



TXOPETARRAK

2025

TXOPE-TEX TXOSTENA

AURKIBIDEA

1.GURE ENPRESA

2.BALOREZKO PROPOSAMENA

3.MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

4.FUNTSEZKO ELKARTEAK



5.DIRU-ITURRIAK

6.KANALAK

7.BEZEROAREKIKO HARREMANAK

8.FUNTSEZKO BALIABIDEAK

9.AURREKONTUA



10.FUNTSEZKO JARDUERAK

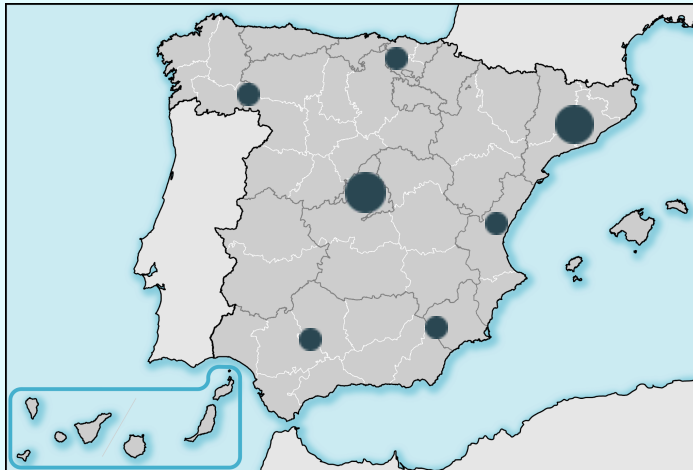
11.KOSTUEN EGITURA

12.ONDORIOAK

12.BIBLIOGRAFIA

GURE ENPRESA

Gure proiektua, Txopetarrak enpresa sortzea da. Enpresaren sortzaileak eta hortaz jabeak: Aimar Txopeitia, Unax Elarre, Eneko Postigo, Iker Corrales eta Adriel Valens gara. Txopetarrek produktu bakarra dugu printzipioz, Txope-Tex izenekoa. Laburbilduz, boligrafoa eta tipexa bateratzen dituen produktua da.



Txopetarrak Sozietate mugatu bat da, hau da, guk egin dugu hasierako inbertsioa proiektua aurrera eramateko eta erantzunkizu mugatua daukagu. Enpresa sortzerakoan, plangintza on batekin batera, helburu zehatz batzuk ezartzea ere esanguratsua da enpresa hobetzen jarraitzeko. Hasiberriak garenez, oraingoz gure helburuak produktu jakin batzuk saltzea da, plantila handitzea eta baita saltzeko puntuak ere. Oraingoz, penintsulan bakarrik eskuratu daitezke gure produktuak. Aipatu beharreko puntu garrantzitsuak, Bilbo, Bartzelona eta Madril.

Txopetarrak ideia eta enpresa bera Errenterian sortutakoa da, izan ere gu Oreretan ngurukoak gara. Enpresako sedea, hau da, bulegoa eta fabrika Tolosan kokatzen dugu. Honen arrazoa zehatza da, Tolosan edukitzeak errentagarriagoa da guretzat. Gainera, Espainian zehar bidalketak egiteko errazagoa eta erosoagoa da.



BALOREZKO PROPOSAMENA

Txope-Tex-arekin akatsak berehala zuzendu ditzakezu, zuzentzaile bat bilatu beharrik gabe, badakigulako zure denborak ezinbesteko garrantzia duela. Idaztea eta borratzea ez da inoiz hain erraza izan gaurdaino. Izan ere, produktu berdinean goi-mailako boligrafo bat daukazu, hain zuzen ere, 10km idatzi ditzakeen tintarekin, bataz bestekoaren oso gainetik. Era berean, kalitate handiko tipex bat eskuratuko duzu akats bakar batek ere ez geldiarazteko. Onura ugari ditu, kargatu behar dituzun gauzak murrizten dira, ikasle edo langileentzat aproposa dena. Bestalde, boligrafoa edo tipexa galtzeko aukera gutxiago daude, dena batera baitago.



Gure produktuaren balio esanguratsuena argi eta garbi nobedadea dela esango genuke. Merkatuan ez dago horrelako produktu bereizgarri eta ingeniosorik, hau da, TxopeTex da mundu-mailan produktu hau ekoizten duen enpresa bakarra. Zihur gaude eskola guztietan arrakastatsua izango dela, zeren eta gazteen artean gauza berriak oso errex saltzen dira, borratu daitezken boligrafoen kasua bezala. Gure produktua ez da atzean geratuko. Umeen artean estatus maila altu bat emanten du. Noski produktuaren diseinua eta produktua bera, patentatua dugu, orduan ezingo dute lehiakideek ekoiztu. Bakarra denez kontu handia izan behar dugu ideia besteekin partekatzearekin. Aipatu behar dugu ere, modelo ezberdin asko aterako ditugula merkatura, kolore eta



Laburbilduz, lana asko errazten du ikasle batek beharrezkoak dituen bi gauzak elkartzen dituelako. Aukera dago ere, boligrafoa eta tipexa separatzeko tipexa norbaiti utzi behar badiozu, adibidez.

MERKATUAREN SEGMENTAZIOA

Txope-Tex boligrafoako erabiliko dugun segmentazio mota merkatu masiboa da, gure produktuak edo zerbitzuak behar berdinak edo antzekoak dituzten erosleen multzo zabal bati zuzenduta dagoelako. Merkatu mota honek aukera ematen digu erabiltzaile askorengana heltzeko, guztiek idazteko beharra partekatzen dutelako eta, ondorioz, gure produktuak eguneroko erabileran zentzu osoa duelako. Horregatik, ez dugu segmentazioa mugatzen ez adinarean, ez generoaren edo ez bestelako ezaugarrien arabera. Gure helburua da idazteko beharrari daukaten pertsona askori aukera berdinak eskaintzea.



Konkretuki, gure bezero potentzialak eskolan edo institutuan dauden ikasle guztiak dira, haiek dira gure produktuak modu jarraituan erabiltzeko aukera gehien dutenak. Ikasle horiek egunerokoan idaztearekin lotutako beharrak dituztenez, gure boligrafoak euren jarduera akademikoan ezinbesteko elementu bihurtzen dira. Horregatik, segmentazio masiboa aplikatuta ere, arreta berezia jartzen diegu ikasle gazteei, beraiek direlako produktua modu jarraituan eta etengabe erabiliko duten talde nagusia.

Horrez gain, eguneroko lanetan idatzi behar duten langile edo bestelako pertsonak ere gure produktuen erabiltzaile izan litezke, baina ez ditugu segmentazioaren barruan kokatzen, ez direlako gure xede nagusia. Hori dela eta, gure segmentazioaren fokua argi eta garbi ikasle gazteetan dago, haiek direlako Txope-Tex boligrafoa modu etengabean eta jarraian erabiliko duten talde nagusia.



ELKARTEAK

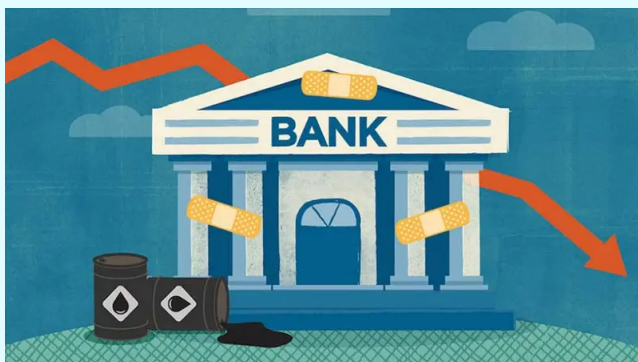
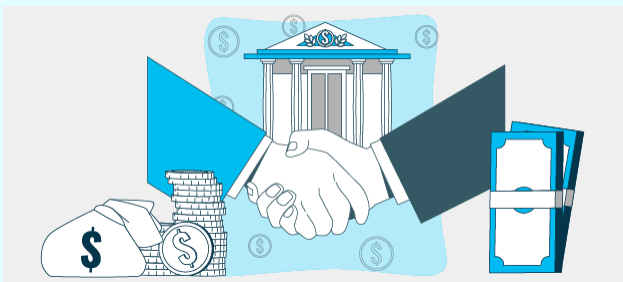
Gure kasuan, gure elkarte motak erosle eta hornitzaileen arteko lankidetzak estrategiko sendo bat izatea du helburu, eta horren adibide bikaina da Qingdao Aton Stationery enpresa txinatararekin elkarlanean aritzeko dugun aukera. Aliantza honek balio handia ekarriko dio TxopeTex produktua merkaturatzeko, sektoreko liderra den enpresa fidagarri eta esperientziadun batekin lan egingo dugulako. Urte askotako esperientziari esker, Qingdao Aton-ek espezializazio handia du bai boligrafoen bai tipex motako produktuen fabrikazioan, eta horrek kalitate eta profesionaltasun maila handia bermatzen du.



Haien ezagutza tekniko zabala guretzat abantaila estrategikoa da: fabrikazio prozesua menderatzen dute, materialen hauketarengatik hasi eta azken kalitate kontroleraino. Horri esker, gure produktuak merkatuak eskatzen duen kalitate maila izango du, beti ere kostu lehiakor eta erakargarri batean. Hau funtsezkoa da gure enpresaren errentagarritasuna indartzeko eta lehiakideengandik bereizteko, Qingdao Aton Stationery-k eskaintzen duen pertsonalizazio-gaitasunengatik aukera paregabea ematen digu gure lehiakideengandik bereiztea. Gure diseinua moldatu dezakegu, gure markaren berezitasuna produktu bakar eta original batean bihurtuz. Pertsonalizazio-maila honek gure bezeroen arreta erakartzen lagunduko digu eta gure produktua merkatuan nabarmenduko da.

DIRU-ITURRIAK

Gure diru-iturri nagusia, produktu zehatz bat saltzen dugunez, aktiboaren salmenta izango da. Produktua nola ez Txope-Tex da. Produktua noski momentuan ordaindu behar da oso gutxi balio duelako, orduan ordainketa bakarreko diru-sarrera dela esan dezakegu. Gure produktuek zerrendako prezioa edukiko dute, izan ere, kalitate bereziko modelo ezberdinak saltzeko ahalmena edukiko dugu, bakoitza adieraizitako prezio zehatzarekin. Hau da, produktu bakoitzaren prezioa ez da aldatuko baina bai produktu ezberdinen arteko prezioa. Esan dezakegu boligrafo bakoitzak bere prezioa duela esleituta denda batean bezala.



Azpimarratu behar dugu, hasiera hontan produktu bakarra merkaturatu dugula, Txope-Tex, baina etorkizunean gehiago salduko ditugu. Enpresa sortzeko bakoitzak diru ekarpen minimo bat egin behar izan dugu mailegu batzuekin batera, horrela enpresa indar nahikoarekin hasiko dugu. Gainera, enpresa sortu berri dugunez enpresa berriei ematen zaien diru laguntza eskuratzea lortu dugu. Oraingoz hauek dira gure diru-sarrera nagusiak eta bakarrak, baina ez dugu ezeztatzen etorkizunean beste diru-iturri batzuk edukitzea, hala nola, maileguak, lizentziak edota sari ezberdinak.

KANALAK

Bezeroengana iristeko modurik egokiena aukeratzea funtzeskoa da. Produktu hau berritzailea eta erabilgarria denez, ezinbestekoa da komunikazio eta salmenta estrategia egokia diseinatzea, eta horretarako komenigarria da hainbat kanal konbinatzea, bakoitzak bere oinurak dituelako.



Alde batetik, kanal propioa erabiltzea aukera estrategiko bikaina da. Gure online denda eta sare sozialak bezeroekin harreman zuzena izateko trena eraginkorrak dira, horien bidez, erabiltzaileek produktua zuzenean guregatik erosi dezakete eta, aldi berean, markaren irudia sendotu egiten da. Internet eta gure webgunea komunikazio-kanal nagusi bihurtzen dira, informazioa modu argi eta zuzen batean eskaintzeko, erosketak errazteko eta Txope-tex produktuaren ezaugarriak erakusteko.



Bestetik, elkartutako kanalak ere oso baliagarriak dira, batez ere gure presentzia zabaltzeko. Ikastetxeetako denda txikiek aukera ematen dute gure boligrafoa leku gehiagotan egoteko eta bezero potentzialen eskura jartzeko. Kanal mota honek konfiantza handitzen du, produktua zuzenean ikusi eta ukitu daitekeelako.

Azkenenak, bi kanalak konbinatzea da aukerarik egokiena: gure webgunearen bidez saltzea eta, aldi berean, denda fisikoetan ere eskuragarri egotea.

Horrez gain, aipatu behar da online bidez egindako salmenten kasuan produktuak posta bidez bidaliko ditugula garraio-enpresen bitartez, eta prozedura bera erabiliko dugula dendetara stocka bidaltzeko. Horrela, banaketa prozesua erregularra eta koherentea izango da, eta Txope-tex leku gehiagotan eta bezero gehiagorengana iritsiko da, erosketarako aukerak handituz.



HARREMANAK



Gure harreman eredua nahiko zehatza da, eta bi motatakoa izango da. Nagusiki automatizatu, baina baita pertsonala ere neurri txiki batean. Harreman automatizatuaren bidez, gure webgunetik Penintsula osora saltzeko aukera izango dugu. Bertan gure produktu guztiak eskuragarri egongo dira

Era berean, harreman pertsonala ere mantenduko dugu, aurrez aipatu bezala, eskola eta institutu inguruko denda txikietan ere salduko ditugulako boligrafoak. Horri esker, internet bidez iristen ez garen familia eta eremu askotara heltzeko aukera izango dugu, eta, ondorioz, gure enpresaren hazkundera indartuko dugu.



TxopeTex-en helburua merkatuan posizionamendu sendoa lortzea da. Horretarako, hainbat motibazio nagusi ditugu kontuan. Alde batetik, bezero eta kontsumitzaile berriak erakarri nahi ditugu produktu praktiko eta original baten bidez, eta bestetik, bezeroak pozik geratzea, berriro eros dezaten.

BALIABIDEAK

Gure enpresa aurrera eramateko funtsezko baliabideak guztiz beharrezkoak ditugu; hauen artean nagusienak, fisikoak, intelektualak, giza eta finantza baliabideak. Baliabide hauen nahasketa izango da arrakasterako jarraitu behar dugun bidea, horretarako lehenengo definitu egin behar ditugu:

Baliabide fisikoak: TxopeTex boligrafoak egiteko lehenago aipatu bezala, hornitzaile baten bidez lortuko ditugu bai puntako boligrafoak, bai tipex iraunkorrak. Honela, aukera ematen digu boligrafoak zerotik egiteko prozesua nolabait saltatzea, hasierako prozesua izugarri erraztuz. Bi produktuak erosi eta gero, gure azkeneko produktu innoberatzailea eraikiko dugu. Hortaz makineria erostea behartuta gaude. Baliabide fisikoak ez dira asko izango, fabrikatzeko eraintzuntza bat alkatatuko dugu bulego batekin batera eta bestelako materiala: ordenagailuak eta altzariak, fabrikazio prozesurako hainbat makina eta tresneria espezifikak beharko ditugu. Gauza hauekin soberan edukiko dugu denbora luze batez.



Baliabide intelektualak eta giza baliabideak: Gure baliabide intelektualak bakoitzaren ezaugarri mentalen batura izango da. Ekintzaile guztiek ditugu enpresa sortu eta kudeatzeko jakintzak, izan ere, master ezberdinen bidez eskuratuak. Gutako askok dugu esperientzia enpresetan eta multinazionalen, produkzio eta banaketaren sektoreetan espezializatuz. Hornitzaileen enkarguak eta gure produktuen produkzioa antolatzeko abileziak ditugu, ondoren hauen marketing zainduarekin erosleak lortzeko ahalmena dugu eta azkenik produktuen bidalketetan esperientzia esanguratsua dugu. Produktuaren ideian zuzendaritza eta sormena ere nabarmentzen dela aipatu behar dugu ere. Baliabide hau zati esanguratsuena izango da ibilbide guztian zehar, izan ere, beste bi baliabideak lotuko dituen jakintzak dira.

Finantza baliabideak: Gure finantza baliabideak bankuak utzitako kreditua izango da, bakoitzak egin duen ekarpenarekin batera. Izan ere, gutako inorrek ez dauka nahiko diru enpresa bat sortzeko. Modu honetara, enpresa hasieratik indar gehiagorekin hastea ere lagunduko digu, aukera gehiago kontuan hartuz.

AURREKONTUA

Baliabide ezberdinak behin zehaztuta, gure enpresaren lehen hiruhilabeteko aurrekontua espizifikatzea ezinbestekoa izango da, hasiera erraz eta arrakastatsuago bat edukitzeko. Horretarako, hasierako inbertsioa eta hiru hilabeteen zeharreko gastuak eta etekinak eduki beharko ditugu kontuan. Datuekin nahiko errealistak izan garela esatea gustatuko litzaiguke. Konsziente gara aurrekontuan ipinitako produktu kopurua altua dela hasi berri den enpresa batentzat, baina kontuan eduki behar da Espainian zehar saltzeko ahalmena edukiko dugula, ez Euskadin bakarrik.

Lehenengo hilabeteen dirua galduko dugu normal den bezala, baina iada bigarrenengan galerak gaintutako ditugu. Hirugarren hilabeteen etekin asko irabaziko ditugu, zehazki 100.000€ inguru.

TXOPETARRAK	URRIA	AZAROA	ABENDUA
SARRERAK			
Aportazioak	50.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Salmentak (Txope-TeX)	31.900,00 €	79.750,00 €	159.500,00 €
Diru laguntza	5.100,00 €	0,00 €	0,00 €
Sarrerak guztira	87.000,00 €	79.750,00 €	159.500,00 €
GASTUAK			
Tipexak	1.200,00 €	3.000,00 €	6.000,00 €
Boligrafoak	2.000,00 €	5.000,00 €	10.000,00 €
Makineria berria	50.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Makineria KA	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
Fabrika + bulegoa alokairua	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €
Soldatak	18.060,00 €	18.060,00 €	18.060,00 €
Furgoneta + gastuak	26.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Txinatik produktuak ekarri	1.300,00 €	1.300,00 €	1.300,00 €
Beste gastu batzuk: paketeak...	500,00 €	500,00 €	500,00 €
Gastuak guztira	116.560,00 €	46.360,00 €	54.360,00 €
SALDOA	-29.560,00 €	33.390,00 €	105.140,00 €
HIRU HILABETEEN EMAITZA			108.970,00 €

JARDUERAK

TxopeTexen jarduera nagusia, ekoizpena da, izan ere produktu berri eta innobatzaile bat fabrikatzera bideratuta gaude, eta horrek barne-kudeaketa egokia, lanen koordinazioa eta jarduera osagarrien kontrola eskatzen du. Horregatik, gure jardueren antolaketa ezinbestekoa du argi eta garbi zehaztea zein zeregin egingo ditugun guk eta zein kanpoko laguntzaren bidez egin daitezkeen.



Hasiera batean, enpresaren jarduera guztien ardura geuk hartuko dugu, besteak beste ekoizpena, arazoaren konponketa, plataforma eta sareko jarduerak, baita bidalketak ere. Horri esker, prozesu guztien kontrola izango dugu, nahiz eta horrek konpromiso handiagoa eskatzen duen.

Badakigu kudeaketa eredu honek ez duela zertan errentagarriena izan epe luzera. Horregatik, nahiz eta oraingoz horrela kudeatuko garen, etorkizunean aldaketak egoteko aukerak daude TxopeTexen negozioa optimizatzeko eta maximizatzeko.

KOSTUAK

Bi kostu-egitura mota nagusi daude negozio-ereduetan: kostuek bultzatutakoak eta balioan oinarritutakoak. Bi ereduek helburu desberdinak dituzte, baina biak dira ohikoak enpresetan. Kostuek bultzatutako ereduek irabaziak lortzea bilatzen dute, gastuak ahalik eta gehien murriztuz. Balioan oinarritutako ereduek, aldiz, bezeroari balio handiagoa eskaintzea dute helburu, nahiz eta horrek kostu handiagoak ekarri.



Balioan oinarritutako eredua ez da egokiena gure boligrafoarentzat, gure helburua funtzionala eta prezio onean eskaintzea delako, luxuzko produktu bat sortzea baino. Gure kostuak bi motatakoak dira: finkoak, hala



Kostuek bultzatutako ereduek gastuak murriztea dute helburu, prozesuak automatizatuz, material merkeak erabiliz eta produkzio handia eginez. Horri esker, prezio baxuak eskaini daitezke. Gure Txope-Tex boligrafoa eredu honetan sartzen da, sinplea, praktikoa eta eguneroko erabilerarako pentsatua delako.