

---

Alumnes: Raquel Barrachina i Helena Iglesias  
Tutora: Glòria Pruneda

---

# Creació d'una marca de roba: Worthwhile

---

## **Presentació**

Avui en dia, la moda és fonamental per a cada persona en la societat; per a alguns és un estil de vida, ja que aquesta ens identifica, ens fa autèntics i ens dona personalitat.

La moda ocupa un paper important en el nostre món i no només ens permet definir el nostre estil i ens ajuda a diferenciar-nos dels altres, sinó que també ens permet ocupar un lloc en la població i ser acceptats. Les peces de roba que decidim posar-nos ens permeten expressar els nostres estats d'ànim i comunicar, visualment, els nostres interessos i gustos.

No obstant això, a vegades tenim una idea equivocada respecte a la moda que apareix als aparadors de les botigues més cares i famoses de les zones més luxoses del món, com Milà, Nova York o París. Però això no és ben bé així, la moda la podem trobar en botigues de qualsevol nivell econòmic, al carrer, a la televisió, a la publicitat i, durant l'última dècada, a les xarxes socials.

Tenint en compte que el treball de recerca és una de les inquietuds més grans per als alumnes, nosaltres, que des de sempre ens ha cridat l'atenció el món de la moda i tot el que comporta, des d'un principi sabíem que el nostre treball seria sobre la creació d'una marca de roba. Som amigues des de ben petites i fer el treball de re-

---

# WORTHWHILE



INICI

NOSALTRES

BOTIGA

CONTACTE



## Everything's WorthWhile

WorthWhile la marca de roba que et donarà el canvi que estaves buscant.

© 2023 per WORTH. Creat amb [Wix.com](#)



---

cerca juntes ha estat un repte i, a la vegada, un somni, ja que sempre havíem tingut la il·lusió de crear la nostra pròpia marca, i què pot ser millor que fer el treball de recerca sobre allò que sempre hem desitjat.

A l'hora d'enfocar el treball no ens volíem centrar tant en l'aspecte econòmic, sinó en com fer arribar la nostra marca als consumidors a partir dels mitjans dels quals disposem.

El nostre objectiu principal és conèixer amb més profunditat tots els processos que ha de seguir un emprenedor per crear una empresa o una marca, i també els processos d'un dissenyador a l'hora de crear un producte i donar-lo a conèixer. També volem veure si hi ha la possibilitat de crear una marca de roba, des de zero i amb pocs recursos, posant molta atenció a totes les dificultats que pot haver-hi.

Tot i que sabem que és difícil aconseguir èxit en el món de la moda, i tenint en compte que no disposem de grans coneixements sobre el tema, esperem que aquest treball acabi essent un projecte amb el qual puguem anar aprenent i evolucionar.

### **Metodologia**

El nostre treball consta de dues parts ben diferenciades: la part teòrica i la part pràctica. La part artística consta dels dissenys, les samarretes, les espadenyas i el logotip, i la part més teòrica, de la creació de l'empresa, el màrqueting, els preus... Un cop vam decidir enfocar el nostre treball cap a la creació d'una marca ens vam reunir amb la nostra tutora per pensar quins productes podríem crear per tal de fer una marca diferent a les altres, és a dir, única. Ella ens va proposar fer la combinació de bosses (*clutch*) i espadenyas. La nostra idea inicial era fer només samarretes, però el fet de vendre espadenyas també ens va cridar l'atenció, així que vam optar per la combinació de samarretes i espadenyas. A partir d'aquí vam haver d'escollir el nom que suggerís el que nosaltres volíem transmetre. Finalment vam escollir *WorthWhile*, perquè ens agradaven tant la pronunciació de la paraula com el seu significat, val la pena. Vam realitzar unes enquestes a través del nostre compte d'Instagram per triar el logotip i els conjunts de samarretes i espadenyas més votats. El logotip més votat va ser el que vam utilitzar i els cinc conjunts més votats van ser els que vam realitzar físicament. Quant a les samarretes, vam escanejar els dibuixos de cada samarreta i els vam retocar amb Photoshop les imperfeccions perquè a l'hora de la impressió quedessin correctes.

El procés de les espadenyas va ser totalment diferent, ja que estan totes decorades a mà per nosaltres. Ens vam encarregar de pintar-les i de cosir-hi les cintes i els pegats.

---

---

## Cos del treball

El primer pas per crear una empresa és determinar quina serà la seva forma jurídica, nosaltres ens hem decantat per la societat limitada perquè és la que s'ajusta més als nostres objectius, sobretot pel seu baix capital de constitució (3.000 €) en comparació amb el d'una societat anònima (60.000 €), una diferència molt elevada. Tanmateix, pel fet de ser dues sòcies ja no ens era possible constituir una empresa individual, és a dir, autònoma.

El nostre pla d'empresa consta d'un resum executiu que és bàsicament un resum del que és i el que ofereix l'empresa:

«Worthwhile» és una empresa el negoci de la qual consisteix en la fabricació de samarretes i espadenyes per a un *target* femení i juvenil, amb la proposta de valor d'oferir un producte variat, modern i de bona qualitat.

L'objectiu del nostre projecte és que sigui rendible i sostenible, innovant i creant noves tendències de moda en les principals capitals del nostre continent. Hem intentat fer que el nostre projecte sigui senzill i únic, perquè les noies que portin la nostra roba s'hi sentin còmodes i, sobretot, no deixin de ser elles mateixes. Un altre aspecte que volem fomentar amb la marca «Worthwhile» són els nostres orígens, fent així la típica espadenya catalana amb un caràcter mediterrani. Cal remarcar que els valors que vol donar l'empresa al seu públic es podrien resumir amb la frase llatina: «Carpe diem», que significa aprofitar el moment que ens ofereix el present sense esperar el futur.

El pla de màrqueting l'hem centrat en com fer arribar els nostres productes als clients. Per fer-ho hem obert un compte d'Instagram (@worthwhile.thebrand). Un altre canal va ser la pàgina web. La nostra pàgina web (<https://worthwhilethebrand.wixsite.com/worthwhile>) consta de quatre apartats ben diferenciats. A «Inici» hi ha un breu resum de les col·leccions acompanyat d'imatges; a l'apartat «Nosaltres» hi apareix informació de qui som. A la secció de «Botiga» és on es mostren tots els nostres productes amb el seu preu corresponent. El darrer apartat és el de «Contacte», on hi ha el nostre correu electrònic disponible les 24 h per si algun client té algun dubte. La pàgina web també està disponible en anglès, i també hi ha un accés directe al nostre Instagram. També vam elaborar un catàleg per mostrar cada una de les nostres col·leccions, ja que vam pensar que les fotografies s'aprecien molt millor en aquest format. Abans de cada col·lecció hi ha una frase que creiem que és la més adient per representar-la.

Finalment vam fer un spot publicitari, perquè creiem que és un bon mètode per donar a conèixer un producte. En el nostre anunci promocionem un dels racons més bonics de la Costa Brava, on es mostra un dia de sessió fotogràfica amb nosaltres. Al final hi apareix la frase «Life is a beach, enjoy the waves», que pensem que és una frase que representa molt bé els valors de la nostra empresa.

---

---

Si la nostra empresa tingués un funcionament real el cotó el comprariem a l'Índia i un cop comprat seria transportat amb vaixell fins a Portugal, on es duria a terme la confecció. Cal destacar que el país veí destaca per una cultura tèxtil forta i d'una gran innovació amb tecnologia. De Portugal a Catalunya els productes serien transportats amb camió.

La fabricació de les espadnyes seria totalment diferent. L'empresa Toni Pons les fabricaria per a la nostra empresa. Nosaltres mateixes els portaríem els dissenys i a partir d'aquí ells elaborarien les nostres espadnyes.

Per decidir els preus dels nostres productes ens hem basat en el preu de cost. Hem intentat que no s'excedís massa, per fer un preu assequible per a tothom. El cotó des de l'Índia ens costaria aproximadament 3,50 €/kg. Transportar-lo fins a Portugal ens costaria 1,00 €/kg. L'empresa portuguesa encarregada de dur a terme la confecció de les nostres samarretes ens cobraria 6 €/unitat. Un cop fetes, transportar-les amb camió fins a Girona ens suposaria un cost que variaria en funció del pes. En principi serien 10,00 €/kg.

Les espadnyes, com hem explicat anteriorment, ens les proporcionaria l'empresa Toni Pons. Després d'una reunió amb el Sr. Toni Pons vam arribar a un acord de 10,00 €/unitat.

Els preus que hem fixat són els que més ens convenen per aconseguir els nostres objectius. Cada samarreta «Worthwhile» valdria 15,00 € i les espadnyes, 20,00 €. El *pack*, que consisteix en una samarreta i el seu parell d'espadnyes tindria un preu de 30,00 €, ja que si les compressin per separat costarien 35,00 €, i d'aquesta manera oferim un petit descompte de 5,00 €.

## **Conclusió**

Després d'uns mesos treballant en aquest projecte, hem comprovat que crear una empresa és difícil, ja que calen bones idees i disposar dels recursos necessaris, però si ho fas amb ganes i entusiasme és més senzill. Aquest treball, a part d'ampliar els nostres coneixements en el món empresarial i en el de la moda, ens ha permès contactar amb persones amb més experiència que ens han donat consells i ens han estat de gran ajuda per resoldre dubtes que teníem i per tirar endavant.

Tanmateix, hi ha contribuït el fet que tinguem una visió diferent de com és treballar en una empresa, dissenyar productes i elaborar-los. Cal destacar que nosaltres inicialment ens pensàvem que no era un procés tan detallat, però a mesura que anàvem avançant en el treball vam veure la complicació de tots aquests processos.

No obstant això, la temàtica de la moda a nosaltres ens apassiona i aquest fet ha permès que hàgim aconseguit els nostres objectius. Una de les motivacions que vam

---

---

tenir va ser crear el compte d'Instagram, perquè pensàvem que no tindria èxit i el fet de veure que molta gent del nostre voltant va posar interès a seguir-nos i a participar-hi també ens va ajudar molt a creure que era possible crear una marca des de zero.

En un futur ens agradaria poder continuar la nostra marca, ja que voldríem que fos reconeguda i que pogués créixer més. Els mesos que han passat des del dia de la creació de «Worthwhile» fins ara no han estat suficients per donar a conèixer els nostres productes en un àmbit més nacional i internacional.

### **Bibliografia i webgrafia**

Informació de la promoció, distribució i els preus extrets de llibre Economia de l'Empresa 1r de Batxillerat. – La moda al llarg del temps: <[https://ca.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B2ria\\_de\\_la\\_moda](https://ca.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B2ria_de_la_moda)> – Història de les espadnyes informació rebuda gràcies a Toni Pons i també: <<http://rosesvermelles.blogspot.com.es/2014/09/historia-de-lespardenya.html>> – *Influencers* i *bloggers* de moda: <<https://buhomag.elmundo.es/entretenimiento/que-es-influencer/44c585b4-0004-5813-2134-112358132134>> – <<http://www.marketingguerrilla.es/que-es-un-blogger-profesional-y-como-converterte-en-uno/>> – Creació de l'empresa informació obtinguda gràcies a l'Assessoria Caner Crespo i el Departament d'Emprenedoria de l'Ajuntament de Palamós. – Pla de l'empresa i pla de màrqueting: <[http://www.emprenderesposable.org/sites/default/files/anexo\\_8\\_guia\\_del\\_pla\\_dempresa\\_cat.pdf](http://www.emprenderesposable.org/sites/default/files/anexo_8_guia_del_pla_dempresa_cat.pdf)>

---