

1. Misión de la empresa.

2.1- ¿Qué necesidades de los consumidores queréis satisfacer?

Queremos satisfacer la necesidad de una alimentación más barata, equilibrada y fácil de transportar, enfocado a colectivos con necesidades más especiales, y a la vez evitar el desperdicio alimentario de productos a punto de caducar

2.2- ¿Qué productos o servicios queréis ofrecer?

Comprimidos nutritivos tanto para situaciones de aislamiento (ejercito, exploración, aventura, navegación) o emergencias nutritivas para ongs

Productos hiperproteicos o calóricos para deportistas.

Concentrados puros para algunas enfermedades como la diabetes

Como producto accesorio pienso animales

2.3- ¿Creéis que vuestra idea de negocio es innovadora? En caso afirmativo, indica los aspectos innovadores.

Si, creemos que si al ser la primera empresa que produce nutrientes en forma más compacta, con distintas propiedades, energéticas, proteicas...a partir de materia prima muy barata como productos a punto de caducar, con fallos estéticos.. pero sanitariamente adecuados.

Enfocado además en parte a una labor social, como elemento de responsabilidad social de la empresa

3. Análisis del entorno externo.

3.1-La necesidad de los clientes que queréis satisfacer, ¿Cómo se satisface en la actualidad?

Las Ongs compran alimentos más caras, difíciles de transportar, deteriorables y que ocupan más espacio.

Los deportistas utilizan productos más costosos, envasados especialmente, con un mayor residuo en los embalajes, al igual que otros colectivos como el ejército.

Algunas enfermedades que necesitan complementos nutrientes tienen que acudir a productos de base muy química y sintética

El pienso se produce de manera más cara y con productos que podrían derivarse a la alimentación humana

3.2-Pensad en vuestros competidores, ¿Quiénes son? Dad nombres.

Grandes cadenas de fabricación de pienso, como Purina.

Industria farmacéutica de nutrición como Meritene o de productos deshidratados.

3.3- ¿Creéis que vuestra idea de negocio tiene alguna ventaja competitiva sobre el resto de negocios similares que ya existen? Es decir, ¿Por qué te comprarán a ti y no al resto?

Si los productos serian mas baratos al utilizar una materia prima mas barato, de hecho en muchas ocasiones se tira. Seria mas fácil de transportar tanto en pequeñas cantidades por individuos o grandes cantidades por organizaciones.

Hay un aspecto que nos diferencia sobre todo que es el sello de reciclar productos de alimentación y evitar su desperdicio a la vez que la distribución mas barata a organizaciones de ayuda.

Existen estudios sobre la elección de productos “comprometidos socialmente” como prioridad para el consumidor, especialmente a precios similares.

3.4-¿A qué clientes os dirigís? ¿Os dirigís al usuario final o a otras empresas a las que venderéis vuestros productos o servicios para que ellas los distribuyan?

Tres líneas de clientes:

A los individuales con necesidades nutritivas, ya sea deportistas, aventureros, enfermos... que se harian por canales de distribución como gimnasios, centros de medicina natural, farmacia, tiendas de proximidad

A colectivos como ejercito, marina, ONGs, que se realizaría como venta directa.

A explotaciones ganaderas y pequeños propietarios que se realizaría de las dos formas según tamaño de la explotación.

Siempre se reservaría una parte del nutriente para humanos a comedores sociales y centros de atención.

3.5-¿Creéis que el mercado al que os dirigís está aumentando o disminuyendo actualmente?
¿Por qué?

Esta creciendo por varias causas:

Necesidad de alimentos más económicos para ONGs.

Aumento de viajes de aventura, aumento del deporte.

Necesidad de grandes colectivos que cada vez se desplazan a zonas mas alejadas y mas tiempo como misiones militares

Aumento de la conciencia de reciclado y de uso sostenible de alimentos

4. Análisis Interno de la empresa.

4.1-Análisis DAFO:

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escasa imagen de marca - Desconocimiento del sector - Falta de experiencia en gestion 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - -
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Productos únicos - Patente - Apuesta por la i+D - 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muy util - Competencia casi nula - -

4.2-Indicad los puntos críticos para tener éxito.

Crear una imagen de credibilidad.

Autorizacion de recogida de materia prima en grandes compañías.

Aspecto atractivo del producto.

5. Plan de Marketing.

5.1-¿Cuál será el precio de tu producto o servicio?

Pendiente de estudio.

5.2-¿Cómo será vuestro plan de comunicaciones?

Redes Sociales, eventos deportivos, gimnasios, reuniones con coordinadores de ONGs, reuniones con administración y publicidad convencinal

6. Plan de operaciones.

6.1-En caso de que vayáis a fabricar un producto, ¿lo haréis vosotros o lo subcontrataréis con la finalidad de disminuir la inversión inicial?

Realizaremos el desarrollo de la investigación y las pruebas de producto y se subcontratara la fabricación, siempre en empresas con un código ético creado por la empresa.

6.2-Indicad de forma aproximada cuanto creéis que os cuesta fabricar y /o vender vuestro producto/servicio.

En estudio

7. Recursos Humanos (RR.HH.)

7.1-¿Cuántos trabajadores se necesitan? ¿Con que perfil?

En la primera fase serian investigadores en un número aproximado de 4.

En la fase de prueba de productos se necesitaría una pequeña planta de producción con 10 trabajadores de distintas categorías.

La fase de producción podría necesitar mucha mano de obra, desde recogida de la materia prima hasta la distribución del producto

8. Aspectos financieros.

8.1-¿Cuánto dinero necesitáis? ¿En qué lo invertiríais?

Mas de 80.000 euros incluyendo la prueba de producto

8.2-¿Cuánto estimáis facturar el primer año? Sed realistas, no pasa nada si el primer año no se obtienen beneficios.

Habria que estudiarlo, se estima que en menos de tres años estaría en el punto de dar beneficios

Si te ha sobrado tiempo, por favor, mantén el orden hasta que tus compañeros terminen. Lee tu trabajo, ahora tocará exponer los puntos más importantes a tus compañeros. Acepta las críticas, tómalas constructivamente para mejorar tu proyecto de cara al concurso.