



PROPUESTA DE VALOR

Cuando eres estudiante y vives solo, realmente tienes un problema de planificación y organización, esto le pasó a uno de los cofundadores de "tapperfecto" ya que tener que asistir **6 horas diarias al instituto, estudiar y tener vida social** no te deja tiempo para pensar en qué comer y cenar cada día. Conociendo el problema encuentras la solución, este es un lema que está muy arraigado en nuestra empresa ya que descubrimos que una persona pasa **8 o más horas semanales sólo cocinando y limpiando la cocina**, cuando ese tiempo podría invertirlo en su familia o en sus aficiones. Decidimos crear esta empresa para hacer la vida más fácil a las personas, **ofreciéndoles la oportunidad de despreocuparse al llegar a casa y tener una comida rica y equilibrada esperándolos en la nevera**. Queremos convertirnos en líderes del mercado en este sector, y hacer que la gente confíe en nosotros para organizar sus comidas semanales.

➤ MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

→ Nuestra **misión** como empresa es una declaración de propósitos y alcance en términos de productos y mercados. Es por ello que nosotras que nos dedicamos a la venta de tupperware de comida nos hemos propuesto los siguientes puntos:

- **Satisfacer las necesidades gastronómicas** de nuestros clientes.
- Ofrecer un servicio de transporte, embalaje y de nuestro personal de **alta calidad**.
- Que nuestros servicios y productos **superen las expectativas** que esperaban de nosotros los clientes.
- Realizar la mayor cantidad posible de la comida con alimentos que recolectamos de nuestros propios clientes, es decir, **reducir el desperdicio de alimentos**.
- Que los menús sean lo suficientemente amplios y adaptables para **atraer a un mayor número de clientes** potenciales.

- **Crear confianza y seguridad** en nuestros clientes.
- Mantener **precios accesibles** para tener mayor cuota de mercado

→ En cuanto a la **visión** que tenemos como organización es:

- Ser la **empresa líder** de reparto de comida semanal y mensual de Valencia.
- **Destacar** como organización por la calidad de nuestros alimentos y servicios, y también por la comodidad que ofrecemos a nuestros clientes.
- **Expandirnos** por toda España.
- Ofrecer **menús innovadores**.
- Destacar en cuanto a la **higiene** al elaborar nuestros productos.

→ Por último los valores que queremos transmitir a nuestra clientela y en los que firmemente creemos son:

- **Calidad**; queremos que nuestros clientes tengan mejor calidad y una alimentación equilibrada.
- **Responsabilidad social**; concienciación de no tirar alimentos.
- **Respeto**; con el medio ambiente intentamos que nuestros envases y transporte sean lo más ecológico posibles.
- **Transparencia** con los clientes; ya que queremos ganarnos la confianza y tranquilidad del entorno al que nos dirigimos.
- **Libertad**; en cuanto al trabajo en equipo a la hora de dejar fluir las ideas que puedan aportar beneficios a nuestra empresa.
- **Innovación**; buscar ideas creativas que tengan el potencial para hacernos destacar entre la competencia.
- **Higiene**; todo nuestro personal está formado en un curso de manipulación de alimentos y debemos tener especial cuidado con la contaminación cruzada al tener un menú sin gluten en la carta.

A. ANÁLISIS INTERNO

Producción	Financiación
<p>Tecnología: La empresa cuenta con personas con conocimiento de creación de páginas web.</p> <p>Recursos humanos: Contamos con un equipo que consta de 4 responsables, cocineros y transportistas.</p> <p>Materias primas: Tapperfecto trabaja con productos locales y ecológicos, además los envases son biodegradables</p>	<p>Recursos financieros: Contamos con subvenciones del ministerio de igualdad. Socias aportarán capital.</p>
Marketing	Organización
<p>Cartera de productos: Tapperfecto cuenta con 5 menús, para todo tipo de personas y cada uno de los platos son fácilmente modificables.</p> <p>Logística: Contamos con vehiculos propios</p> <p>Sistema de información: Las redes sociales de Tapperfecto la administran personas que se han formado para realizar contenido y atraer a su público objetivo.</p>	<p>Identidad corporativa: Contamos con un buen equipo de marketing que puede manejar distintas redes sociales y manejan el dominio web.</p>

B. ANÁLISIS EXTERNO

1. PESTEL

A- Políticos

- Existen ayudas y subvenciones para emprendedores menores de 30 años
- Bonificaciones por realizar diferentes tipos de contratos

B- Económicos

- Aumenta el salario mínimo interprofesional
- Disminuye un 22% la tasa de desempleo
- El precio de los alquileres de locales ha bajado en la capital de Valencia
- La renta media por habitante en la Comunidad Valenciana es de 20.695€

C- Sociales

- España ocupa el puesto 18 en el índice de calidad de vida a nivel europeo
- Baja la tasa de criminalidad en un 41,4 delitos por cada mil habitantes
- Clientes muy concienciados con el cambio climático
- La edad media de los empadronados en Valencia es de 44 años

D- Tecnológicos

- La Comunitat Valencia cuenta con más de 1020 puntos de recarga y va en aumento
- Eliminación del impuesto de sol
- Ayuda de hasta 7000€ por la compra de vehículo eléctricos
- Acceso a internet y teléfono sencillo y económico

E- Ecologicos

- Restricciones en el tráfico de la capital de Valencia
- Existen calles donde no pueden circular los vehículos
- Prohibición del gobierno de utilizar artículos que no sean de materiales reciclables

F- Legales

- Necesario realizar solicitud de licencia de actividad y de obras
- Necesario aprobar el registro sanitario
- Los socios deben darse de alta en la Seguridad Social
- Los trabajadores que se contraten necesitan el Certificado de Manipulación de Alimentos

PONDERACIÓN					
FACTORES	(I) Impacto	(p) Probabilidad de ocurrencia	(q) Periodo de ocurrencia	VALOR	INTERPRETACIÓN
Ayudas y subvenciones	40	100	10	150	Las ayudas y subvenciones se realizan una vez al año y por lo tanto la probabilidad es de 100.
Bonificaciones por realizar diferentes tipos de contratos	45	70	5	120	Las bonificaciones para los diferentes contratos pueden beneficiar a
Aumenta el salario mínimo interprofesional	70	55	1	126	El salario mínimo interprofesional no siempre sube por lo tanto la probabilidad es
Disminuye un 22% la tasa de desempleo	50	10	1	61	Los nuevos negocios dan la oportunidad a las personas de poder tener un empleo y así disminuir la tasa de paro.
El precio del alquiler de locales ha bajado	60	10	1	81	Esto nos permite poder alquilar un buen espacio y dado que nuestros competidores tienen un local más pequeño nos podemos permitir costes más bajos
La renta media por habitante en la Comunidad Valenciana es de 20.695€	80	50	100	115	Lo que permite que no traten nuestra comida como un capricho ya que el servicio de nuestros competidores son un 17% más caros
España ocupa el puesto 18 en el índice de calidad de vida a nivel europeo	50	30	5	85	Al ofrecer una comida más sana a nuestros clientes ayuda a posicionarnos delante de los posibles competidores
Baja la tasa de criminalidad en un 41,4 delitos	15	100	15	130	Influye a los competidores al repartir o en el local y nosotros hemos instalado cámaras y alarmas

por cada mil habitantes					
Clientes concienciados con el cambio climático	65	100	85	250	Esto nos permite atraer a más clientes concienciados, ya que nuestro productos están apoyando a este cambio y algunos de nuestros competidores no transmiten estos valores.
La edad media de los empadronados en Valencia es de 44 años	15	100	100	215	La edad media es importante para este tipo de negocios ya que la empresa tiene un público objetivo más joven.
La Comunitat Valencia cuenta con más de 1020 puntos de recarga y va en aumento	5	100	50	155	Esto nos permite recargar con facilidad nuestros automóviles híbridos y obtener ventaja ante nuestros competidores.
Eliminación del impuesto de sol	1	20	1	22	Las empresas que trabajen con este tipo de suministro se beneficiarán de ello.
Ayuda de hasta 7000€ por la compra de vehículo eléctricos	75	50	1	126	Las ayudas nos benefician a mantener la imagen de marca ecológica sin muchos costes extra,
Acceso a internet y teléfono sencillo y económico	80	100	95	275	Lo que implica que nuestros clientes puedes acceder a nuestra web más fácilmente y en caso de nuestros competidores que no tengan web es una gran desventaja
Restricciones en el tráfico de la capital de Valencia	35	50	5	90	El transporte es un elemento fundamental para nuestra empresa, puesto que realizamos repartos a domicilio, y con la fluidez del tráfico beneficia nuestro negocio.

Existen calles donde no pueden circular los vehículos	40	85	15	130	Esto repercute a nuestros competidores ya que nosotros también ofrecemos servicio a recoger en la propia tienda
Prohibición del gobierno de utilizar artículos que no sean de materiales reciclables	50	80	1	131	El envasado de nuestros platos son biodegradables con elementos reutilizados.
Necesario realizar solicitud de licencia de actividad y de obras	40	100	1	141	Trámite importante para verificar si la obra/reforma se puede realizar.
Necesario aprobar el registro sanitario	10	90	2	102	Trabajamos con alimentos y este registro afirmara que nuestros productos están en correcto estado y se usan de manera adecuada.
Los socios deben de darse de alta en la Seguridad Social	50	100	1	151	Las socias en cuanto a registro de la Seguridad social será como un trabajador habitual.
Los trabajadores que se contraten necesitan el Certificado de Manipulación de Alimentos	60	80	3	143	Esto es necesario para todos los negocios que trabajen con los alimentos puesto que es muy importante par el negocio

2. PORTER

PONDERACIÓN		
FACTOR	VALOR	INTERPRETACIÓN
Rivalidad	3	Tiene alta importancia ya que actualmente en el mercado hay muchos competidores directos en relación a nuestro tipo de comercio, con lo cual no suponen una amenaza.
Proveedores	9	Las materias primas son fundamentales porque sin alimentos no podrían realizar nuestros productos
Clientes	9	Los clientes son los más importante para la empresa ya que sino hubiera no existiría la empresa
Competencia (nuevos consumidores)	3	Cada vez se están uniendo o creando empresas que ofrezcan el servicio a domicilio
Sustitutivos	9	Existen productos sustitutivos, como la casas de comida, restaurantes y modelos de negocio parecidos

C .DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Márgenes bajos • Dificultad en encontrar empleados cualificados • Nos conocen menos que a nuestros competidores. • Incertidumbre si vamos a llegar a nuestro público objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con productos • Cambio fiscales, legales y medioambientales • Servicios/productos sustitutivos
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Amplia gama de productos • Productos únicos que de momento no tiene la competencia • Contamos con nuestros propios medios de transporte • Amplio control en web y en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con subvenciones del gobierno. • Subida del salario mínimo • Preocupación por la alimentación • Crecimiento de la demanda en este tipo de productos • Mercado mal promocionado

D. CAME

	A. Interno	B. Externo
Factores negativos	<p>(Corregir Debilidades)</p> <p>Buscar la manera de reducir costes con la finalidad de reducir los precios. Una manera es buscar alternativas como las placas solares.</p> <p>Ofrecer formación a los empleados, al tener dificultades a la hora de dar con profesionales cualificados, intentaremos formarlos nosotros, con la parte positiva de que al formarlos se hace basándose en las necesidades de la empresa.</p> <p>Aumentar la presencia en redes sociales con la finalidad de darnos a conocer y conseguir nuevos clientes potenciales. A su vez, implantar herramientas de fidelización consiguiendo clientes fieles y permanentes.</p> <p>Utilizar SEO para posicionarnos en los buscadores frente a la competencia.</p>	<p>(Afrontar Amenazas)</p> <p>Aumentar y actualizar la oferta en comercio electrónico/online.</p> <p>Diferenciarnos con nuestra imagen corporativa y nuestro catálogo novedoso e innovador.</p> <p>Buscar un asesor legal para que nos oriente en cuanto a los cambios legislativos...</p>
Factores positivos	<p>(Mantener Fortalezas)</p> <p>Mejorar las condiciones laborales de los empleados para motivarlos a mejorar sus tareas diarias.</p> <p>Seguir manteniendo o incluso aumentando nuestro amplio catálogo de productos.</p> <p>Seguir explotando las redes sociales.</p>	<p>(Explotar Oportunidades)</p> <p>Aprovechar la demanda de este tipo de producto.</p> <p>Sacar provecho de la subvención del gobierno para mejorar la campaña de marketing y darnos a conocer sobre nuestros competidores, por ejemplo centrando la campaña en el menú que tenemos disponible (Halal) y que la competencia no cuenta con él en su surtido.</p>