

CULTUREBOX: SABORES EN COMUNIDAD

0. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO. CONTEXTUALIZACIÓN Y SÍNTESIS.

El proyecto denominado “CultuReBox: Sabores en comunidad” está diseñado desde el Instituto de Educación Secundaria Obligatoria (en adelante, IESO) “Publio López Mondéjar” de Casasimarro para ofrecer visibilidad, acogida y una propuesta laboral a personas de la localidad, migrantes y con necesidades especiales.

Casasimarro es pueblo de ámbito rural en la provincia de Cuenca. La población migrante ha aumentado en las últimas décadas y su dedicación es principalmente a la agricultura y a la industria champiñonera. La comunidad marroquí es la mayoritaria y en el IESO supone un 25% del alumnado.

“CultuReBox” se materializa en la confección de cajas de alimentos característicos de diferentes culturas y países. La propuesta de valor radica en ofrecer alimentos auténticos y de origen desde una filosofía de comercio justo, sostenibilidad, inclusión y responsabilidad social.

En nuestro caso, comenzaremos la iniciativa de “CultuReBox” con productos de Marruecos, implicando tanto a alumnado del centro como a miembros de la comunidad educativa. Se contará con una red de proveedores locales en Marruecos y de comercialización que garantizarán la calidad y autenticidad de los productos.

“CultuReBox” los envasará en el centro educativo, en un espacio habilitado al que se le dará este nuevo uso. Lo harán con un diseño atractivo y un packaging sostenible.

El impacto social se traduce en la mejora de la calidad de vida de las personas implicadas en el proyecto, sintiéndose partícipes de una organización viva, con posibilidades de ampliación y que les ofrezca la gratificación de pertenecer a ella teniendo en cuenta sus potencialidades y capacidades.

Así pues, consideramos “CultuReBox” una iniciativa viable, con un enorme potencial para crecer y replicarse en otras localizaciones.

1. OBJETIVOS GENERALES. PROPUESTA DE VALOR.

✓ Objetivos generales:

1. Fomentar la integración y la inclusión social de la comunidad inmigrante en el pueblo, promoviendo la diversidad cultural y el respeto a través de la alimentación.
2. Promover la cultura gastronómica marroquí, ofreciendo alimentos y productos auténticos a la comunidad inmigrante y a los residentes locales interesados en la gastronomía internacional.
3. Contribuir a mejorar la calidad de vida de la comunidad inmigrante y de la población en general, ofertando alimentos de calidad y asequibles.
4. Generar oportunidades de empleo y emprendimiento para la comunidad inmigrante, promoviendo la autonomía económica y la generación de ingresos.
5. Sensibilizar y concienciar a la población local sobre la importancia de la inclusión y la diversidad, a través de actividades y eventos relacionados con la comida y la cultura.

✓ Propuesta de valor:

1. Fomento de la gastronomía internacional desde una filosofía de comercio justo, sostenibilidad, inclusión y responsabilidad social.
2. Packaging (embalaje) atractivo y sostenible con alimentos marroquíes que ofrezcan una experiencia auténtica y enriquecedora de la cocina marroquí en casa, con ingredientes y recetas detalladas.
3. Atención personalizada, asesoramiento y servicio al cliente en la selección y uso de los productos marroquíes, con ayuda de QR (código de respuesta rápida), audios y vídeos para que se sumerja de manera fácil en la cultura marroquí.



Packaging

4. Variedad de sabores y platos: ofrecer un amplio abanico de alimentos marroquíes, disfrutando así de nuevos sabores y platos exóticos (tés, dátiles, aceite de argán, hierbas, especias y dulces, entre otros).
5. Precios asequibles: proponer alimentos a precios factibles, permitiendo que sean viables para diferentes segmentos de la población y promoviendo la inclusión social.
6. Impacto social positivo: contribuir a la integración y mejora de la calidad de vida de la comunidad inmigrante a través de la generación de empleo y la promoción de la diversidad cultural.
7. Conciencia social y cultural: sensibilizar a la población local sobre la importancia de la inclusión y la diversidad cultural, promoviendo la comprensión y el respeto a través de la comida y la cultura marroquí.



Productos caja CultuReBox

2. PROCESOS NECESARIOS. CRONOLOGÍA DE DESARROLLO.

1. Investigación de mercado: realizar un estudio de mercado para identificar la demanda y preferencias de alimentos marroquíes en la zona, así como analizar la competencia y oportunidades de negocio.
2. Planificación y diseño del proyecto: definir los objetivos, estrategias, recursos necesarios, plan de marketing, estructura organizativa y otros elementos clave del proyecto.
3. Colaboradores: identificar colaboraciones con proveedores locales de alimentos marroquíes y establecer alianzas con organizaciones o instituciones que ayuden el proyecto.
4. Financiación: buscar fuentes de inversión para el proyecto, ya sea a través de fondos propios, inversores, subvenciones u otras formas de financiación.
5. Desarrollo de infraestructura: establecer o adaptar las instalaciones necesarias para la venta de alimentos marroquíes, como un local o puesto de venta, así como adquirir el equipo y mobiliario necesario.
6. Contratación y formación de personal: contratar y capacitar a un equipo de trabajo que lleve a cabo las actividades operativas del proyecto, como la preparación y venta de alimentos, gestión administrativa, atención al cliente, etc.

7. Implementación de estrategias de marketing: desarrollar e implementar estrategias de marketing para dar a conocer el proyecto a la comunidad local, a través de acciones como publicidad, promociones, redes sociales, participación en eventos y otras actividades de marketing.
8. Puesta en marcha y operación: iniciar la venta de alimentos marroquíes en el local o puesto de venta, así como su ofrecimiento a través de la WEB destinada para tal fin, realizando a cabo todas las actividades operativas necesarias para la acción diaria del proyecto, como la preparación y venta de alimentos, gestión de inventario, atención al cliente, entre otros.
9. Monitoreo y mejora continua: realizar un seguimiento constante del proyecto, analizando los resultados obtenidos, identificando áreas de mejora y realizando ajustes o modificaciones necesarios para optimizar la operación y alcanzar los objetivos establecidos.

La cronología de desarrollo del proyecto variará dependiendo de la envergadura y complejidad del mismo, así como de los recursos disponibles y otros factores externos. Es importante establecer un plan de desarrollo con fechas y plazos realistas, y llevar a cabo un seguimiento constante del progreso del proyecto para asegurar su éxito.

3. EXPECTATIVAS. LÍNEAS ESTRATÉGICAS.

✓ Expectativas:

1. Generar impacto social: contribuir a mejorar la calidad de vida positiva de la comunidad inmigrante del pueblo de Casasimarro, promoviendo la integración social, la diversidad cultural y la inclusión a través de la alimentación.
2. Sostenibilidad económica: lograr una gestión financiera eficiente que permita la viabilidad económica del proyecto a largo plazo, obtenga ingresos que cubran los costes y permitan reinvertir en el desarrollo del proyecto y en la comunidad.
3. Satisfacción del cliente: ofrecer productos y servicios de calidad que cubran las necesidades y preferencias de los clientes, promoviendo la fidelidad y la publicidad del WOM (“word of mouth” –boca a boca–), y demostrar relaciones duraderas con la comunidad local y la comunidad inmigrante.

✓ Líneas estratégicas:

1. Diversificación de productos y servicios: ofrecer una amplia variedad de alimentos marroquíes de alta calidad, adaptada a los gustos y preferencias de la comunidad local y la comunidad inmigrante, con opciones para distintos momentos del día y diferentes necesidades alimenticias.
2. Cultura y educación: promover la cultura marroquí y fomentar la educación sobre los alimentos marroquíes a través de actividades como talleres, charlas, degustaciones y otras iniciativas que ayuden a la comunidad local a conocer y apreciar la riqueza culinaria y cultural de Marruecos.
3. Accesibilidad: proporcionar iniciativas de precios accesibles y promover la inclusión financiera, para que los productos y servicios sean asequibles para diferentes segmentos de la sociedad, incluyendo a la comunidad inmigrante y a aquellos con menor capacidad económica.
4. Colaboración y participación comunitaria: establecer alianzas con organizaciones locales, instituciones y otros actores relevantes, promoviendo la colaboración y hermandad en el desarrollo del proyecto, así como la generación de redes de apoyo y sinergias con otros emprendedores y proyectos locales.
5. Sostenibilidad y responsabilidad social: implementar prácticas sostenibles en la operación del proyecto, como la gestión responsable de residuos, el uso eficiente de recursos naturales y la promoción de prácticas de comercio justo y responsabilidad social, en línea con los valores del proyecto y las expectativas de la comunidad local y la comunidad inmigrante.

4. FINANCIACIÓN. OBSTÁCULOS Y RIESGOS POSIBLES.

✓ Financiación:

1. Fondos propios: aportes personales de los emprendedores y colaboradores del proyecto para cubrir los costes iniciales y operativos del negocio.
2. Financiamiento externo: obtención de préstamos o líneas de crédito de instituciones financieras, organizaciones de microcrédito u otras fuentes de financiamiento externo.
3. Inversionistas o socios: búsqueda de inversionistas o socios estratégicos interesados en apoyar el proyecto y financiación a cambio de una participación en el negocio.

✓ Obstáculos y riesgos potenciales:

1. Barreras regulatorias: cumplimiento de requisitos legales y regulaciones específicas para la venta de alimentos, incluyendo permisos sanitarios, licencias y regulaciones de seguridad alimentaria.
2. Competencia: existencia de otros negocios de venta de alimentos en la zona que compitan con el proyecto, lo cual afecte a la captación de clientes y la generación de ingresos.
3. Sostenibilidad económica: garantizar la sostenibilidad económica del proyecto a largo plazo, asegurando que los ingresos generados sean suficientes para cubrir los costes operativos y de inversión, así como para mantener la rentabilidad del negocio.
4. Gestión de la cadena de suministro: asegurar una cadena de suministro eficiente y confiable para la obtención de los alimentos marroquíes, incluyendo la logística, el almacenamiento y la gestión de proveedores.
5. Aceptación y adopción por parte de la comunidad: generar la aceptación y adopción del proyecto por parte de la comunidad local y la comunidad inmigrante, lo cual requiere un trabajo de promoción, marketing y relaciones públicas efectivo.
6. Diversidad cultural y barreras de comunicación: manejar la diversidad cultural de la comunidad inmigrante, incluyendo las barreras de comunicación como el idioma y las diferencias culturales, para asegurar una adecuada atención y servicio al cliente.

Es importante identificar estos obstáculos y riesgos potenciales y desarrollar estrategias para mitigarlos y enfrentarlos de manera efectiva, como parte de la planificación y gestión del proyecto.

5. MERCADO, COMPETENCIA Y COLABORADORES.

✓ Mercado:

El mercado para el proyecto “CultuReBox: Sabores en comunidad” está destinado a toda la comunidad del municipio y de alrededores interesada en la gastronomía marroquí o que busque experiencias culinarias y culturales diferentes. Además, el proyecto tiene un enfoque en la venta de alimentos saludables y nutritivos, que atrae a personas interesadas en una alimentación equilibrada y consciente.

✓ Competencia:

Es importante llevar a cabo un análisis de la competencia en la zona donde se establezca el proyecto para identificar a otros negocios de alimentos marroquíes o similares, así como evaluar su oferta, precios, ubicación, calidad y servicio al cliente. Esto permite identificar oportunidades y desafíos, y desarrollar estrategias adecuadas para destacarse y competir en el mercado. De hecho, destacamos las siguientes ventajas competitivas:

1. Amplio conocimiento y experiencia en la gastronomía marroquí, asegurando la autenticidad y calidad de los alimentos y productos ofrecidos.
2. Oferta diversificada con una combinación de venta en el puesto de venta físico y cajas con alimentos marroquíes, lo que permite llegar a diferentes segmentos de mercado y aumentar las oportunidades de venta.
3. Colaboraciones estratégicas con proveedores marroquíes confiables y posibles socios estratégicos para asegurar el suministro de productos de calidad y obtener recursos adicionales.
4. Enfoque en la atención y servicio personalizados, lealtad y satisfacción en los clientes.

✓ Colaboradores:

1. Proveedores: proveedores de alimentos marroquíes de calidad y confiables que suministren los productos necesarios para la venta en el proyecto.
2. Personal: personal de cocina y atención al cliente, que estén capacitados en la preparación de alimentos marroquíes auténticos y brinden un excelente servicio al cliente.
3. Colaboradores comunitarios: colaboración con otras organizaciones comunitarias, como asociaciones de inmigrantes, entidades gubernamentales locales u otras organizaciones sin fines de lucro, que apoyen y promuevan el proyecto en la comunidad.
4. Posibles socios estratégicos: cooperación con posibles socios estratégicos, como chefs destacados reconocidos, expertos en gastronomía o empresas relacionadas con la industria de alimentos, que aporten experiencia, conocimientos y recursos adicionales al proyecto.

Es importante establecer relaciones sólidas y colaborativas con estos actores clave para asegurar el éxito y la sostenibilidad del proyecto "CultuReBox: Sabores en comunidad".

"CultuReBox": Descubre los sabores de otras culturas en casa.

→ Enlace: https://www.youtube.com/watch?v=_j0po5yu94Q&feature=youtu.be