

Plan de empresas



1- Descripción general o resumen ejecutivo

La empresa se dedica a comercializar pequeños espacios de cultivo modulares con la finalidad de que nuestros clientes cultiven en ellos brotes y pequeñas plantas comestibles, de alto valor nutricional, y todo de una forma casera, sana fresca y saludable, promoviendo una cultura sostenible y ecológica. Junto con los espacios ofrecemos productos derivados y necesarios para cultivar como las semillas y el mantillo. Servicios Por último ofrecemos servicios de asesoramiento y formación sobre el cultivo y las variedades de semillas y plantas si nos lo piden los clientes.

Nuestra empresa aborda un mercado que no tiene grandes competidores por lo que los riesgos son pocos. Además de esa gran ventaja en el mercado, nuestro producto es llamativo y útil para el usuario y a un precio bastante competitivo. Otro gran Pro a favor de nuestro negocio es que estamos tratamos con el sector de la hostelería, uno de los sectores más potentes en nuestro país.

Ahora mismo hemos realizado varias entrevistas con personal y dueños de restaurantes y bares de Granada y la acogida de producto ha sido buena tanto la idea de que ellos puedan cultivar su comida como el valor añadido que le daría a su establecimiento les han parecido a la mayoría de ellos las características más atractivas. Estamos buscando inversores que crean en nuestro plan de empresa e idea de negocio para constituir la sociedad y empezar a trabajar.

2. Promotores del proyecto

Identificación de los promotores: datos personales (nombre, DNI, domicilio, etc.)

- **BONILLA Lola - 16033538 - Domicilio en FRANCIA**

Después de 2 años de estudios sciences de economía-gestión , es durante un tercer año en Erasmus en Granada, que ha decidido lanzarse en la creación de “mi micro huerta” con sus compañeros de clase.

- **LOSADA RODRÍGUEZ, Julio - 31004138T - Domicilio ESPAÑA**

Técnico en Comercio Internacional y estudiante de cuarto año del grado de marketing e investigación de mercados, ha sido en este último año cuando he decidido lanzarme a la aventura de crear junto a mis compañeros esta empresa.

- **LAURENT Hortense - 17CH288915 - Domicilio FRANCIA**

Después de un año de estudio en medicina y 2 años de estudios en economía-gestión en Francia, es durante un tercer año en Erasmus en Granada que ha elegido de crear “mi micro huerta” con sus compañeros de clase.

Sus competencias : economía, gestión, vender un producto

- **GILARD Louis - 17ED70680 - Domicilio en FRANCIA**

Después de 2 años de estudios en marketing, es durante un tercer año en Erasmus en Granada, que ha decidido lanzarse en la creación de “mi micro huerta” con sus compañeros de clase. Sus competencias : marketing, comunicación, trabajo en grupo.

- **ZHANG Zhaorong - Y1971017T - Domicilio en CHINA**

Después de dos años de estudios en Contabilidad y finanza, es durante un tercer año en el grado del Marketing e Investigación de mercados que ha decidido crear “Mi micro huerta” con sus compañeros.

Sus competencias: Experiencia de trabajo de venta de los productos, conocimiento de contabilidad, comunicación, trabajo en grupo.

Julio LOSADA RODRÍGUEZ : DIRECTOR GENERAL

PHOTO

Julio LOSADA RODRÍGUEZ es el miembro del equipo de dirección de Micro Huerta que coordina el conjunto de las direcciones.

Sus responsabilidades :

- Organizada, con capacidad para obtener una visión global y estratégica de la empresa.

- Con talento para el liderazgo de los equipos de trabajo
- Comunicativa, con habilidad para transmitir ideas de forma clara y concisa
- Motivadora, logrando obtener lo mejor de cada uno de los colaboradores en un ambiente laboral adecuado que potencie el talento
- Capaz de planificar, pues es importante evitar el caos y la desorganización
- Analítica, con capacidad para observar nuevos nichos de mercado, oportunidades, fortalezas y debilidades.
- Estratega, ya que el diseño de nuevos planes de marketing, ventas, atención al cliente y planificación son indispensables para el éxito empresarial.
- Y enfocada a la consecución de objetivos planteados, que son el fin último de toda compañía.

Su motivación será de alcanzar de retos.

Louis GILARD : DIRECTOR MARKETING



Louis GILARD trabaja para desarrollar áreas como la gestión de ventas, desarrollo de productos, gestión de canales de distribución, comunicación de marketing, incluyendo la publicidad y las promociones, precios, estudios de mercado y servicio al cliente.

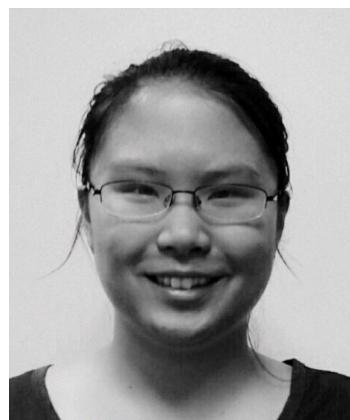
Sus responsabilidades :

- Supervisar las iniciativas de marketing de una organización.
- Facilitar el crecimiento, ventas y estrategias de marketing en una organización, desarrollando nuevos productos.

- Incrementar la generación de ingresos y reducir los costos.
- Preparar la estrategia global de marketing ya sea modificar o creando una nueva estrategia de inteligencia de negocios.

Sus motivaciones serían de alcanzar sus retos y mente averiguadora.

Zhaorong ZHANG : DIRECTORA CONTABILIDAD



Zhaorong ZHANG es responsable del mantenimiento de la cuenta corriente en contabilidad general y a veces en contabilidad analítica.

Sus responsabilidades :

- Realizar el análisis de la información contable con el fin de brindar información que ayude a la toma de decisiones por parte de la gerencia.
- Responder por la adecuada presentación de la información de carácter comercial, tributario y fiscal, siguiendo las normas y políticas exigidas por las Superintendencias, Cámara de Comercio, DIAN y las Secretarías de Hacienda Municipales, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.
- Ejercer control sobre las claves internas del programa de contabilidad.
- Determinar la cantidad monetaria que la empresa debe invertir, y en qué elementos o activos debe realizarse.

Sus compromisos son de contribuir al desarrollo de la empresa y de promover proyectos en los mercados alternativos.

Lola BONILLA : DIRECTORA RH



Lola BONILLA ayuda Mi Micro Huerta a encontrar y contratar a las personas más adecuadas ya gestionarlas de una manera efectiva.

Sus responsabilidades :

- Organización y planificación atribuible a nivel general de la empresa y específico de los profesionales. Analizar la situación y preparar una estrategia a seguir para afrontar obstáculos es una función clave del profesional.
- Evaluación y satisfacción del entorno de trabajo teniendo en cuenta el ambiente y el estado de cada trabajador que forme parte de la empresa.
- Administración de personal y de trámites como contratos, nóminas y otros.
- Prevención de riesgos a nivel de salud y bienestar de las personas trabajadoras mediante la observación de condiciones e implementación de mejoras.

Sus compromisos confiabilidad, adaptabilidad, generar valor y liderazgo.

Hortense LAURENT : DIRECTORA COMERCIAL



Hortense LAURENT es el máximo responsable de ventas (algunas veces también de Marketing) de Micro Huerta.

Sus responsabilidades :

- Planificar y organizar programas especiales de venta y comercialización basados en el estado de las ventas y la evaluación del mercado.
- Fijar las listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, y los incentivos y campañas especiales.
- Establecer y gestionar presupuestos, controlar los gastos y asegurar la utilización eficiente de los recursos.
- Marcar los objetivos a cumplir por todo el equipo comercial y de ventas.
- Concretar los canales comerciales de la empresa u organización, su estructura, tamaño y rutas.

Su compromiso es de obtener de buenos resultados de ventas

3. Idea de negocio

En el mercado es complicado encontrar esos productos, los restaurantes buscan cada vez más cotiledones para acompañar los platos pero muchas veces no tienen productos frescos o no saben de donde vienen los productos (problemas con la trazabilidad).

Con nuestro producto proponemos un acceso más fácil a cotiledones frescos y cultivados por la misma mano de los restauradores directamente recogidos en sus restaurantes.

El ventaja comparativa que proponemos es:

- Los restauradores puedan producir el producto, sin necesidad de acudir a proveedores.
- Es un producto fresco, ecológico y de primera mano
- Es un producto llamativo. ya que si se coloca de manera imaginativa en el establecimiento sirve de reclamo y de objeto diferenciador ya que dará al local un aspecto diferente que el de la competencia.

Para saber si la idea es viable hemos analizado el mercado de los cotiledones comestibles o comúnmente llamados brotes. Hemos visto que ya hay varias empresas que se dedican a vender brotes, pero no hay ninguna que se dedique a montar espacios de cultivo en sitios de consumo.

Hay algunos restaurantes que lo intentan hacer ellos mismos, pero debido a que es un gasto de tiempo y esfuerzo lo acaban abandonando. El dueño del restaurante La vaca pajuna nos comentó: “es una buena idea porque es un producto que se utiliza mucho y gusta tenerlo fresco”.

Origen

La idea le surgió a Julio al viajar por Norteamérica, donde vio que, a diferencia de aquí, esta idea está bastante extendida en los restaurantes. A partir de ese momento me empecé a interesar en el mercado de los “microgreens”.

Fue este año cuando curse la asignatura de creación de empresas cuando me anime a comentar la idea en el grupo. Al principio la idea era la de producir nosotros los brotes y venderlos, pero se nos ocurrió que sería más interesante e innovador el intentar crear estos

espacios de cultivo y venderlos a los establecimientos interesados(sobre todo los restaurantes)

Misión

Que MI MICRO HUERTA, SL sea una empresa eficiente que diseñe y construya espacios de cultivo de brotes para que nuestros clientes puedan abastecerse de productos de primera calidad.

MI MICRO HUERTA,SL es una compañía creada y diseñada para distribuir los microgreens o brotes de alta calidad y de bajo precio, y los servicios derivados completos y personalizados como son el diseño de espacios cultivos o de las estanterías, y sus mantenimientos.

Con nuestros productos y servicios pretendemos que los restaurantes puedan ofrecer brotes de calidad en sus platos de manera estable y por consiguiente satisfacer las necesidades de sus clientes.

Visión

MI MICRO HUERTA, SL pretende ser una empresa caracterizada por:

- Fácil de consultar y contactar.
- Reacción y solución rápida de las dudas de los clientes y de los problemas existentes de los productos y servicios.
- Centrada en satisfacer de las necesidades de los productos ecológicos y frescos
- Low cost

Todo esto a través de:

- Una página de web donde los clientes puedan subir sus comentarios y dudas y contactar con los técnicos
- Punto físico de venta
- Línea de teléfono abierta 24H

Dentro de 2 años: queremos extender nuestros servicios cubriendo más del 50% restaurantes de Andalucía

Valores

Compromiso y resolución con los problemas de nuestros clientes.

Lo más importante son los clientes: mantener contacto continuo con los clientes, escuchar y satisfacer sus necesidades con unos servicios de alta calidad, prestar servicios más personalizados

Nuestros proveedores también son nuestros compañeros: contacto continuo con los proveedores, intentar buscar más semillas que puedan ofrecer, mantener relación buena con los proveedores, avanzar y ganar dinero conjuntamente

Diseñar más modelos de espacios cultivos y de las estanterías

Confiar en los trabajadores y los colaboradores.

Concienciados con el medio ambiente.

4. El producto o servicio

Nombre

Mi Micro-huerta

Unión del producto con el nombre de empresa

Mi micro huerta, es un nombre fácil de recordar, y hace referencia directa al producto que vamos a vender, por lo que no hay confusión a la hora de saber a lo que se dedica la empresa. Esto es necesario porque al ser una empresa nueva nos interesa tener un nombre llamativo y que señala nuestro producto para que al público le llame la atención.

Definición

Microgreens o cotiledones son el nombre que reciben los primeros brotes que surgen de una semilla, una gran mayoría son comestibles. Nosotros proponemos el montaje de equipos de germinación y crecimiento de cotiledones, junto con todos los accesorios necesarios y el mantenimiento y el asesoramiento necesario, y todo esto en el lugar de consumo y/o venta(principalmente restaurantes).

El producto principal son los Micro-huertos o espacios de cultivo. Estos Micro-huertos están pensados para ser modulares, es decir, que puedan acoplarse unos juntos a otros y crear un espacio de cultivo unificado más grande o se pueden separar y colocar en espacios separados y con condiciones diferentes, según las necesidades del cliente.

El producto se puede diferenciar en varias gamas diferenciadas por tipo de distribución (vertical y horizontal).

Gamas de productos:

Dentro de los espacios de cultivo encontramos:

Sistema de cultivo horizontal:

Este tipo de espacio de cultivo está pensado para distribuirse en forma de estanterías, de manera que el acceso a los cultivos no sea aparatoso.

Espacio de cultivo de elevado de una altura de 90 cm. Permite de trabajar y recolectar a una altura cómoda y sin esfuerzo. Adaptarse a pequeñas superficies. Anchura = 100 cm

- Altura = 15 cm sin las patas (las patas tienen una longitud de 11 cm)
- Profundidad = 100 cm
- Largo = 100 cm

Si el cliente lo quiere puede añadir a su producto una serie de prestaciones tales como:

- Irrigación autonómica y sustrato necesario.
- Luces LED RGB conexión bluetooth (para controlar desde el smartphone, tablet u ordenador) para aportar luminosidad y estética al entorno y al producto.

Sistema de cultivo vertical

Sistema que permite de producir los cotiledones o brotes en las superficies verticales. Un módulo puede contener 4 litros de sustrato por cotiledones. La verticalidad del sistema permite una cultura con ganancia espacio incomparable y una estética hortícola y moderna. El espacio de cultivo está adaptado a una estructura que se puede acoplar a la pared (de la misma forma que si fuese un cuadro).

- Consumo medio por año por metro cuadrado = 220 litros de agua.
- Anchura = 15 cm
- Largo=100 cm
- Altura = 100 cm
- Irrigación autonómica y sustrato necesario.

- Luces LED RGB conexión bluetooth (para controlar desde el smartphone, tablet u ordenador) para aportar luminosidad y estética al entorno y al producto.

A parte de nuestro producto principal (Micro-huertas) nuestra empresa también se dedica a vender semillas de diferentes tipos a nuestros clientes de las micro huertas y a particulares interesados en los brotes.

Necesidades que satisface

Nuestro producto satisface la necesidad de nuestros clientes de tener productos vegetales comestibles frescos y ecológicos. Además de tener la capacidad de controlar la calidad de su propio producto y la cantidad de la producción.

En los restaurantes:

- Aporta atractivo en el restaurante
- Facilidad a la hora de obtener un producto fresco y de calidad.

Consumidor final

- Suple la necesidad de consumir este producto de forma más fresca y económica.

Público objetivo

Principalmente restaurantes de calidad:

- De entre 3 y 5 tenedores.
- Que quieren utilizar productos frescos como los cotiledones para embellecer sus platos.
- Que se preocupan por alimentación sana y nutricional
- Que apuestan por productos vegetales (corriente vegana y vegetariana)

Por último, nuestros productos están disponibles para el consumidor final por lo que el tipo de familias a las que les interesaría adquirir nuestro producto serían:

- Familias preocupadas por una alimentación de calidad que quieran ellos mismos producir sus propios brotes de calidad en un sitio diseñado especialmente para ello.

Características diferenciadoras

- Es un producto innovador.
- Nuestra característica diferenciadora de la competencia es que nosotros montamos el producto in-situ, ayudamos a elegir las mejores variedades de semillas para tus necesidades y ofrecemos una breve formación sobre el uso y mantenimiento del producto.

5. Análisis del mercado y Plan estratégico

Análisis del entorno general.

Político - Legal

España es un país capitalista, tiene libre competencia y competencia leal reguladas por CC, por esto, no hay límites de comercio, es favorable para nuestra empresa. Vamos a fundar nuestra empresa en Granada, así que hay que cumplir la normativa específica andaluza: Sanción a las tiendas más 150 metros cuadrados que abren el domingo y los festivos. Obligación de realizar y presentar los libros contables y las cuentas anuales. Según la Ley General de la Publicidad, nuestra publicidad no puede ser engañosa, desleal o subliminal. Además, UE ofrece muchas ayudas a los nuevos emprendedores, entre todos, los que podemos solicitar son: 5 ayudas para emprendedores de UE(Programa Eureka; Programa Jeremie; Programa Erasmus Jóvenes Emprendedores; Horizon 2020; Programa Macro para la Competitividad y la Innovación, y EMPLEAVERDE (subvenciones para proyectos verdes y ecológicos).

Económico

Andalucía, donde vamos a iniciar nuestras actividades empresariales, tiene una situación económica no favorable: Andalucía tiene menor renta per cápita que las otras CCAA, un PIB que tiende a bajar y bajo poder adquisitivo.

Afortunadamente, la renta per Cápita subió 2,7% en el año 2018.

Debido a la crisis económica grave, las familias españolas empiezan a ahorrar más dinero, y consumir menos.



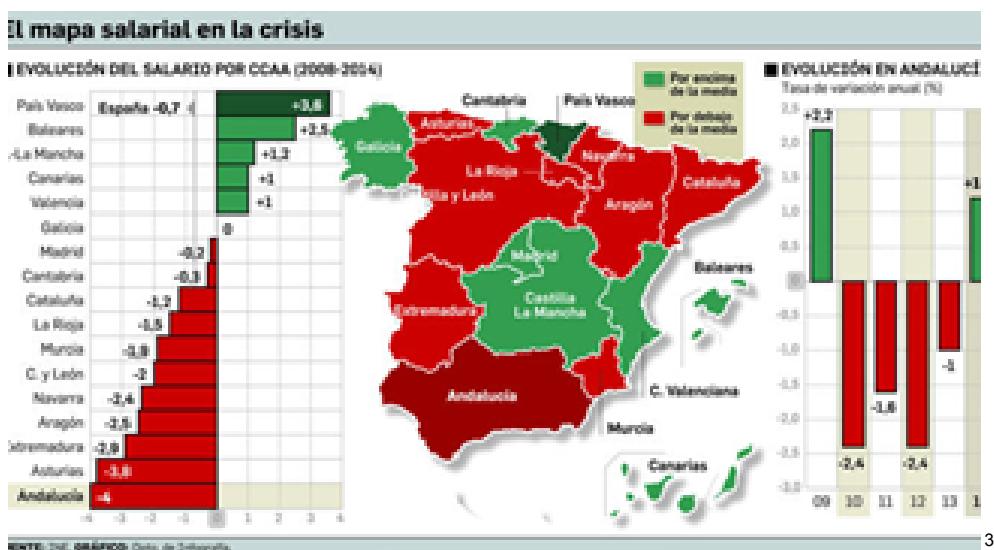
¹ INE.(2016). *Crecimiento económico y convergencia* [Gráfico].

² Sergio Gonzales Hueso.(2016). *Almería es la provincia con mayor poder adquisitivo de Andalucía [mapa]*. Recuperado de

[mapa] Recuperado de
<https://www.ideal.es/almeria/provincia-almeria/201612/10/almeria-provincia-mayor-poder-20161209232710.html>

Socio-Cultural

Andalucía tiene una tasa de paro mayor que la media de España, y tiene mayor tasa de paro en las CC.AA. Además, durante la crisis económica el salario de Andalucía baja más que otras CCAA. Por lo tanto, será fácil de encontrar un trabajador con salario bajo.



Debido a la reducción y limitación de la prestación por el desempleo, los desempleados están ansiosos por encontrar un trabajo. Cada año España tiene una población con mayor nivel educativo. Cada vez más personas sean conscientes de que una dieta sana y equilibrada es necesaria, lo que aumenta la necesidad de productos sanos y frescos en los locales de comida. Aquí es donde nuestra empresa ayuda a satisfacer la necesidad de estos productos frescos a los restaurantes, otorgándole al establecimiento un valor añadido al ser ellos mismos los que producen este producto. España tiene un sistema de redes de transporte completo que nos facilita el transporte de los productos.

Tecnológico

El uso de internet y de plataformas digitales es necesario si se quiere llegar a la mayor parte de la población. Esto añade más posibilidades de publicidad y de promoción para darse a

³ INE.(2016). *El mapa salarial en la crisis* [Gráfico]. Recuperado de https://www.diariodesevilla.es/economia/Andalucía-recorte-salarial-España-crisis_0_1082892042.htm

conocer a través de las redes sociales. El avance en las tecnologías de focos LED que nos permite ahorrar costes.

Análisis del entorno específico externo

Proveedores

- Para comprar las semillas nos hemos decantado por comprar a proveedores de Taobao.com, un portal web de compras chino, donde los precios son muy competitivos y tienen una gran variedad de semillas que son inusuales de encontrar en los proveedores de España y de la UE.
- Para los espacios de cultivo verticales vamos a contar con jardinesverticalesandalucia.com, unos expertos en el diseño y fabricación jardines verticales. Este tipo de espacio de cultivo trae consigo más complejidad a la hora de construirlos, por lo que acudir a un proveedor de jardines verticales nos dará más facilidad y tiempo para centrarnos en otras tareas.

Competencia

Competencia de espacios de cultivo:

Internet, hay varios espacios de cultivo que se venden, pero ha diferenciado de nuestro producto están orientados a particulares y el diseño no es su punto fuerte.

Competencia venta de semillas:

Internet y tiendas especializadas como Matillaplant o EcoJaral en Granada, dos tiendas en la capital de Granada proveedoras de semillas.

Un análisis más detallado:

- **¿Cuántos y quiénes son los principales competidores?**

Las otras empresas de microgreen y de semillas:

- AUNATURA-LAND.SA.
- GERMINATS TUGAS SL.
- GUZMAN GASTRONOMIA SL.
- BIFOOD IBERIA SL.
- COFRUMA SL
- GERMINADOS ECOLÓGICOS BROTANDO SRL.
- GERMINADOS MUNGOS SL.

- GERMINADOS DEL EBRO SL.
 - GERMINADOS ECOLÓGICOS MUNDO VERDE SL.
 - GERMINADOS KIMUAK SL.
 - GERMINADOS RIOJA SL.
 - GERMINADOS MUNGO SC.
 - GERMINADOS JESAMA SL.
 - MIL GERMINADOS SL.
 - GERMINADOS DE COMPOST SL.
- **¿Cuáles son sus características?**
Venden los germinados y los brotes, algunas venden las frutas o verduras, pero ninguna de ellas ofrece unos servicios derivados.
 - **¿Cuáles son las estrategias de éxito en el sector?**
Es un sector nuevo, por lo tanto, todavía no aparece ninguna estrategia interesante o de gran éxito. Todas las empresas competidoras son de pymes.
 - **¿El sector está en crecimiento o estancado?**
Crecimiento, cada vez con mayor demanda, es un mercado relativamente nuevo.
 - **¿Es necesaria mucha inversión en instalaciones físicas y tecnológicas?**
No, es tecnología y maquinaria simple, que puede ser fácilmente arrendada.
 - **¿El producto/servicio de los distintos competidores existentes es similar?**
No, nosotros ofrecemos un producto innovador diferente que lo de otros competidores.

Sustitutivos

- El sustituto directo de nuestro producto es comprar los brotes ya germinados y cortados, listos para emplatar.
- Existe infinidad de tiendas hoy día que los ofertan, ya sean por internet o físicas.

Clients

Restaurantes de calidad que:

- Les importa el diseño y la presentación de sus platos.
- La buena alimentación.
- **¿El número de clientes es reducido?**
No. Todos los jefes de los restaurantes pueden ser nuestros clientes. Solo en Granada hay más de 1200 restaurantes.
- **¿Cuál es la cuota de mercado de los principales clientes?**

Como actualmente no hay ninguna empresa que se dedique a comercializar un producto similar al nuestro podríamos conseguir más del 50 % de la cuota de los restaurantes de Granada en 3 años.

- **¿El cliente puede cambiar fácilmente de proveedor?**

No, ya que excepto nosotros, en Granada, sólo existe una empresa que vende estos espacios de cultivo para producir los brotes. Somos la única que ofrece servicios del montaje de espacios cultivos y de estanterías y servicios de diseño de dicho espacios.

- **¿El producto/servicio tiene atributos que lo diferencian de los competidores?**

- Servicios derivados completos: Línea de teléfono para consulta
 - montaje y mantenimiento de espacios cultivos y de estanterías
 - diseño de espacios cultivos y de estanterías
- Brotes de las verduras escasas en España que sea para hacer platos especiales.

Análisis de la demanda

Segmento del mercado

Se elaboran en base de 1 grupo:

Restaurantes de calidad, especialmente los restaurantes de las comidas extranjeras, preocupados por ofrecer una alimentación de calidad. Principalmente nos centraremos en la provincia de Granada que hay más de 1200 restaurantes. Cuando veamos la aceptación que tiene nuestro producto en la provincia de Granada podremos decidir si nos expandimos hacia otras zonas.

Análisis del mercado

Sólo en Granada, ya hay más de 1200 restaurantes. Es un gran mercado. También dentro de ellos, hay muchos que son de comidas extranjeras, ellos demandan más por su necesidad de unas verduras especiales para cocinar algunos platos especiales.

Nos hemos dedicado a hacer entrevistas personales a una muestra de bares y restaurantes de Granada. La acogida ha sido estupenda, ya que todos los dueños de restaurantes con los que hemos hablado nos han confirmado:

- Que los brotes es un producto que está cada vez más de moda. está creciendo su popularidad.

- Que son un producto relativamente caro
- Tienen que comprarlos ya empaquetados
- No hay soluciones viables para cultivar los brotes ellos mismos (los espacios de cultivos que se venden son pequeñas macetas a un precio de entre 10-20 euros y solo se pueden utilizar una vez, por lo que no es rentable económicamente.)
- Les interesa nuestro producto y cree que puede tener buena acogida en el mercado.

Previsión de ventas

- El año cero no tendremos ventas, ya que nos dedicaremos a constituir la empresa.
- El año uno después de la constitución hemos calculado que terminaremos este año con unos ingresos por ventas de 258.111 euros, una previsión optimista de las ventas ya que superamos el primer año el punto muerto (192.423,91 euros).
- El año dos después de la constitución las ventas crecerán notablemente ya que la gente nos conoce más y está satisfecha con nuestro producto, el boca a boca y la promoción en las redes sociales funciona y las ventas crecerán hasta los 338.053,84 euros.
- El tercer año esperamos que las ventas crezcan aún más alcanzando los 444.756,08 de ingresos por ventas. ya que esperamos haber ampliado nuestra producción y habernos introducido mejor en el mercado.

Análisis interno:

FACTORES CLAVES	FORTALEZA	NIVEL MEDIO	DEBILIDAD
Capacidades personales de los promotores			
Capacidades técnicas y comerciales			
Capacidad financiera			

Capacidad del futuro equipo de personal	Diseño gráfico. Carpintería y bricolaje		Gestion de la empresa
Localización de la futura empresa	Granada capital		
Tecnología a adquirir			

Análisis D.A.F.O.

AMENAZA	<ul style="list-style-type: none"> Reglamentación excesiva Aparición de nuevos competidores La crisis económica
FORTALEZA	<ul style="list-style-type: none"> Bajo coste Bajo precio Fácil de usar Producto ecológico y fresco Servicios derivados mejores y más completos que los distribuidores Incorporar las nuevas tecnologías LED Seguridad de la distribución
OPORTUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Creciente interés de los consumidores por productos frescos y ecológicos se trata de brotes frescos que se utilizan en multitud de comidas Fuerte crecimiento del sector Necesidad alta de los restaurantes chinos
DEBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Competidores: la otra empresa de venta de brotes, AUNATURA

- Vendemos un producto que hace a nuestros clientes prácticamente independientes(filosofía de la empresa). La única relación que nos queda con él es la venta de semillas.

Definición de la estrategia

Diferenciación

- Es un producto nuevo y creativo.
- Vamos a tener un precio superior a la competencia por que queremos que nos perciban como una marca de calidad y diferente a las demás.
- Vamos a apoyarnos en nuestro servicio post-venta y un servicio al cliente de gran calidad- Ofreciendo servicios de reparación, asesoramiento y formación para sacarle el máximo provecho a nuestro producto.

Estimación del tamaño del mercado y su demanda potencial. Solo en granada hay más de 1200 restaurantes.

Para realizar el análisis de mercado necesitamos hacer una investigación cuantitativa sobre la opinión y la aceptación de nuestro producto por parte del público objetivo.

Se realizará una encuesta en una plataforma digital y se podrá repartir online.

Esta encuesta nos será de ayuda a la hora de concretar las necesidades y el perfil de nuestro clientes potenciales y de esta forma adaptar mejor nuestro producto para que tenga una mejor recepción.

A los interesados se les podrá visitar en el establecimiento para hacer una entrevista más detallada y ver cuales son sus necesidades y cómo podemos satisfacerlas.

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/resultadosConsulta.jsp?CodOper=104&codConsulta=55384>

6. Plan de producción

PROVEEDORES : productores semillas = viveros y mayoristas de semillas.

EMPRESA FABRICANTE O PRESTARIA DE SERVICIO : Mi micro huerta

DISTRIBUIDORES : Restaurantes y supermercado

CLIENTE FINAL : Consumidores, clientes de los restaurantes

Política de aprovisionamiento

Selección de proveedores

Los proveedores serán seleccionados atendiendo a aspectos clave como son la calidad, el precio o el plazo de entrega del producto.

En principio contactaremos con proveedores del mercado asiático, principalmente China. Ya que tiene un precio realmente competitivo y una gran variedad de semillas, muchos de ellas aún poco conocidas en el mercado europeo y español. Pero eso no significa que no tengan demanda aquí.(Cada año el número de familias asiáticas crece en España. muchos de ellos abren negocios de restauración como bares y restaurantes y todos estos dueños de bares y restaurantes son demandantes de este tipo de semillas y brotes.)

Los productos una vez recibidos se comprobará que la mercancía es la correcta, una vez revisado con la factura, los productos serán guardados y clasificados en el almacén.

El almacén de la empresa contará con una base de datos donde se podrá hacer inventario y seguimiento del stock de los productos en el almacén y de esta manera poder hacer pedidos a nuestros proveedores de manera más eficaz.

El ciclo de aprovisionamiento

- En primer lugar vamos a definir cuál gama de producto queremos comprar
- Con cuál proveedor queremos efectuar nuestra compra para nuestro cotiledones.
Escogimos a un mayorista en un país extranjero, en China. Los precios son barato y la empresa es la primera sobre el mercado que utiliza estos productos. Será una ventaja diferencial.
- La empresa deberá luego definir a cuál frecuencia quiere ser abastecida, cada mes por el primer año luego de modo más frecuente los años siguiente.
- Vigilancia de los plazos de entrega según la planificación establece de la empresa y demandas de los clientes
- Recepción y control mercancías (controles cuantitativos y cualitativos)
- Almacenamiento: codificación y paletización de los productos según gamas de cotiledones y equipos de jardinería

Descripción del proceso de compras

1. Prospección

La primera etapa del proceso de venta es la prospección, el objetivo es crear el contacto con los clientes. En nuestra empresa la prospección estará en forma:

- Desplazarse a los restaurantes
- Participación en ferias y demostraciones públicas en puntos de ventas.

2. Despertar del interés

Una vez establecida la toma de contacto con nuestro cliente, la empresa directamente irá al restaurante con el fin de presentar nuestros diferentes productos de semillas ello brotes (cotiledones) así como nuestros soportes posible. La empresa expondrá toda su gama de producto. El propósito de este enfoque y de suscitar la atención del interlocutor con el fin de que persiga su compra y se haga un nuevo cliente.

3. Conclusion

Viene luego en el proceso de venta la realización completa de la oferta. Es decir poner a punto los productos deseados por nuestro cliente: la gama y los cotillones seleccionados así como los equipos. Establecer el precio, el medio de pago y plazos de entrega del producto. La empresa firmará también con cliente el contrato de entrega y la confirmación de pedido.

4. Control y servicio posventa

El fin del proceso es pues la entrega de nuestros productos en los restaurantes así que la instalación del producto y la explicación de mantenimientos del cotiledones. La empresa va a guardar contacto con cliente con el fin de conocer sus ganas futuros, si el cliente quiere aumentar su "huerta" o comprar nuevas plantas. El fin que es fidelizar al cliente.

Descripción del proceso de producción del producto o servicio

1. Un cliente nos dice que está interesado en adquirir uno de nuestros productos.
2. Si ese producto es un espacio de cultivo primero nos tiene que decir cuales son sus necesidades.
3. Una vez que sabemos sus necesidades le recomendamos el espacio de cultivo junto con el tipo de semillas que más se amoldan a su petición.
4. Una vez que sabemos que tipo de espacio de cultivo es el que quiere adquirir el cliente montamos en nuestro local la estantería con los materiales que tenemos en la tienda que previamente hemos comprado.

El montaje del producto es su ensamblaje, ya que nosotros compramos las piezas ya cortadas con el tamaño necesario y solo tenemos que apuntillar las piezas y atornillarlas, distribuir el mantillo y colocar el sistema de riego automático si es solicitado, junto con las luces LED y el cristal protector. Las semillas vienen a parte para que sea el cliente quién se encargue de la producción de brotes al 100%.

5. Despues de montar el producto lo empaquetamos y los montamos en el transporte de la empresa y llevamos el producto personalmente al lugar establecido.
6. Si es necesario y lo han solicitado podemos dar un taller de instrucción sobre cómo utilizar y recolectar en los espacios de cultivo, junto con directrices de cómo mantenerlo y tenerlo saneado.
7. Por ultimo si tienen algún tipo de duda o problema en cualquier momento nos pueden llamar dentro de nuestro horario de trabajo o contactar con nosotros vía email o a través de nuestra página web para:
 - a. Resolver cualquier tipo de duda sobre el uso o mantenimiento del producto.
 - b. Resolver quejas o reclamaciones hacia el producto o empresa
 - c. Retirar un producto defectuoso y sustituirlo por uno nuevo.

A parte también ponemos el proceso de proceso de producción semillas en un vivero.

Varias etapas :

1. SELECCION : El producto ha optado plantas, destinará a la producción de semillas. Así seleccionando las plantas, las semillas tienen más de probabilidad de encontrarse de mayor proporción.
2. COSECHA : El productor recoge las semillas al madurar, es decir que han sido tiempo suficiente "alimentadas" por la planta.
3. LIMPIEZA : etapa de limpieza consiste a extraer la semilla de la cápsula.
4. SECADO : necesito que las semillas estén bien secas a fin de evitar que se pudran. Ampliar las semillas en bandeja.
5. EXAMEN DE GERMINACIÓN : determinar si las semillas son vivas (casi 80%)
6. ALMACENAMIENTO : de las semillas debe se hacer en un lugar fresco y a salvo de la luz, puede conservar en el refrigerador.
7. COMPRA: Nosotros compramos estas semillas al por mayor al productor.
8. ALMACENAMIENTO: Las almacenamos el tiempo necesario en las condiciones idóneas(un refrigerador).
9. VENTA: Las vendemos al consumidor final, que pueden ser un restaurante o un particular

Política de almacenamiento y distribución

1. **CIRCUITO DE DISTRIBUCIÓN = CORTO**

Recuperamos directamente las semillas en el vivero y revendemos luego a los restauradores y particulares.

2. **CANALES DE DISTRIBUCIÓN = EL COMERCIO MINORISTA**

Compras de las semillas por los restauradores para las cultivar en las restaurantes y las revender a los consumidores a través de sus comidas.

Servicio post-venta

Nuestros componentes de nuestro servicio post-venta :

- Servicio de entrega de las semillas
- Servicio de instalación de materiales (en el muro)
- Servicio de consejo a fin de mejorar el desarrollo de las semillas
- Servicio de formacion
- Servicio de mantenimiento

¿Cuál es el flujo del proceso productivo?

Los espacios de cultivo precisan unas 2 horas de ensamblado y montaje.

Los productos que subcontratamos pueden tardar hasta 1 semana en llegarnos a nosotros, ya que van por encargo. Es el producto más sofisticado y requiere más preparación.

Vamos a subcontratar parte proceso productivo?

En el caso de los jardines verticales:

Será necesario subcontratar a la empresa Jardines Verticales Andalucía para que fabrique los jardines verticales. Esta subcontratación se debe a que es la parte más complicada técnicamente hablando y no contamos con ningún miembro en el equipo con las habilidades y el conocimiento necesario para realizarlo.

¿Qué instalaciones físicas precisamos? ¿Compra o alquiler?

¿Ubicación?

Al empezar la empresa no necesitaremos grandes instalaciones. solo necesitaremos alquilar un pequeño local o almacén donde guardar las compras y el stock de nuestros productos. <https://www.idealista.com/zinmuestra/29212737/> este seria un buen sitio donde empezar. Este local consta de un precio de 200€ mensuales y está ubicado en la avenida de Andalucía.

Dentro del local harán falta estanterías para guardar los materiales, y las semillas.

¿Qué equipamiento, herramientas, elementos de transporte, equipos informáticos, etc. necesitamos?

- Micro Huerta compra todos los elementos necesarios.
- **Equipamiento** : Semillas, Substrato, Tierra, fertilizante ecológico
- **Herramientas** : rastrillo (15€), azada (15€) ect
- **Elementos de transporte** : camión o furgoneta. Será alquilada por días cuando la necesitemos.
- **Equipos informáticos** : ordenadores. En un principio cada uno cuenta con su propio ordenador

Los equipamientos y herramientas pueden alquilarse a los restaurantes si es necesario.

Materias primas :

La lista de materias primas que vamos a necesitar para preparar los pack de espacios de cultivo. La cantidad necesaria de materias prima cambia dependiendo del tamaño. A continuación se ejemplifica un presupuesto para un espacio de cultivo de $1m^2$:

- Madera para montar los espacios de cultivo = 20€
 - Listones 12
 - Patas 4
 - Tablas 1
- Plancha de cristal = 50€
- 2 bisagra = 8€
- Tornillos 20 = 0.87 €
- Clavos 52 = 1.82 €
- Tuercas 10 = 0.15 €
- Mantillo 0.84

- Fieltro (para las raíces y mantener el agua) = 1.23 €
- Semillas 0.94
- luces led control bluetooth = 18 €

Proveedores

Material	Proveedor
Madera	Madreas ubago
Cristal	Leroy Merlin
Bisagras	Leroy Merlin
Tornillos, clavos y tuercas	Tianjin Hengtongmingtai Trade Co.,Ltd
Mantillo	compojardineria.es
Fieltro	Haushalt International
Semillas	proveedores de
Luces LED	banggood.com

Control de existencias

Para realizar el control de existencias, existen muchos enfoques pero el enfoque más adecuado es el nivel de abastecimiento. Se trata de identificar un nivel minimal de existencias y pedir de nuevo cuando las existencias alcanzan este nivel.

El inventario físico de las existencias implica un inventario, tenerse en cuenta su ubicación y su valor. Utilizamos una sistema manual que se llama registro de existencias porque somos una pequeña empresa que incluya poco de artículos en existencia. Conservemos un diario de las existencias recibidas y distribuidas.

Método de envío del producto

Después de la finalización de venta de nuestro producto, debemos entregar nuestro producto en casa del cliente.

El método que la empresa va a utilizar es el de envío por furgoneta. Debido a que el producto es delicado utilizaremos una furgoneta alquilada, conducida por un empleado de la empresa, para llevar el producto al lugar de destino y proceder con el montaje del producto

si es necesario. Este método será el que utilizaremos si el cliente está en Granada y alrededores pero si está a más de 200 km de distancia el producto será enviado por Seur y los gastos de envío serán cargados al cliente.

La transacción comercial

1. Registramos las transacciones en una base de datos con copia en la nube y en un disco duro de la empresa.
2. Todo esta información recogida de las transacciones la pasamos a los libros contables.
3. Se pasan las cantidades del libro diario al libro mayor, donde se detalla la cuenta de cada partida contable.
4. Una vez que todas las cuentas están reflejadas en el libro mayor se obtiene el saldo de cada cuenta.
5. Se ajustan las cuentas que lo necesiten (ingresos y pagos adelantados o depreciación p.e.)
6. Hacemos un balance de comprobación.
7. Se prepara la cuenta de pérdidas y ganancias.
8. Se liquidan las cuentas anuales y se pasan a la cuenta de pérdidas y ganancias.

Requisitos tecnológicos en la creación del producto

- Conexión a internet
- Conocimientos de carpintería y bricolaje:
 - Martillo
 - Destornillador
 - Sierra
 - Lija
 - Barniz
- Conocimiento de programas de diseño gráfico y 3D

Recursos Humanos necesarios en la empresa

1. Producción: ser creativo y responsable para su puesto, tener título de escuela de diseño, tener habilidad técnica de montar espacios cultivos,etc.
 - a. 1 persona

2. Transporte: tener certificado carnet de conducir, ser responsable para su puesto, muy trabajador, etc.
 - a. 1 persona
3. Tareas administrativas: ser creativo, tener habilidad humana y conceptual, planificar bien el trabajo y las tareas de empresa, saber utilizar programa de diseño y de microsoft, reaccionar tranquilo y rápida los accidentes.
 - a. 2 personas
4. Imagen de la empresa: Ser creativo, responsable, tener habilidad humana y conceptual, buena habilidad de comunicar,etc.

Servicios post-venta

Nuestros componentes de nuestro servicio post-venta :

- Servicio de entrega de las semillas.
- Servicio de instalación de materiales.
- Servicio de consejo a fin de mejorar el desarrollo de los brotes.
- Servicio de formacion.
- Servicio de mantenimiento.
- Servicio de recogida de productos defectuosos.

Control del proceso de producción y de prestación de servicios

El proceso de producción se supervisará llevando un control de quien ha realizado el montaje y el envío del producto a través de una ficha de firmas y control de horarios. También se hará control de inventario para asegurarnos de que somos óptimos a la hora de utilizar los recursos y de que no caemos una crisis de stock.

La prestación de servicios se controlará a través de una breve encuesta por correo a nuestros clientes, en la cual podrán darnos sus opiniones y quejas para mejorar como empresa.

Costes del proceso de producción

Inversiones

- Frigorífico para almacenar las semillas = 300€

- Furgoneta de empresa para recoger y enviar pedidos = 4000€

Costes operativos

Estos son los costes que calculamos que la empresa va a tener en tiempo y personal a la hora de fabricar el producto:

- Coste de ensamblaje por m² = 20 €
- coste de añadir el cristal protector = 5 €
- Coste de añadir sistema de riego = 5 €
- Coste de añadir sistema luces LED = 5 €
- Coste de enviar el pedido al lugar de destino = Variable dependiendo de la distancia.
- Coste de piezas encargadas al carpintero = 20 €

7. Plan de marketing

Política de producto

Beneficios y utilidades para el cliente

Para nuestros clientes directos, los restaurantes

Obtener un producto ampliado con la instalación de las infraestructuras, un servicio post-venta si hay cualquier problema con la instalación y un producto tangible con un diseño que se adapta a sí mismo al espacio de nuestros clientes. Permite a nuestros clientes tener un acceso directo a productos frescos y también reducir sus gastos sobre la compra de verduras.

Para los clientes de los restaurantes

Beneficiar de productos frescos, de calidad producido directamente en el restaurante. Intentar una experiencia novela porque si los restaurantes siguen el juego pueden integrar los pequeños huertos en sus restaurantes como decoración para que los clientes descubran una nueva manera de comer al restaurante.

Gamas de productos

Para los espacios de cultivo

Hemos decidido proponer dos tipos de espacios diferentes, uno vertical y un otro horizontal. Esta división ha sido para que se adapte mejor a la segmentación del público objetivo, porque no todos tienen el mismo espacio ni el mismo presupuesto, por lo que dividir los productos en verticales, hechos para ahorrar en espacio y para crear mejor impacto visual, o horizontal, producto que necesita más espacio pero es más económico.

Marca

Nombre de la marca

Una marca es un nombre, un signo que debe identificar el/los productos que una empresa va a vender y puede consistir también en un punto para distinguirse de la competencia. La marca consiste como en un producto.

Hemos elegido como nombre para nuestra marca : "Mi micro huerta". Este nombre representa simplemente nuestro producto y lo que queremos vender a nuestros consumidores => una huerta más pequeña para tenerlo en su restaurante.

Es un nombre simple que utiliza palabras que la gente utiliza frecuentemente entonces los consumidores pueden recordarse fácilmente de nuestro producto.

Hemos buscado en : nombre del sitio web para verificar si el nombre de una empresa es disponible

El logotipo

Tenemos un logotipo compuesto del nombre de nuestra marca. Detras del "mi" podemos ver un plato con cubiertos, hemos puesto el "mi" en el plato para hacer referencia al hecho de que lo que nosotros vendemos son espacios de cultivo de plantas comestibles,, ya que nuestros productos están enfocados al sector de la restauración.



El eslogan

“De tu huerta a tu plato” Este eslogan representa la finalidad del producto. Es conciso y fácil de recordar. Transmite cercanía y frescura.

El objetivo de nuestra marca

Nuestro objetivo reside en dar acceso a los restaurantes de infraestructuras modulares diseñadas con el propósito de cultivar brotes y plantas comestibles de forma eficiente, aprovechando el espacio y aportando un valor añadido tanto estético como innovador. Con el fin de promover una cocina más sana y respetuosa con el medio ambiente.

Los objetivos

Nuestro objetivo son principalmente los profesionales como los restaurantes en Granada y alrededor porque si la demanda es fuerte en periférica podemos proveer estos restaurantes un objetivo futuro de desarrollarse.

Nuestro objetivo principal es más restringido, se concentra en los restaurantes del centro que utilizan productos frescos.

Presentación de nuestros productos

El Ciclo de vida del producto

El ciclo de vida de nuestros productos depende tanto de:

- La popularidad de los brotes en el ámbito de la restauración
Esto es que si los el producto final que son la producción de brotes decrece en popularidad nuestro producto por consiguiente entrará en declive. Llegados a este punto tendríamos que reinventar el producto. si por lo contrario, la popularidad de los brotes aumenta, nos encontraremos más en una etapa de crecimiento más acelerado.
Las previsiones indican que el producto no va a disminuir en popularidad ya que es un negocio creciente a nivel mundial.
- La rapidez de saturación del mercado.
Esto es debido a que nuestro producto no es un producto perecedero que requiere reponerse cada poco tiempo. Nuestro producto está pensado para ser de larga duración, ya que la filosofía de nuestra empresa es abastecer de un producto ecológico y autosuficiente. Por lo que poco a poco si no nos expandimos entraremos en declive y tendremos que reinventarnos. Si por el contrario nos expandimos a nuevas zonas geográficas entraremos en madurez o crecimiento por lo que

tendremos que diseñar nuevos sistemas de envío más eficientes a zonas más alejadas y expandir nuestro sistema de producción. (ANEXO)

Política de precios

Política de penetración nuestra empresa fija un precio bajo para atraer una parte importante de la clientela potencial. El fin es participar del mercado de la restauración.

Análisis de los costes

En la empresa tenemos una política costes bajos, ya que lo necesitamos para tener un margen de beneficio aceptable y mantener la empresa. Vamos a tener productos de precios bajos que se introduzcan debidamente en el mercado y eso significa encontrar los proveedores adecuados para encontrar el equilibrio adecuado entre precio y calidad y no sacrificar calidad funcional en pro de ahorrarse costes que después desembocue en un mal funcionamiento de nuestro producto y por ende en una mala percepción de nuestra empresa

Análisis de la demanda

La demanda de nuestro producto es el mercado de los restaurantes sobre Granada. Nuestros clientes son todos los restauradores(dueños de un restaurante) de Granada cuidadosos de la calidad de sus productos y del precio(premio) de sus productos. El mercado de los restaurantes sobre granada es margen y se considera en 12'000 restaurantes, hay todo tipo de restaurantes y para todos los presupuestos.

Análisis de la competencia

La competencia más directa que tenemos es la de tiendas, mayoritariamente on-line que venden pequeños maceteros con las semillas ya incorporadas para producir brotes, son de un solo uso y tienen un precio bajo. según lo que hemos visto no es muy conocido en el ámbito de la restauración, está más orientado como un producto para la casa “*para tener en tu cocina*”.

Objetivos de empresa

Ofrecer productos de calidad a precios asequibles, para producir alimentos sanos y frescos que puedan usar los restauradores y así mejorar su imagen y promover una cultura ecológica y de alimentación de calidad.

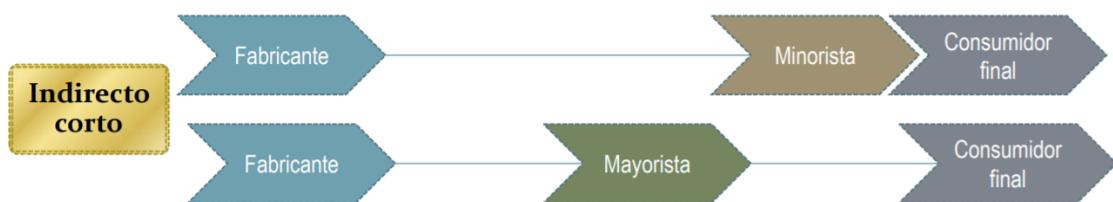
Método de fijación de los precios

Fija basado en los costes: coste*2+IVA

Productos o servicios	Precio de venta (sin iva)	P. compra o coste variable de producción (sin iva)
1m2 de horizontal básico+tierra+fertilizante+semillas+ herramientas	100,00	53,85
1m2 de horizontal con luces y cristal + otras materias	163,70	81,85
1m2 de horizontal completo+ otras materias	173,70	86,85
1m2 de horizontal con sistema de riego+ otras materias necesarias	117,70	58,85
1m2 de vertical completo	473,70	236,85
semillas	1,19	0,94
1m2 de vertical básico+otras materias necesarias	207,70	103,85
1m2 de vertical con luces y cristal+otras materias necesarias	263,70	131,85

Política de distribución

Canal de distribución



Para la distribución de nuestro producto vamos a fabricar los espacios de cultivos horizontales que no necesitan mucho saber hacer entonces podemos hacerlo para reducir nuestro coste de fabricación. Para los espacios de cultivos verticales vamos a subcontratar la producción de este espacio porque necesita más saber hacer especialmente sobre la parte de la irrigación. Entonces nuestro canal de distribución va a ser indirecto corto porque nuestra empresa va a vender nuestros productos a los consumidores finales con una ayuda en la producción.

Nuestro sitio web será nuestra escaparate para los clientes para ver todos nuestros productos (espacios de cultivos y semillas), hacer una estimación del precio para los espacios de cultivo, para contactarnos y también comprar nuestros productos.

Cobertura del mercado

Vamos a proponer una cobertura exclusiva porque tenemos pocos intermediarios en el proceso de fabricación de nuestro producto y somos los únicos a vender nuestro producto entonces no se puede encontrar nuestros productos en un vivero o en un otro sitio web que el nuestro mientras que tengamos competidores directos que propondrán productos similares.

Todo esto nos permitirá asociar nuestro producto a nuestra marca y reforzar nuestra imagen de marca con una asociación directa entre nuestro producto y nuestra marca principalmente gracias al nombre de marca muy significativo.

Política de promoción



Política de venta

Nuestra política de venta se basa principalmente que vamos a proponer productos hechos a medida según el presupuesto o el espacio del que dispone el cliente, el precio varía según las opciones complementarias para adaptarse y satisfacer al máximo a nuestros

consumidores. Debemos crear una lealtad con nuestros consumidores porque una vez que han comprado uno de nuestros espacios de cultivo pueden elegir comprar las semillas en otras tiendas y olvidarnos. Vamos a proponer una suscripción para que tengan semillas durante un año en el momento que quieran. Esta suscripción puede renovarse si los clientes están satisfechos. Esta política nos permitirá fidelizar a nuestros clientes una vez que han comprado nuestros espacios de cultivo.

Campañas publicitarias

Vamos a lanzar una campaña de comunicación gracias a flyers y carteles en la ciudad de Granada para nuestra objetivo : los restaurantes

Flyers

Vamos a empezar con una comunicación basada en dar a conocer nuestra empresa y de los servicios que proponemos. (ANEXO)

Página Instagram

Nos permitirá comunicar de manera más visual con muchas fotografías y videos, es una manera para nosotros hacer comunicación para promover nuestra empresa. (ANEXO)

Página Facebook

Nos permitirá comunicar de manera diferente que en Instagram porque es red social es más frecuentado por los profesionales y más conocido para un generación no acostumbrada al mundo de las redes sociales. (ANEXO)

Cuenta Linkedin

Hoy existe mas y mas redes sociales dedicadas a los profesionales. nosotros tenemos una cuenta en Linkedin para crear relaciones de valor con profesionales como restauradores o otras empresas que pueden aportarnos consejos o ayuda material o financiera. (ANEXO)

Campaña promocionales

Para motivar a los restaurantes a comprar nuestros productos, vamos a hacer una campana en asociación con una aplicación que recomienda restaurantes como “tripadvisor” o “la

fourchette” para que promuevan los restaurantes que cultivan sus propias semillas. A los restaurantes esto les beneficia ya que crea una imagen más valiosa de la empresa y a nosotros nos beneficia porque publicitarían nuestro producto entre la gente que está interesada en los restaurantes de calidad.

Merchandising o marketing en punto de venta

Para empezar, no tendríamos un punto de venta físico, nuestro sitio internet será el único medio para nuestros clientes para descubrir nuestros productos. Para atraer clientes, vamos a contar con explicaciones, fotografías y video para explicar cómo funciona nuestro producto y promover el beneficio que otorga la utilización de nuestro producto a la hora de mejorar la imagen percibida que tienen los consumidores finales de ellos. Vamos también a exponer testimonios de los clientes que han comprado nuestros productos con fotografía para mostrar a nuestros clientes potenciales que según el espacio que disponen, tenemos una solución para ellos.

Propuesta comercial

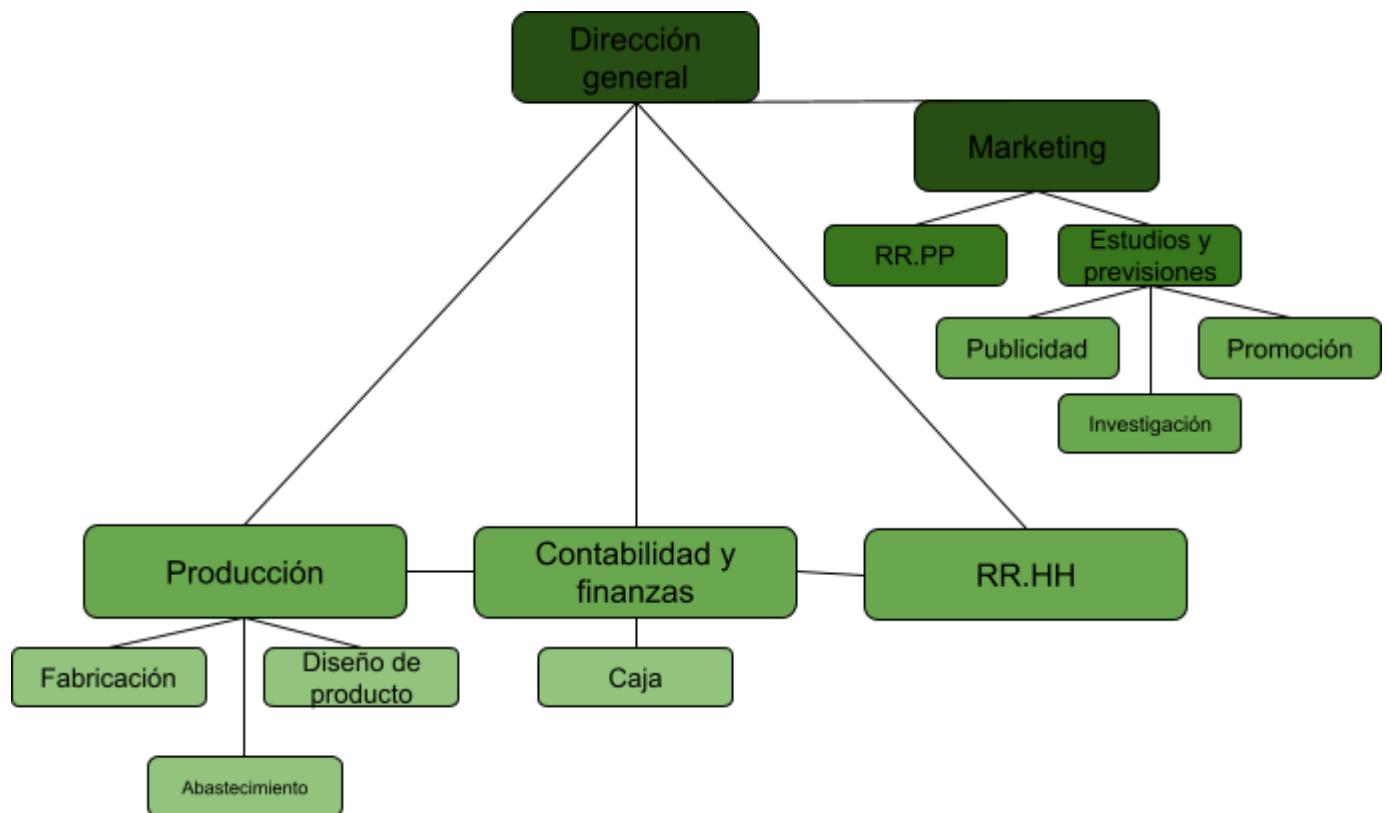
Es importante establecer una estrategia para atraer los clientes y fidelizarlos para perpetuar nuestro trabajo con los restaurantes.

El objetivo es proponer a los clientes que ellos mismos cultiven sus brotes a un precio bajo con todo el material necesario para que los clientes puedan controlar en todo momento la calidad de su producto. Proponemos diferentes tipos de instalaciones (poner fotos de las diferentes instalaciones) para adaptar nuestra oferta al lugar, si el restaurante no es muy espacioso podemos proponer una instalación vertical para ganar espacio o al contrario si el restaurante tiene suficiente espacio podemos proponer una instalación más grande. Gracias a nuestra oferta de semillas proponemos una gran variedad de brotes cultivables (zanahoria, albahaca, perejil, brotes de quinua, de soja o productos más exóticos).

- El tiempo que precisaras para realizarlo.
- El precio, como es lógico.
- La vigencia de la propuesta. ¿Es válida para 30 días, para 6 meses?
- Los términos y condiciones que debe aceptar el cliente y a los cuales deberán atenerse ambas partes en caso de firma.

8. Plan organizativo y de RRHH

Organización Funcional



Dirección General

Brindar orientación, planificación de estrategias, organizar y distribuir los recursos y control y regulación de los procesos estratégicos que fueron planificados anteriormente y que están puestos en práctica.

Marketing

- RR.PP: Elaborar y poner en marcha relaciones públicas con los diferentes stakeholders.

- Estudios y previsiones: hacer estudios periódicos sobre nuestro mercado y stakeholders, de manera que esa información pueda ser usada por los diferentes departamentos y dirección para mejorar la estrategia de la empresa.
 - Publicidad
 - Promoción
 - Investigación
- Producción
 - Fabricación: Este proceso será externalizado a una empresa experta en construcción de espacios de cultivo.
 - Diseño del Producto: Se encargará de diseñar el espacio de cultivo para que se adapte lo mejor posible a las necesidades de cada cliente.
 - Abastecimiento: Se encargará de controlar el consumo de materiales y del abastecimiento de los mismos, buscando siempre los mejores proveedores.
- Contabilidad y finanzas
 - Caja: Su función es controlar los flujos de caja de manera responsable y suministrar información sobre los flujos de caja a los directivos.

Plan de Contratación

Según nuestras previsiones durante el primer año no necesitaremos contratar a ningún empleado, pero a partir del segundo año sería conveniente contratar a un empleado más para que llevase asuntos administrativos y financieros de la empresa(un alumno de último año de FICO sería una opción interesante) en la empresa, ya que ninguno de nosotros somos especialistas en temas de contabilidad, y es una tarea que debe realizarse meticulosamente para que la empresa este saneada. En el tercer año, contrataremos 4 trabajadores más: 2 técnicos de montaje de espacios cultivos y 2 diseñadores de los espacios.

La persona contratada primero pasará una entrevista personal o videollamada si es necesario. Después de superar esta primera fase empezará su periodo de pruebas de 1 mes, donde cobrará el salario mínimo y se le hará un contrato de prácticas. Si la persona contratada supera satisfactoriamente ese primer mes de prueba se le contratará con un contrato acorde a su nivel profesional y responsabilidad en la empresa.

Política salarial

Administradores (8 h): 800 euros/mes+dividendos

Asistente de oficina: 800 euros/mes

Técnicos, diseñadores (8h): 1000 euros/mes

Se paga a todos los trabajadores unos salarios fijos, mientras que los trabajadores socios podrán obtener dividendos cada año.

Los salarios fijos se consideran como unos salarios mínimos de cada puesto, es decir, el salario que llega a las manos de los trabajadores será influido por sus asistencias y las reseñas de los clientes:

- Queja de los clientes: cada dos quejas verificadas -20 euros
- Falta de asistencia: Se le descuenta el día y -50 euros
- Retraso: más de 10 min -5 euros cada 5 minutos.

Por otro lado, también se establece un sistema de recompensa:

- Valoración de 5 estrellas: 50 euros
- Asistencia completa sin retraso: 50 euros
- Buena idea para el desarrollo de la empresa: 500 euros

Plan organización

Pretende crear una cultura organizacional intensa y amplia basada en el valor de "Somos un grupo unido por un fin común, todos somos amigos".

Plan de externalización de funciones

Las funciones que requieren ser externalizadas son las siguientes:

- Fabricación de los micro huertos verticales

Serán externalizadas debido a que en la empresa no tenemos la tecnología necesaria para desarrollar este producto. Perderíamos mucho tiempo y se invertiría demasiado para que la empresa fuese rentable.

El hecho de externalizar nos permite disponer de más tiempo, que podemos dedicar a otras funciones en las cuales somos más eficientes.

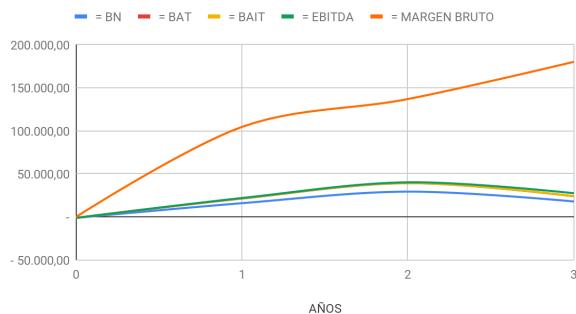
9. Plan jurídico

https://docs.google.com/document/d/1_vufsFz5ugptvNwnWAsKg5TTJH_Vv3mxGGSAafrVR1Es/edit

10. Plan económico-financiero

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XxupqaikOCI5WZgdssunJwv2hJHEjtw5IJKsVFuXm4k/edit#gid=1163381157>

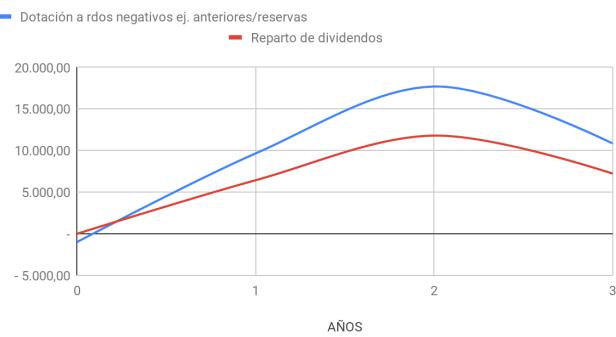
EVOLUCIÓN DEL BENEFICIO



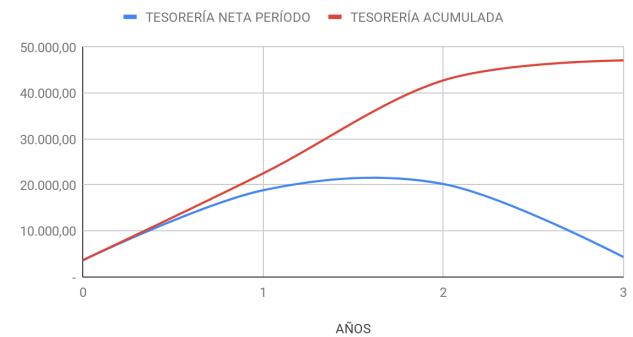
COSTE Y VENTA



RESERVA Y DIVIDENDOS



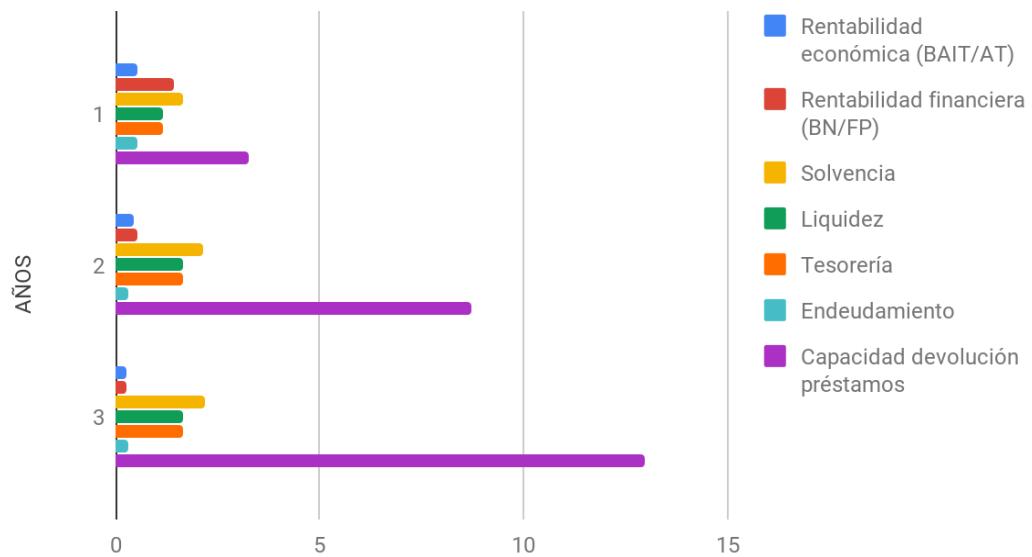
EVOLUCIÓN DE TESORERÍA



Debido al beneficio alto y su tendencia creciente, la reserva y el reparto de dividendos serán altos con una tendencia creciente durante los dos primeros años. Sin embargo por el gasto de explotación adicional disminuye la reserva y los dividendos.

Gracias al crecimiento de los beneficios, la tesorería acumulada crecerá, aunque la tesorería neta período tendrá una reducción durante el segundo y el tercer año por los gastos de inversión. El flujo de caja tendrá una gran reducción en el segundo año por la inversión en la investigación de mercado y en los activos. En nuestra previsión económica, aunque realizamos inversión más de 20000 euros, el flujo de caja será positivo.

RATIOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

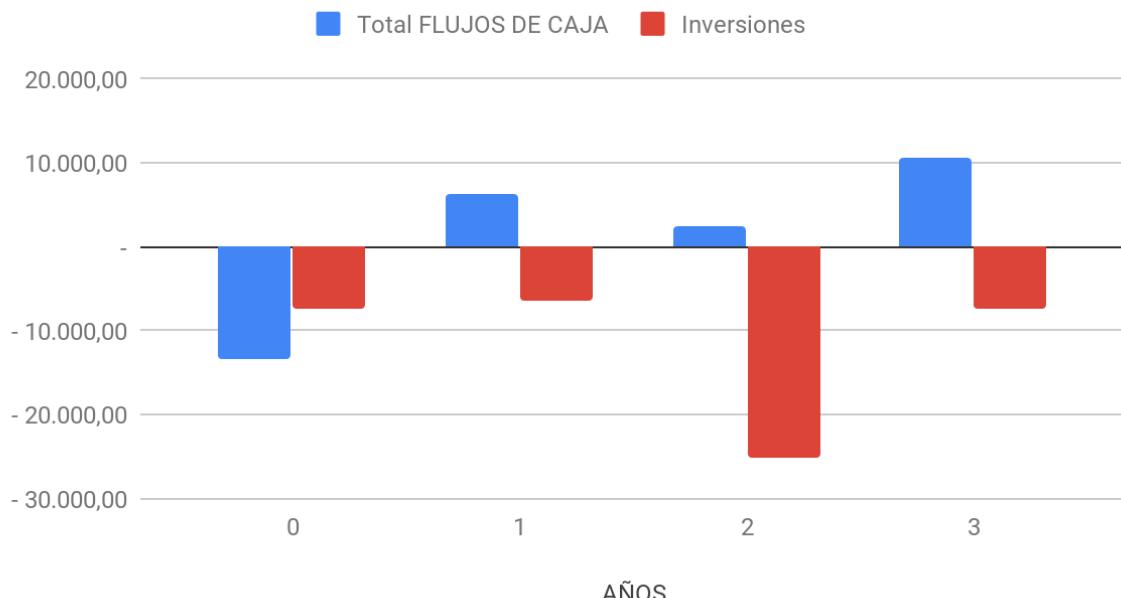


Cada año, va a ser más rentable y tiene más capacidad de devolución de las deudas. Además, el endeudamiento tiene una tendencia decreciente. Cada año, tenemos mejor situación económico-financiera.

Según los ratios calculados, la empresa es rentable, seguro, fácil de garantizar el pago con partidas de disponible, y tiene buena capacidad de hacer frente a las exigibilidades inmediatas. Cada año, tendrá menor riesgo.

11. Viabilidad económico-financiera

INVERSIÓN Y FLUJO DE CAJA



VALOR DEL PROYECTO POR FCD	16.323,62 €
VAN PROYECTO	3.082,62
TIR DEL PROYECTO	19,25%

El proyecto de inversión es rentable ya que el VAN y el TIR son mayores de 0. El PIR (Plazo de recuperación de inversión) sería 3 años. Por lo tanto, creemos que nuestra empresa y nuestra inversión sea viable.

Webbiografía:

<https://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/210/1>

http://www.tenerife.es/portalcabtfe/images/PDF/temas/medio_ambiente/ProduccionyComercializaciondeBrotes.pdf

www.aecosan.mssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/ampliacion/brotes_semillas.htm

http://www.rmc.es/BolsaDeno_solicitud.aspx?lang=es

<https://www.aecoc.es/articulos/los-4-perfiles-del-consumidor-de-productos-eco-y-bio/>

<http://moddecideas.com/estructura-metalica-para-jardin-vertical/estructuras-para-jardines-verticales-separadores-para.html>

<https://jardinesverticalesandalucia.com/jardines-verticales-espana-2/>

<https://www.canva.com/>

ANEXO

Lista de tipos de semillas y brotes (cotiledones)



Brotes de QUINOA



Brotes de SOJA



ALBAHACA



ZANAHORIAS



PEREJIL



Brotes de MOSTAZA



Brotes de RABANO



Brotes de RUCULA



Brotes de ALFALFA



Brotes de CHIA



Brotes de REMOLACHA



CEBOLLETA



CILANTRO



Semillas de QUINOA



Semillas de SOJA



Semillas de ALBAHACA



Semillas de ZANAHORIA



Semillas de PEREJIL



Semillas de MOSTAZA



Semillas de RABANO



Semillas de RUCULA



Semillas de ALFALFA



Semillas de CHIA



Semillas de REMOLACHA



Semillas de CEBOLleta



Semillas de CILANTRO

REPOLLO CHINO



PLAN FINANCIERO PESIMISTA:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1EDVhu8QNPI_fLmUq8t0Xvtxb7HdH0gxqHm7lo3syUNc/edit#gid=1301166535

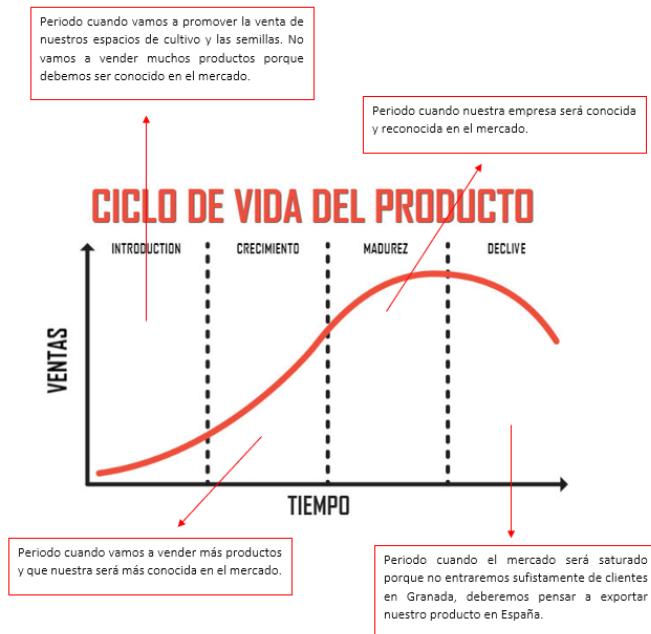
PRECIO DE SEMILLAS

Semillas	Precio por 1000 uds/ por 1000 g	Tienda
Hierba de hielo	1,06	TIENDA 1: 花香园林园

		艺
Motherwort/ Leonurus cardiaca	0,1875	TIENDA 2: 丽仪山东潍坊蔬菜批发
Cebolletas	1	TIENDA 3: 丽仪山东潍坊蔬菜批发
Xiancai	0,875	TIENDA 4: 丽仪山东潍坊蔬菜批发
Artemisia	0,3125	TIENDA 5: 丽仪山东潍坊蔬菜批发
cilantro	0,625	TIENDA 6: 丽仪山东潍坊蔬菜批发
repollo chino	1,1	TIENDA 7: 天语甜梦专卖店
Cebolla verde	1,1	TIENDA 8: 天语甜梦专卖店
Patata negra	2,28	TIENDA 9: 果镇旗舰店
Precio medio	0,94	fertilizante ecologico amazon
Precio de tierra	2,9	

Plan de marketing

Ciclo de vida del producto



Flyers



SOLUCIONES A LA MEDIDA

Elige tu espacio a partir de 1m²

Espacios horizontales :

- 1- 1m² de horizontal básico+tierra+fertilizante+semillas+ herramientas
- 2- 1m² de horizontal con luces y cristal + otras materias
- 3- 1m² de horizontal con sistema de riego otras materias necesarias

Espacios verticales :

- 1- 1m² de vertical básico+otras materias necesarias
- 2- 1m² de vertical con luces y cristal+otras materias necesarias
- 3- 1m² de vertical completo

ENCONTRANOS EN :

Nuestra pagina web : ????

Por teléfono :
(04) 298 1092 2091

Por correo:
info@lawnCare.com

En las redes sociales :



LAS HUERTAS

Usted puede elegir entre dos tipos de espacios según el espacio que tiene : Vertical o Horizontal.

LAS SEMILLAS

Con nuestra gama muy diversificada, tenemos aseguramente los productos que quiere para acompañar su plato.

EL SERVICIO

Nos ocupamos de la instalación de espacio y aseguramos el servicio postventa por cualquier problema.

LA CALIDAD Y EL PRECIO

MI MICRO HUERTA se preocupa de la calidad de sus productos y sobre todo de adaptarse a sus clientes gracias a productos a la medida. El saber hacer y las valores de la empresa son pruebas de calidad y de confianza para todos los restauradores que quieren trabajar con MI MICRO HUERTA.



Página Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for MI MICRO HUERTA. The profile picture is a circular logo featuring a stylized green plant. The bio section includes a link icon (@) and a green leaf icon, with the text "Sitio web" and "Semillas". The stats show 20 publicaciones, 893 seguidores, and 57 seguidos. Below the bio, there are two small thumbnail images: one of a wooden raised garden bed with various plants, and another of several different types of seeds in containers. A larger thumbnail image on the right shows a close-up of small green seedlings growing in a tray.

Página Facebook

Mi micro huerta

The Facebook page for Mi Micro Huerta features a sidebar with links to Inicio, Publicaciones, Eventos, Videos, Fotos, Información, and Twitter. The main content area includes sections for LAS HUERTAS, LAS SEMILLAS, and EL SERVICIO, along with images of seedlings and a vertical garden. A central post from 'Silencio...Crece' encourages users to book a service. The page has a rating of 4.4 stars based on 967 reviews.

Cuenta Linkedin

The LinkedIn search results for 'mi micro huerta' show 17 results. The top result is 'MI MICRO HUERTA EMPRESA', described as a company selling cultivation spaces and seeds. Below it are profiles for 'Alejandra Helga Vergara Huerta' and 'Carlos Rojas Huerta'. To the right, a sponsored advertisement from AFD promotes job and industry news.