



UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Grado en Administración y Dirección de Empresas

ASIGNATURA: “Trabajo de Fin de Grado”

CURSO: 4º (2020/2021)

PLAN DE NEGOCIO

“Happy Eat”

Tutor: Ramón Miralles Soler

Alumna: Natalia Martínez Gómez

INDICE

1. Resumen ejecutivo.	pág.: 3
2. Modelo de Negocio.	Pág.: 6
3. Equipo promotor del negocio.	Pág.: 9
4. Introducción y descripción de la empresa y negocio	Pág.: 9
5. Análisis de mercado y competencia	Pág.: 11
6. Plan de Marketing	Pág.: 24
7. Plan de Operaciones	Pág.: 33
8. Plan de Organización y Recursos Humanos	Pág.: 37
9. Plan Económico financiero	Pág.: 42
10. Estructura legal.	Pág.: 44
11. Calendario de implantación.	Pág.: 45
12. Valoración de riesgo y conclusiones	Pág.: 47
13. Anexo.	Pág.: 48
14. Bibliografía.	Pág.: 49

1. Resumen ejecutivo

El objetivo de este plan de marketing es desarrollar un nuevo establecimiento de comida vegana y saludable, llamado "Happy Eat", estará ubicado en Elche más concretamente en la zona de la Universidad Miguel Hernández, zona estratégica ya que este negocio va a ir orientado a un público joven: los estudiantes.

En los últimos años ha crecido la demanda de productos veganos y con ello un aumento de personas que prefieren llevar una alimentación vegetariana/vegana, es decir sin ningún consumo de productos que procedan de animales. El movimiento que conocemos como "veggie" nació en el año 1944 de la mano de Donald Watson, en una reunión que organizó con su mujer Elsie Shrigle y cuatro compañeros más en la cual decidieron que tenía que diferenciarse de los vegetarianos y crear un nuevo nombre para los veganos, y es en este momento cuando nace el nombre y el termino que conocemos a día de hoy como "veganos",

En la actualidad celebramos el día mundial del veganismo el 1 de noviembre, esta fecha no es aleatoria sino que coincide con que ese mismo día pero en el año 1944 se publicó por primera vez el primer número de "The Vegan News", y Donald Watson, Elsie Shrigley y algunos compañeros crean la sociedad vegana "The Vegan Society", la cual contaba con apenas unas docenas de miembros. A partir de este momento, el movimiento vegano se convierte en un movimiento ético, político y social que vela por los derechos de los animales, pero no es hasta 1986 cuando la palabra vegan es incluida en el Oxford Dictionary: "aquella persona que se abstiene de consumir cualquier producto de origen animal: vegetariano estricto".

El motivo por el que voy a llevar a cabo este plan de negocios es debido a que cada vez tenemos más necesidad de comer de manera saludable y sin hacer daño a los animales y/o medioambiente. En las grandes ciudades encontramos una gran variedad de sitios donde poder disfrutar de estos servicios, pero en poblaciones más "pequeñas" nos es más difícil poder satisfacer estas necesidades, y es en Elche donde puedo sacarle un gran potencial a este negocios, ya que en esta localidad a pesar de encontrar algunos locales de

este índole no son muchos los que ofrecen el servicios, y con el añadido de que los que encontramos no están orientados a un perfil de estudiante el cual tiene unos ingresos bajos en comparación con el resto del mercado potencial. Es por ello que nos centraremos en ofrecer comidas para estudiantes con platos y menús adaptados a sus necesidades económicas, y además esperamos atraer a toda aquella gente (no solo estudiante) vegana/vegetariana de Elche que quiera probar nuestros platos.

Ofreceremos menús semanales, platos individuales, una vez a la semana prepararemos platos veganos/vegetarianos de diferentes partes del mundo. También serviremos repostería y postres con la misma orientación hacia un tipo de alimentación diferente y revolucionaria. Los menús contarán con primer plato, segundo plato, postre y bebida por un precio de 7.50 euros (los fines de semana este precio será de 8.50 euros). Los platos individuales rondarán entre los 2.50 euros y los 3.50 euros, dependerá del plato y los ingredientes. Y los platos vegetarianos de diferentes partes del mundo tendrán un precio único de 5 euros, bebida incluida.

Estos platos/menú estarán centrados en 2 nichos de mercado: veganos (alimentos que no contengan nada de sustancias animales), vegetarianos-vegetarianos ovolácteos (platos que no contengan nada de carne o pescado, pero algunos podrán contener huevo, leche y derivados.) En todos los platos nuestros clientes podrán ver que ingredientes han sido utilizados para su elaboración, de esta manera evitaremos confusiones y que nuestros clientes queden descontentes, y también evitar alergias e intolerancias.

Por lo que, voy a crear un restaurante para que los jóvenes (y no tan jóvenes) puedan descubrir una manera de comer más saludable y menos contaminante. Y aquellos que ya la conozcan puedan disfrutarla, ya que en casa a veces es difícil poder preparar estos platos cuando se es estudiante, debido al tiempo que conlleva y el precio de ciertos productos. De esta manera, nuestros jóvenes comerán de una manera sana y de calidad, sin necesidad de tener que comer productos procesados o insalubres.

Nuestra **misión** será la siguiente: Happy eat es un local de comida para poder comer allí y llevarse los platos a casa, la universidad, etc. Todo esto a un precio

competitivo y con platos de diferentes gustos y sabores. Un local donde los veganos y vegetarianos puedan disfrutar de su manera de comer encontrando un amplio abanico de sabores, sin necesidad de tener que cocinar por ellos mismos.

La **Visión** de Happy Eat es: posicionarse como uno de los mejores restaurantes de comida vegana/vegetariana de la ciudad de Elche, siendo el local de referencia de los jóvenes y veganos/vegetarianos de la ciudad, por la calidad de nuestros platos y servicio.

Valores:

- Ofrecer un servicio de calidad y con buena atención al cliente, y para ello estaremos en constante evolución para detectar posibles brechas y poder solventarlas, y seguir mejorando.
- Apostar por alimentos de calidad y autóctonos para cada uno de nuestros platos.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con el tipo de alimentación que han elegido (veganos y vegetarianos).
- Cuidar minuciosamente la elaboración de cada plato que realicemos para conseguir unos sabores inigualables.
- Cuidar el medio ambiente y no pertenecer al sector cárnico y con ello el sufrimiento animal que conlleva.
- Respetar y cuidar a nuestro clientes.

2. Modelo de Negocio.

2.1. Actividades Clave.

Nuestro principal servicio será la venta de comida vegana/vegetariana en el local tanto para consumir en él, como para poder llevarla a casa. Este servicio tiene como principal objetivo el satisfacer las necesidades de nuestros clientes y poder tener una fidelización constante y creciente con los consumidores.

Para poder llevar a cabo este objetivo, además del servicio que ofertamos, ofreceremos talleres de cocina en los cuales los clientes podrán inscribirse, bajo ciertas tarifas, para enseñarles recetas veganas y vegetarianas fáciles las cuales puedan preparar en casa y esto les motive a seguir avanzando y conociendo el mundo “veggy”.

2.2. Recursos clave.

La publicidad será sin duda el principal recurso clave que será utilizado a través de redes sociales (Facebook e Instagram), anuncios en radios locales, folletos que serán repartidos en las inmediaciones de la universidad y el centro de Elche y Centro Comercial, todo ello para poder llegar al mayor número posible de futuros clientes potenciales.

Sin duda, otro de los recursos clave que tienen este plan de negocio es sin duda su actividad, la comida saludable bajo el lema “vegana/vegetariana”, con ello lo que se pretende es diferenciarnos del resto de restaurantes “comunes” y a su vez de los ya existentes en este campo, a través del enfoque a los más jóvenes. Se pretende concienciar a la gente de la importancia que conlleva una alimentación no carnívora, no solo por el sacrificio animal sino también por efecto medioambiental que genera la industria cárnica.

2.3. Propuesta de valor.

Lo que diferencia Happy Eat del resto de locales es, principalmente, el poder disfrutar de una buena comida rica, saludable y económica.

Contaremos con “diseños” de platos, en los cuales intentaremos conquistar a nuestros clientes por la vista y el estómago. Para ello decoraremos los platos

para que parezcan más apetecibles y dan ganas de probar nuevos sabores. Es un valor añadido que no tiene coste alguno, ya que la decoración será bonita pero no conllevará un proceso costoso por parte del cocinero y/o camareros.

Contaremos con tarjetas de visitas para desayunos y meriendas, las cuales serán selladas por el personal cada vez que un cliente consuma uno de estos dos servicios, y una vez haya desayunado y/o merendado con nosotros diez veces, el servicio número 11 será a cargo de Happy Eat.

Se pretende que nuestro local sea “cómodo”, es decir, que los clientes se sientan un poquito como en casa; que puedan estar con sus pc, libros...mientras disfrutan de su comida. No podemos olvidar que nuestros clientes potenciales son jóvenes los cuales a día de hoy viven pegados a sus pantallas bien sea por temas de trabajo o estudios, o que su único momento de descanso es en la comida.

2.4. Relación con los clientes.

La relación con los clientes se llevará a cabo, principalmente, en el local, con una atención personalizada acompañada de una sonrisa y amabilidad, explicando siempre que sea necesario los diferentes ingredientes que llevan los platos por los cuales pregunten los clientes.

Además les animaremos a que nos pongan reseñas en nuestra página de Facebook, Instagram y TripAdvisor. Para poder ver y analizar qué puntos se deben de mejorar, e inmediatamente trabajar en ello, y que es lo que más gusta a los clientes para no dejar de ofrecerlo.

También tendrán a su disposición un correo electrónico en el cual nos podrán hacer llegar sus quejas, reclamaciones, reservas, valoraciones, etc.

Contaremos con descuentos para estudiantes de universidad y promociones para atraer nuevos clientes, y fidelizar a los ya existentes.

2.5 Canales.

Los canales por los que se podrá conocer a HAPPY EAT y los que utilizará son: la tienda física (ubicada en Elche, próximo a la universidad Miguel Hernández), teléfono fijo y móvil, WhatsApp y redes sociales (Facebook e Instagram).

2.6. Segmento de clientes.

El cliente potencial o el segmento en el que va a centrarse HAPPY EAT es, un cliente joven, sin experiencia en cocina, el cual estudia fuera y tiene que “cocinarse” para él. Además de aquellas personas veganas y vegetarianas de la ciudad de Elche y alrededores que no encuentran un sitio donde poder disfrutar de sus preferencias culinarias a un precio para todos.

Ofreceremos un servicio personalizado para aquellas personas celiacas e intolerantes a ciertos alimentos, este servicio será con previo aviso.

2.7. Fuente de ingresos.

La principal fuente de ingresos provienen del servicio de hostelería, es decir, y principalmente del servicio de comida y cenas. Otra pequeña parte de los ingresos vienen de los desayunos, almuerzos y meriendas. Y finalmente y la parte más pequeña que reparta algo de ingresos son los talleres que se realicen en el local de preparación de platos veganos y vegetarianos.

Contaremos con un servicio de comida rápida, para que el cliente pueda venir, pedir y llevarse su comida en el momento sin esperar (esto se dará sobretodo en productos fríos o que puedan calentarse sin perder sabor).

Los medios de pago serán tanto en efectivo como en tarjetas de crédito y/o débito.

2.8. Estructura de costes.

Los costes con los que se encontrará HAPPY EAT son: el alquiler del local, personal de cocina y camareros, coste de proveedores y suministros de los mismos, deudas con entidades de créditos (se solicitará un préstamo para poder poner en marcha el local) y demás deudas; costes asociados a la apertura del local como pueden ser la licencia de apertura, cursos de manipulación de alimentos para los empleados, alta de suministro de luz , agua y gas, gastos en publicidad, y gastos propios del local (limpieza, utensilios...)

3. Equipo promotor del plan de negocio.

El equipo promotor que ha hecho posible la creación de HAPPY EAT está formado por una única persona y por tanto administrador único del negocio.

Esta persona es Natalia Martínez Gómez graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Miguel Hernández de Elche, cuenta con una gran experiencia en la llevanza de la contabilidad de grandes empresas y a su vez la realización de impuestos.

Después de varios estudios, analizar el entorno y los gastos que conllevará poner en marcha este plan de negocio, se llegó a la conclusión de que es viable su apertura.

4. Introducción y descripción de la empresa y negocio.

La empresa HAPPY EAT como ya hemos mencionado anteriormente estará ubicada en las inmediaciones de la Universidad Miguel Hernández de Elche, el lugar esta elegido estratégicamente para atraer a todos aquellos estudiantes que alquilan viviendas por dicha zona, además de todos los jóvenes que viven y se mueven por la localidad.

La definición que podemos darle a HAPPY EAT es: Restaurante de comida vegana y vegetariana para todos los bolsillos.

Las características técnicas con las que contará el local donde se ubicará HAPPY EAT estará compuesto por una planta, donde se ubicará la cocina, barra y sala. También contaremos con una pequeña terraza para que nuestros clientes puedan disfrutar de sus platos al aire libre.

Las necesidades que se pretenden cubrir con este plan de negocio es ofrecer unos menús/platos saludables para todos los públicos pero en especial a la gente más joven (estudiantes) y con un nivel adquisitivo medio/bajo. Además de “enseñar” a cocinar y recetas nuevas con los talleres que cocina vegana y vegetariana que se llevarán a cabo en el negocio.

La ventaja comparativa más llamativa de este plan de negocios es que ningún establecimiento de comidas veganas y vegetarianas ofrece un precio medio/bajo en sus platos, ya que como es un campo de nueva creación los restaurantes y/o bares que ofrecen este tipo de servicio ofrecen productos con un precio elevado que no todo el mundo puede permitirse, es por ello que ofreciendo lo mismo a un precio más bajo podemos atraer a todas aquellas personas que disfruten de un modo de vida y alimentación diferente sin dañar a los animales y el medioambiente.

Happy Eat contará con un logo el cual estará visible en la entrada del local, en las tarjetas de visita, servilletas y en todas nuestras redes sociales.



(Logo creado por Natalia Martínez Gómez)

5. Análisis del mercado y la competencia.

El objetivo principal de este punto/apartado es demostrar la viabilidad que tendrá poner el proyecto HAPPY EAT, durante su vida.

Para poder explicar esto, es necesario, en primer lugar, determinar el ámbito geográfico al cual va dirigido la oferta del negocio (Elche, zona Universidad Miguel Hernández), para ello debemos identificar las variables estructurales que condicionan el entorno elegido, cuantificaremos el mercado potencial para ello agruparemos el mercado en diferentes grupos homogéneos o segmentos con un mismo perfil, dividir los segmentos en nichos de mercado, y seleccionar los nichos en los que interesa posicionar a HAPPY EAT, y finalmente se calculará su demanda potencial para poder saber la viabilidad del negocio.

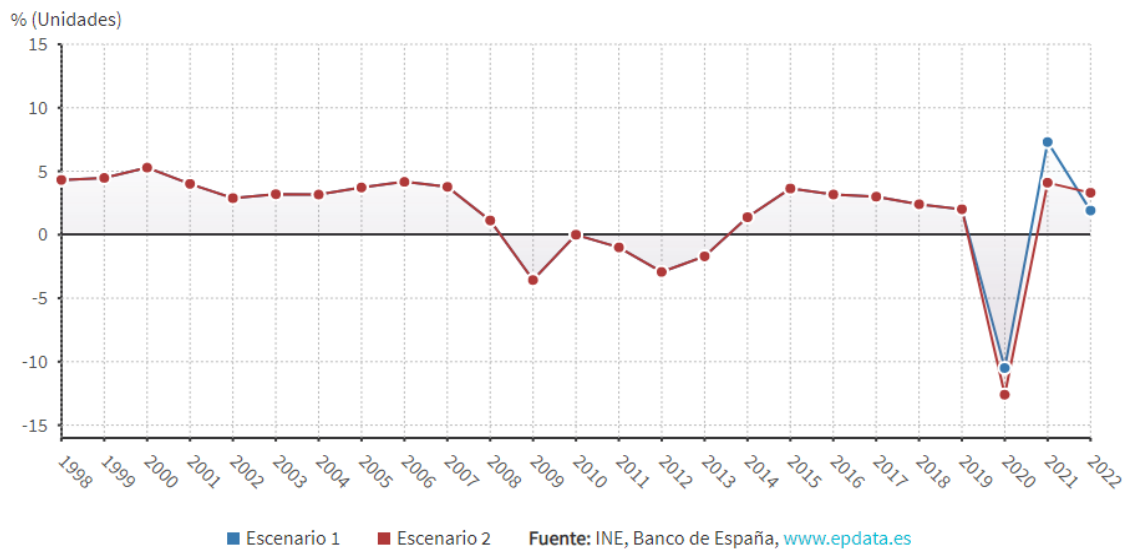
Para ello analizaré las motivaciones y el comportamiento de nuestros futuros clientes así como también sus necesidades, para ello me centraré en las carencias y oportunidades del sector elegido para desarrollar el proyecto.

5.1. Entorno: situación económica actual.

Actualmente estamos viviendo una situación económica muy difícil debido a la epidemia del Coronavirus. Actualmente el Banco de España ha empeorado sus previsiones económicas por el repunte que estamos sufriendo por lo que descarta una pronta recuperación en el último trimestre del año. Prevé que la economía española registre una caída de entre el 10.5% y el 12.6% en el cómputo anual, a su vez se pronostica un empeoramiento de crecimiento en el próximo año 2021.

Previsiones del Banco de España sobre la evolución de la economía española en 2020, 2021 y 2022

Realizadas en septiembre de 2020



A pesar de los datos que nos ofrece la economía en la actualidad voy a centrarme en un entorno en el que no haya variables como la pandemia que estamos sufriendo actualmente, por lo que estudiaré sobre los datos obtenidos en 2019.

España todavía se encuentra sumergida en una recuperación intensa desde la crisis iniciada el pasado año 2008. A pesar de ello se cerró el año 2019 con un crecimiento de la economía del 2%.

El sector servicios en España creció en diciembre hasta los 54.9 puntos debido al aumento de los pedidos, la contratación de personal y la confianza depositada en el futuro. En definitiva, el sector servicios cerró el año 2019 en España de manera positiva tras registrarse en diciembre su mayor crecimiento en meses.

La economía española elevó su ritmo de crecimiento durante su primer trimestre en 2019, bajo un contexto de incertidumbre y volatilidad a nivel mundial.

El PB español registró un crecimiento en el cuarto trimestre de 2019 de un 0.5% con respecto al mismo trimestre del pasado año, en termino de volumen.

Esta tasa en una décima superior a la registrada en el tercer trimestre del mismo año.

En lo que respecta al empleo, en cuanto a puestos de trabajo a tiempo completo, se incrementaron un 0.9%, ocho décimas superior a la del tercer trimestre de 2019.

En términos interanuales, el empleo presenta un crecimiento del 2%, lo que supone un incremento de 358 mil empleos equivalentes a tiempo completo, en el sector servicios, el empleo aumenta cinco décimas su crecimiento interanual respecto al trimestre anterior, llegando hasta el 2.4%.

En 2019, hemos apreciado una creciente diversidad política en España, uno de estos nuevos partidos se declina por luchar por los derechos de los animales y su protección, así como impulsar y transmitir los beneficios de una alimentación vegana/vegetariana.

Dentro de este nuevo movimiento, encontramos un perfil de personas más jóvenes, con estudios, que ven necesarios un cambio en nuestra rutina alimentaria y la protección animal.

5.2 Factores de competitividad de entorno.

HAPPY EAT nace de la falta de locales de comida para personas que deciden alimentarse de una forma diferente, o lo que es lo mismo, sin hacer daño y matar animales. Para poder desarrollar nuestra ventaja competitiva, mencionada en puntos anteriores, nos encontramos ante distintas variables externas, como pueden ser: el ámbito geográfico, la situación económica, la educación, etc.

Como ya he dicho en el punto anterior, está en auge las políticas de protección animal y sus derechos, incentivando una alimentación sin consumo animal ni nada que provenga de estos. Es por esto, y por la falta de locales orientados a personas veganas y vegetarianas, que he apostado por entrar en un mercado en crecimiento, a pesar de ser del sector de la hostelería, la diferenciación es

elevada ya que no encontramos locales de este estilo, y los que encontramos tienen un precio elevado.

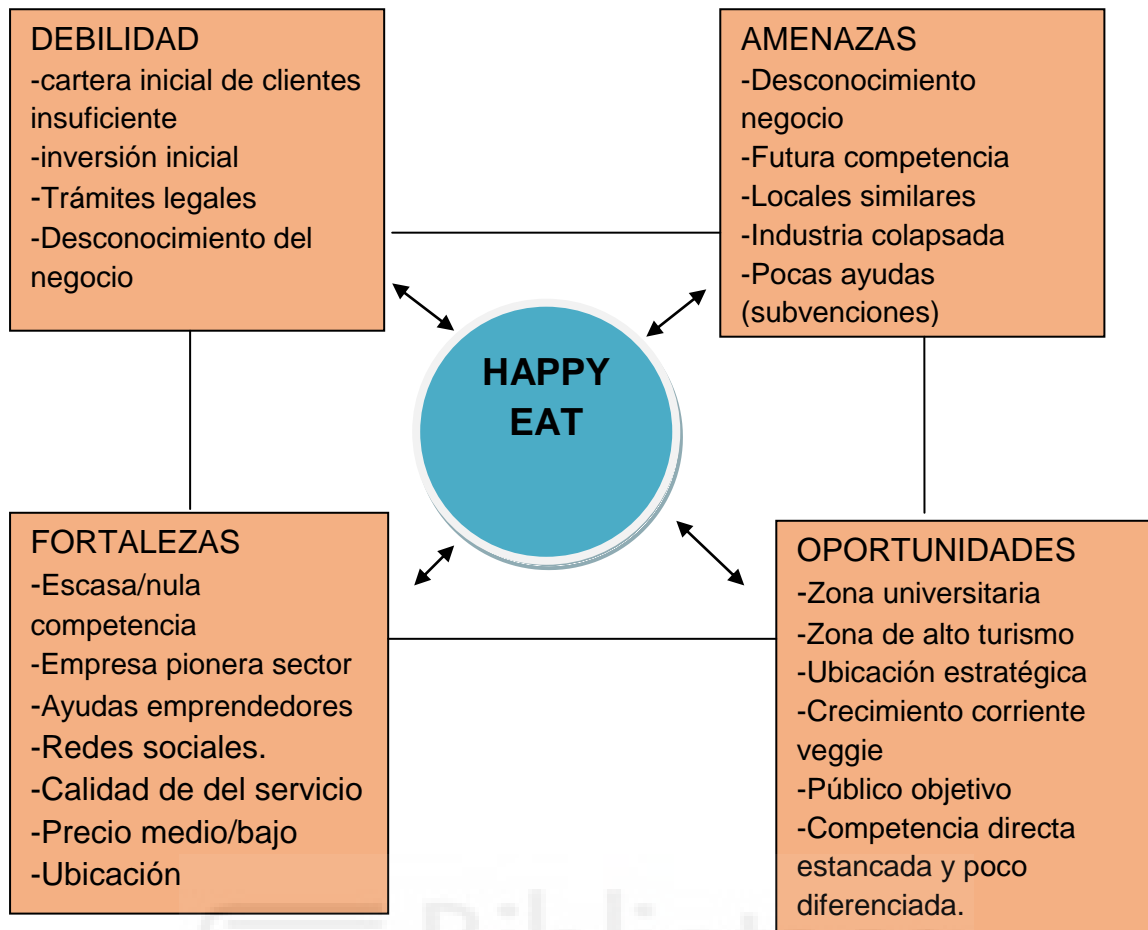
Este hecho apunta a que aquellas personas que quieren y tienen una alimentación sin consumo animal puedan llegar a ser clientes potenciales y fidelizados con nuestro negocio.

En lo que respecta a la tecnología, HAPPY EAT, ha apostado por tenerla de su lado, para ello crearemos una APP para nuestros clientes la cual les ofrecerá la posibilidad de hacer sus pedidos online y puedan pasar a recogerlos a la hora que solicites, podrán reservar mesas, además de ver nuestra carta y menús diarios.

Para poder posicionar a HAPPY EAT con fuerza en el mercado de la hostelería, ofreceremos un servicio complementario a la cafetería/restaurante, este servicio es la de contar con cursos de cocina vegana/vegetariana una vez al mes para todas aquellas personas que quieran iniciarse en la comida vegana/vegetariana y no sepan cómo hacerlo ni que platos poder preparar en casa. Este servicio nos hará captar más clientes y poder fidelizarlos.

A pesar de este servicio complementario, nuestra especialización y el principal oficio es la de cafetería/restaurante vegano/vegetariano como empresa que presta sus servicios a un público más joven y menos conservador, que apuesta por la integridad animal y el cuidado ambiental.

La herramienta de análisis DAFO, nos ayudará a conocer mejor la posición de la empresa respecto al entorno elegido.



(Fuente: elaboración propia)

Al ser una empresa de nueva creación nos encontramos con ciertas dificultades/debilidades, como por ejemplo, el no tener una cartera de clientes grande y consolidada, es por ello, que haremos una inversión inicial en publicidad para poder promocionarnos y darnos a conocer, para ellos nos anunciaremos en redes sociales, radio y televisión local y mediante el reparto de flyers. Con esto se pretende captar un alto número de clientes para poder empezar a desarrollar el negocio de manera inminente.

En lo que respecta al resto de debilidades que podemos encontrar, las trabas administrativas y burocráticas pueden hacer que retrasemos la apertura del local además de las cargas económicas que conllevan, más la inversión inicial a la que nos enfrentamos, y sin un conocimiento amplio del sector.

Si seguimos con el análisis interno, nos encontramos con las siguientes fortalezas: nos encontraremos con una escasa competencia inicial, ya que a pesar de ser un negocio del sector de la hostelería, tenemos la diferenciación del servicio que ofrecemos y la clientela a la que va dirigido, es por ello que podemos afirmar que somos pioneros en el sector. Se solicitarán ayudas estatales y autonómicas para pedir subvenciones y poder paliar los gastos iniciales que conlleva la apertura del local. En cuanto a la calidad que ofreceremos del servicio, nos centraremos en productos de la zona y, siempre que sea posible, de procedencia nacional, cuidando con mimo la preparación de cada plato para conseguir un sabor inigualable y todo ello a un precio medio/bajo (dependiendo del plato) para poder captar más clientes, todo ello ubicado en una posición estratégica como es cerca de las inmediaciones de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

Sí entramos en lo que rodea al entorno externo podemos destacar ciertas amenazas y oportunidades. En lo que respecta a las amenazas que pueden surgir es la futura competencia que pueda aparecer debido al “plagio” del negocio además de estar en un sector colapsado ya que es cierto que tenemos bares y restaurantes en cada esquina, a pesar de no haber ningún local igual pueden surgir o reinventarse y que aparezcan locales similares, a pesar de que en la ciudad de Elche podemos encontrar un par de locales similares al nuestro (tienen un precio mucho más elevado del que tendremos nosotros) esto puede originar la aparición de más negocios como ya hemos mencionado. Y a pesar de que solicitaremos ayudas para emprendedores no es un sector en el cual otorguen muchas ayudas.

Dentro del análisis externo también nos beneficiamos de oportunidades: la zona elegida nos reportará grandes ingresos, por dos grandes razones, por un lado la zona universitaria y por otra que nos encontramos en territorio de un alto nivel de turismo, es por ello que afirmamos que estamos en una ubicación estratégica. Gracias al crecimiento veggie que se ha generado en las últimas décadas, captaremos más clientes tanto al inicio y durante la vida del negocio. Contaremos con un público objetivo ya que nuestros clientes son personas con

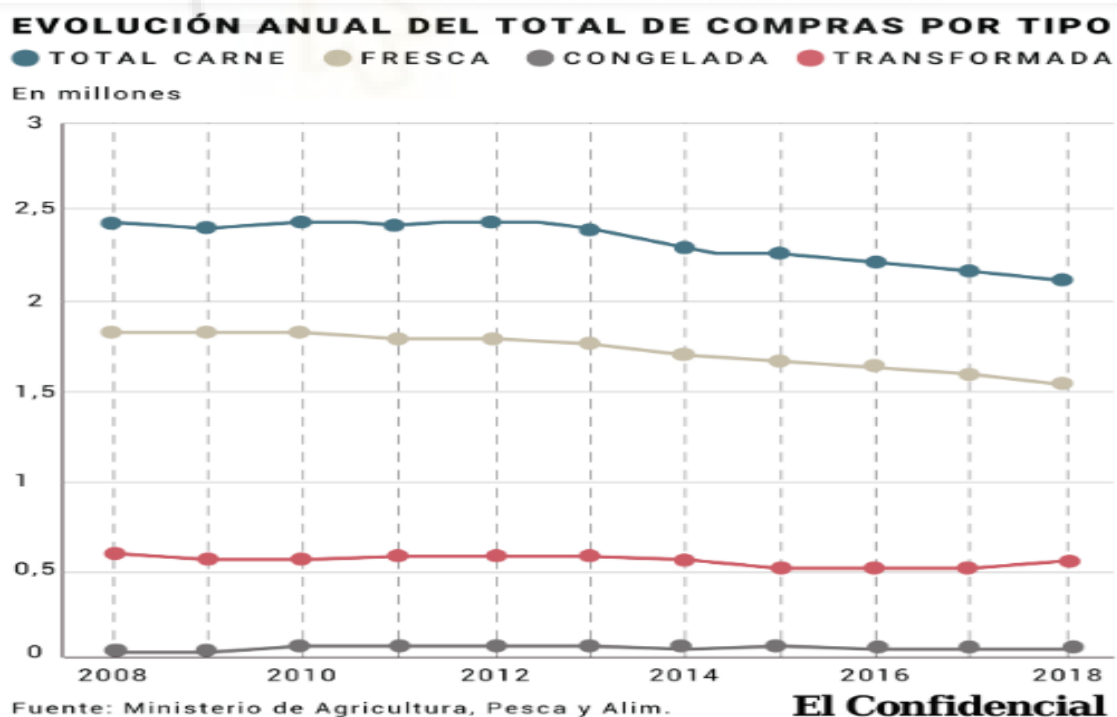
una mentalidad más abierta en lo que respecta a la alimentación y la preocupación por el medio.

5.3. Delimitación del mercado: geográfico y tipología de los clientes.

Como consecuencia de la creciente demanda de productos de origen vegetal, nacen unas necesidades que todavía no están cubiertas y que con la creación de este local se pretenden cubrir, para así complacer los deseos de nuestros futuros clientes.

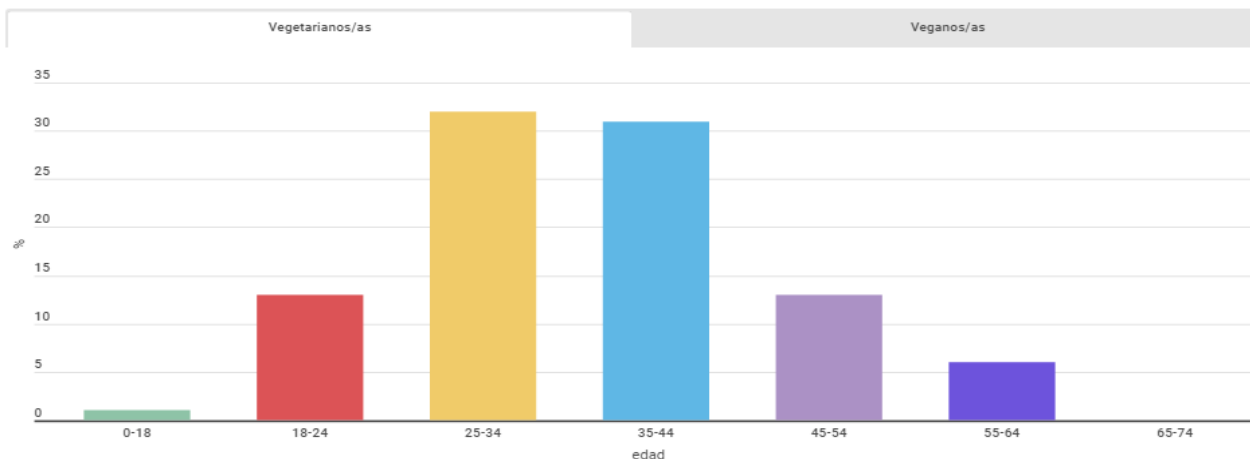
Podemos observar como en España el número de personas veggies ha crecido un 9.9%, esto supone casi cuatro millones de personas veggies, los cuales los podemos desglosar en: flexitarianos (tres millones de personas), vegetarianos (576 mil) y veganos 192, estos datos han sido sacados del informe The Green Revolution.

Además, el consumo de carne encadena seis años consecutivos de caída, entre el año 2012 y el año 2018 ha caído un 12%.



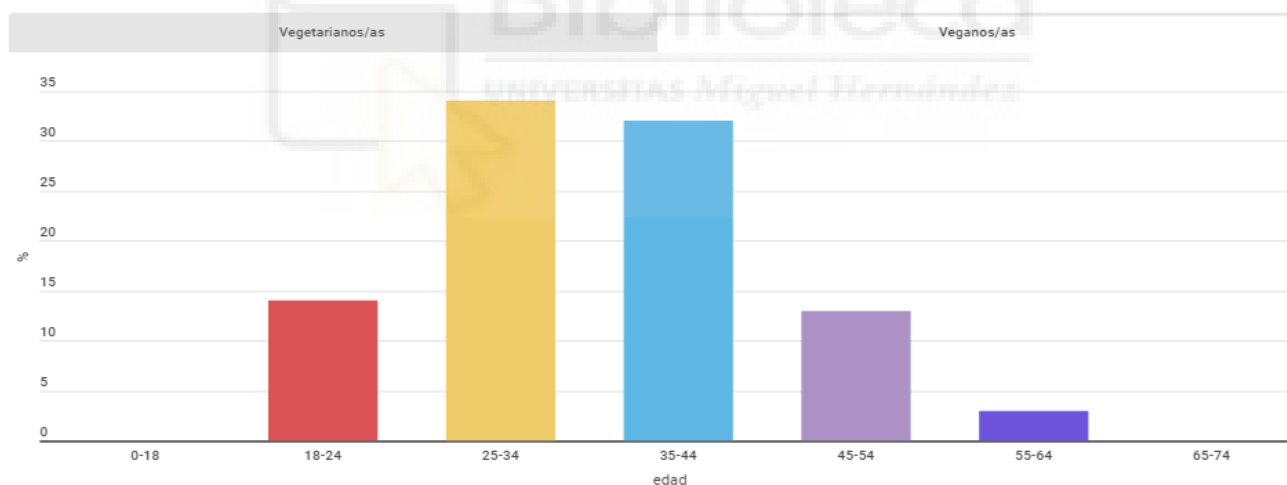
Tras analizar y estudiar el mercado vegano/vegetariano podemos afirmar que la gran parte de la clientela serán mujeres con una media de edad de 35 años.

Edades de las personas encuestadas



Edad de las personas vegetarianas y veganas; porcentaje de respuestas y edad en años.
n=821

Edades de las personas encuestadas



Edad de las personas vegetarianas y veganas; porcentaje de respuestas y edad en años.
n=821

La mayoría de vegetarianos y veganos tienen edades comprendidas entre los 25 y 44 años. Y la media es similar, la de veganos la situamos en 35.4 años y de vegetarianos 35.9 años.

(Fuente <https://www.diamundialveganismo.org/veganos-espana/>)

5.4. Características de la demanda.

El segmento en el cual vamos a posicionarnos podemos encontrarlo con clientes con un alto nivel de empatía hacia el bienestar animal y la preocupación por el medio ambiente, motivación por lo que han decidido cambiar su manera de alimentarse, y como ellos mismos afirman lo más difícil de esta nueva manera de vida es encontrar un lugar donde poder disfrutar de la comida sin necesidad de comer animales.

Me dirijo a un público más “modernista” relacionado con la vida vegana y vegetariana, que quieren llevar a cabo un cambio en la manera de alimentarse y de vivir, personas que se involucran en la protección animal y del medio; pero a pesar de todo esto no nos cerramos a que otro tipo de público quiera acceder al local, ya que nos reportará más beneficio a medida que crece la clientela.

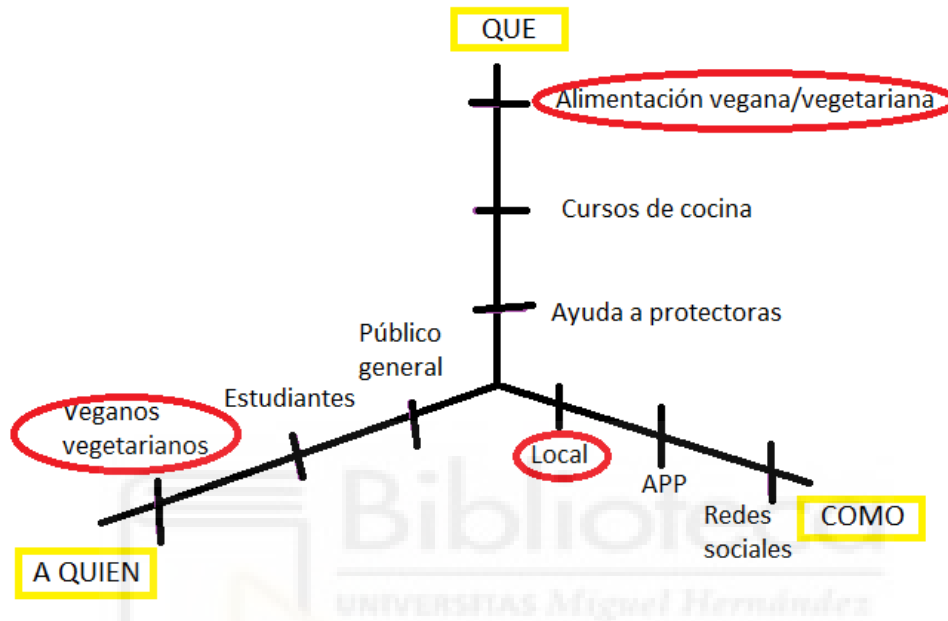
Además de que parte del dinero que se recaude en los cursos de cocina irá destinado a protectoras de animales de la zona.



(Fuente: www.diamundialVeganismo.org)

5.4.1. Segmentación y tendencia de la demanda.

El mercado de la hostelería/restauración al cual voy a dirigirme se puede definir de la siguiente manera:



(Fuente: elaboración propia)

Como podemos apreciar, me centro en tres grandes cuestiones: ¿A quién voy a dirigirme? ¿Cómo hacerlo? ¿Qué voy a vender?.

Al hacerme dichas preguntas, surgieron muchas respuestas pero las más significativas son las que se muestran en la imagen adjunta. Para empezar, primero voy a responder a “¿Qué?”, desde el primer momento sabemos que lo quiero vender una alimentación saludable basada en una dieta vegana/vegetariana y esta será la principal fuente de ingresos del local, es por ello que la marcamos como idea principal, nuestra segunda fuente de ingresos serán los curso de cocina que haremos de manera periódica y esta nos reporta a la tercera idea “ayudas a protectoras”, porque aunque nosotros ayudemos de una manera desinteresada a estas protectoras de la zona, es habitual que cuando un local o empresa hace una donación las protectoras las nombre o

“vendan” en sus redes sociales y es por ellos que también será una fuente de ingresos al hacernos visibles a mis clientes.

Ahora responderemos “¿A quién nos dirigimos?”, es simple, a todas aquellas personas veganas y vegetarianas de Elche y alrededores, además de todos los estudiantes con los que cuenta dicha ciudad. Es importante atraer al mayor número de clientes posibles para poder hacer del negocio algo rentable por lo que también nos promocionaremos para un público en general haciendo que quieran probar nuestro platos y no quieran irse, o lo que es lo mismo, que vuelvan.

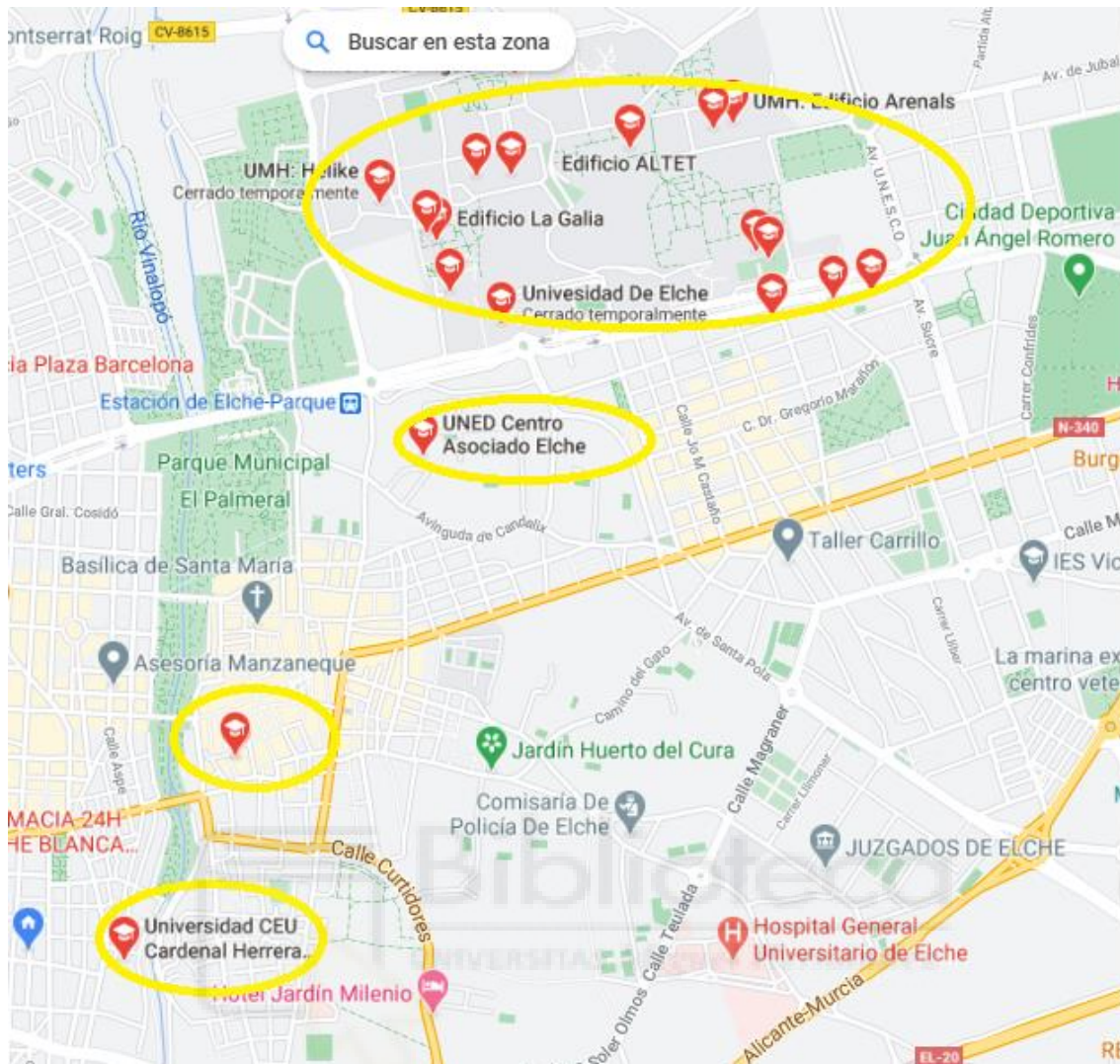
Finalmente, toca responder a la cuestión de ¿Cómo van a conocernos?: sin duda será a través de nuestro local físico ubicado en Elche, es cierto que para que nos conozcan tendremos que promocionar dicho local a través de la APP y redes sociales, para ello promocionaremos el día de la inauguración con un regalo para las primeras 50 personas.

Una vez seamos conocidos por los clientes, será la técnica del “boca a boca” y el trabajo diario en redes sociales lo que nos haga seguir avanzando en la captación de clientes. En la actualidad las redes sociales junto con las nuevas tecnologías, son el ápice de los negocios por ello es importante hacer una inversión importante de capital en tecnología, redes sociales y marketing para poder llegar a más personas, para ellos nos apoyaremos en plataformas como Facebook e Instagram, y contratando a profesionales de marketing.

5.5. Características de la oferta.

La ciudad de Elche cuenta con tres grandes Universidades: Universidad Miguel Hernandez, UNED y CEU, entre todas ellas se registran unos 20000 alumnos matriculados, de los cuales aproximadamente el 25% son estudiantes de otros países.

En el siguiente mapa podemos ver las tres universidades de Elche, y su distancia unas de otras.



(Fuente: google maps:

<https://www.google.com/maps/search/universidades+elche/@38.2679719,-0.7018319,15z>)

Como podemos observar, todas las universidades se encuentran relativamente cerca unas de otras, por lo que la ubicación elegida para nuestro local es estratégica a la hora de poder captar a todos estos estudiantes.

Y en el siguiente mapa podemos ver los restaurantes veganos o vegetarianos que nos ofrece la ciudad, como podemos observar son muy pocos en comparación con la población de dicha ciudad (más de 230000 personas) y las personas veganas y vegetarianas de la misma.



(Fuente: Google maps:

[Como podemos observar en el mapa, cerca de las universidades anteriormente mencionadas no encontramos “muchos” locales de este tipo, más concretamente nuestra competencia directa serán dos de ellos por la proximidad del barrio de Altabix \(nuestra ubicación\). Hecho que puede beneficiarnos por la escasa competencia que nos encontramos.](https://www.google.com/search?biw=1517&bih=730&sxsrf=ALeKk00saW0Ke1mtenUxDtvei0zs45FBZw:1604488063286&q=vegetariano+y+vegano+elche&npsic=0&rffq=1&rlha=0&rlag=38264984,-700452,1327&tbm=lcl&ved=2ahUKewjrqrvo3-jsAhX8XRUIHYNeDIUQtgN6BAgBEAc&rldoc=1#rifi=hd;:si;:mv:[[38.274959111368524,-0.6715165428853642],[38.2552813858175,-0.7186369988870855],null,[38.26512091491554,-0.6950767708862249],15])</p>
</div>
<div data-bbox=)

5.5.1. Estructura de la competencia.

Situándonos en el barrio de Altabix de Elche, encontramos locales “similares” al nuestro, locales que ofrecen el servicio de comidas/cenas con precios para todos los públicos, pero como ya hemos mencionado en puntos anteriores no encontramos ningún local similar al nuestro en varios kilómetros a la manzana.

Debido a esto, podemos encontrarnos con una amenaza inminente por parte de la competencia ya que la gran mayoría no cuentan con el servicio de comida

vegana/vegetariana que ofrece HAPPY EAT y es por ellos que podría copiar nuestros servicios y ofrecerlos de manera similar o incluso de la misma manera.

Es por ello, que he se llega a la conclusión de que HAPPY EAT no tendrá barreras de entrada demasiado elevadas para poner en marcha el negocio de la comida vegana/vegetariana por lo mencionado anteriormente, la escasa o nula competencia directa, para ello HAPPY EAT contará con una política fuerte y estable de relación calidad-precio y una fuerte inversión en marketing.

La única barrera con la cual podemos encontrarnos al intentar iniciar la actividad, es que no hayan oído hablar de nosotros a través de las redes sociales o incluso de la técnica boca-oreja, como puede ser el caso de la gente de avanzada edad o aquellos que no cuenten con redes sociales.

En el hipotético caso de que el negocio no funcione como lo esperado, nos encontraremos con unas barreras de salida favorables ya que abandonar el mercado de la hostelería no supone grandes problemas.

6. Plan de Marketing

El proceso de planificación y distribución que va a seguir HAPPY EAT tiene una gran relevancia ya que depende de que nos conozcan lo antes posible y para ello poder crear una gran cartera de clientes, posicionarnos en el mercado entre los mejores y fidelizar el mayor número posible de clientes.

6.1. Estrategias de posicionamiento y objetivos de mercado.

En HAPPY EAT se va a desarrollar una imagen que ofrezca productos y servicios con una calidad superior y precios más competitivos que la competencia, como ya se ha dicho anteriormente nos diferenciamos por una relación de alta calidad a precios medios y bajos.

Se ofrecerá una atención personalizada para cada uno de nuestros clientes, todo ello con el objetivo de poder fidelizarlos y crear una gran cartera de

clientes. HAPPY EAT se centrará en un público objetivo, que como ya se ha mencionado anteriormente, tenga una visión diferente de la manera de alimentarse, es decir, sin necesidad de comer carnes o productos que provengan de origen animal, es por ello que se les ofrecerá el mejor servicio posible, además de intentar localizar clientes que estén dispuestos a cambiar o probar nuevos hábitos de vida/comida.

El servicio ofrecido será eficiente y de una calidad superior, para poder posicionarnos entre los mejores restaurantes de la localidad de Elche y provincia de Alicante, dejando atrás la competencia directa que podamos tener o que pueda surgir.

Soy consciente de que los primeros meses, incluso el primer año, no será fácil ya que no se cuenta con el posicionamiento que se pretende conseguir ya que a pesar de no tener una competencia muy directa (en lo que respecta a precios) existen restaurantes que ofrecen un servicio similar y ya son conocidos en la zona.

Los primeros años se intentará imitar a la competencia para tomar una postura de seguidor de mercado para ver y estudiar sus estrategias de mercado para captar nuevos clientes. Aún así, se hará una gran inversión en marketing y publicidad para poder posicionar a HAPPY EAT entre las mejores y crear una marca destacable en el mercado.

6.2. Política de servicio.

Como ya he mencionado, la inversión en marketing, publicidad y tecnologías (Apps, Facebook, Instagram...) será elevada para poder ofrecer un servicio diferente al de la competencia y conseguir el posicionamiento al que queremos llegar.

En este punto, incluimos la imagen que queremos hacer llegar a nuestro clientes del negocio HAPPY EAT, para ello nos centraremos en la diferenciación por competencia para poder ofrecer un servicio diferente a nuestro clientes habituales, poder fidelizar más y buscar nuevos en diferentes nichos del mercado.

En cuanto a proveedores, intentaré llegar con ellos a un acuerdo de descuentos en factura a cambio de crear alianzas con ellos y que sean proveedores principales, pediremos productos de calidad y autóctonos a precios competitivos para poder obtener el mayor margen posible entre compra y venta.

HAPPY EAT está muy comprometido con sus clientes y es por ello que los cuidará tanto de manera individual como colectiva atendiendo a sus necesidades y deseos. Para ello se estudiará de manera minuciosa todas estas carencias y anhelo para poder cubrirlas lo antes posible y de la manera más efectiva. Una vez cubiertas, conoceremos más a fondo la visión que tendrán nuestros clientes del negocio y a través de esta manera podremos mejorar en los puntos que nos consideren más flojos y seguir mejorando y reforzando los puntos fuertes que encuentren en HAPPY EAT.

Para poder conocer las opiniones de los clientes, se han barajado diferentes opciones llegando a la conclusión de que se podrán realizar de dos formas diferentes, la primera de ellas será dejando sus valoraciones y/o comentarios en el Facebook dando a conocer sus opiniones para poder estudiarlas y poder llevarlas a cabo; la segunda manera de poder conocer dichas opiniones será a través de un buzón en el local en el que depositarán sus sugerencias de manera anónima o firmada.

Happy Eat se instaurará en el mercado como una mediana empresa y para diferenciarnos de la competencia ofreceremos el valor añadido de poder hacer cursos de cocina vegana y vegetariana en el local, los cuales nos reportarán un mayor beneficio.

Y en lo que respecta a la cuota de mercado a la que HAPPY EAT se piensa enfocar es ilimitada, ya que a pesar de ser un restaurante orientado a personas veganas y vegetarianas no cerramos la puerta a todos aquellos consumidores que quieran conocernos y probar nuestros diferentes platos.

Esta diferenciación de ofrecer servicios de cocina, como son los cursos mencionados, nos hace ser diferentes ya que es raro encontrarse con locales

de comida que los ofrezcan, esto hace ver de nuevo que somos un negocio exigente y comprometidos con el cambio, nos preocupamos por el bienestar animal y por el cambio climático y esta visión de vida nos ayudará a recaudar los beneficios que esperamos y a no tener un gran número de pérdidas económicas.

Ya he mencionado anteriormente que es de gran importancia que nuestros futuros clientes tengan la mejor imagen posible de nosotros para que puedan ser clientes fidelizados y conseguir nuevos a través de la técnica “boca a boca”, mencionada en puntos anteriores.

Es por todo esto, que el deber de HAPPY EAT es establecerse como un restaurante/cafetería con un servicio diferente y único frente a la competencia, de alta calidad y con un servicio diferenciado y cercano.

6.3. Política de precios.

En la actualidad podemos observar como en el mundo de la hostelería se ofrecen una variedad de precios para los mismos servicios y/o productos, y a su vez diferentes precios para diferentes servicios que se ofrecen y la manera de se tiene de ofertarlos.

Para saber en qué banda de precios podemos situarnos y que nos salga rentable, se ha estudiado a la competencia directa en tema precios y servicio para situarnos en torno a ellos y saber qué precios podemos aplicar para atraer a un número mayor de consumidores.

En la siguiente tabla se puede observar de manera un poco detallada los servicios que ofreceremos y el precio asignado. Se ha reducido la lista de productos/servicios para mostrar de manera previa la franja y necesidades principales que cubriremos, siendo conscientes de que no todo el mundo tiene los mismos gustos culinarios.

SERVICIO	PRECIO
MÉNU COMPLETO	7.50€ de lunes a viernes. 8.50€ sábado y domingo.
MEDIO MENÚ	5€ de lunes a viernes. 7€ sábado y domingo.
PLATO INDIVIDUAL	Entre 2.50€ y 3.50€
DESAYUNOS/MERIENDAS	Media de 2€ + suplemento de ingrediente extra.
REFRESCOS	Media de 1.50€
CAFÉ/TE	Media de 1.50€
TARTAS (Porción)	1,20€
REPOSTERIA	Media de 1€

(Fuente: elaboración propia)

En la anterior tabla podemos observar los principales servicios que se ofrecerán y por tanto los “preferidos” de nuestros consumidores.

Se han realizado diferentes estudios con el resultado de conseguir un objetivo en ventas es por ello que se ha llegado a la conclusión de que el Medio Menú será el servicio más solicitado y por tanto el más consumido, por ello podemos sacar un alto beneficio debido a su bajo y competitivo precio.

Además de la tabla de precios adjunta, ofreceremos promociones para aquellos consumidores habituales en nuestro establecimiento, como por ejemplo el desayuno o merienda número 10 correrá a cargo del establecimiento. Esto se hará mediante unas tarjetas que sellaremos en el establecimiento por cada

desayuno/merienda consumidas. Además de ofertas que iremos lanzando de manera puntual.

En lo que respecta a los incrementos de precios en el futuro dependerá de la evolución de la economía y su fluctuación, aun así los primeros años intentaremos mantener los mismo precios o con variaciones muy pequeñas. La estrategia de mantener precios nos ayudará a conservar a nuestros clientes de manera indefinida y a su vez ganar nuevos clientes para seguir creando cartera.

Ya que una subida de precios nos puede hacer perder tanto cuota de mercado como cartera de clientes, es por ello que no se plantea la subida de precios de manera abusiva en el futuro, porque de hacerlo romperíamos la idea de negocio de dirigirnos a estudiantes y personas con un poder adquisitivo medio y bajo.

La oferta de repostería y tartas es muy llamativa ya que la gran mayoría de personas no ha probado este tipo de comidas sin recurrir a huevos o leche y parece un poco difícil conseguirlo por lo que lo vemos una oportunidad de que las ventas aumenten por la curiosidad de la gente.

6.4. Políticas de comercialización.

Para poder llevar a cabo la misión de nuestro negocio se recurrirán a proveedores nacionales para que nos ayuden a satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, y acudiremos a grandes superficies como “Makro” donde compraremos en grandes cantidades y luego podremos deducir y repercutir el IVA.

Como ya hemos mencionado anteriormente Happy Eat ofrecerá servicios complementarios:

- Cursos de cocina: a pesar de no ser nuestra actividad principal y no tenemos experiencia previa, seguiremos recetas de influencer veganos y vegetarianos para poder llevarlos a cabo, además de hacer recetas

propias. Y para platos más “difíciles” o elaborados contrataremos a especialistas.

- Recetas en la App y Facebook: este servicio no conllevará un elevado coste ya que se pagará la tasa de publicidad como ya hemos mencionado. Esta diferenciación nos beneficiará porque hará que más personas puedan conocernos y llegar a nosotros, además de hacer que la gente coma de manera más sana. Y tampoco conllevará una elevada carga de trabajo, ya que será escribir la receta y sus ingredientes y colgará.

Los canales de trabajo y comunicación en los que HAPPY EAT va a centrarse serán las telemáticas, ya que su principal apoyo serán las redes sociales, WhatsApp y nuestra APP para ofrecer un servicio más amplio y llegar a más gente.

Es por ello que somos conscientes de que los clientes son nuestra principal fuente de ingresos y por tanto tenemos que mimarlos y cuidarlos para no perder beneficio, para ello ofreceremos un servicio para conocer sus gustos y necesidades, para poder cubrir las carencia que tengan y seguir creando y mejorando nuestra futura cartera de clientes.

6.5. Políticas de comunicación

Las políticas de comunicación que llevará a cabo HAPPY EAT se establecerán de manera interna y externa en el negocio, se aplicarán de la manera más detallada y precisa para conseguir su plena eficacia.

Su aplicación y posterior cumplimiento de estas políticas de comunicación recaerán sobre mi (fundadora de HAPPY EAT) y de todos los trabajadores que formen parte de la empresa.

Conseguir este objetivo de una comunicación óptima no es fácil, por lo que me encargaré de transmitirla a mis futuros trabajadores, para que posteriormente estos la transmitan de forma clara y sincera a nuestros clientes y conseguir

más clientela. Para conseguir esto, nos formaremos con diferentes cursos pagados por la empresa.

Llevar a cabo estas políticas tiene los siguientes objetivos: implantar políticas de comunicación para los trabajadores y socios de la empresa; que todas las políticas de comunicación se basen en la transparencia y contar con la figura del responsable de marketing.

En lo que respecta a los elementos de comunicación vamos a utilizar los siguientes:

- Facebook e Instagram, en estas páginas colgaremos el menú diario y de fin de semana, las actualizaciones, promociones y las fechas de los próximos cursos (incluyendo horario, tasas y profesor).
- APP en la cual se podrán hacer reservas tanto de mesa como de comida para llevar, en nuestra APP colgaremos las recetas que se impartan en los cursos, además de que se contará con la misma información que en Facebook e Instagram. También podrán dejarnos valoraciones y mensajes, tanto positivos como negativos para poder seguir avanzando.

Se llegará a un acuerdo con los cocineros/chef que participen con nosotros en los cursos de cocina, se les pagará un sueldo más un porcentaje sobre beneficios, a cambio pediremos que nos promocionen en sus restaurantes y páginas para poder llegar a más gente.

La APP será sencilla e intuitiva para que pueda utilizarla el mayor número posible de gente y que puedan conocernos desde dentro, ya que en ella encontraremos un apartado contando un poco nuestra historia e inicios. Esto conllevará un desembolso de dinero algo elevado pero que se puede financiar sin problemas. Para poder crear este apartado en la APP contrataremos a una persona experta en la materia el cual realizará un estudio para enfocarla de la mejor manera, todo ello para hacerles la vida mejor a nuestro clientes, con esto conseguiremos llegar a nuestro objetivo de marketing digital.

En el local sito en Elche, próximo a las inmediaciones de la Universidad de Elche, podrán encontrarme en el negocio para poder supervisar el trabajo que realicen mis futuros trabajadores, y asegurarme que se cumplen todas las políticas de comunicación. Además de ayudar a que el negocio salga adelante.

Además de lo mencionado anteriormente, para asegurarme de que las políticas de comunicación sigan llevándose a cabo crearé encuestas las cuales estarán disponibles tanto en APP como en Facebook para que nuestros clientes puedan dar su opinión, tanto de manera anónima como no, además se crearán encuestas anónimas para que puedan ayudarnos a seguir mejorando día a día.

6.6. Sistema de información y control de marketing.

El objetivo principal de HAPPY EAT durante los primeros años de vida será el llevar al máximo número posible de personas, para crear la cartera de clientes que se pretende conseguir. Para ello interactuaremos constantemente con ellos para hacerlos clientes potenciales.

Otro de los objetivos de HAPPY EAT es crear un departamento de recursos humanos y mejorarlo continuamente, todo ello para conseguir que mis futuros trabajadores sepan que pueden hablar con alguien y se sientan protegidos dentro de la empresa, estoy segura de que el departamento mencionado será uno de los más importantes de nuestra empresa.

Para captar clientes, el día de la inauguración del local se realizará una fiesta de bienvenida en la que serviremos de manera gratuita bebidas y comida para promocionar nuestro servicio. La fiesta se promocionará a través de Facebook, Instagram y se repartirán flyers en las inmediaciones de la universidad.

Se pretende crear una imagen de marca fuerte para poder mantenernos en el sector de la hostelería. Y poder ganar cuota de mercado, ya que como se ha mencionado anteriormente, no contamos con una competencia directa pero tenemos que cuidar a la que tenemos ya que podrían imitar nuestro negocio y es por ello que no podemos dejar de preocuparnos por esto, se espera que el

mercado responda bien a nuestro negocio y ello nos ayudara a crecer antes de que lo haga nuestra futura competencia directa.

Los clientes son nuestra principal fuente de ingresos y es por ello que tenemos que “mimarlos y cuidarlos” diariamente para conseguir el objetivo de crecer antes que la competencia futura.

6.7. Sistema de satisfacción del cliente.

Conseguir que nuestros clientes estén contentos con nuestro servicio y productos es otro de nuestros grandes objetivos, para ello se implantará una política de calidad. Conseguir ofrecer calidad no es algo fácil, por ello se formará a los trabajadores y habrán reuniones constantes y periódicas con la plantilla, junto conmigo, para analizar los resultados de las encuestas y valoraciones realizadas por nuestros clientes y ver los puntos que ellos consideran débiles respecto al negocio, y mejorarlos, y cuáles fuertes, para seguir trabajando en ellos.

Que las políticas de calidad tenga un efecto positivo, es necesario que las reuniones de equipo salgan bien y todos expresemos nuestros sentimientos y pensamientos para, conjuntamente, conseguir los objetivos planteados. Para ello, es necesaria la implicación con los trabajadores y clientes, ya que la atención al cliente es de vital importancia y es por ello que nuestros trabajadores recibirán formación complementaria para mejorar dicha atención. La finalidad que pretendo conseguir es que cuando nuestros clientes salgan del restaurante quieran volver lo antes posible a nuestro establecimiento.

7. Plan de operaciones.

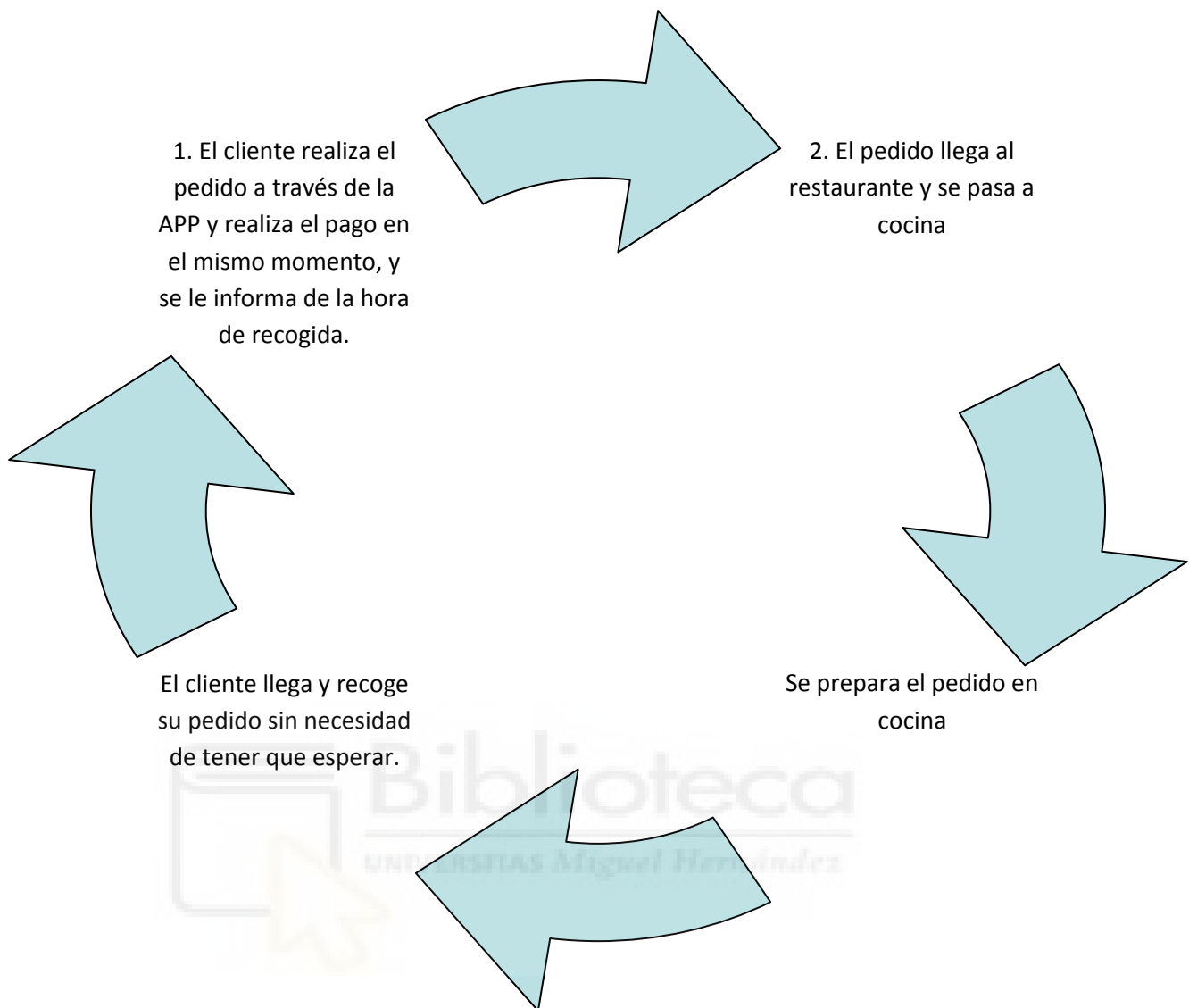
En este punto voy a describir el diagrama de flujos del proceso productivo, dado que se trata de un local que no consta de departamento de fabricación, se describirá el proceso mediante el cual un cliente tiene una necesidad descubierta y como posteriormente a través de nuestros servicios dicha carencia queda cubierta por HAPPY EAT. Se van a identificar todos los

aspectos organizativos y técnicos que conllevan la elaboración del plan de atención al cliente que llevará dicha empresa.

El siguiente diagrama de flujos muestra el plan que se pretende seguir y conseguir por parte de HAPPY EAT, y el cual será nuestro día a día. Vamos a poder observar dos diagramas diferentes, el primero de ellos nos mostrará aquel en el cual el cliente hace uso del local, y en el segundo diagrama aquel en el que nuestros clientes piden la comida a través de la APP.



Fuente: Diagrama de flujos consumo en el local (elaboración propia).



Fuente: Diagrama de flujos, pedido a través de la APP (elaboración propia).

En cuanto a la localización, como ya se ha mencionado anteriormente, estará ubicado en el barrio de Altabix en Elche, cerca de la Universidad Miguel Hernández, la zona elegida tiene parking tanto público como privado en las inmediaciones por lo que nuestros clientes no tendrán muchos problemas de aparcamiento. Además de esto, esta zona cuenta con una gran afluencia de gente tanto estudiantes como ciudadanos de la ciudad de Elche por lo que se podrá acceder a un mayor número de clientes. Soy consciente que la elección es costosa porque en esta zona los alquileres son más caros, pero sé que es la elección acertada.

El establecimiento constará de una planta más terraza por lo el local tendrá aproximadamente unos 120 metros cuadrados. En cuanto a la inversión, se buscará un local lo más equipado posible para evitar hacer una reforma grande con lo que conlleva más dinero, aun así se invertirá una parte en restauración y mobiliario.

El local estará abierto a nuestros clientes de martes a domingo, librando todos los lunes, el horario de apertura será desde las 8 de la mañana hasta las 23 horas. Es necesario que tanto trabajadores como yo tengamos un día y medio libre tal y como marca el convenio colectivo, por lo que algunos de los trabajadores librarán la tarde del domingo y el lunes, y otros el lunes y la mañana del martes.

HAPPY EAT cumple con todas las normativas vigentes en cuanto al sector de la hostelería, pero este punto lo explicaré más detalladamente en puntos posteriores (estructura legal de la empresa).

Productos ofrecidos: como ya he ido mencionando, HAPPY EAT ofrece un servicio de hostelería por lo que ofreceremos alimentos veganos y vegetarianos para todos aquellos clientes que deseen satisfacer sus necesidades, se utilizarán productos de temporada por lo que iremos cambiando algunos platos de la carta para poder ofrecer una mayor calidad en los platos. Se comprarán frutas y hortalizas autóctonas, por lo que contaremos con los mejores proveedores de la zona, aunque eso conlleve un gasto superior.

En cuanto a la distribución del restaurante/cafetería nos encontraremos con una amplia entrada donde se podrá visualizar la barra a un lado del local, y el resto con mesas para poder ofrecer el servicio de comida en local. En dicha planta, y al fondo del local, nos encontraremos con los servicios, divididos en hombre, mujeres y personas con problemas, este último más grande para facilitarles el servicio.

La zona de barra estará dividida en tres sectores, la primera y más cercana a la puerta será la zona de recogida de pedidos a través de la APP, a continuación

encontraremos la zona de caja para poder efectuar los pagos de la gente que no consuma en el local, y finalmente en la zona más apartada encontraremos una vitrina con los platos fríos del día.

En cuanto a la terraza, habrán instaladas entre 4 y 6 mesas, dependiendo del número de clientes que se ubiquen en ellas. La terraza estará abierta los 365 días del año ya que se contará con estufa para el invierno y purificadores de aire frío para el verano.

Y finalmente, la zona de restaurante, estará dividida por mesas de cuatro sillas pero se podrán ampliar en caso de que el grupo sea mayor. Habrá una separación amplia entre mesas para facilitar el paso de camareros y que los clientes estén cómodos a la hora de comer.

El local alquilado necesita pocas reformas, será necesario invertir en zona de cocina y baños, en el resto no es necesario un desembolso grande. En cuanto a la decoración del local (mesas, sillas, cuadros...) se hará de manera económica acudiendo a rastros de segunda mano de muebles y a tiendas como IKEA para minimizar en gastos y dejar un local con ambiente vintage y de reciclaje. Los utensilios de cocina, tales como horno, frigoríficos, campanas extractoras, se buscarán de locales que hayan cerrado y se encuentren en buen estado para ahorrar, ya que esto es lo que más desembolso conlleva.

Al tratarse de una sociedad limitada, Happy Eat estará obligada a presentar y pagar una serie de impuestos: declaración trimestral de IVA; Cierre anual del ejercicio; presentar modelos 115 y 111 de forma trimestral; impuesto de sociedades en el mes de Julio.

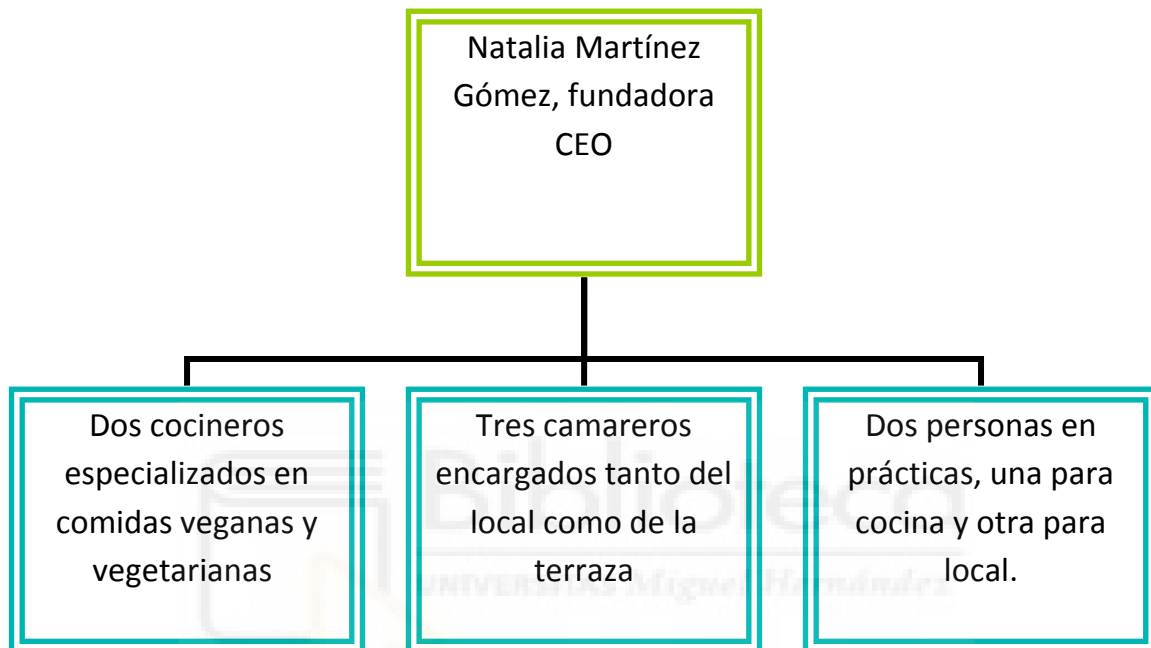
8. Plan de Organización y Recursos Humanos.

8.1. Estructura Organizativa.

Cuando comience la aventura de Happy Eat, y durante un tiempo, el trabajo lo llevarán a cabo ciertas personas, entre ellas yo, estas personas estarán fijadas en

la plantilla a jornada completa, y realizarán las funciones propias de sus puestos de trabajo. De manera espontánea, se contará con la “ayuda” de un cocinero para que imparta los cursos de cocina.

En el siguiente organigrama podremos observar la composición de empleados de Happy Eat.



Organigrama (Elaboración propia)

Como ya he mencionado, las personas que aparecen en el organigrama forman parte de la plantilla fija de la empresa, excepto los alumnos en prácticas, aun así tendrán que superar un periodo de prueba de dos meses para determinar si son aptas o no para desempeñar el puesto de trabajo para el cual se les ha contratado. No solo deberán saber cocinar y servir bien, tendrán que saber atender a los clientes y ser amables con ellos, ya que como hemos mencionado anteriormente, los clientes son un foco importante para Happy Eat.

Quiero trabajadores competentes e involucrados con su trabajo, trabajadores que con el paso del tiempo estén lo suficientemente cualificados para tomar decisiones, pero siempre bajo supervisión, y puedan ofrecer el servicios que se

busca. Todo ello para poder satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes, y esto hará que nuestros trabajadores sean los mejores.

Al principio, no será necesario aumentar la plantilla, al no ser que alguno de nuestros trabajadores no sea válido o decida marcharse por su cuenta. Por lo que antes de la apertura, se formará a todo el equipo conjuntamente en labores de atención al cliente y prevención de riesgos laborales, estos cursos se irán repitiendo de manera constante.

Todos nuestros trabajadores deberán de tener en posesión el título correspondiente con su habilidad laboral, además de un certificado que les permita trabajar. Pero esto no es lo más importante, deberán de reunir habilidades personales y sociales como la empatía hacia nuestros clientes y sus compañeros de trabajo, la responsabilidad, el trabajo en equipo, que sean personas dinámicas y se adapten rápido a los cambios, etc.

Para poder encontrar al trabajador “perfecto” para este negocio, se llevarán a cabo diversos procesos de selección, además de exámenes de aptitud.

Los trabajadores que tengamos en prácticas, si realizan bien sus funciones, pasarán a formar parte de nuestra plantilla una vez finalizado el periodo de prácticas y hayan finalizado sus estudios.

8.2. Retribución.

Nuestros trabajadores, como es lógico, prestarán sus servicios a cambio de una retribución mensual. El contrato tendrá un carácter indefinido pero con el periodo de prueba que estipula el convenio de trabajadores del sector de la hostelería, todo ello para saber si son aptos o no y puedan seguir desempeñando sus funciones.

La retribución inicial será de 15000€ brutos tanto para el jefe de cocina como jefe de sala, esto se traduce a una media de 1110€ mensuales (sin incluir horas extras), los cocineros y camareros tendrán una retribución algo más baja, 13200€ brutos anuales (1010€ netos mensuales sin horas extras). Los sueldos

que se muestran en la tabla subirán un 2% el segundo año y un 3% el tercer año, si las previsiones de crecimiento se cumplen.

En cuanto a mi retribución (gerente) será al igual que la de mis compañeros de 15000€ brutos anuales, cantidad que subirá en la misma proporción que la del resto de trabajadores.

Conceptos	Salario Bruto anual	IRPF	Deseempleo	Contingencias Comunes	Formación Profesional	Fogosa	Coste para la empresa anual	Salario neto trabajador anual
Gerente	15.000€	750€	825€	3.540€	90€	30€	19.485€	13.298€
Jefe de Cocina	15.000€	750€	825€	3.540€	90€	30€	19.485€	13.298€
Cocinero 1	13.200€	264€	726€	3.115€	79€	26€	17.147€	12.098€
Jefe de sala	15.000€	750€	825€	3.540€	90€	30€	19.485€	13.298€
Camarero 1	13.200€	264€	726€	3.115€	79€	26€	17.147€	12.098€
Camarero 2	13.200€	264€	726€	3.115€	79€	26€	17.147€	12.098€
Totales	84.600€	3.042 €	4.653€	19.966€	508€	169€	109.895 €	76.186 €

(Tabla elaboración propia: tabla salarial de trabajadores)

8.3. Plan de motivación

La motivación por parte de los trabajadores en su puesto de trabajo es algo muy importante y que no siempre se tiene en cuenta, es por ello que para Happy Eat será un factor a tener muy en cuenta, para conseguir el buen funcionamiento del local.

Existen estudios que demuestran que aquellos trabajadores que están motivados en sus puestos de trabajo, son más eficientes que el resto y por lo tanto más responsables con sus funciones.

Por lo que mi misión será que mis trabajadores estén motivados para que realicen sus funciones de la manera más eficiente posible, para ello se realizarán actividades fuera del trabajo, se les dará autonomía para realizar sus funciones y premios. Se les dará mayor responsabilidad, se crearán objetivos tanto individuales como grupales, para mejorar el ambiente laboral, y se les otorgará flexibilidad horaria.

La percepción económica que perciben los trabajadores en la principal fuente de motivación, por lo que dicha retribución debe ser “buena” para ellos, es por ello que se les pagarán las horas extras como estipula el convenio, más las subidas anuales mencionadas anteriormente, en caso de que el negocio funcione mejor de lo que esperamos estas subidas serán mayores, pero de momento esto no se puede llevar a cabo. Los trabajadores deben de ser conscientes que al principio no puedo ofrecer unos salarios muy elevados y aumentos al poco tiempo, ya que se trata de iniciar una actividad desde cero y tengo más gastos.

Estas subidas harán que mis trabajadores se sientan valorados y sabrán que su trabajo está siendo recompensado, y les incentivaremos para crear un buen clima laboral.

8.4. Seguridad e Higiene.

El ambiente laboral no solo depende de todo lo que he mencionado anteriormente, también se debe de tener en cuenta el entorno de trabajo en el cual vamos a desarrollar la actividad, es decir que el local en el que se va a instaurar Happy Eat se encuentre en condiciones óptimas de trabajo.

Para todo el tema relacionado con la seguridad y prevención de riesgos laborales, contaremos con la ayuda de una empresa externa para que nos asesore y lleve estos asuntos.

La empresa seleccionada, se encargará de hacer revisiones en nuestras instalaciones de manera periódica, evaluará los puestos de trabajo y creará un plan de prevención de riesgos laborales para que entre todos los trabajadores lo llevemos a cabo. Además la empresa seleccionada, MAZ PREVENCIONES, será la encargada de realizar los reconocimientos médicos anuales.

A pesar de contar con la empresa de MAZ prevenciones, desde dentro trabajaremos diariamente en las pautas que nos den para poder conseguir una buena orientación en cuanto a la prevención de riesgos laborales y así evitar accidentes innecesarios.

Para conseguir no tener accidentes es necesarios tener el local optimizado para que no hayan cables y material por el medio que impida la realización del trabajo y nos ponga en riesgo, además de una limpieza exhaustiva del local. Es por ello que se llevarán diariamente funciones de limpieza, esta actividad me encargaré yo, junto a mis trabajadores, de realizarla.

Aunque con el paso del tiempo, espero poder contratar a una empresa de limpieza para que se encargue de una limpieza más profunda y los trabajadores, junto a mí, no tengamos que realizar esta actividad.

9. Plan económico financiero.

Una vez analizados los recursos necesarios para la puesta en marcha de Happy Eat, se requerirá una inversión inicial de 150000€. Esta cantidad está prevista para poder llevar a cabo la reforma del local, la compra de suministros y la estabilidad del negocio los primeros años de vida, ya que son los más difíciles.

La inversión anteriormente mencionada, 150000€, se conseguirá de la siguiente manera:

- 75000€ aportados por mí, Natalia Martínez, fundadora y CEO.
- 50000€ aportados por el padre de la fundadora del negocio (Don Salvador Martínez).
- 25000€ solicitados al banco como préstamo.

Al ser una empresa de nueva creación, no dispondremos de cuenta de resultados, ni balance ni pérdidas y ganancias, por lo que no tenemos datos previos a como funcionaremos de una manera más concreta.

Este es el motivo de que tenga que haber un desembolso inicial tan elevado, pero que tanto al Señor Salvador Martínez, como al banco se les devolverá lo antes posible.

La cantidad de 25000€ aparecerá en nuestra sociedad como capital social, y los beneficios que obtengamos durante los siguientes años se destinarán una parte a reservas y la otra, como devolución de préstamos.

La distribución de la inversión de 150000€ estará desglosada de la siguiente manera:

- Capital social 25000€
- Deudas con entidades de crédito a LP: 25000€
- Otros acreedores a LP: 50000€
- Gastos varios: 50000€

Dentro de gastos varios, encontramos los siguientes, son gastos fijos de cualquier actividad.

- Adquisición de mobiliario, inmovilizado, utillaje...: 30000€
- Aplicaciones informáticas y marketing: 5400€ anuales (450€ mensuales)
- Fianza del local más alquiler: 11050€ anuales (850€ mensuales de alquiler)
- Suministros: 4500€ anuales
- Salario empleados: 109895 anuales (9158€ mensuales)
- Gastos de Mantenimiento: 1500€ anuales (125€ mensuales)
- Asesoría: 12000€ anuales (1000€ mensuales)

Los gastos mencionados son los más relevantes, pero nos podrán surgir más durante la vida del negocio, y se irán reflejando en la contabilidad de la empresa.

En cuanto a los ingresos esperados, se espera obtener una media diaria de 1200€ diarios, cantidad que varía en función del día y las circunstancias. Esta cantidad se traduce en un ingreso anual de 345600€, para sacar esta cantidad se ha tenido en cuenta que no se abrirán los 365 días del año, ya que se cerrara por vacaciones en el mes de agosto y los días que cerramos por descanso.

10. Estructura legal.

Happy Eat se constituirá bajo el marco legal de una sociedad limitada, ya que se trata de la sociedad más recomendable, rápida y práctica para pequeños empresarios, y su desembolso inicial es de 3000€. Además de que cuenta con menos formalidades que el resto de sociedades. Desde el inicio, estará constituida por la socia fundadora Natalia Martínez Gómez.

A continuación se muestra un cuadro con los pasos que se deberán seguir para poder llegar a constituir la sociedad.

TRÁMITES OBLIGATORIOS PARA CONSTITUIR UNA SOCIEDAD LIMITADA	
1	Solicitud del Certificado de Denominación Social
2	Apertura de Cuenta Bancaria
3	Redacción de Estatutos y firma de Escritura de Constitución
4	Pago Impuesto de Transmisiones Patrimoniales
5	Inscripción en el Registro Mercantil
6	Solicitud CIF, Declaración Censal e Impuesto de Actividades Económicas
7	Alta en el Régimen de Autónomos y/o General de socios y trabajadores
8	Solicitud del Libro de Visitas

(Fuente: <https://www.crear-empresas.com/tramites-constituir-una-sociedad-limitada-anonima>)

En lo que respecta a al tipo de gravamen que aplicaremos en nuestra sociedad, tal y como dice Hacienda: “Entidades de nueva creación (excepto las que deban tributar a un tipo inferior), que realicen actividades económicas, en el primer período impositivo en que la BI resulte positiva y en el siguiente: 15%”. Posteriormente, este tipo de gravamen subirá al 25%, tipo general. (Fuente: https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/Ayuda/Manuales__Folleto_s_y_Videos/Manuales_practicos/_Ayuda_Folleto_Actividades_economicas/4__Impuesto_sobre_Sociedades/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra.html#:~:text=Tipos%20de%20gravamen%20especiales%2C%20destacan,y%20en%20el%20siguiente%3A%2015%25)

Deberé de darme de alta en el Régimen Especial de Trabajadores por cuenta Propia en la Tesorería General de la Seguridad Social. Y Happy Eat deberá ser dado de alta en el registro mercantil con la denominación HAPPY EAT, S.L. (previamente se ha verificado que el nombre no perteneciese a otra entidad), antes de darnos de alta, abriremos una cuenta bancaria y depositaremos la cantidad mencionada en el punto anterior. Posteriormente, se solicitará el CIF de la empresa en la Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria de Elche. El CIF que nos den será provisional y pasados unos meses nos darán el definitivo, pero podemos empezar a trabajar con el provisional.

Otros de los requisitos para poder comenzar nuestra actividad, es la solicitud de las licencias pertinentes en el ayuntamiento de la ciudad donde se vaya a ejercer la actividad, en este caso acudimos al Ayuntamiento de Elche, y se pagarán en el momento de solicitarlas.

11. Calendario de implantación.

A continuación se muestra el calendario de implantación de Happy Eat, es un pequeño resumen de todo lo mencionado anteriormente.

ACTIVIDAD	2019			2020								
	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S
Plan de empresa												
Tramites constitución												
Búsqueda y Alquiler del local												
Acondicionamiento local												
Licencias municipales y constitución												
Búsqueda financiación												
Búsqueda de proveedores												
Contratación personal												
Promoción de apertura												
Apertura del local												

(Fuente: elaboración propia)

12. Valoración de Riesgos y Conclusiones.

Tras el análisis realizado de Happy Eat, este seguirá funcionando en el futuro, siempre y cuando la economía no tenga un cambio muy brusco y entre en una recesión como la de 2008, y en ese caso nos veremos obligados a cesar la actividad por no estar sumergida del todo en el mercado y poder aguantar una crisis, en caso de llegar este momento cerraríamos el local y venderíamos todos los enseres, además de liquidar las deudas que podamos tener en ese momento.

Aun así, la localización del local, los clientes y la cercanía indica que este negocio es factible y dan previsiones de crecimiento a corto y medio plazo.

El motivo por el cual he seleccionado este plan de negocio es debido a la falta de bares/restaurante que tenemos las personas veganas y/o vegetarianas. En la gran mayoría de ocasiones salir a comer fuera de casa no es lo más atractivo para estas personas, ya que o tienen que conformarse con una simple ensalada o arriesgarse a no saber que están comiendo, porque en algunos sitios utilizan las mismas planchas de cocina para todo, algo que también perjudica a personas celiacas o problemas de alergia.

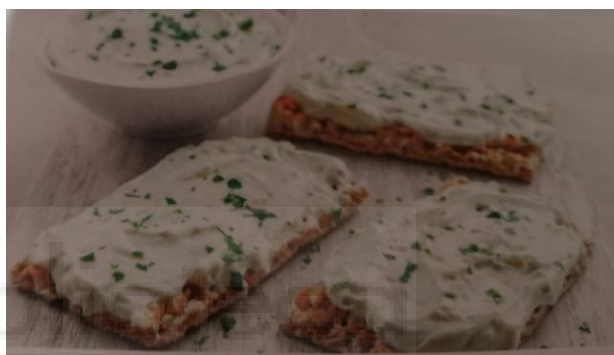
No es fácil ser vegetariano y mucho menos vegano, y no por el simple hecho de no comer animales, sino por la falta de información y de recetas. Pero es cierto que en los últimos años se está dando a conocer más sobre esta vertiente y muchas personas conocidas comparten sus recetas en Instagram, además de escribir libros y crear blog de comidas veganas y vegetarianas, como es el caso de Gloria Carrión, más conocida como “La gloria vegana”.

Desde mi experiencia personal, si no fuese por estas personas que nos ayudan con recetas y nos dicen sitios donde poder comer cosas ricas y sin echar en falta la carne, estoy segura de que habría vuelto a consumir productos

animales. Pero he aprendido a cocinar de manera diferente y conocer sitios nuevos, y es por ello que decidirme por un plan de negocios orientado a mis preferencias culinarias lo veo positivo porque voy a estar en constante crecimiento y queriendo enseñar a la gente como me enseñaron a mí. Además de que por la zona de Elche apenas tenemos sitios donde poder disfrutar comiendo.

13. Anexo.

En el siguiente anexo encontraremos algunas de las recetas que se llevarán a cabo en Happy Eat, todas ellas sacadas de libros de cocinas veganas, de creación propia o de Instagram.



- Tostas de “queso” philadelphia a las finas hierbas.
 - Ingredientes: yogures de soja naturales, hierbas provenzales, chorrito de limón, sal y pimienta.
 - Preparación: Poner los yogures en el colador para que suelten todo el suero, una vez han soltado el suero, cogen la textura del queso. Pasamos esta pasta a un bol y le añadimos la sal, pimienta, hierbas provenzales y el chorrito de limón. Se guarda en la nevera antes de servir.
 - Presentación: Untar el queso en tostras de pan.

- Cuscús con Heura
 - Ingredientes: limón, vino blanco, curry,



sirope de agave, heura, cuscús, zanahoria cebolleta, pimiento rojo y verde, y tomates, sal.

- Preparación: ponernos la heura junto con el limón, el vino blanco, el curry y el sirope de agave, y lo dejamos que coja sabor. Por otro lado hacemos las verduras (menos el tomate) a fuego lento, ir añadiendo sal y aceite de oliva, una vez están las verduras las retiramos del fuego y hacemos la heura (sin el preparado), una vez este dorada añadimos los tomates y cuando estos estén listos incorporamos las verduras junto a la mitad del preparado del limón, cuando estén se añade el cuscús, cocinado previamente y se mezcla.
- Presentación: Servir el cuscús con unos pocos de piñones.

- Espaguetis con salsa de setas

- Ingredientes: Espaguetis integrales, setas, trufa rallada, bebida de soja sin edulcorar, nueces, levadura nutricional, ajo, sal, pimienta negra, maicena, aceite de oliva.

- Preparación: Sofreímos el ajo con el aceite de oliva, añadimos las setas troceadas, salpimentamos y cocinamos un par de minutos.

Apartamos del fuego y lo ponemos en el procesador de alimentos junto con la bebida de soja, la maicena, las nueces, la levadura nutricional y la trufa rallada.

Añadimos esta salsa a la sartén que se había utilizado antes, y lo cocinamos durante 4-5 minutos cuando empiece a hervir. Y a parte cocinamos la pasta, una vez cocida, la añadimos a la sartén y removemos.

- Presentación: servir caliente y con nueces picadas por encima.



14. Bibliografía.

<https://innuvegan.es/curiosidades-sobre-el-origen-del-veganismo/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Veganismo>

<https://unaveganaporelmundo.com/espana-veganismo-crecimiento-estadisticas/>

<https://myveganesse.com/historia-del-veganismo/>

<https://www.crearlogogratisonline.com/crear-logo-propio/editor.html>

<https://www.epdata.es/datos/previsiones-pib-datos-graficos/236>

<https://www.lavanguardia.com/economia/20200131/473225260981/economia-espanola-crecio-2019-cuatro-decimas-menos-2018.html>

<https://www.efe.com/efe/espana/economia/la-actividad-en-el-sector-servicios-acaba-2019-nivel-mas-alto-9-meses/10003-4144277>

<https://www.bankinter.com/blog/mercados/analisis-economia-espana-2019>

<https://www.lavanguardia.com/economia/20200131/473225260981/economia-espanola-crecio-2019-cuatro-decimas-menos-2018.html>

<https://datosmacro.expansion.com/pib/espana?anio=2019#:~:text=El%20PIB%20subi%C3%B3%20un%202,%E2%82%AC>

<https://www.expansion.com/economia/2020/01/06/5e1304d2468aeb651b8b45de.html>

<https://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-casi-80-empleos-espana-pertecene-sector-servicios-iee-20190614113530.html>

<https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/19/T2/descargar/Fich/be1902.pdf>

<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/analisis-dafo>

<https://unionvegetariana.org/estadisticas-numero-de-vegetarianos-en-espana/>

https://www.niusdiario.es/salud-y-bienestar/espana-vuelve-cada-vez-vegana-menos-carnivora_18_2843145075.html#:~:text=En%20Espa%C3%B1a%20el%20n%C3%BAmero%20de%20elaborado%20por%20la%20consultora%20Lantern

<https://respuestasvegnas.org/encuestas-sobre-veganismo/>

[https://www.buenoyvegano.com/2020/02/08/veganismo-en-el-mundo/#:~:text=En%20Espa%C3%B1a%20el%200%20C5,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20es%20vegana.&text=El%20segmento%20veggie%20\(vegetarianos%20veganos,roja%20en%20el%20C3%BAltimo%20a%C3%B1o](https://www.buenoyvegano.com/2020/02/08/veganismo-en-el-mundo/#:~:text=En%20Espa%C3%B1a%20el%200%20C5,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20es%20vegana.&text=El%20segmento%20veggie%20(vegetarianos%20veganos,roja%20en%20el%20C3%BAltimo%20a%C3%B1o)

<https://rferrari.wordpress.com/tag/vegano/>

https://www.elconfidencial.com/economia/2019-07-28/carne-pescado-vacuno-porcino-aves-consumo_2143231/

<https://www.diamundialveganismo.org/veganos-espana/>

<http://www.studyinspain.info/es/estudios/universidades/detalle/Universidad-Miguel-Hernandez-de-Elche-00001/#:~:text=La%20UMH%20es%20un%20centro,y%2016%20Programas%20de%20Doctorado.>

<https://comunicacion.umh.es/2019/11/27/el-numero-de-estudiantes-extranjeras-crece-un-25-en-los-cursos-de-master-que-ofrecen-las-universidades-publicas-valencianas/>

https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Miguel_Hern%C3%A1ndez_de_Elche.

<https://alicanteplaza.es/el-ceu-inicia-el-curso-en-elche-con-un-20-mas-de-nuevos-alumnos>

https://www.ondacero.es/emisoras/comunidad-valenciana/elche/universidad-abierta-mayores-anos-uned-supera-300-matriculados-elche-elda_201910315dbb040d0cf28db146c0fe5e.html

https://www.umh.es/contenido/Universidad/:cifras_umh/datos_es.html

<https://medium.com/@fanny.vitte/practica-3-459f7941959b>

<https://www.milanuncios.com/alquiler-de-locales-comerciales-en-elche-alicante/altabix.htm?pagina=3>

<https://www.milanuncios.com/alquiler-de-locales-comerciales-en-elche-alicante/altabix-373050328.htm>

<https://www.milanuncios.com/alquiler-de-locales-comerciales-en-elche-alicante/altabix-323636363.htm>

<https://www.spmas.es/>

<https://www.infoautonomos.com/tipos-de-sociedades/como-crear-una-sociedad-limitada/>

<https://www.crear-empresas.com/tramites-constituir-una-sociedad-limitada-anonima>

https://www.supercontable.com/informacion/ley_gestion/Sociedad_Limitada-_Formalizacion_de_la_Constitucion..html

https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/Ayuda/Manuales_Folletos_y_Videos/Manuales_practicos/ Ayuda_Folleto_Actividades_economicas/4_Impuesto_sobre_Sociedades/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra.html#:~:text=Tipos%20de%20gravamen%20especiales%2C%20destacan,y%20en%20el%20siguiente%3A%2015%25

https://www.google.com/search?q=calendario+de+implantacion+de+una+empresa&sxsrf=ALeKk01s3k5zm3VyyiVaxCPq3uAEmMoqw:1606390335451&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewirg8KqjgDtAhUEoVwKHf5_AxQQ_AUoAXoECAMQAw&biw=1366&bih=657

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

