

SABORES DEL MONTE

Irene, Daniel, Miguel

INDICE

- Propuestas de valor
- Segmentación del mercado
- Sociedades clave
- Fuentes de ingreso
- Canales
- Relaciones con los clientes
- Recursos clave
- Actividades clave
- Estructura de costes

Propuestas de valor

Nuestro proyecto consiste en montar un restaurante-pastelería que ofrezca a nuestros clientes platos y recetas tradicionales contando con menús y repostería que podremos ofrecer en nuestro local u ofrecer a domicilio por la zona. Nuestra idea tiene la intención de dar a probar a la gente las recetas tradicionales a un precio asequible y dar público a nuestro pueblo.

Propuestas de valor

- Nuestra mayor competencia son los restaurantes y pastelerías de la zona, contando esta con 39 restaurantes y 6 pastelerías en un espacio de 205km a la redonda, 30 de estas no ofrecen servicio a domicilio y en 4 de las 6 pastelerías no está permitido comer en la propia pastelería. Además, ninguna de ellas ofrece productos que no sean específicamente comida, nosotros contaremos con todo lo que no tienen estos restaurantes y pastelerías aparte de tener precios bastante más asequibles ya que muchos de estos pierden mucha clientela por sus precios elevados.

Segmentación del mercado

- Como todas las empresas, mercados o cualquier proyecto empezaremos con algo sencillo que irá dirigido sobre todo a la población cercana de nuestro entorno y turistas que visiten nuestra zona. Cuando empecemos a crecer, iremos expandiendo todo nuestro nicho de mercado con intención de llegar a la máxima cantidad de personas posibles, además haremos publicidad que haremos de nuestro negocio en las redes sociales para así llamar la atención del máximo público posible.

Sociedades clave

- Para seguir con la temática de comida casera, nuestros proveedores agrícolas y ganaderos serán de la zona. De esta forma no solo saldremos beneficiados nosotros, sino que también impulsaremos el tejido empresarial agrícola y ganadero de la zona.
- Para el servicio de comida a domicilio alquilaremos bicis eléctricas de varias compañías de Segovia y contrataremos a alguien para desempeñar la tarea

Canales:

- Nuestro principal canal es nuestro local.
- Nuestro canal secundario será la entrega a domicilio, para ello utilizaremos un canal de distribución propio o directo, en el que uno de nuestros empleados repartirá a domicilio nuestros productos.

Relaciones con los clientes:

- Desde nuestro proyecto queremos que tanto los nuevos clientes como los habituales estén conformes con nuestro servicio. De cara a fidelizar clientes, ofreceremos una serie de ventajas y bonos que podrán cajejar en nuestro propio restaurante, entre ellas un descuento del 15% en todos nuestros productos además de un sistema de puntos con el cual cada vez que compren alguno de nuestros productos o coman en el establecimiento.
- En el caso de que el cliente pida la comida a domicilio, recibirá un correo electrónico con varias preguntas sobre el servicio.

RECURSOS CLAVE

- **Externalización:** Nuestro recurso clave principal y lo que nos diferencia de las demás empresas que ofrecen productos parecidos, son las recetas tradicionales de las comidas que ofrecemos.
- **Reducción de costes:**
 - Proveedores de alimentos de nuestra comarca.
 - Tenemos contactos con fruterías y carnicerías locales que nos proporcionen productos regionales.
- **Posibilidad de mejora:**
 - Implementar productos de temporada
 - Aumentar nuestras recetas a nivel regional

ACTIVIDADES CLAVE

- Las comidas solo las preparemos en la cocina del restaurante.
- Los pedidos a domicilio se prepararán en la cocina del restaurante y las entregas se harán en las casas del cliente dentro de la localidad de El Espinar.
- Para atraer a la máxima clientela posible dentro de un rango de edad de 40 a 65 años tendremos redes sociales como Facebook e Instagram con publicidad la cual saltará a personas dentro de esos rangos de edad ya que son nuestra máxima clientela.
- Tendremos encuestas, premios mensuales para nuestros seguidores.
- Los clientes podrán ver las distintas recetas en la web.

ESTRUCTURA DE COSTES

Importe	%	Explicación
---------	---	-------------

Total ingresos	12.000 €	100%	de las ventas
Ventas de comida	6.750 €	58.4%	de las ventas
Ventas de bebida	2.250 €	25%	de las ventas
Ventas de pastelería	3.000 €	16,60%	de las ventas

Total coste de compras	3.800 €	31.6%	de coste sobre el total de las ventas
Coste de comida	1.800 €	25.71%	de coste sobre las ventas de comida
Coste de bebida	1.250 €	41.66%	de coste sobre las ventas de bebida
Coste de pastelería	750 €	37.5%	de coste sobre las ventas de pastelería