

ECOMEAT S.L.

Tienda de comida ecológica y
de bienestar animal.



INDICE

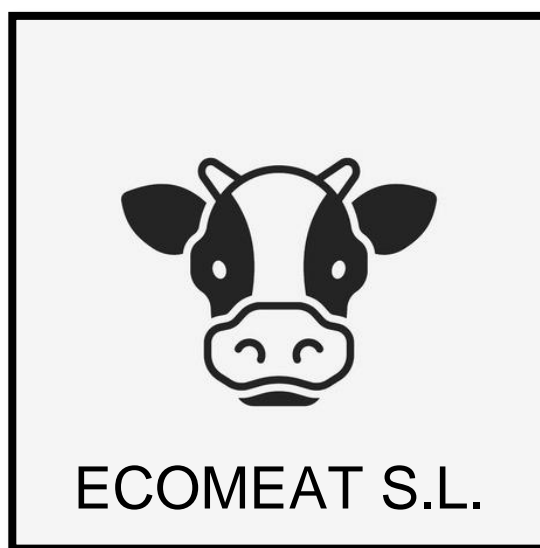
1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE EMPRESA.....	3
1.1. Idea de negocio	3
1.2. Nombre comercial y logotipo	3
1.3. Presentación de los socios:	3
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	4
2.1. Localización o ubicación	4
2.2. Obtención de información:	7
2.3. Datos estudio de mercado:	7
3. PLAN DE MARKETING	7
3.1. PRODUCTO.....	7
3.2. PRECIO.....	8
3.3. DISTRIBUCIÓN.....	8
3.4. PROMOCIÓN.....	8
4. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA Y TRÁMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA.....	8
4.1. Decisión y justificación de la elección de la forma jurídica: indicando nº socios y capital aportado cada uno.....	8
4.2. Trámites para la puesta en marcha según la forma jurídica elegida	8
5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	8
5.1. Cuadro plan de Recursos Humanos	8
5.2. Planificación y organización de la Prevención de Riesgos Laborales	8
5.3. Organigrama	9
6. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN	9
6.1. Cuadro Plan de Inversión	9
6.2. Cuadro Plan de financiación	9
7. PLAN DE VIABILIDAD ECONÓMICA	9
7.1. Cuadro Plan de viabilidad para el 1º año de la empresa.....	10
8. CONCLUSIONES.	10
9. ANEXOS	

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE EMPRESA

1.1.- Idea de negocio

Tienda de comida ecológica Empresa de productos ecológicos, bienestar animal.

1.2.- Nombre comercial y logotipo



ECOMEAT S.L.

La idea del logo está basada en los productos que se venden en la tienda, al ser productos naturales pero tanto de origen vegetal como animal

1.3.- Presentación de los socios:

IRENE PARRA SEGOVIA

- Grado medio de técnico de farmacia y parafarmacia
- Sin experiencia

PAULA MUÑOZ KEUCHAKIAN

- Grado medio de técnico de farmacia y parafarmacia
- Con experiencia

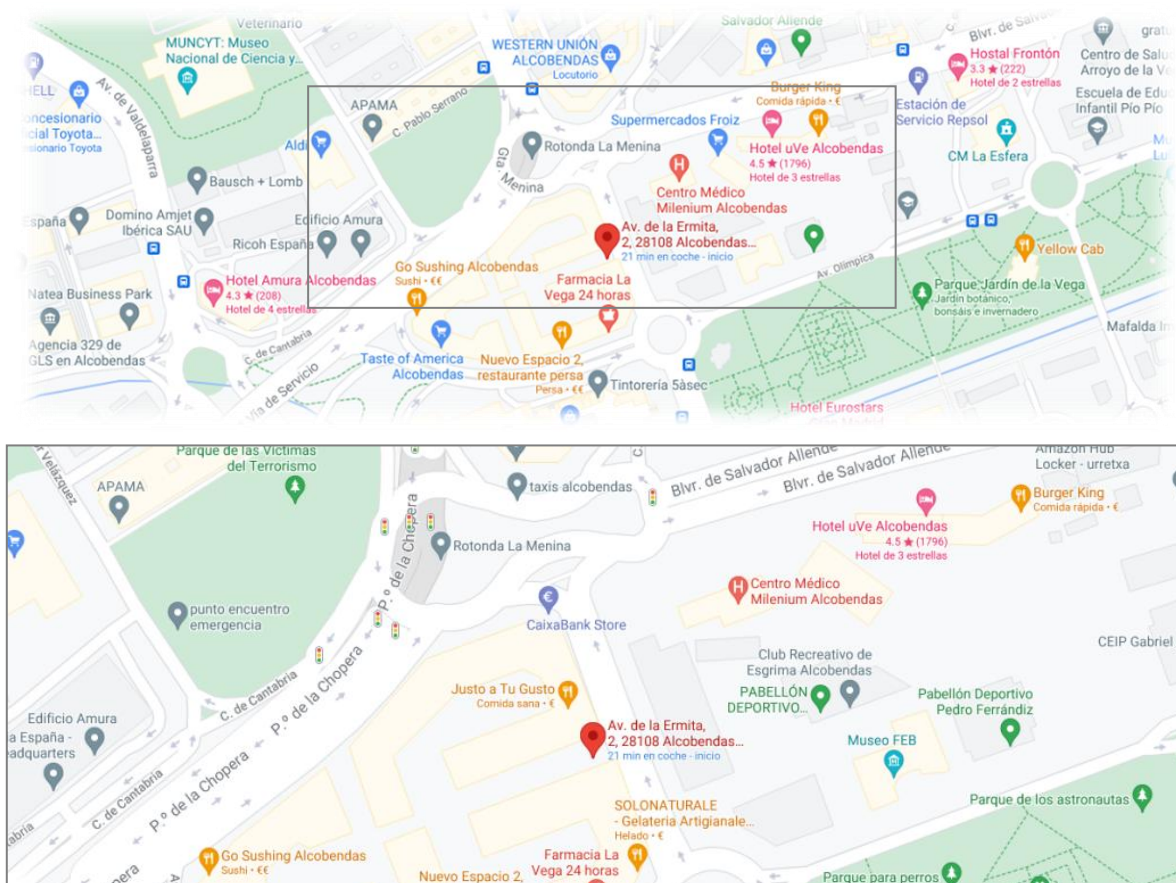
2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Localización o ubicación

La empresa se ubicará en la Avenida de la Ermita, 2 en el Distrito Arroyo de la Vega, La Moraleja, en la zona norte de Madrid.

Es una zona, de clase alta, cerca de una autopista, tenemos estaciones de metro cercanas (la moraleja) (estación de marques de la Valdavia)

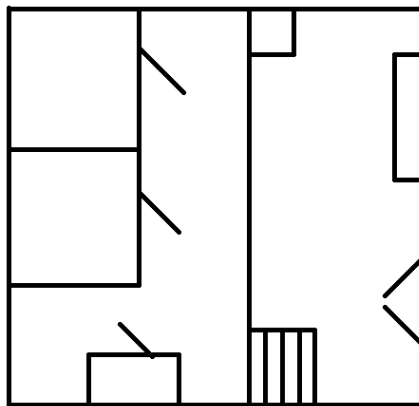
- Tenemos también muchos gimnasios al rededor, son gente que se cuida mucho más y le da bastante mas importancia a la calidad de la alimentación que al precio.
- Nos encontramos con bastantes colegios e institutos cerca de nuestro local, así las familias pueden acercarse a comprar la comida antes de recoger a sus hijos.
- No encontramos mucha competencia al ver que no hay ningún tipo de supermercado, centro comercial y empresas grandes de nuestro tipo de negocio.
- Hay un negocio de pilates y bienestar justo al lado, con el que podríamos negociar para compartir clientes



Lo mejor sería alquilar, ya que nuestra idea es crecer y poder desarrollar más empresas en diferentes locales, y trasladarnos a oficinas para mayor control de la empresa y sus características laborales y económicas

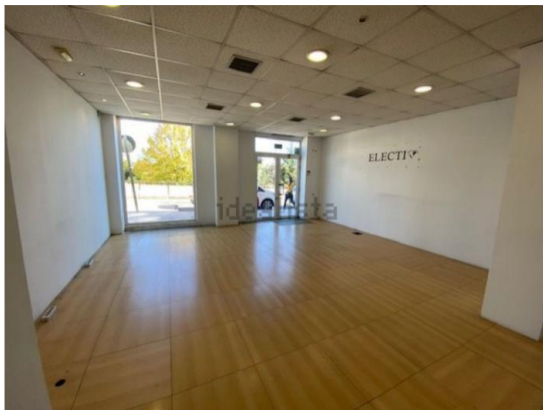
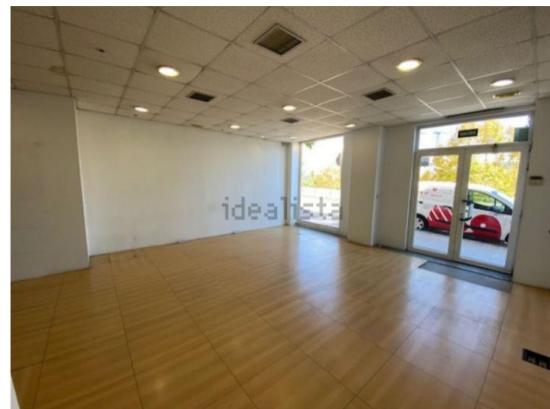
El local se alquilará debido al alto precio de los locales a la venta.

El plano del local elegido es aproximadamente el siguiente, ya que no nos proporcionan un plano en la página web



En la página web hay algunas fotos del inmueble





2.2. Obtención de información:

Para la obtención de datos de la zona se ha hecho una encuesta con las siguientes preguntas:

1. Si hubiera una tienda de comida ecológica con productos naturales y para personas con alergias en tu barrio, ¿lo consideraría necesario?
2. En caso afirmativo, ¿utilizaría este servicio?
3. ¿Y algún conocido?
4. ¿Qué tipo productos compraría?
5. Si hubiera charlas sobre promoción de la salud, ¿asistiría?

Nº pregunta	SÍ	NO	NS/NC	total
1	75	37	25	137
2	58	8	9	75
3	65	2	8	75
4	43	20	12	75

2.3.- Datos estudio de mercado:

Cliente objetivo: personas mayores de 30 años, deportistas o que se cuidan, favorablemente con familia, clase alta

- Por qué lo compra: gracias a su estatus de vida puede permitirse comprar alimentos con una calidad superior a la competencia y un precio no tan accesible.

Productos sustitutivos: productos cárnicos de centros comerciales

Competencia: no hay competencia cerca

Proveedores:

- Carnes: Ganadería López Morales
- Verduras: Gonserbio
- Frutas: Gonserbio
- Panadería: pastelería Grosella (productos al día)

3. PLAN DE MARKETING

3.1. PRODUCTO

Productos de alimentación ecológicos y de bienestar animal

3.2. PRECIO

El precio se determinaría en función del precio del proveedor más un porcentaje de beneficios que se debería estudiar en función del margen de beneficios que queramos obtener

La lista de precios dependería de que productos en concreto podríamos adquirir.

3.3. DISTRIBUCIÓN

En un principio solo tendríamos tienda física, pero con el tiempo también tendríamos tienda on-line.

3.4. PROMOCIÓN

Al tener espacio para escaparate podríamos poner uno, además de promocionarnos por el barrio y por redes sociales, posteriormente también con la página web

4. ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA Y TRÁMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA

4.1.- Decisión y justificación de la elección de la forma jurídica: indicando nº socios y capital aportado cada uno.

Se ha decidido crear una sociedad limitada porque es la más rápida y barata de crear. Seríamos dos socios y aportaríamos 5.000€ cada uno, 10.000€ en total.

4.2.- Trámites para la puesta en marcha según la forma jurídica elegida

Para poder iniciar los trámites tendríamos que crear una cuenta bancaria y hacer las transferencias a esa cuenta. Todo el dinero que necesitemos para la empresa lo sacaríamos de esa cuenta.

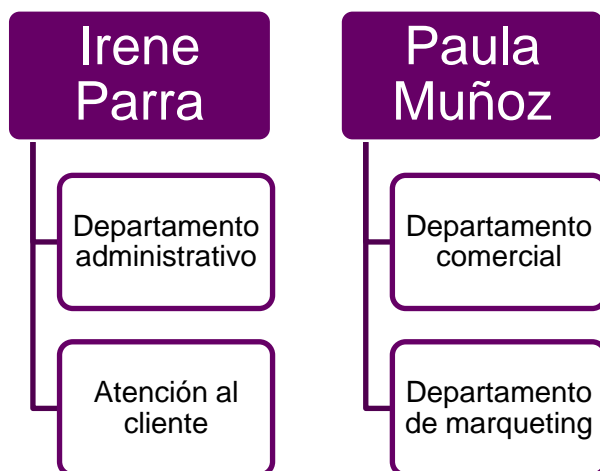
5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.1.- Cuadro plan de Recursos Humanos

Al principio no se contratará personal.

5.2.- Planificación y organización de la Prevención de Riesgos Laborales

5.3.- Organigrama



6. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN

6.1. Cuadro Plan de Inversión

Irene Parra Segovia 5000€

Paula Muñoz Keuchakian 5000€

Materirial de limpieza

Guantes

Mascarillas

Neveras

Material de oficina

6.2. Cuadro Plan de financiación

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2017-2761>

Resolución de 21 de febrero de 2017, de la Dirección General de los Registros y del Notariado, por la que se aprueban los modelos de contratos de bienes muebles de uso general a que se refiere el artículo 10.1 de la Ordenanza para el Registro de Venta a Plazos de Bienes Muebles, aprobada por Orden de 19 de julio de 1999, y se autoriza al Registro de Bienes Muebles Central su digitalización.

7. PLAN DE VIABILIDAD ECONÓMICA

7.1.- Cuadro Plan de viabilidad para el 1º año de la empresa

8. CONCLUSIONES.