

Presentación

Somos Eneritz, Mafer y Carla, las autoras de este proyecto. Hemos decidido crear un restaurante llamado "**Veggie**", con buffet libre dirigido a tres tipos de clientes (**Vegetarianos, veganos, ecológicos**), situado en Bilbao, en la zona de Indautxu, a raíz de que es un barrio comercial y muy transitado, donde creemos que nuestro restaurante tendrá futuro. Tuvimos la idea de desarrollar este negocio, porque hemos visto que son pocos los restaurantes que ofrecen este tipo de servicio y que tiene mucha demanda.



Proposición de valor

Nuestro restaurante ofrecerá a nuestros clientes la posibilidad de optar por un producto más sano y de mayor calidad. Compraremos productos ecológicos de kilómetro cero a proveedores que no utilicen productos químicos. Como por ejemplo el pan (proveedor Artepan, tal como se ve en la imagen). La mayor parte del material será ecológico, es decir, reciclable, como por ejemplo; los vasos para llevar y los platos. Al ser comida ecológica, los pedidos serán más frecuentes y en menor cantidad.



El diseño de nuestro restaurante tendrá una visión elegante con un matiz lujoso. Tanto en verano como en invierno se abrirá una terraza para una mejor estancia y más comodidad. En invierno, para compensar el frío se instalará dos estufas altas de gran potencia y unos cristales alrededor de la terraza.

El bufet tendrá unos precios similares a la calidad que ofrecemos, para que este público pueda preferir este local en vez de otros.

En conclusión, nuestra proposición de valor es: mejor calidad, alimentación saludable, con servicio de terraza y estancia agradable.



Segmentación de mercado

Nuestros clientes objetivos se pueden clasificar en tres grupos:

Por un lado, están los vegetarianos, cuya alimentación consiste en la eliminación de la carne. Se pueden clasificar en cuatro grupos:

- **Vegetariano estricto:** Sus alimentos consisten únicamente en vegetales.
- **Lactovegetariano:** Su dieta se basa en alimentos vegetales y productos lácteos.
- **Lactoovovegetariano:** Su dieta consta de alimentos vegetales, productos lácteos y huevos.
- **Vegetariano parcial:** El régimen alimenticio de estas personas, está basado en alimentos vegetales y pescado o pollo.

Por otro lado se encuentran los veganos, que tienen un tipo de vida más sano y respetuoso tanto con los animales como con la naturaleza. Este respeto, no lo tienen solo con la alimentación, sino que también afecta a su forma de vestir y calzarse, ya que, no utilizan productos procedentes de animales. Por otra parte su actitud no es la misma puesto que tienen una forma distinta de ver la vida.



Por último, están los consumidores de productos ecológicos, que significa consumir alimentos sin ningún añadido químico y utilizar artículos reciclables.

Evidentemente, toda clase de clientes podrán venir al local aunque principalmente nuestro restaurante esté dirigido hacia este tipo de personas.

Sociedades clave

Los proveedores esenciales para que nuestro proyecto funcione, serán aquellos que nos ofrezcan productos de alta calidad y ecológicos. Por un lado, como proveedor de productos de limpieza y aseo hemos elegido a “**ecopasion**”.

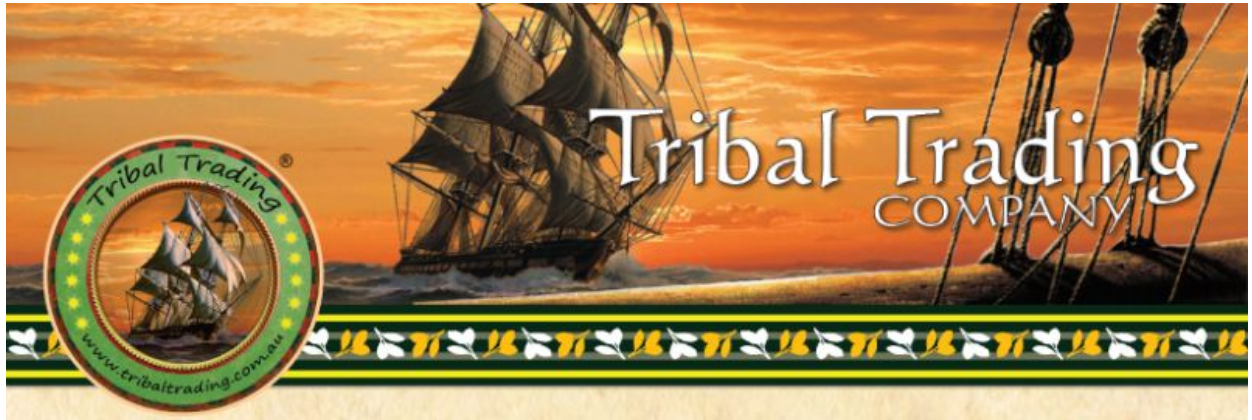


<http://www.ecopasion.es/nosotros.html> (productos de limpieza)

Por otro lado, para que nos proporcionen los alimentos ecológicos, vegetarianos y veganos que necesitamos, hemos escogido a dos proveedores. A **Dispronat**, sobre todo, por el kilómetro cero que nos ofrece al estar en Barakaldo y por la gran variedad de productos que puede aportar a nuestra empresa, en relación con las marcas. Mientras que a **Tribal Trading** porque tiene una de las mejores agriculturas ecológicas, respetuosa con el medio ambiente, elaborada mediante procesos tradicionales y con un trato justo, que podemos encontrar en el mercado.

Por último, hemos optado por estos dos proveedores, porque en el caso de que alguno nos falle, tendremos a otro para compensar esa pérdida para que no ocurra una ruptura de stock.

**Dispronat** <http://www.tribaltrading.es/>
productos
naturales y ecológicos



<http://dispronat.com/contactanos-2/#sthash.IVhWk54q.dpbs>

Fuentes de Ingresos

Nuestras principales fuentes de ingresos serán el elevado capital inicial de 20.000€ puesto por las socias (*Eneritz 9.000; Carla 5.000; Mafer 6.000*), ya que tendremos que afrontar muchos gastos (*alquiler del establecimiento, reformas, página web, capital físico, etc.*); las ventas de los productos y servicios, que serán la vía principal para obtener los ingresos destinados a la inversión inicial; y la publicidad en nuestra página web. Asimismo serán fuentes de ingresos los posibles inversores que tuviésemos, subvenciones (*ayuntamiento, diputación, gobierno*) que recibiéramos, y préstamos por entidades financieras (*Laboral Kutxa, Gaztempesa*).



Teniendo en cuenta que proporcionamos el servicio de comida vegetariana, vegana y ecológica, nuestros clientes están dispuestos a pagar más por nuestro servicio, puesto que es un tipo de alimentación mucho más saludable y, de mayor calidad y exclusividad.

En base a nuestras predicciones, estimamos unas ganancias de 36.000€ brutos el primer año, es decir 3.000€ mensuales. Luego, a medida que el negocio se vaya asentando y cogiendo prestigio, alcanzaremos los 60.000€ bruto al año.



Canales de distribución y comunicaciones

Canales de comunicación on-line:

❑ *Página web*

La página se realizará en **Wordpress** y tendrá un coste de 2.500€. Esta también estará optimizada para móviles. Sería un blog que incluyera, el servicio a domicilio, la reserva de mesa online, recetas con nuestros productos, consejos de alimentación, entrevistas a chefs famosos de nuestro sector y diversas categorías para mejorar el SEO (*posicionamiento orgánico de google*).

❑ *Página en Facebook*

Esta no tendrá ningún tipo de coste, en la cual se realizarán cinco posts a la semana de nuestros platos y productos.

❑ *Instagram*

Hacer un perfil no tendrá ningún coste, en él trataremos con influencers, haremos concursos y generamos una comunidad de alimentación sana.

❑ *Groupon y Push*

En la primera fase haremos campañas en **Groupon** (*sitio web de ofertas del día, que presenta cupones de descuentos utilizables en compañías locales y nacionales*), cuyo coste será de 500€, y en diferentes plataformas de compra **Push** (*mensajes a los consumidores para atraer su interés hacia un producto o empresa y lograr ventas.*)

❑ *Pinterest*

Lo utilizaremos para crear tableros de alimentación natural con enlaces a nuestra web.

❑ **Eventos con influencers**

Una vez al año haremos una invitación a personas de influencia en las redes sociales, en el País Vasco, a cambio de que ellos suban fotos del restaurante a sus redes sociales.

Publicidad y comunicación off-line:

Para difundir el restaurante de manera off-line haremos las siguientes acciones:

❑ **Cartelería en el restaurante**

Iluminaciones con un coste de 3.000€.

❑ **Buzoning**

Folletos y descuentos, cuyo coste será 400€.

❑ **Parabrising**

Dejaremos folletos en los parabrisas de los coches, en un área de 3km del restaurante, que costará 500€.

Canales de distribución

Los canales de distribución de los que dispondrá nuestra empresa serán dos; de manera presencial (***se atenderá al cliente en el restaurante***) y a domicilio (***llevamos y entregamos el pedido a la casa del cliente***).

El pedido a domicilio se hará a través de la aplicación para móviles, la página web y las páginas en las redes sociales o simplemente llamando al teléfono del local. El tiempo estimado que tendrá que esperar nuestro cliente será de una hora (preparación de la comida y entrega), dependiendo de la distancia que haya entre el establecimiento y la casa del comprador.

Relaciones con los clientes

La relación de la empresa con nuestros clientes será muy importante, puesto que será de tipo personal y de tipo automatizada, por lo tanto se ejecutará de diferentes maneras:

Primero, brindaremos un tipo de servicio personal y cara a cara, ya que alquilaremos un local que sea económicamente asequible para nosotras. En él, montaremos el restaurante, cuyo nombre será "Veggie", donde atenderemos a nuestros clientes de una forma mucho más directa.



Segundo, ofreceremos un servicio automatizado al crear nuestra propia página web, para que los clientes puedan realizar sus pedidos sin necesidad de acudir al local físicamente. En esta aparecerá: qué es Veggie, información básica de nuestra empresa, nuestra misión, los diferentes tipos de alimentos que ofrecemos, el servicio a domicilio, la reserva de mesa online, recetas con nuestros productos, consejos de alimentación, y entrevistas a chefs famosos de nuestro sector. Además haremos diferentes cuentas de redes sociales (Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, etc.), ya que son las más utilizadas hoy en día. Creemos que así nos daremos a conocer rápidamente.

Tercero, las acciones que llevaremos a cabo para que el cliente se mantenga ligado a nosotras serán los siguientes:

- Todos los clientes que vengan más de nueve veces al restaurante, el menú número 10 será gratis. Para ello idearemos un sistema de cupones que se sellaran en cada visita a nuestro restaurante.
- Haremos envíos de e-mails informando de las novedades, aparte de publicarlo en nuestras redes sociales.
- Menús a través de las redes sociales
- Haremos talleres de cooking, 1 día al mes con nuestros clientes, donde les enseñaremos algunas recetas y cómo cocinarlas.
- Haremos menús especiales y temáticos de diferentes países.

Recursos Clave

Los elementos más importantes que necesitamos para que nuestro proyecto funcione se pueden clasificar en físicos, intelectuales, humanos y financieros.

Físicos

Los recursos físicos que utilizaremos serán los siguientes:

- Una lonja de 310 metros cuadrados situada en Bilbao, con cocina equipada.
- Dos motos para entrega a domicilio.
- Ordenadores para llevar las redes sociales.
- Mesas, sillas y elementos de decoración.
- Vajilla, y elementos de cocina.

Intelectuales

- Marca del nombre del Restaurante (Veggie) registrada en el Registro Europeo de Patentes y Marcas.
- Conocimientos para hacer una base de clientes online de personas veganas y vegetarianas de Euskadi a quienes mandar información.
- Habilidades comerciales para poder conseguir clientes, mantenerlos y mantener las relaciones de comunicación respecto a ellos.
- Conocimiento único del sector vegetariano, tendremos la experiencia de profesionales cualificados.
- Apoyo en la difusión de Grupos de Veganos y Naturistas que nos ayudarán en la elaboración de recetas.

Economico - Financieros

- Una primera inversión de 20.000 € que proviene de los ahorros de las tres socias.
- Un préstamo de Kutxabank para poder hacer frente a los principales gastos que se crean a la hora de poner en marcha un negocio.

❑ Posible financiación de Laboral Kutxa para la gestión del equipamiento de nuestro negocio, en ámbitos como seguros, imagen y papelería, equipamiento informático, mobiliario, etc.

❑ Posible subvención de Gaztempresa por poner en marcha un negocio a menores de 30 años.

❑ Programa AFA de apoyo financiero a las inversiones en microempresas y personas autónomas. (La cuantía de la inversión subvencionable deberá ser al menos de 15.000 €)

Humanos

❑ **Mafer:** Aporta la visión de liderazgo y se ocupará de los aspectos económicos del restaurante y del crecimiento. Se encargará de las relaciones con los proveedores del inmovilizado, proveedores de energía, e incluso de la gestión con las entidades financieras.

❑ **Carla:** Por su perfil, Carla se encargará del diseño, de la creación de los menús y de los aspectos creativos, así como de la publicidad (mantenimiento páginas web...). También se encargará de la atención al público una vez esté dentro del concepto "Veggie" y su seguimiento.

❑ **Eneritz:** Se encargará de la cocina, de la gestión con los proveedores de la materia prima y junto a Carla del diseño de los menús y su elaboración.

Actividades clave

Las compras que realicemos al proveedor, el diseño de cartas y menú, la eficiencia y rapidez en la que salen los platos, la atención al cliente y la preparación de los platos son las actividades clave principales que debemos llevar a cabo para producir nuestra propuesta de valor. Otro proceso clave es la entrega del producto o servicio.

Por un lado, para poder ofrecer la propuesta de valor a los distintos segmentos de cliente, daremos una oferta gastronómica especial y diferenciadora:

❑ *Diseño de Cartas y Menús*

El diseño original y cuidado de las Cartas y Menús, en función de la temporada y los precios de las materias primas. En esta empresa, nos hemos centrado en ofrecer una amplia carta para todos los públicos (*vegetarianos, veganos y ecológicos*), sin que se sientan incómodos. Además brindamos servicios de buffet, guardarropa, terraza, aseos, calefacción y diversos tipos de menús.

- ❑ Menú diario: **15€**
- ❑ Menú infantil: **6,50€**
- ❑ Menú estudiantil: **8€**
- ❑ Menú trabajador: **12€**
- ❑ Plato combinado: **18€**
- ❑ Buffet: **20€**

❑ *Eficiencia*

Las operaciones en la cocina para servir las minutas (*lista que contiene las comidas, postres y bebidas que se sirven en un restaurante*) con eficiencia y rapidez.

❑ *Atención al cliente*

La atención con la que maître (*camarero/a principal o encargado/a de los camareros/as*), y camareros/as atienden las mesas.

□ *Elaboración de los platos del menú*



Por otro lado, la entrega de nuestros servicios es la manera en la que llegaremos al cliente. Los pedidos se harán directamente en el establecimiento o mediante la página web y redes sociales; y así nuestros clientes podrán probar nuestra comida a domicilio.



Estructura de costes

Sacar adelante nuestro proyecto implica una serie de gastos que nuestra empresa debe ser capaz de afrontar. Los costes del negocio los hemos clasificado en costes fijos y costes variables.



Costes fijos

Los costes fijos son los que permanecen constantes por un período de tiempo, independientemente de la variación del pedido de la producción.

Alquiler del establecimiento

Agua (parte fija)

Luz (parte fija)

Gas (parte fija)

Servicio de Internet (Wifi)

Salarios (los costes más caros de cualquier empresa)

Publicidad

Mantenimiento página web

Mobiliario

Capital físico

Seguro del local

Costes variables

Los costes variables son los que varían, en función a la cantidad o volumen de producción o ventas.



Productos hortofrutícolas

Productos ecológicos (tanto material de cocina y limpieza como los alimentos)

Agua (consumo)

Luz (consumo)

Gas (consumo)

Bebidas

Como nuestra inversión inicial ha sido de 20.000€, gastaremos unos 13.000€ entre costes fijos y reformas; y los otros 7.000€ se invertirán en publicidad, la página web, los canales de comunicación y distribución, y costes variables. Si hiciese falta más dinero (lo más posible) se pedirá un préstamo a alguna entidad financiera para cubrir esos gastos.

Dentro de los costes variables podemos fijar también los impuestos que deberá pagar la empresa, ya que para ponerla en marcha, ya sea las licencias de apertura o ya sea el IS.