

Plan de negocio

Huerta en Casa

Huerta en Casa

20 de octubre de 2026

Índice

Resumen Ejecutivo	4
Propuesta de Valor	5
Descripción del Producto	5
Problema a Resolver	5
Solución Propuesta	5
Beneficios para el Cliente	5
Diferencias Frente a la Competencia	6
Análisis de Mercado	7
Tamaño del Mercado	7
Tendencias del Mercado	7
Segmentación de Clientes	7
Principales Competidores	7
Análisis PESTEL	8
Estrategia de Mercado	9
Estrategia de Adquisición de Clientes	9
Plan de Lanzamiento	9
Presupuesto de Adquisición de Clientes	9
Plan de Ventas	9
Plan Operativo	10
Recursos Clave	11
Procesos Operativos	11
Proveedores y Socios	11
Costes Operativos	11
Plan Financiero	12
Resumen Financiero	12
Ingresos por año	12
Cuenta de pérdidas y ganancias	12
Balance de situación	13
Tesorería	13
Márgenes de rentabilidad	14
Necesidades de Financiación y Retorno a los Inversores	14
Necesidades Financieras Iniciales	14
Retorno a los Inversores	15

Análisis de Riesgos y Estrategias de Mitigación	16
Riesgo de Adopción de la Plataforma	16
Riesgo Financiero	16
Riesgo de Retención de Clientes	16
Riesgo Tecnológico	16
Riesgo de Satisfacción del Cliente	17

Resumen Ejecutivo

Huerta en Casa es una tienda online de fruta y verdura ecológica a domicilio en Valencia. Vendemos cestas semanales de temporada con producto de l'Horta Nord, pedidos a la carta y una pequeña despensa, y repartimos en furgoneta eléctrica desde una nave de 180 m² con cámara frigorífica en Alboraià. Empezamos a vender el 1 de marzo de 2027. Los socios son Marc Ferrer, gerente de compras y operaciones (53 %), y Laura Soler, de marketing y atención al cliente (47 %).

La inversión inicial es de 24.500 € sin IVA en la cámara, el equipamiento de la nave y la tienda online. Se financia con 30.000 € de los socios y un préstamo ICO de 35.000 € a 5 años, con un año de carencia.

Preveamos unas ventas de 129.780 € en 2027 (10 meses vendiendo), 340.702 € en 2028 y 406.354 € en 2029. El primer año cierra con pérdida (-36.297 €), mientras crece el número de cestas. Desde 2028 hay beneficio: 16.128 € en 2028 y 30.910 € en 2029. La caja no baja de 16.305 € (octubre de 2027) y cierra 2029 con 70.090 €.

Propuesta de Valor

Descripción del Producto

Huerta en Casa tiene tres líneas de venta:

- **Cestas de temporada:** una suscripción semanal de fruta y verdura ecológica de l'Horta Nord, a 31,50 € sin IVA en 2027. Es la línea que más factura: cerca del 81 % de las ventas de 2028.
- **Pedidos a la carta:** fruta y verdura suelta, para quien quiere elegir lo que compra o completar su cesta.
- **Despensa ecológica:** huevos, legumbres, arroz y pan común, para cerrar la compra de la semana en el mismo pedido.

Todo se pide y se paga con tarjeta en nuestra tienda online, y lo llevamos a domicilio. El precio de la cesta sube un poco cada año: 32,40 € en 2028 y 33,40 € en 2029.

Problema a Resolver

Muchas familias de Valencia quieren comer fruta y verdura ecológica y de temporada, y no siempre les resulta fácil.

- Comprar producto ecológico de la huerta cercana suele obligar a ir a varios sitios: un mercado, una tienda especializada o el propio agricultor.
- Hacer y cargar la compra de fruta y verdura de toda la semana lleva tiempo y esfuerzo cada semana.

Además, en muchas tiendas no está claro de dónde viene el producto ni si cuenta con certificación ecológica.

Solución Propuesta

Una tienda online que lleva a casa la huerta cercana:

- Cestas semanales de fruta y verdura ecológica de temporada, compradas a agricultores de l'Horta Nord.
- Pedidos a la carta y productos de despensa para completar la compra de la semana en el mismo pedido.
- Preparación en nuestra nave de Alboraià, con cámara frigorífica para mantener el producto fresco.
- Reparto a domicilio con nuestra propia furgoneta eléctrica, en renting, y cajas isotérmicas reutilizables.
- Certificación ecológica del CAECV, que renovamos cada año.

Beneficios para el Cliente

-

Comodidad: la fruta y la verdura de la semana llegan a casa, sin desplazamientos ni cargas.

- **Producto de temporada y de cerca:** lo que da cada época del año l'Horta Nord, a las puertas de Valencia.
- **Ecológico certificado:** trabajamos con la certificación ecológica del CAECV.
- **Flexibilidad:** la cesta se completa con pedidos a la carta y con productos de despensa.
- **Compra sencilla:** todo se pide y se paga en la tienda online, en cualquier momento.

Diferencias Frente a la Competencia

- **Frente a los supermercados con sección ecológica:** producto de temporada de agricultores de l'Horta Nord, con origen conocido y entrega en casa cada semana.
- **Frente a las tiendas ecológicas de barrio:** no hay que desplazarse, y la compra de toda la semana llega en una sola entrega.
- **Frente a los mercados municipales:** todo nuestro producto es ecológico certificado y se pide desde casa.
- **Frente a la venta directa de un agricultor:** una sola cesta reúne producto de varios agricultores, junto con los pedidos a la carta y la despensa.

Análisis de Mercado

Tamaño del Mercado

Calculamos el mercado desde nuestra zona de reparto hacia arriba.

- **Zona de influencia:** los hogares de Valencia y alrededores a los que llega el reparto desde la nave de Alboraiá.
- **Cestas que necesitamos:** 8.480 cestas en 2028, unas 163 a la semana de media, a 32,40 € sin IVA.
- **Compras que se suman:** los pedidos a la carta suponen en torno al 15 % de lo que facturan las cestas, y la despensa en torno al 9 %.
- **Venta resultante:** 340.702 € en 2028.

Unas 163 cestas a la semana son una parte pequeña de los hogares de nuestra zona. No necesitamos llegar a todo el mercado: basta con que unos pocos cientos de familias nos elijan para su compra de fruta y verdura.

Tendencias del Mercado

- Cada vez más hogares compran la alimentación por internet y la reciben en casa.
- Crece el interés por la comida ecológica, de temporada y de proximidad, y por saber de dónde viene lo que se come.
- Las suscripciones semanales dan una compra repetida y fácil de planificar, para el cliente y para nosotros.
- El consumo de fruta y verdura a domicilio baja en verano, sobre todo en agosto, y se recupera a partir de septiembre.

Son tendencias que juegan a favor de una tienda online con producto ecológico de la huerta cercana.

Segmentación de Clientes

Nuestra clientela son hogares de nuestra zona de reparto que compran por internet. La dividimos según lo que compran, con su peso en las ventas de 2028:

- **Suscriptores de cestas** (81 %): reciben cada semana su cesta de temporada y son la base del negocio.
- **Pedidos a la carta** (12 %): quien elige la fruta y la verdura suelta, o completa la cesta con lo que necesita esa semana.
- **Despensa** (7 %): quien añade huevos, legumbres, arroz o pan común a su pedido.

En julio y agosto se piden menos cestas, y de septiembre a diciembre la demanda sube.

Principales Competidores

-

Supermercados con sección ecológica y venta online: horario amplio y reparto a domicilio, pero menos producto de temporada de la huerta cercana y menos información sobre su origen.

- **Tiendas ecológicas de barrio:** trato cercano y buen producto, pero hay que ir a comprar y cargar con la compra.
- **Mercados municipales:** producto fresco y variado, pero no siempre ecológico certificado y con un horario limitado.
- **Otras tiendas online de cestas ecológicas:** la misma comodidad de recibir la compra en casa.
- **Agricultores que venden directamente:** origen conocido, pero con el surtido de una sola finca.

Nuestro hueco: producto ecológico de l'Horta Nord, a domicilio cada semana, con cesta, carta y despensa en un mismo pedido.

Análisis PESTEL

- **Político:** líneas ICO para emprendedores, como el préstamo que financia parte de la apertura.
- **Económico:** los precios en origen cambian con las cosechas, y suben el salario mínimo y otros costes. Pagamos sueldos por encima del mínimo, con una subida del 3 % anual, y subimos el precio de la cesta en torno a un 3 % al año.
- **Social:** más interés por la alimentación ecológica y de proximidad, y por hacer la compra por internet.
- **Tecnológico:** tienda online, pasarela de pago, y redes sociales y buscadores como canal principal para darnos a conocer.
- **Ecológico:** furgonetas eléctricas, cajas reutilizables, producto de la huerta cercana y control de las mermas y de los residuos.
- **Legal:** certificación ecológica del CAECV, normativa sanitaria de los alimentos, plazos de pago de la cadena alimentaria, IVA del 4 % en todo lo que vendemos e impuesto de sociedades del 15 % por ser empresa de nueva creación.

Estrategia de Mercado

Estrategia de Adquisición de Clientes

- **Publicidad en redes y buscadores:** desde que empezamos a vender, para llegar a los hogares de nuestra zona que buscan fruta y verdura ecológica a domicilio.
- **Campaña de lanzamiento:** en marzo de 2027, para dar a conocer la tienda desde el primer día.
- **Contenido sobre la huerta:** Laura lleva el marketing y enseña en redes de dónde viene cada cesta y qué trae cada temporada.
- **Recomendación:** quien está contento con su cesta lo cuenta a vecinos y amigos. Cuidamos cada entrega para que así sea.
- **Venta cruzada:** al suscriptor de cestas le ofrecemos los pedidos a la carta y la despensa.

Plan de Lanzamiento

- **Enero de 2027:** constitución de la sociedad, aportación de los socios, préstamo ICO, alquiler de la nave de Alborai, licencia de actividad y tasas.
- **Febrero de 2027:** montaje de la cámara frigorífica y de la zona de preparación, puesta en marcha de la tienda online, seguro y certificación ecológica.
- **1 de marzo de 2027:** primeras ventas, con la campaña de lanzamiento y la primera furgoneta. Marc entra en nómina.
- **Junio de 2027:** Laura entra en nómina.
- **Septiembre de 2027:** entra un repartidor a jornada completa.
- **Primer año:** de 135 cestas en marzo a 585 en diciembre de 2027.
- **Enero de 2028:** entra una persona a media jornada para preparar pedidos.
- **Septiembre de 2028:** segunda furgoneta y segundo repartidor, a media jornada.

Presupuesto de Adquisición de Clientes

- **Campaña de lanzamiento:** 3.000 € en marzo de 2027.
- **Publicidad en redes y buscadores:** 1.500 € al mes desde marzo de 2027.

En total, 18.000 € en 2027 y 18.000 € al año a partir de 2028: cerca del 14 % de las ventas el primer año, el 5,3 % en 2028 y el 4,4 % en 2029. Es una partida alta porque el plan depende de ganar suscriptores mes a mes, así que la seguimos de cerca: cuánto nos cuesta cada alta y cuántas cestas se mantienen.

Plan de Ventas

- **Volumen:** 3.320 cestas en 2027, 8.480 en 2028 y 9.810 en 2029. En 2028 son unas 163 a la semana de media.
-

Arranque: 135 cestas en marzo de 2027 y 585 en diciembre, cuando ya facturamos unos 22.800 € al mes.

- **Estacionalidad:** en julio la venta baja en torno a un 18 % y en agosto en torno a un 33 %, frente a junio; de septiembre a diciembre sube.
- **Precios:** la cesta pasa de 31,50 € a 32,40 € en 2028 y a 33,40 € en 2029, sin IVA.
- **Carta y despensa:** 41.250 € y 24.700 € de venta en 2028.
- **Ventas previstas:** 129.780 € en 2027, 340.702 € en 2028 y 406.354 € en 2029, sin IVA.

Plan Operativo

- **Pedidos:** el cliente compra y paga con tarjeta en la tienda online; las cestas van por suscripción semanal.
- **Compras:** compramos a los agricultores según los pedidos de la semana y les pagamos a 30 días, igual que a los proveedores de despensa.
- **Preparación:** en la nave de 180 m² de Alboraiá, con cámara frigorífica, estanterías, mesas de preparación y básculas.
- **Reparto:** en furgoneta eléctrica; la segunda llega en septiembre de 2028.
- **Equipo:** Marc en compras y operaciones, Laura en marketing y atención al cliente, un repartidor a jornada completa desde septiembre de 2027 y, en 2028, dos medias jornadas, una para preparar pedidos y otra para repartir.
- **Sin existencias:** trabajamos con producto fresco y no guardamos stock.

Recursos Clave

Procesos Operativos

- **Cierre de pedidos:** cada semana revisamos las suscripciones y los pedidos a la carta, y con ellos hacemos la compra a los agricultores.
- **Recepción:** el producto llega a la nave, se revisa y se guarda en la cámara frigorífica.
- **Preparación:** se pesan y montan las cestas y los pedidos en cajas isotérmicas reutilizables, etiquetadas con los datos de cada cliente.
- **Reparto:** rutas de entrega en furgoneta eléctrica; recogemos las cajas vacías para volver a usarlas.
- **Atención al cliente:** Laura resuelve dudas, cambios e incidencias.
- **Limpieza:** de la nave y de la cámara, con gestión de los residuos y de las mermas.

Proveedores y Socios

- **Agricultores ecológicos de l'Horta Nord:** fruta y verdura para las cestas y los pedidos a la carta.
- **Proveedores de despensa:** huevos, legumbres, arroz y pan común.
- **Proveedores de envases y cajas.**
- **Renting de las furgonetas eléctricas** y su carga.
- **Plataforma de la tienda online y pasarela de pago.**
- **Mantenimiento de la cámara frigorífica, y limpieza y gestión de residuos.**
- **Gestoría y asesoría laboral, aseguradora** y la **certificación ecológica del CAECV.**
- **Banco:** préstamo ICO de 35.000 €.

Costes Operativos

- **Compras:** el 44 % de lo que facturamos en cestas (con las mermas), el 46 % en la carta y el 62 % en despensa, más un 3 % de envases y un 1,4 % de pasarela de pago. El margen bruto queda en torno al 50 %.
- **Personal:** 19.200 € al año por socio, 19.400 € el repartidor a jornada completa y 9.700 € cada media jornada, con una subida del 3 % anual y un 33 % de Seguridad Social. Unos 95.400 € en 2028.
- **Alquiler:** 950 € al mes por la nave de 180 m².
- **Otros gastos fijos:** publicidad (1.500 € al mes), renting y carga de cada furgoneta (650 €), suministros (420 €), gestoría (200 €), tienda online (120 €), limpieza y residuos (120 €), mantenimiento de la cámara (60 €), seguro (1.100 € al año) y certificación ecológica (600 € al año).

En total, unos 52.500 € en 2028 y 57.700 € en 2029, sin contar el personal.

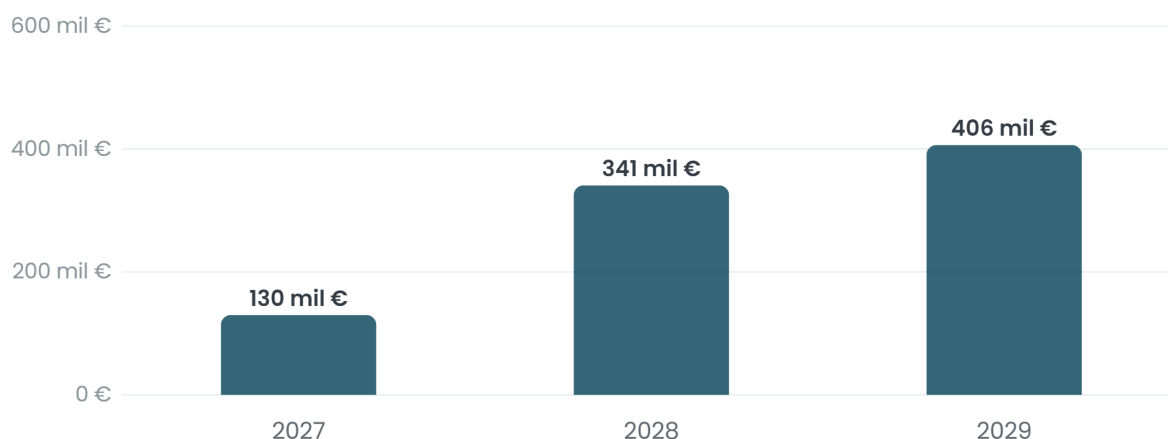
Plan Financiero

Resumen Financiero

- **Ventas:** 129.780 € en 2027, 340.702 € en 2028 y 406.354 € en 2029.
- **Margen bruto:** en torno al 50 % de las ventas los tres años; la compra a los agricultores es nuestro mayor coste.
- **EBITDA** (resultado antes de amortizaciones, intereses e impuestos): -30.225 € en 2027, 22.573 € en 2028 y 38.763 € en 2029.
- **Beneficio neto:** -36.297 € en 2027, 16.128 € en 2028 y 30.910 € en 2029. No hay impuesto de sociedades hasta 2029 (1.895 €), porque antes compensamos la pérdida de la apertura.
- **Caja a fin de año:** 18.671 € en 2027, 38.385 € en 2028 y 70.090 € en 2029. El punto más bajo del plan es octubre de 2027, con 16.305 €.

En el balance, el IVA sale en negativo todos los años: es IVA a devolver, porque vendemos al 4 % y pagamos al 21 % buena parte de los gastos.

Ingresos por año



Cuenta de pérdidas y ganancias

Cifras en €	2027	2028	2029
Ingresos	129.780	340.702	406.354
Coste de ventas	(64.830)	(170.171)	(202.969)
Margen bruto	64.950	170.531	203.385
Gastos de explotación	(95.175)	(147.959)	(164.622)
EBITDA	(30.225)	22.573	38.763
Beneficio neto	(36.297)	16.128	30.910

Balance de situación

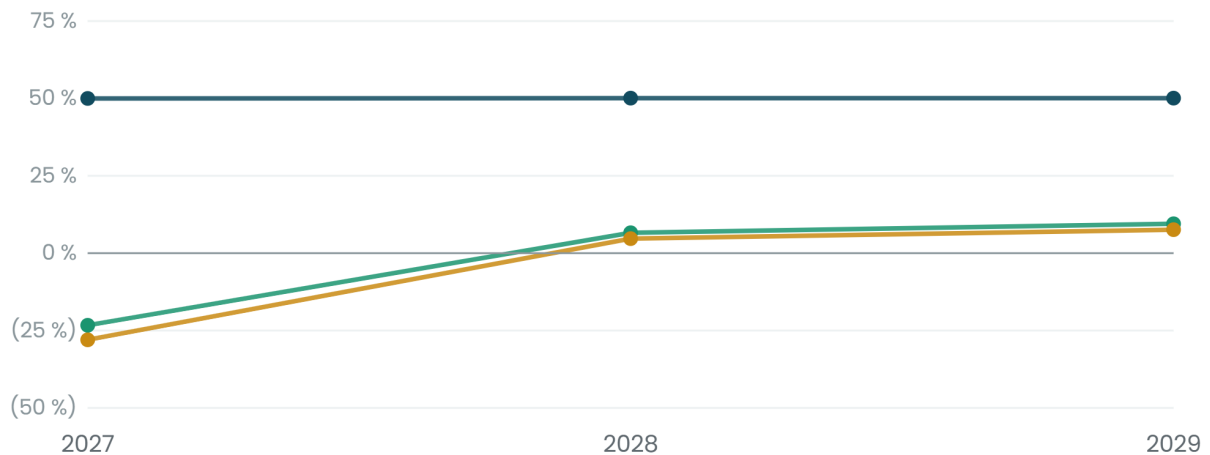
Cifras en €	2027	2028	2029
Activo			
Activo no corriente	20.352	15.827	11.302
Activo corriente	18.671	38.385	70.090
Total activo	39.024	54.213	81.392
Patrimonio neto y pasivo			
Patrimonio neto	(6.297)	9.831	40.740
Pasivo no corriente	35.000	27.703	19.272
Pasivo corriente	10.321	16.679	21.380
Total patrimonio neto y pasivo	39.024	54.213	81.392

Tesorería

Cifras en €	2027	2028	2029
Caja al empezar el año	0	18.671	38.385
Flujo de las operaciones	(19.904)	28.931	41.569
Flujo de inversión	(24.500)	0	0
Flujo de financiación	63.075	(9.217)	(9.864)
Variación de caja	18.671	19.714	31.705
Caja al terminar el año	18.671	38.385	70.090

Márgenes de rentabilidad

● Margen bruto ● EBITDA ● Beneficio neto



Necesidades de Financiación y Retorno a los Inversores

Para empezar necesitamos 24.500 € de inversión sin IVA, 5.800 € de gastos de puesta en marcha y un colchón para los primeros meses, mientras crece el número de suscriptores. Lo cubrimos con 65.000 €:

- **Capital de los socios:** 30.000 € (46 % de la financiación): 16.000 € de Marc y 14.000 € de Laura.
- **Préstamo ICO:** 35.000 € a 5 años, al 6 % y con un año de carencia. Durante la carencia solo pagamos intereses, 175 € al mes; desde febrero de 2028, una cuota de unos 822 € al mes.

No hemos previsto póliza de crédito. Como Hacienda siempre nos debe IVA, nos inscribimos en el registro de devolución mensual (REDEME): sin él, la caja se quedaría mucho más justa. Con esta financiación, la caja del plan no baja de 16.305 €.

Necesidades Financieras Iniciales

- **Cámara frigorífica y climatización:** 9.500 €
- **Estanterías, mesas de preparación y básculas:** 4.500 €
- **Cajas isotérmicas reutilizables** (primera dotación): 2.500 €
- **Diseño y desarrollo de la tienda online:** 6.000 €
- **Ordenadores y etiquetadora:** 2.000 €
- **Licencia de actividad, notaría y registro:** 2.200 €
- **Tasas municipales:** 600 €
- **Campaña de lanzamiento:** 3.000 €

En total, 30.300 € sin IVA: 24.500 € de inversión y 5.800 € de puesta en marcha. En febrero de 2027 adelantamos además el IVA de la inversión (5.145 €), que recuperamos con la

devolución mensual. El resto de la financiación (34.700 €) queda como colchón para los sueldos, el alquiler y la publicidad de los primeros meses, mientras crecen las ventas.

Retorno a los Inversores

Durante los tres años del plan no repartimos dividendos: la prioridad es devolver el préstamo y mantener un colchón de caja.

- El patrimonio de la sociedad pasa de 30.000 € a unos 40.700 € a final de 2029, una vez recuperada la pérdida del primer año.
- La deuda pendiente baja de 35.000 € a final de 2027 a 19.272 € a final de 2029, mientras la caja sube hasta 70.090 €.
- Cuando el negocio lo permita, el beneficio se podrá repartir entre los socios según su participación (53 % y 47 %).

Análisis de Riesgos y Estrategias de Mitigación

Riesgo de Adopción de la Plataforma

Riesgo: que los suscriptores lleguen más despacio de lo previsto. Es el punto más exigente del plan: pasamos de 135 cestas en marzo de 2027 a unas 163 a la semana de media en 2028, y eso depende de que la publicidad traiga altas todos los meses.

Cómo lo reducimos: el equipo crece por pasos, detrás del volumen. Laura entra en junio de 2027, el repartidor en septiembre, la media jornada de preparación en enero de 2028 y la segunda furgoneta con su repartidor en septiembre de 2028. Si las cestas no llegan, retrasamos esas incorporaciones. Además, medimos cada mes lo que nos cuesta cada alta.

Riesgo Financiero

Riesgo: la pérdida del primer año (-36.297 €) y un margen ajustado después, con un EBITDA del 6,6 % de las ventas en 2028. También dependemos de la devolución mensual del IVA: vendemos al 4 % y pagamos al 21 % buena parte de los gastos, y sin esa devolución la caja estaría mucho más justa. Desde febrero de 2028 se suma la cuota del préstamo.

Cómo lo reducimos: un 46 % de fondos propios, un año de carencia en el préstamo, la inscripción en el registro de devolución mensual del IVA desde el principio, un colchón de caja que deja el punto más bajo en 16.305 € (octubre de 2027) y seguimiento mensual de la caja con Viabbly.

Riesgo de Retención de Clientes

Riesgo: que los suscriptores se den de baja. Las cestas del plan ya son netas: para llegar a ellas tenemos que captar más altas que bajas cada mes. En verano se piden menos cestas, y en agosto la venta baja en torno a un 33 %.

Cómo lo reducimos: producto que va cambiando con la temporada, atención cercana de Laura para resolver cualquier incidencia, pedidos a la carta y dispensa para que la compra se ajuste a lo que necesita cada hogar, y seguimiento mensual de las altas y las bajas.

Riesgo Tecnológico

Riesgo: una caída de la tienda online o de la pasarela de pago que nos deje sin pedidos ni cobros, una avería de la cámara frigorífica con el producto dentro o una furgoneta parada en día de reparto.

Cómo lo reducimos: la tienda funciona sobre una plataforma contratada (120 € al mes), la cámara tiene mantenimiento todos los meses (60 €), el seguro cubre la mercancía y la nave, y las furgonetas van en renting. Desde septiembre de 2028, con la segunda furgoneta, una puede cubrir a la otra.

Riesgo de Satisfacción del Cliente

Riesgo: que el producto llegue en mal estado o tarde, o que la cesta no guste. Es producto fresco y se estropea pronto, y los meses de más trabajo, de septiembre a diciembre, son los más delicados.

Cómo lo reducimos: cadena de frío con la cámara frigorífica y las cajas isotérmicas, mermas ya previstas en el coste de compra de las cestas, una persona para preparar pedidos desde enero de 2028 y un segundo repartidor desde septiembre de 2028, atención al cliente a cargo de Laura y respuesta a todas las reseñas y mensajes.