

SOCIOS CLAVE.

Los socios clave para que esta actividad económica funcione con los cuatro fundadores que componen esta empresa. Cada uno aportará una cantidad de 5000 euros, haciendo un total de 20000 euros.

Necesitaremos unos proveedores de alimentos y envases. Luego, se hablará con los locales que abren en ese mismo horario para negociar la publicidad que podemos darles y por ello obtener un beneficio.

SEGMENTACIÓN DE LOS CLIENTES

Esta actividad va dirigida a un público joven, de edades comprendidas entre los 16 y los 25 años. Nos centramos en ese segmento ya que son los que usualmente salen de fiesta y podrían acudir a nuestro negocio al estar disponibles al horario que presentamos. Las características comunes que buscamos en nuestro público se podrían resumir en:

- Jóvenes que no posean un valor adquisitivo muy alto, ya que nuestros productos son asequibles.
- Personas con ganas de salir a divertirse, que quieran comer algo a esas horas de la noche y les apetezca algo diferente.
- Gente a la que le guste la comida rápida.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Nuestra propuesta para atraer clientes al negocio que presentamos se basa en las novedades que posee nuestra idea. Hablamos de diferenciación con lo que podríamos considerar la competencia. Comenzamos exponiendo un horario nocturno de 12 a 5 de la madrugada, mediante el cual nuestra furgoneta de comida se mueve por toda la ciudad para presentar el servicio a las personas que estén en ese momento, más concretamente en aquellas que se encuentren de fiesta. No hay gran variedad de negocios que estén abiertos a esas horas por lo que ofrecemos otro lugar donde elegir. El negocio se mantiene abierto de jueves a domingo, además de días festivos.

Ofrecemos una relación cercana con la clientela atendiendo sus necesidades y creando ofertas especiales como 'La Hora Feliz' de 4 a 5, en la que varios de nuestros productos se rebajan a la mitad de su precio para que sean más asequibles.

A todo esto le añadiremos publicidad que pondremos en marcha para hacerlo más conocido y conseguir que más personas acudan a consumir nuestros productos.

RECURSOS CLAVE

Los recursos físicos de esta empresa con la furgoneta (food truck) preparada para la venta de alimentos y equipada con las respectivas máquinas para cocinar y guardar alimentos.

Los recursos intelectuales son la originalidad, la creatividad y, sobretodo, la diferenciación de los alimentos que ofrecemos al público en ese horario.

Los recursos humanos son cada uno de los socios que, a su vez serán los empleados, cada uno designando una función; Claudia se encargará de cocinar, Daniel de la venta al público, Laura de relaciones públicas captando nuevos clientes y, por último, Andrea se encargará de la administración y ayudará en el resto de puestos cuando sea necesario.

Los recursos financieros son el capital inicial de 20000 euros que aportaremos los socios equitativamente.

ESTRUCTURA DE COSTES

Costes fijos:

- La furgoneta que ya hemos buscado con un precio de 13000 euros totalmente equipada para esta actividad económica.
- El seguro del vehículo de 600 euros anuales.
- Un capital inicial de 20000 euros aportado por los cuatro socios a partes iguales.
- Las licencias saldrán con un coste de entre 100 y 500 euros.
- El sueldo de los empleados será de 400 euros al mes, ya que solo se trabajan tres días por semana y cada uno tendrá otro empleo a parte. Cada uno de los empleados dispondrá del carnet de manipulador de alimentos.

Costes variables:

Son la comida, la bebida y los envases, los cuales se comprarán teniendo en cuenta que supondrán un gasto del 30%.

Proposición de valor

Nuestra "food truck" se basa en una furgoneta ambulante en la que ofrecemos un servicio alimenticio diferente de los actuales, ya que en los horarios de nuestro servicio solo se encuentra el establecimiento de comida pakistaní (comúnmente llamada kebab) que no todo el mundo quiere.

Este establecimiento se diferencia de los demás principalmente por los horarios. La razón es que solo abriríamos de jueves a domingo por la mañana con horarios nocturnos desde las doce de la noche hasta las cinco de la mañana y la disponibilidad que brindamos a las personas que deciden frecuentar locales nocturnos. Por otra parte, aunque ya mencionado anteriormente, es distintivo por la comida que mostramos al público, ya que será comida con mayor calidad y variedad que en los locales competidores .

Asimismo, nos diferenciaremos de otros locales debido a que en León no existe ninguna "furgoneta que venda comida y se mueva hacia los lugares clave de fiesta nocturna en la capital" así que nos diferenciaremos, a su vez, por el diseño del restaurante de comida rápida.

En conclusión, ofrecemos alternativa alimenticia personas que hayan decidido salir de fiesta. Diferenciándonos de cualquier otro por tres motivos. El primero son los horarios, porque somos el único establecimiento que en esa franja horaria estaríamos a disposición del público, permaneciendo cerrados en los horarios comerciales comunes. El segundo motivo es la diferenciación alimenticia.

Ofrecemos a nuestros clientes otras posibilidades de alimentarse con un precio económico. Por último, la tercera razón es la movilidad, ya que un día podemos estar por unos lugares concreto de la ciudad leonesa, pero al siguiente día podemos estar en otros muy diferentes e incluso, en alguna fecha señalada, nos podremos encontrar un par de horas señaladas en alguna fiesta de pueblo.

Actividades clave

Nuestra relación clave se basa en la producción, ya que creamos un producto que se crea con nuestras manos o con ayuda de máquinas, que son los alimentos. Por otra parte se realizan las funciones de diseño de la furgoneta y de la entrega de los alimentos.

Se basa en varios procesos, en los cuales se debe hacer el marketing, haciendo que la "food track" y la comida sea fácil de diferenciar, los procesos de alianza con los locales nocturnos, que nos proporcionarían publicidad y la publicidad gratuita a través de redes sociales gratuitas. A su vez, tiene que existir la elección y producción de los servicios que vamos a poner a la venta, los cuales deben ser seleccionados según su coste de producción y según lo sabrosos que sean. Por último, y con la misma importancia, la búsqueda de proveedores, los cuales de una forma regular y con un coste más o menos estable nos ofrecerán las materias primas necesarias para la creación de los productos puestos a la venta (como por ejemplo, en un caso concreto, necesitaríamos un proveedor que nos distribuya de forma regular patatas para poder crear patatas fritas y ponerlas a la venta), de recipientes para poder depositar dicha comida o uno que nos proporcione las diferentes bebidas que se pondrán a disposición de los clientes.

A su vez, soluciona un problema a esas personas que no le guste la comida pakistaní y que sufran hambre.