



OIKOS

Oikos food market

Plan de negocios.

OIKOS



¿Qué hace que nuestra empresa sea única?

Oikos (oikos food market) es una cadena de supermercados sin envases, que tiene como propósito suministrar productos alimenticios sin plásticos y ecológicos a nuestro clientes, lo que hace única nuestra empresa. Queremos que nuestro supermercado tenga productos sin envases y de la mejor calidad, ofreciendo características únicas como la posibilidad de comprar bebidas a granel. Características, las cuales son un tanto peculiares. Por lo que se suelen dejar a la sombra cuando se crea una empresa. Nuestro objetivo, es expandirnos en toda España, buscando personalizar cada supermercado a la zona en la que se encuentre y vender productos propios de la tierra. Además de asentar nuestra idea principal, que es que podemos prescindir de los plásticos en gran parte en este tipo de establecimientos.

Descripción general:

Somos una cadena de supermercados sin envases y ecológicos. La política de empresa se basa en proporcionar productos alimentarios sin plásticos y ecológicos a nuestros clientes. Además se procurará que los productos sean km0 o productos españoles. Empezaremos instalando el primer supermercado, Oikos en el barrio de Ruzafa (Valencia), y con el tiempo expandirnos en la provincia, para después conseguirlo nacionalmente. Y gracias a nuestra política de empresa, los productos que venderemos serán lo más ecológicos y environmentally friendly posible, como crear acuerdos con proveedores para que nos proporcionen sus productos a granel aunque no lo hagan normalmente.

Metas:

- Reducir la contaminación global, eliminando los envases.
- Normalizar nuestro método de actuación
- Aumentar el consumo de productos de km0 o nacionales

Status legal de la compañía:

Sociedad Limitada (S.L.)

¿Por qué?:

Nuestro negocio, es una startup con la idea de expandirse nacionalmente en un período de tiempo.

Muchos gobiernos y estados actuales, apoyan las legislaciones eco y creen poderse desarrollar para poder ser lo más ecofriendly posible en el menor tiempo posible. Además, el público actual cada vez compra más productos ecológicos y responsables con el medio ambiente. Intención que a veces se puede ver interceptada por los altos precios que adquieren los productos con etiqueta eco, veganos, a granel o responsables con el medio ambiente. Oikos proporcionara otra opción de hacer la compra cotidiana de una forma más ecológica y saludable a precios más asequibles. Velando por la salud de nuestros clientes y nuestro planeta además de ofrecer empleo.

Misión:

Ser el supermercado líder de la cadena de supermercados bio y sin envases, ofreciendo los productos de mas calidad y mas responsables. Bajo el lema "there is no Valencia B"(al inicio), buscando concienciar a los compradores de la necesidad que hay de cuidar nuestra tierra por qué solo hay una valencia y hay que cuidarla.

Visión:

Un mundo sin contaminación, vendiendo la alimentación sin envases. Y ser vistos como un referente en el ámbito ecológico español y mundial.

Objetivos de la compañía :

Ofrecer productos alimentarios en un supermercado sin envases y ecológico. Un establecimiento, especializado en el sector de lo sostenible, lo mas personalizado posible. Para así ser el supermercado favorito de la población.

Media plan



REDES SOCIALES	CONTENIDO	CUANDO (calendario)	DONDE	PUBLICICO
Instagram	- Publicidad digital		@oikosoficial_	- Genero: 54% mujeres, 46% hombres. - Edad: 25-50 años.
	- Publicaciones (fotos promocionales para dar a conocer nuestros productos principales a los compradores)	- 3 publicaciones mínimo semanales al inicio y 1 después.		-Localización : Areas urbanas. -Demografía: España y Perú
	- Stories (tips para la compra en nuestro establecimiento y recetas saludables con nuestros productos)	- Al inicio, 1 estorie diario sobre tips y una receta. Después, recetas y tips mensuales. Ademas de stories con información para que el publico nos conozca.		

OPORTUNIDADES DE MERCADO



VENNGAGE

Con referencia al informe El sector ecológico en España (Ecological, 2018), los principales consumidores de este tipo de productos son personas menores de 35 años, con un aumento de un 4% en la proporción de jóvenes que prefieren productos ecológicos con respecto a 2014.



Podemos observar en la tabla que nuestro consumidor podría ser cualquier persona mínimamente interesada en el medio ambiente. Los 4 perfiles del consumidor de productos ECO/ BIO es la siguiente:

- Consumidor Healthy: compra este tipo de productos buscando una buena nutrición y cuidar su salud.
- Consumidor Eco Auténtico: son compradores concienciados, además de por la salud, por el medioambiente. Son conscientes de que el consumo de productos ECO/BIO ayuda a cuidar el medioambiente además de cumplir con una producción responsable.
- Consumidor Trendy: compran los productos ECO y BIO por tendencia, porque "está de moda". Aseguran que les ayudan a cuidarse, sin mencionar ningún aspecto relacionado con los nutrientes o la sostenibilidad.
- Consumidor Sibarita: adquieren productos ECO y BIO por su sabor y al considerarlos productos "más gourmet".

Análisis DAFO



Debilidades <ul style="list-style-type: none">● Pequeña dimensión empresarial.● Bajo control de redes comerciales.● Capacidad financiera limitada.● Escasa imagen de marca.	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">● Posible mala acogida.● Posible comparación con precios de grandes superficies.● Oscilación en el nivel de ventas
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">● Idea novedosa de negocio.● Fuerte presencia en RRSS.● Calidad del producto.● Productos locales.● Productos naturales y saludables.● Preocupación por el medio ambiente y el cliente.● Frecuencia de compra (productos del día a día).● Rapidez de comercialización	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">● Nueva ley contra el plástico de un solo uso.● Preocupación por el medio ambiente.● Fidelidad de los clientes.● No hay competidores directos.● Facilidades por parte del gobierno local.● Potencial para expandirse.

MODELO CANVAS

<p>Aliados Clave: (productos)</p> <p>Oikos Food Market es una Sociedad Limitada, y los participantes sociales se limitan a los cuatro fundadores del comercio.</p> <p>Por un lado tenemos a nuestros proveedores clave. Al ser Oikos food Market un supermercado eco km0, Oikos pretende reducir la venta de productos envasados haciendo una compra a granel, es decir, venta de los productos dependiendo del peso. En cuanto a lo que sería el envase, o bien el cliente trae su propio envase, o bien el supermercado ofrece bolsas de tela, botellas de cristal, tapers etc.</p> <p>La idea base es reducir lo máximo posible el uso de plásticos y además que el precio sea asequible para todo el público. En cuanto a los supermercados de Valencia-Murcia, nuestros proveedores son El Pozo, ya que dispondremos de una zona de charcutería donde se cortará al momento el fiambre deseado. Además otro de nuestros proveedores es Felix Solis Avantis, proveerá a Oikos Food Market mosto a granel.</p>	<p>Actividades Clave:</p> <p>Para Oikos Food Market, la actividad clave va a consistir en relación calidad-precio, rapidez en llevar los productos a casa para quien no pueda asistir al supermercado y sostenibilidad en la venta de envases que no poseen plásticos. Por otra parte, un punto crucial es, a través de nosotros, concienciar a nuestros consumidores de su impacto sobre el medio ambiente y cómo concienciarlos al cambio</p>	<p>Propuesta de Valor:</p> <p>Oikos Food Market es un supermercado que tiene como política la compra a granel de productos ecológicos sin ninguna venta de envases de plástico. Nuestro fin es satisfacer a aquellos clientes que pretenden realizar un cambio para impedir el calentamiento global realizando una compra de primera calidad, healthy y 100% ecológico</p>	<p>Relación con el cliente: (marketing)</p> <p>La atención al cliente será personalizada y los trabajadores deben de estar entrenados en el trato con el cliente. Queremos que nuestra relación entre trabajador y cliente sea de cercanía. Los trabajadores de nuestro negocio deben realizar su trabajo con rapidez y optimización. Esto hará que nuestros clientes se sientan satisfechos. Para lograr este objetivo, necesitamos una buena organización y un método de trabajo eficiente. Además, utilizaremos las redes sociales como método para lograr tener una relación más cercana con nuestros clientes. Mediante estas redes sociales contestaremos las dudas de nuestros clientes, les daremos "tips" para realizar la compra en nuestro supermercado, ideas de recetas etc. Por otro lado, el método que se utilizará con el fin de cumplir tales demandas es la cadena de trabajo. Es decir, que cada trabajador tendrá una función específica y especializada. Cabe destacar que nuestra política defiende el bienestar de nuestros empleados por encima de todo.</p>	<p>Segmentos de Clientes:</p> <p>Oikos es una empresa para todas aquellas personas que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Son personas conscientes o preocupadas por el cambio climático y quieren contribuir a este problema comprando alimentos a granel libres de plástico. 2) Quieren apoyar o favorecer los negocios pequeños con sus compras. 3) Desean comer productos de buena calidad a un precio razonable. 4) Prefieren utilizar productos de belleza o de cuidado personal ecológicos. Por la calidad y los efectos duraderos de estos productos. <p>Podemos concluir pues que, el enfoque principal de Oikos se centrará en las personas que desean contribuir al cambio climático o a la economía local. Nuestros locales están principalmente dirigidos y diseñados para el gusto de estas personas, que son nuestro principal objetivo.</p> <p>Sin embargo, la gente local, de la ciudad en la que Oikos está localizada podría fácilmente convertirse en cliente habitual. Por lo tanto, nuestros proveedores también estarán especialmente centrados en la satisfacción de estas personas. Podría incluir desde familias con niños, adultos, adolescentes e incluso gente mayor (aunque este sería en minoría).</p>
	<p>Recursos Clave: (finance)</p> <p>Para nuestra "start-up", como cualquier otra empresa, requerimos de capital. Los recursos económicos y físicos van a ser nuestro primer y mayor reto. Por otra parte, los productos que vamos a vender van a ser principalmente alimentación y bebida de primera calidad, pero además ofrecemos productos de higiene y belleza como pueden ser: cepillos de dientes, peines, champús, desodorantes, maquillaje... Sin duda alguna, estos productos serán ecológicos y por supuesto sin testeo animal. Debido a que la comida y la bebida es vendida a granel, proporcionaremos para el cliente envases ecológicos (tanto tappers como cantimploras). Estos envases, en el caso de los tappers serán de tamaño pequeño, mediano y grande, pero en el caso de las cantimploras, estas tendrán un medidor de líquidos y dependiendo de la cantidad adquirida, el precio será diferente.</p> <p>En cuanto a recursos humanos, los cuatro fundadores vamos a ser los primeros empleados del primer supermercado a granel de Valencia. Una vez Oikos ingrese suficiente dinero como para expandirse, requerimos de la ayuda de otros empleados. Por otra parte, también se va</p>		<p>Canales: (marketing)</p> <p>Oikos food market, adquirirá locales de momento situados en Valencia. En lugares estratégicos y comerciales, donde se encuentra nuestro público clave. Siendo este su principal canal, para aumentar nuestro patrimonio con los inmuebles que adquiramos.</p> <p>Por otro lado, Oikos se promociona de formas más actuales apostando por lo novedoso. Hemos optado por las nuevas tecnologías, apostando principalmente por Instagram, una red social más bien dirigida a un público joven, ya que estos serán la mayor parte de los consumidores. Esto es debido a que son generalmente los más concienciados con el medio ambiente. Por otra parte, FFF no se promocionará de forma convencional con métodos que requieran grandes costes. Hemos optado por, a través de las nuevas tecnologías y las redes, ejecutar nuestro plan de marketing. A través de nuestros perfiles en redes sociales el consumidor podrá saber de nosotros. Por otro lado, Future Fast Food sabe de la importancia que hoy en día tienen los "influencers" y el gran impacto sobre, especialmente, los jóvenes. Contaremos con la colaboración de influencers de Instagram y Tik Tok con tal de dar a conocer nuestro producto. A cambio de esta promoción, estas personas podrán consumir de forma ilimitada y gratis en todos los restaurantes Future Fast Food (FFF).</p> <p>cómo alcanzar nuestro mercado ideal</p>	

	<p>a contratar una gestoría para encargarse de los trámites administrativos de la empresa.</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Físicos (local, mobiliario, materia prima)- Intelectuales (conocimientos del personal, comunicación con redes sociales)- Humanos (Calidad del equipo, gestión de liderazgo, trato con los clientes)- Económicos			
Estructura de Costes: (ver en la siguiente página)	Estructura de Ingresos: (Ver en la siguiente página)			

	Mes 1	1 Año	2 Años	3 Años	4 Años	5 Años
Ingresos	8.500 €	97.500 €	196.000 €	294.000 €	391.500 €	489.400 €
Costes variables	6.887 €	8.452 €	9.832 €	11.212 €	12.592 €	13.972 €
Coste luz	80 €	960 €	1.920 €	2.880 €	3.840 €	4.800 €
Coste agua	35 €	420 €	840 €	1.260 €	1.680 €	2.100 €
Coste 4 frigorificos	6.074 €	6.074 €	6.074 €	6.074 €	6.074 €	6.074 €
Coste 10 estanterías	548 €	548 €	548 €	548 €	548 €	548 €
Gato envases bio	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
Coste caja	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €
Resultado (beneficios)	1.613 €	89.048 €	186.168 €	282.788 €	378.908 €	475.428 €
Costes fijos	5.220 €	62.640 €	125.280 €	187.920 €	250.560 €	313.200 €
Gastos de personal	3.500 €	42.000 €	84.000 €	126.000 €	168.000 €	210.000 €
Gestoria	70 €	840 €	1.680 €	2.520 €	3.360 €	4.200 €
Seguros	150 €	1.800 €	3.600 €	5.400 €	7.200 €	9.000 €
Alquiler local	1.500 €	18.000 €	36.000 €	54.000 €	72.000 €	90.000 €
Resultado	-3.607 €	26.408 €	60.888 €	94.868 €	128.348 €	162.228 €
Gastos financieros	200 €	2.400 €	4.800 €	7.200 €	9.600 €	12.000 €
Resultado bruto	-3.807 €	24.008 €	56.088 €	87.668 €	118.748 €	150.228 €
Impuesto sociedades (25%)	-952 €	6.002 €	14.022 €	21.917 €	29.687 €	37.557 €
Resultado neto	-2.855 €	18.006 €	42.066 €	65.751 €	89.061 €	112.671 €
Ganancia al año	-	18.006 €	21.033 €	21.917 €	22.165 €	22.534 €
Ganancia al mes	-2.855 €	1.501 €	1.753 €	1.826 €	1.835 €	1.878 €
Ganancia individual	-714 €	375 €	438 €	457 €	464 €	469 €

A photograph of four business professionals in a modern office setting. Two men in blue suits are shaking hands in the foreground, while two women in business attire stand behind them, smiling. The background is a bright, out-of-focus office window.

THANKS

oikosfoodmarket@gmail.com
[oikosofficial_](#)

