

ECO-CINA

COCINA CASERA, TUPPERS DE PRIMERA

ESTRUCTURA DE COSTES:

Para finalizar, debemos crear una **estructura de costes**, donde se describan todos los costes del funcionamiento del modelo de negocio. Estos costes, son relativamente fáciles de calcular, una vez que se han definido los recursos, las actividades y asociaciones clave.

En el caso de ECO-CINA, serán:

El primer gasto de todos va a ser la adquisición de ingredientes y productos para la elaboración de los diferentes packs de recetas, de ellos dependerá la calidad de nuestros productos ofrecidos por lo que será algo esencial. Debemos comprar productos frescos y de alta calidad a comerciantes o productores locales, esto también contempla la diversificación y especialización en diversos productos específicos para conseguir diferenciarnos de la competencia. También debemos tener en cuenta que debemos adquirir productos especiales para gente con intolerancias al gluten o a la lactosa. Por último, es necesario que realizamos un exhausto estudio a través de encuestas y estudios de mercado, para así evitar comprar más de lo necesario y no desperdiciar alimentos cumpliendo así al 100% con nuestra filosofía; si en alguno de los casos nos sobraran alimentos, los destinaríamos a comedores sociales. Para este gasto destinaremos el primer mes alrededor de unos 1000€.

El segundo gasto será el correspondiente **al sueldo del equipo de chefs y nutricionistas**, que como ya hemos explicado anteriormente en el apartado de “recursos clave”, este equipo estará formado por nosotros mismos, es decir por los creadores y directores de la empresa. Este gasto corresponderá con nuestros propios salarios. Dado que estos sueldos serán dirigidos hacia nosotros mismos, prescindiremos de tener que asumir el compromiso de pagar un sueldo a los trabajadores a fin de mes. Esto nos brindará una tranquilidad inicial, ya que, incluso en situaciones malas para la empresa, no tendremos la necesidad de suspender el pago de sueldos a ningún trabajador. A medida que ECO-CINA sufra un crecimiento y un posicionamiento en el mercado, aumentaremos nuestro equipo de trabajadores, asegurando de este modo su estabilidad salarial.

Otro de los costes será, los **gastos asociados al desarrollo y mantenimiento de nuestra plataforma de compra online**. Tener una página web creativa y accesible para todo el mundo nos permitirá mejorar como empresa. También es importante que esta plataforma sea segura, para que nuestros clientes puedan introducir sus datos bancarios sin sufrir ningún hackeo. Destinaremos alrededor de 400€ iniciales para su creación.

Por último, los **gastos destinados a estrategias de marketing y publicidad** serán necesarios para dar a conocer nuestra imagen y nuestra propuesta gastronómica. Nos daremos a conocer a través de campañas publicitarias, redes sociales y otras iniciativas.



<p>SOCIEDADES CLAVE Debemos establecer una serie de asociaciones o socios clave, que contribuyan al funcionamiento del modelo de negocio. Las empresas se suelen asociar o crean alianzas para ser más eficientes, reducir riesgos, adquirir recursos o garantizar los suministros. La construcción de alianzas estratégicas con comercios y productores locales; empresas de envío y logística; marcas reconocidas y agencias publicitarias se erige como un pilar fundamental en nuestra visión empresarial, encaminada hacia el éxito sostenible y la excelencia en la satisfacción del cliente. Construyendo así, una red de asociaciones, que nos ayuden a mejorar día a día.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE: Las actividades clave son una de las partes más importantes, ya que mediante estas podremos desarrollar nuestra propuesta de valor. Nuestras actividades clave serán: de El desarrollo y actualización constante de recetas, la gestión eficiente del inventario, el marketing y la promoción online, y el montaje de las recetas.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR Nuestra intención radica en la resolución de cuatro problemáticas, con el propósito de idear soluciones que no solo mitiguen dichos desafíos, sino que también susciten un atractivo real en el consumidor, con la convicción de mejorar la experiencia del usuario y consolidar un vínculo sólido con nuestra audiencia. Reconociendo que la solución a estos dilemas fundamentales constituye un componente esencial para el éxito y la sostenibilidad de nuestra propuesta. Estos cuatro desafíos a los que daremos solución son: el desafío del derroche alimentario, el ahorro económico, la optimización del tiempo y, por último, la cuestión del estrés.</p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES: La conexión con el cliente es una piedra angular del éxito empresarial. Combinaremos de manera equilibrada métodos tradicionales y enfoques innovadores, como regalar descuentos, eventos gastronómicos o realizar encuestas para conocer las preferencias de nuestros clientes.</p> <p>CANALES: Necesitamos unos canales de comunicación, distribución y venta que establezcan el contacto entre nuestro negocio y los clientes. Debemos adoptar un enfoque mixto, que incluya tanto la creación de canales propios como la colaboración con otros socios comerciales.</p>	<p>SEGMENTO DE MERCADO ECO-CINA se enfoca en hogares ocupados y amantes de la gastronomía con limitaciones de tiempo. También atiende a personas con necesidades dietéticas específicas, ofreciendo opciones sabrosas y saludables. Destaca por su compromiso con la sostenibilidad y la reducción del desperdicio de alimentos. Esto más que un segmento de mercado, es un pilar fundamental en nuestra iniciativa, que refleja nuestra responsabilidad social y ambiental. Buscamos construir relaciones significativas basadas en valores compartidos, formando una comunidad comprometida con un estilo de vida consciente y respetuoso con el entorno.</p>
<p>ESTRUCUTURA DE COSTES: Debemos crear una estructura de costes, donde se describan todos los costes del funcionamiento del modelo de negocio. Estos costes, son relativamente fáciles de calcular, una vez que se han definido los recursos, las actividades y asociaciones clave. En el caso de ECO-CINA, serán: Los sueldos del equipo de chefs y nutricionistas, los costes de la plataforma online, los gastos de marketing y publicidad y los gastos en ingredientes y productos para las diversas recetas.</p>		<p>FUENTES DE INGRESO: La venta de packs de recetas, las suscripciones mensuales y las colaboraciones con marcas de alimentos pueden ser fuentes de ingreso claves en la construcción de nuestro modelo de negocio. Obviamente tendremos en cuenta la flexibilidad para adaptarnos a los cambios a medida que el negocio evoluciona; además de la consideración de nuevas oportunidades de ingresos, garantizando así un posible éxito continuo en el mercado.</p>		

Aitor Ozaeta Suárez

Yanira Ait-Moulay Vera

Tania Arias Arias

Lúa Lago García

Muchas gracias por su atención, deseamos que les haya gustado.

ECO-CIENA

COCINA CASERA, TUPPERS DE PRIMERA