

Plan de negocio

Sección 1: La base de tu negocio

Nombre: María García Martín

Nombre del negocio: Panadería María

Número de teléfono: +34 208 123 891

Correo electrónico: mgarcia@panmaria.com

Página web: www.panaderiamaria.com

Descripción del negocio

La panadería María es un negocio nuevo, ubicado cerca de una calle principal de Cáceres, a poca distancia a pie de la estación de trenes y a corta distancia del campus universitario. En nuestro alrededor confluyen muchas calles importantes con numerosas paradas de autobuses. Esperamos atraer a muchos clientes, desde las personas residentes de la zona hasta los que pasan con prisa hacia sus destinos.

Tenemos el proyecto de crear una cafetería con espacio para servir café y sándwiches hasta a veinte clientes a la vez. También ofrecemos café y sándwiches para llevar y wi-fi gratis.

La inversión principal procede de nuestros fondos personales, un préstamo del banco Santander y una cantidad recogida a través de una campaña de crowdfunding. La compañía tiene como objetivo incrementar sus ingresos desde 235.000 a 440.000 € en los próximos 3 años, con unas ganancias de 90.000 € al año.

Como empresa, somos conscientes del efecto regenerador dentro de un área en la cual se ha invertido muy poco. Nuestro objetivo social es que toda la gente residente en las cercanías pueda beneficiarse de esta renovación económica; para ello estableceremos relaciones con varios socios locales para aumentar la confianza en nuestra empresa. También contrataremos a un aprendiz, quien a su vez transmitirá sus conocimientos al Instituto de Educación Secundaria Valle de María. Adicionalmente ofreceremos con regularidad cursos de panadería y pastelería, basados en el principio de que cada alumno pagará lo que realmente pueda. Daremos visibilidad a estos cursos a través del centro comunitario.

¿Qué producto o servicio vas a vender?

Ofreceremos bizcochos, galletas, sándwiches, café, té y otras bebidas no alcohólicas de alta calidad. También suministraremos tartas para celebraciones, bodas y fiestas.

Como parte de los cursos de panadería y pastelería, animaremos a la gente a hornear su propio pan con ingredientes sanos y asequibles.



Plan de negocio

Sección 2: Identificando la necesidad

¿Qué necesidades has identificado?

Nos preocupamos por el efecto regenerador del área y deseamos crear un espacio para toda la comunidad. Parece que en esta área solo se puede elegir entre almacenes de grandes superficies que ofrecen productos baratos o cafeterías de alto estándar para los más adinerados. Gracias a nuestra única ubicación, cerca de la estación de trenes, creemos que podremos combinar por un lado a clientes de alto estándar en camino a sus trabajos y por otro lado a los habitantes de las viviendas de protección oficial, ofreciendo productos básicos y premium, empleando ingredientes de buena calidad y harina no procesada.

¿Tu idea puede cubrir un hueco dentro del mercado, o estás vendiendo un producto o servicio ya existente?

Existen muy pocas panaderías que se dirijan a toda la comunidad. Esperamos que a través de los cursos de panadería subvencionados e invitando a grupos locales para que utilicen nuestro espacio para eventos o como galería, lograremos establecer un ambiente agradable y acogedor.

Además nos distinguiremos por la oferta de productos sin gluten y sin lactosa.

¿Quiénes son tus clientes? ¿Cómo sabes quiénes son?

Nuestros clientes serán personas que viajan en tren a diario entre sus casas y sus trabajos, profesionales jóvenes, madres jóvenes, habitantes de las viviendas de protección oficial y estudiantes del campus universitario.

¿Quiénes son tus aliados? ¿Cómo te pueden ayudar?

Hemos estado trabajando junto con el IES Valle de María para crear un programa de prácticas. Durante un año, un aprendiz podrá realizar sus prácticas con nosotros, con la opción de continuar después el programa.

La asociación local de inquilinos y habitantes, que gestiona el espacio comunitario, se ha comprometido a ayudarnos a dar visibilidad a nuestros cursos de panadería y pastelería. Esperamos que esta colaboración nos ayude a afianzar nuestra marca y a atraer clientes provenientes de las viviendas de protección oficial.

También colaboraremos con las asociaciones locales de voluntarios, que ofrecen talleres de terapia a través del arte, ofreciéndoles nuestra panadería como galería para las obras creadas.

¿Quiénes son tus competidores?

Hay panaderías y cafeterías en la cercanía que ofrecen productos similares (pero no idénticos).

- Panadería La Calle
- Panadería artesana El Balcón
- Cafetería Tu momento (catering sobre todo dirigido a estudiantes. Venden sándwiches y pastelería)



Plan de negocio

Si alguien más vende el mismo producto/servicio que tú, ¿cuánto cobran? ¿Dónde está ubicado tu negocio?

- Panadería La Calle vende sándwiches a 1 € - 2,50 €, té a 0,80 € y café a 1,20 €.
- La panadería artesana El Balcón, vende sándwiches a 4 € - 6 €, té a 1,50 € y café a 2,50 €.

Sección 3: Factores de éxito

Describe a tu cliente habitual.

Gracias a la investigación de mercado hemos identificado cinco tipos de clientes:

Persona que viaja con prisas entre su hogar y su puesto de trabajo: nos visitará por las mañanas, buscando café, desayuno o sándwich. Un servicio amable y eficiente es la clave. Seguramente va a comparar la calidad del producto con el servicio recibido y no volverá si no estamos a la altura de sus expectativas.

Joven profesional o estudiante: nos visitará durante todo el día, atraído por la calidad del café, té y pastelería, los precios competitivos y el *wi-fi* gratis.

Empleado de negocio local del sector de servicio: nos visitará en la segunda mitad de la mañana. Espera una calidad constante, precios competitivos y servicio fiable.

Residente local, quizás jubilado, o **madre joven.** Estarán atraídos por un ambiente amable y la oportunidad de charlar con otros clientes.

Persona que ha asistido a unos de nuestros cursos de panadería y pastelería: esperamos que los que hayan asistido a nuestros cursos se conviertan en nuestros fieles clientes.

¿Cuáles son las razones de tus clientes para comprar tu producto/servicio?

Creemos que la combinación entre la amabilidad, el servicio eficiente, la calidad de los productos, los precios competitivos y el sentimiento de pertenencia a una comunidad se conviertan en la base para nuestros clientes.

¿Por qué van a ir a tu negocio en vez de ir a los de tus competidores?

El credo de nuestro negocio se define por los tres valores base:

Calidad: Nos comprometemos a utilizar ingredientes de alta calidad.

Precios competitivos: Nuestros productos reflejan la diversidad de nuestra comunidad con una estructura de precios acorde con los demás negocios cercanos, incluidos productos de alto estándar.

Comunidad: Nos esforzamos en crear un negocio de carácter abierto y amable para clientes de todo tipo, que sientan que nuestros productos están hechos para ellos. El ambiente debe ser abierto y acogedor. La atención al cliente debe ser nuestra prioridad. Nuestros empleados de cara al público deberán ser eficientes y amables.



Plan de negocio

¿Cuál es tu argumento de venta?

Nuestro argumento de venta es nuestro principio de que un negocio debe ser parte de la comunidad. Esto tiene que estar reflejado en la presencia de nuestros empleados, la calidad de los productos, nuestros cursos comunitarios y nuestro compromiso para con el programa de aprendices.

Gracias al énfasis constante que pondremos en la calidad y la atención al cliente, confiamos en construir nuestra clientela base.

¿Cómo aseguras que tu negocio sea rentable? (Considera tus precios de venta en relación con los gastos del negocio).

Con el objetivo de crear un negocio rentable, necesitamos asegurar que todos los aspectos del negocio sean de éxito. La cafetería ofrecerá un crecimiento constante y responsable (con el desarrollo de la zona habrá un incremento en el número de personas que viajarán entre sus hogares y sus puestos de trabajo). Sin embargo, debido a que la panadería ocupará la mayor parte del espacio físico, no nos será posible ampliar la cafetería. Necesitamos centrar nuestro potencial de crecimiento en las ventas a otros negocios y el catering para eventos.

Sección 4: Marketing de tu negocio

¿Por qué canales conocerán tus potenciales clientes los productos o servicios que vendes?

Nuestro énfasis en la calidad y los precios competitivos asegurará nuestra reputación, que confiamos que se divulgue “de boca a boca”.

Aunque lanzaremos campañas de ventas con el objetivo de llegar a más clientes, nuestro marketing se hará principalmente a través de Twitter, Instagram y Facebook.

En caso de que el producto/servicio sea totalmente nuevo, ¿cómo van a identificarlo como una necesidad personal o de la comunidad?

Como panadería venderemos un producto básico. Sin embargo, esperamos promocionar las ventajas del uso de productos no procesados y orgánicos, igual que el valor añadido del “comercio justo” e ingredientes de fuentes de origen ético a través de etiquetado especial.

¿Cómo vas a comercializar tu negocio?

Nuestra promoción se hará mayoritariamente a través de las redes sociales, principalmente Twitter, Facebook e Instagram.

Ofertas online y ventas se promocionarán a través de nuestra páginas web y una revista online.

¿Cuánto va a costar?

Tenemos un presupuesto limitado para el marketing.

Hemos destinado 2.500 € a la promoción de eventos (campaña de estreno, y promoción de productos gratis) más los materiales de marketing.

La promoción a través de las redes sociales no tiene costes.

Utilizaremos al principio un blog como nuestra página web. Esperamos que con 500 € podremos contratar un diseñador de webs simpático que nos diseñe el logo y la presentación del negocio en el blog.



Plan de negocio

Sección 5: Los objetivos de tu negocio

Utilizando la información de las secciones 1 – 3, describe los objetivos de tu negocio.
El objetivo del negocio para el primer año es ser solvente y crear una clientela estable. Para el segundo y tercer año nuestro objetivo es incrementar nuestras ganancias en 9.000 €/año.

Queremos lograr un alto nivel de satisfacción de cliente, medido por:

- Las observaciones de nuestros clientes recibidas a través de formularios de satisfacción, después de cada evento organizado.
- Encuestas entre nuestros clientes ofrecidas por nuestra página web.
- Encuesta anual entre clientes durante la competición culinaria.

Los objetivos claves se centrarán en la calidad, amabilidad y eficiencia.

- Pretendemos que la calidad sea una constante durante todo el proceso de crecimiento.

Sección 6: Economía del Bien Común

¿En qué manera tu negocio aportará algo a la comunidad? ¿Cuál será el impacto sobre la comunidad?

Somos conscientes de querer abrir el negocio en un área en la cual hasta ahora se ha invertido muy poco y en la que la inducción de nuevo dinero no siempre es vista con buenos ojos (principalmente porque una regeneración con frecuencia lleva a incrementos en los precios y alquileres).

Esperamos que nuestro negocio solo conlleve los beneficios propios de la regeneración. Hemos preparado varias actividades para que se nos vea como parte de la comunidad:

- Política de precios competitivos.
- Nuestro programa de aprendices, con el objetivo de contratar gente de la localidad.
- Cursos de panadería y pastelería, dirigidos a la comunidad, basados en el principio “paga lo que puedas”.
- Nuestra política de igualdad y diversidad asegurará el contratación de personal local y representará la diversidad del barrio.

Sección 7: Logística, gastos y ganancias

¿Cómo vas a producir tus productos/servicios?

El pan y la pastelería se van a hacer in situ.

El café y el té se harán en el momento en la cafetería.

Plan de negocio

Proveedores

- Cooperativa de productores del Café del Mundo, Madrid.
- Fairtrade Ibérica, Madrid.
- Harinas ecológicas online.
- Regent Tea, Reino Unido.
- Distribuidora de Alimentos, Madrid.
- Cooperativa Disfruta&Verdura, Cáceres.

Las razones para la elección de los proveedores

Harinas ecológicas online es nuestro proveedor ecológico de harina y tiene un servicio de distribución y entrega fiable. Respeta y fomenta el consumo de una gran variedad de harinas para preservar la diversidad del cultivo.

Fairtrade Ibérica es una empresa de venta de jamón dentro de la filosofía de Comercio Justo. Compra directamente a los ganaderos españoles sin utilizar los intermediarios.

Regents Tea vende el té al por mayor y a granel. Compra directamente a los proveedores y productores de té orgánico. Tenemos capacidad de negociación con ellos con el objetivo de que se conviertan en nuestro proveedor principal.

Distribuidora de Alimentos es una cooperativa de distribución de alimentos. Compran directamente a los productores locales y nacionales respetando las reglas de Comercio Justo.

Cooperativa Disfruta&Verdura es una cooperativa local. Tenerlos como proveedores reforzará nuestra relación con agentes locales.

Términos y maneras de efectuar los pagos

Como negocio nuevo, estamos obligados a pagar a los proveedores de Fairtrade Ibérica, Regent Tea y Harinas ecológicas online, en el momento de recibir el pedido. Los pagos se realizarán por transferencia bancaria.

Todas las demás compras serán pagadas en metálico.

¿Cómo van a llegar tus productos a tus clientes?

Compra directa en la panadería y la cafetería (barras de pan, bizcochos, café, té, etc.).

Entrega en bicicleta a los restaurantes y otros negocios locales.

Entrega en coche para otros pedidos (pedidos grandes o pedidos a domicilios a larga distancia de nuestro negocio).

Sección 8: Organización interna

Estructura organizacional (Trabajadores)

Dos directivos (gerente y asistente gerente).

Dos asistentes de cocina a tiempo completo.

Un aprendiz de barra.

Un encargado de entrega y mantenimiento.

Dos responsables de cocina a tiempo completo.

Dos trabajadores de cocina a tiempo parcial.

Gastos relacionados con tu negocio

Total gasto de personal: 115.000 €/año (incluidos la Seguridad Social y el IRPF).



Plan de negocio

Alquiler o compra del local

22.800 €/año para el alquiler, incluidos los impuestos locales y comerciales.

Equipamiento

Dos hornos Turbofan: 10,000 €.
Mesa para la elaboración de alimentos: 800 €.
Nevera: 700 €.
Moldes: 300 €.
Molinillo de café: 200 €.
Máquina de café: 550 €.
Platos, vasos, mantelería y cubertería: 450 €.
Equipamiento de cocina (ollas, cuchillos, etc.): 600 €.
Lavaplatos: 220 €.

Transporte

Bicicleta Pashley de segunda mano para la entrega: 450 € (incluido mantenimiento).
Mantenimiento de la bicicleta: 100 €.
Mensajería: 1550 €/año.
Gastos del coche (mantenimiento, impuestos y seguro): 1500 €

Otros gastos

Decoración de la tienda: 20.000 €.
Utilidades/teléfono: 4000 €/año.
Teléfono fijo: 500 €/año.
Marketing de apertura: 2000 €.
Marketing folletos: 500 €/año.
Diseño página web: 500 €.
Mantenimiento y host de la página web: 200 €/año.
Software para contabilidad: 1200 €.
Asesoría: 300 €.
Pago del préstamo: 3300 €/año.

Gastos personales (¿cuánto dinero necesitas para sobrevivir?)

Alquiler: 12.000 €/año.
Comida: 1800 €/año.
Ropa: 300 €/año.
Transporte: 500 €/año.
Otros (tiempo libre): 1000 €/año.
Vacaciones: 500 €.
Seguro
800 €/año.

Estrategia de precios

Gasto por unidad

Café solo:	0,14 €.
Café americano:	0,22 €.
Café con leche:	0,22 €.
Espresso:	0,22 €.
Cappuccino:	0,22 €.
Té normal:	0,80 €.
Té especial:	1,40 €.
Barra de pan normal:	0,55 €.
Barra de pan especial:	0,60 €.
Barra de pan con semillas:	0,70 €.
Baguette:	0,40 €.
Hojaldres:	1 €.
Sándwiches:	1 - 2 €.

Precio por unidad

Café solo:	1,20 €.
Café americano:	1,50 €.
Café con leche:	1,50 €.
Espresso:	1,50 €.
Cappuccino:	1,80 €.
Té normal:	1,00 €.
Té especial:	1,20 €.
Barra de pan normal:	1,50 €.
Barra de pan especial:	2,20 €.
Barra de pan con semillas:	3,00 €.
Baguette:	1,50 €.
Hojaldres:	2,20 €.
Sándwiches:	2,50 - 3,50 €.

Ganancia

Promedio de ventas estimadas:

Pan: 120 unidades/día.
Café: 220 unidades/día.

Té: 40 unidades/día.
Pastelería/
sándwiches: 20 - 50 /día.