

Kiitos Luonto.

Autor: Beatriz Rodríguez Sanz.

Titulación: Grado en Dirección y Creación de Empresas.

Tutor: Máximo Cortés Navajas.

Este proyecto surge tras años de estudio de la realidad empresarial y sus modelos económicos. La realidad empresarial, junto con la cultura del mal llamado “primer mundo”, ha dado como resultado un desenfreno de antojos cuyo precio medioambiental es altísimo. Pero no sólo el precio medioambiental sino que también se ha sacrificado el beneficio social y la salud a cambio de la comodidad y el beneficio económico del consumidor y de las compañías. Las empresas tradicionales han buscado cuáles son las preferencias de los consumidores y las han explotado al máximo adaptando los productos a sus gustos. La mayoría de productos que se consumen a día de hoy están repletos de edulcorantes, aditivos, colorantes y todo tipo de componentes dedicados a potenciar su consumo e incluso adición y en especial de productos poco saludables.

Este modelo de negocio promueve la compra racional, comprando únicamente aquello que se necesita a través de productos ecológicos y saludables. Traspasando el modelo tradicional del pequeño comercio a los supermercados, basándose en la compra a granel de todo tipo de alimentos, bebidas y productos en general, y basándose en la reutilización de los envases. Dentro de la sociedad actual el sector alimentario es el sector que más residuos genera. Por tanto, la orientación de este proyecto va enfocada a crear una estructura comercial que se diferencie de lo que ahora es tradicional, retomando ciertas políticas de venta de hace 50 años en las cuales lo importante era el producto y no el envase o la forma de vender el producto.

Los supermercados Kiitos Luonto, ecológicos y 100% tradicionales, promueven no solo sostenibilidad medioambiental, a través de la reducción de desechos alimenticios y residuos plásticos mediante la compra racional y reutilización de envases, sino que también buscan la sostenibilidad social. La sociedad actual presenta una brecha laboral entre sectores poblaciones por prejuicios sociales, de esta manera se buscará la inclusión de aquellos sectores poblaciones en desventaja según las cifras oficiales del estado en materia de desempleo, facilitando también la adaptación del puesto de trabajo a personas con algún tipo de discapacidad. Es importante no sólo adaptar los establecimientos a los puestos de trabajo de personas con discapacidad, sino también para los clientes. Los supermercados están dotados de una infraestructura y estantes diseñados específicamente para facilitar una compra universal, que personas con necesidades especiales puedan realizar su compra de manera independiente o con ayuda, si así lo solicitasen, de la compra asistencial.

Kiitos Luonto, cuyo nombre en finés significa “gracias naturaleza”, forma parte de la solución a una demanda por parte de una sociedad que empieza a despertar su conciencia medioambiental. No sólo satisface su sentimiento de colaborar en la recuperación del planeta, sino que presenta otro modelo económico y empresarial viable económicamente a la par que ecológico. Aunando las necesidades y preferencias del cliente junto con las necesidades medioambientales orientado a las tendencias actuales.

Kiitos Luonto pretende posicionarse como un supermercado de referencia para la compra de productos sin embalaje y productos ecológicos. A pesar de venderse cada vez más productos ecológicos en las grandes superficies, los comercios especializados ecológicos siguen siendo pequeños comercios con escasa variedad y productos de envasado plástico. Se presenta de esta manera un supermercado con un servicio original en la venta de estos productos y a precios más asequibles, a parte de la gama gourmet.

Este proyecto cuenta con una viabilidad económica, técnica, social y ambiental que posibilitan su desarrollo.

Tras un elaborado estudio de mercado se determinó que existía una necesidad por parte del consumidor y de la sociedad de productos ecológicos (tanto en contenido como en continente). Existe un amplio grupo de proveedores tanto a nivel local y nacional como internacional que presentan una amplia variedad y que ofrecen grandes descuentos en compras de gran volumen. Estos proveedores cuentan con un buen sistema logístico que garantizan un abastecimiento regular además de cumplir con las garantías de calidad y sellos ecológicos. Se ofrece un amplio surtido que aumenta la posibilidad de elección y llega a más clientes. Incluye venta en formato pequeño y fraccionado e incorpora productos especiales para cada necesidad.

El proyecto requiere una inversión inicial de 1,5 millones de euros, de los cuales 0,5 millones provienen de recursos propios por parte de los fundadores y un grupo de accionistas, y el resto se obtendrá a través de un préstamo avalado por avalmadrid. Por otra parte, antes de solicitud del préstamo se llevará a cabo la presentación en varios concursos y búsqueda de subvenciones para reducir la necesidad del préstamo. Los ámbitos locales, nacionales e internacionales, administraciones y empresas, dotan de un gran número de herramientas para la promoción del emprendimiento, de la mujer y de los negocios ecológicos por lo que consideramos una gran oportunidad previa a la solicitud del préstamo. La inversión inicial se estima con una recuperación de 4 años.

Los ingresos estimados son de media 2,3 millones por establecimiento, contando en un inicio con dos tiendas situadas en Madrid y una posterior ampliación a Barcelona, Valencia y otras ciudades españolas. De estos ingresos y tras deducir los gastos derivan unos beneficios netos por tienda de 150.000€.