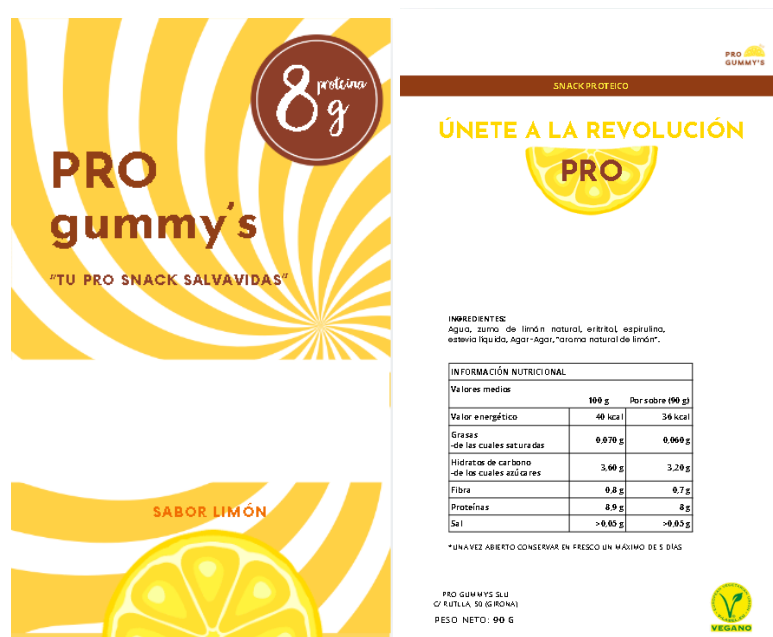


Figura 3: Disseny definitiu del packaging per davant i per darrere.

4.3 Creació de la pàgina web empresarial

Per tal de vendre el producte a les diferents empreses o persones s'ha creat una pàgina web des d'on els clients poden comprar els diversos formats de PRO gummy's i rebre'ls directament a casa.

Per a la seva creació s'ha utilitzat la plataforma digital "Wix", un lloc web gratuït que permet als usuaris crear les seves pròpies pàgines web.

En aquesta s'inclou primerament una portada des d'on es pot accedir als apartats de la pàgina com són; la filosofia de l'empresa, una breu explicació sobre l'ingredient estrella del producte, l'espíulina, els productes que s'ofereixen amb el preu corresponent, i finalment altra informació complementària com ara el contacte, la direcció de l'empresa i una bústia de preguntes.

A més, en clicar sobre algun dels productes oferts, apareix la seva descripció, el format en què es ven, els ingredients que el formen, altres característiques complementàries, i el preu de venda.

Finalment, es pot adquirir el producte en dos formats. El sobre individual de 90 grams, que té un cost de 4,98 € per unitat, i la caixa de 20 sobres de gominols, amb un preu de 89,99 €. Aquesta segona opció està pensada per aquelles empreses que volen revendre el producte al seu establiment. D'aquesta manera els surt més econòmic, ja que el sobre individual els costa 4,5 €.

Gràcies a aquest lloc web, els clients podran adquirir d'una manera ràpida i senzilla els sobres i caixes de PRO gummy's.

A continuació s'adjunta el codi QR per poder-hi accedir.



Figura 4: Codi QR per accedir al lloc web de l'empresa.

5. CONCLUSIONS

Un cop finalitzat aquest treball de recerca s'ha fet una valoració en referència si s'han assolit els objectius inicials i s'extreuen certes conclusions.

Quant als objectius principals, s'ha pogut generar el suplement alimentari en format gominola, totalment vegà i amb un alt contingut de proteïnes, i el pla empresarial ha resultat econòmicament viable.

Així doncs, tant els objectius principals com la hipòtesi inicial s'ha complert vist que és possible crear suplementos alimentaris compostos amb ingredients naturals i d'origen vegetal, i a més poden resultar ser un producte viable en una empresa.

A banda d'això, un dels altres objectius inicials a assolir era que s'assemblen al màxim a les gominoles convencionals, tant de gust com de textura. Aquest punt no s'ha pogut aconseguir del tot, ja que en tastar-les no es dissimula al cent per cent el gust de l'alga espirulina. A més, la textura ha resultat ser més gelatinosa de l'esperat i no tan gomosa com solen ser les gominoles del mercat.

Quant a coneixements adquirits, durant el procés de creació del producte he ampliat els meus bàsics coneixements químics gràcies a la Lúdia Pérez. He descobert, per exemple, mètodes de conservació de l'alga espirulina i la seva pèrdua de nutrients en superar els 60 graus de temperatura.

A més, amb el desenvolupament del pla empresarial, he aprofundit sobre en què consisteix cadascun de plans que el componen. M'agradaria destacar-ne el pla de producció, on he explicat tot el procés de creació de les gominoles, components del producte, valors nutricionals i cerca de proveïdors, ja que ha estat el que m'ha despertat més interès.

Aquesta part del treball m'ha generat molt d'interès i motivació per provar d'endinsar-me en un futur en el grau d'enginyeria alimentària. Un grau universitari on adquireixes formació sobre coneixements tècnics d'anàlisi, innovació i disseny de nous productes alimentaris, a més d'un programa formatiu sobre la viabilitat econòmica d'empreses alimentàries.

En canvi, els plans econòmics, de finançament, i de tresoreria, han estat els que més he necessitat el suport professional de l'Anna Güell, a causa de la meva desconexió d'aquests àmbits.

Puc concloure també com dissenyar un pla empresarial viable requereix molta dedicació i implicació, no és un projecte senzill.

Alguna de les millores que personalment, com a autora del treball, penso que es poden realitzar per a potenciar encara més aquest projecte seria millorar la fórmula de la gominola. Dissimular encara més el gust de l'alga i la seva textura gelatinosa perquè s'assembli encara més a una gominola convencional, penso que afavoriria encara més les vendes. Aquest pas s'hauria de dur a terme sempre que els ingredients continuessin essent naturals i d'origen vegetal.

Com a possibles ampliacions, vist que aquestes gominoles són econòmicament viables, es poden introduir molts més productes al mercat amb la mateixa composició però amb un gust i format diferent. La maduixa o la taronja, per exemple, són fruites que les multinacionals del sector solen utilitzar per a l'elaboració de les seves gominoles, amb les quals solen triomfar entre els consumidors.

A més, a part d'oferir al client un únic punt comercial, via *online*, penso que el següent pas seria instaurar punts de venda físics als gimnasos, incorporant les gominoles PRO gummy's a les màquines de vending d'aquest tipus d'instal·lacions esportives.

6. WEBGRAFIA

A continuació s'enllacen totes les fonts web fiables d'on s'ha extret informació per a l'elaboració d'aquest treball.

AGAR-AGAR POLVO – Químics Dalmau. (s. d.).
<https://quimicsdalmauonline.com/producto/agar-agar-polvo/>

Admin. (2023b, agosto 31). GUÍA Completa para Crear una Sociedad Limitada Unipersonal en 2023.
<https://www.mieconomista.eu/crear-sociedad-limitada-unipersonal/>

Administrator. (s. d.). Proteínas. Fundación Española del Corazón.
<https://fundaciondelcorazon.com/nutricion/nutrientes/810-proteinas.html>

BOLSAS AUTOCIERRE 250 GR 45 + 12 PET + 30 CPP G/M2 13+3,5x22,5 CM NATURAL KRAFT (500 UNID.). (s. d.). García de Pou.
<https://www.garciadepou.com/es/bolsas-autocierre-250-gr-45-13-pet-27-cpp-gm2-13-35x225-cm-natural-kraft-258-03.html>

Comptes anuals: el balanç | ioc-batx. (s. d.).
<https://educaciodigital.cat/ioc-batx/moodle/mod/book/tool/print/index.php?id=3613#ch2535>

Curs: Economia de l'empresa (autoformació IOC), Tema: Anàlisi patrimonial i econòmic | ioc-batx. (s. d.).
<https://educaciodigital.cat/ioc-batx/moodle/course/view.php?id=45&ion=3>

Cáscara de limón. (s. d.). Neroliane.
<https://www.neroliane.es/aroma-naturale-cascara-de-limon.html>

Daniel. (2023, 23 marzo). Cómo crear una sociedad limitada unipersonal y qué ventajas tiene. Gestron.
<https://ayudatpymes.com/gestron/crear-sociedad-limitada-unipersonal/>

De Catalunya, I. O. (s. f.-b). Gestió econòmica i financera de l'empresa. Copyright Institut Obert de Catalunya 2011. All Rights Reserved.
https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Recursos/fp_cin_m04_/web/fp_cin_m04_htmlindex/WebContent/u1/a3/continguts.html

De la Cueva - Ceo Billin, M. (2024b, enero 18). Crear una sociedad limitada o SLU [Alta y formularios] - Billin. Blog de Billin.
<https://www.billin.net/blog/capitulo-guia-dar-alta-sl-slu-micro-pymes/>

EcoAndes. (2024, 10 septiembre). Espirulina en polvo • EcoAndes.
<https://productosecoandes.com/producto/espirlulina-en-polvo-bio/?srsltid=AfmBOooMUBzmJBD3Dh9rSGSisv27QhXj4Abgw6ue4nTH4WO7rxkQ-p8m>

Economipedia. (2019, 8 agosto). Plan jurídico | Economipedia.
<https://economipedia.com/manual/elaborar-un-plan-de-negocios-10>

Eritritol 25 kg al por mayor - MaxiEco - Solo productos naturales. (2024, 17 septiembre). MaxiEco - Solo Productos Naturales.
https://maxieco.es/product/eritritol-a-granel-a-partir-de-25-kg/?srsltid=AfmBOoqNbdVaPNOyrPNgKNNlwyOKV-x_O2Jr1hQGnfw6qioTuKqqcbHw

Eritritol. (s. d.). <https://jj-lifescience.de/es/productos/eritritol>

Espanya, Reglament 1924/2006 del Parlament Europeu i del Consell, 20 de desembre de 2006.

(BOE, núm. 404, 30-12-2006, pàg. 24).

<https://www.boe.es/doue/2006/404/L00009-00025.pdf>

Estudi de mercat. (s. d.).

<https://virtual.ecaib.org/mod/book/tool/print/index.php?id=37292#ch273>

Forés, J. (2017, 17 enero). ALGUES: GRAN FONT D'PROTEÏNES VEGETALS - Centre de Medicina Integral - Dr. Jordi Forés - Andorra - Barcelona - Manresa.
<https://drjordifores.com/?p=3034>

Frutería Online DHoy. (2024, 23 enero). Frutería Online Madrid - Comprar Frutas y verduras a domicilio Madrid. Frutas y Verduras A Domicilio Madrid.
<https://fruteriaonlinemadrid.es/>

Hammer, P. (2022, 5 enero). Dieta vegana: ¿qué deficiencias han de temer los veganos? BIOMES - Feel Better.
<https://biomes.world/es/cosas-a-saber/alimentacion/vegana/vegana-sintomas-de-deficiencia/>

Ingeniería alimentaria. (s. d.). UPC Universitat Politècnica de Catalunya.
<https://www.upc.edu/es/grados/ingenieria-alimentaria-castelldefels-eeabb>

Legalego Nutrition. (2024, 27 agosto). Etiquetas de productos, ¿qué contenido deben tener? LegaleGo Nutrition.
<https://legalegonutrition.com/servicios/etiquetas-de-productos/>

L'alga espirulina. (s. d.). Etselquemenges.
<https://etselquemenges.cat/rebost/lalga-espirulina>

Ncabarro. (2014, 20 febrero). *DIFERÈNCIES ENTRE COST VARIABLE i COST FIX: Els Costos Empresarials*.
<https://ncabarrocas.wordpress.com/2014/02/20/diferencias-entre-cost-variable-i-cost-fix/>

Obligacions generals per a les empreses. (s. d.).
<https://consum.gencat.cat/ca/empreses/requisits-obligatoris/obligacions-generals-per-a-les-empreses/#bloc8>

Pla d'empresa - Pla organització. (s. d.).
<https://sites.google.com/view/pladempresa/pla-organitzaci%C3%B3>

REGLAMENTO (CE) No 1924/2006 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO. (s. d.). <https://www.boe.es/doue/2006/404/L00009-00025.pdf>

Redacción. (2024, 23 julio). *Las 10 mejores marcas de gominolas - Blog de Chuches*. Blog de Chuches.
<https://blog.lacasadelasgolosinas.com/las-10-mejores-marcas-de-gominolas/>

Salud cardiovascular - Fundación Española del Corazón. (s. f.).
<https://fundaciondelcorazon.com/>

STEVIA LÍQUIDA X 5 LITROS 5.000 ml - BIDÓN - Biostevia. (2024, 1 agosto). Biostevia. <https://biostevia.com/producto/stevia-liquida-x-5-litros-bidon/>

Sportlife. (2023, 29 mayo). *El Gym y el Ñam con Rubén García, nuestro chico de portada*. Sportlife. https://www.sportlife.es/entrenar/gym-nam_277358_102.html

Suplementos proteicos Tendencias del Mercado. (s. f.-b).
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-protein-supplements-market-industry/market-trends>

Sánchez, B. (2023, 20 abril). El margen bruto: qué es y cómo calcular el de tu empresa. <https://agicap.com/es/articulo/margen-bruto-que-es-como-calcular/>

VALOR i COMPOSICIÓ NUTRICIONAL DE LES ALGUES. (2021).
https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179119/3/TFG_Egea_Jimenez_Clara.pdf

Vasco, E. D. (2023, 13 abril). Agar-agar. El Diario Vasco.
<https://www.diariovasco.com/gastronomia/despensa/agaragar-gelatina-proviene-20190626095944-nt.html>

YoPro. (s. d.). YoPRO.
<https://www.yopro.com.es/ca/beneficis-afegir-proteina-dieta-equilibrada/>

l'Enciclopèdia | enciclopedia.cat. (s. d.).
https://www.enciclopedia.cat/cerca/gec?search_api_fulltext=cost+variable&field_faceta_cerca_1=All

Veganismo | enciclopedia.cat. (s. d.).
<https://www.enciclopedia.cat/gran-enciclopedia-catalana/veganisme>