

Materia: Gestión de Proyecto

Curso: 5º

División : todas

Turno: tarde

Docentes: Di Pauli Marcelo – Gutiérrez Laura

Trabajo practico integrador N° 9

-Teniendo en cuenta la teoría dada desarrollar.

1- leer con atención la historia que se da a continuación.

2- Responder:

- a- ¿Cuál es la denominación del micro emprendimiento?
- b- ¿Cuál fue el motivo de Tim Roupell para dar inicio su micro emprendimiento?
- c- ¿Cuál fue el lema que tubo o en que frase se basó su idea?
- d- ¿Cuáles fueron los obstáculos que tuvo en el crecimiento de su micro emprendimiento?
- e- ¿Qué fue lo que hizo que él se diera cuenta de cuál era el paso que debía seguir para el éxito de su emprendimiento?.
- f- Realizar el análisis FODA del micro emprendimiento.
- g- Pensar por lo menos en 3 alternativas de crecimiento para este microemprendimiento.

Tim Roupell Fundador de Daily Bread

Junto al ordenador de Tim Roupell hay un cartel que dice: "Para evitar marearte mira al horizonte". Confiesa que lo ha leído cientos de veces desde que dejó su trabajo como broker en la City de Londres para emprender un negocio de sandwiches. "La idea es que, en lugar de preocuparte por cosas sin importancia, hay que mirar allí donde quieres dirigirte y no dejar que nada se interponga en tu camino".

Después de trabajar durante 10 años como broker de materias primas, terminó por caer en la cuenta de que odiaba su trabajo y que lo que deseaba era montar algo por sí mismo. Su principal escollo consistía en que no tenía experiencia en ningún otro sector

aparte del de los mercados bursátiles. Sin embargo, se dio cuenta de algo tan sencillo como que era muy difícil encontrar un buen sandwich cerca de donde trabajaba, en Victoria, y pensó que sería una buena idea hacer sandwiches de calidad y venderlos en las oficinas (allí donde él pensaba que estaba el negocio). Dejó su trabajo e invirtió 1500 dólares en una máquina cortadora y en un par de canastas, y pidió a un amigo, dueño de una tienda de delicatessen, que le dejara trabajar en el sótano de su local.

"A la mañana siguiente de disponer del local me levanté (literalmente) a las 4:30 de la mañana y empecé a elaborar los sandwiches que unas horas más tarde vendería por las oficinas. Fue impactante. Los colegas con los que antes estaba en contacto pensaron que me había vuelto realmente loco". Pero el primer día vendió 35 sandwiches. Había nacido Daily Bread.

Tras el primer año, Roupell contrató a cinco personas a tiempo completo (después de haber atravesado numerosas dificultades logísticas al trabajar sólo con personal a tiempo parcial). Pero en 1996, diez años después de que empezara su aventura, llegó la crisis. Daily Bread perdió a dos de sus clientes más importantes, las ventas cayeron en picado y, por primera vez, el negocio empezó a perder dinero.

Fue un duro examen para su teoría de mirar al horizonte. "Estuve realmente cerca de arrojar la toalla. Me había costado mucho trabajo llegar a donde estaba, pero tenía 40 años, tres niños a los que cuidar y sabía que nunca podría volver a trabajar para otra persona. Pensé que todo había terminado".

Lo salvó del precipicio un pedido llegado en el último minuto procedente de una importante empresa de catering. Según reconoce Roupell, "fue un punto de inflexión. Gracias a ese pedido nos dimos cuenta de que el negocio residía en vender sandwiches a los mayoristas. El margen era mucho menor, pero servir pedidos de 300 sandwiches era mucho más sencillo que ir distribuyendo 15 por aquí o 20 por allá".

Aquel encargo llevó a otros y poco a poco fue abandonando la distribución a pequeña escala. Hoy en día Daily Bread vende 40.000 sandwiches diarios y recientemente ha sido nombrado proveedor oficial del Palacio Real. Roupell no alberga ninguna duda de cuál es el secreto de su éxito: "Hay quien dice que los dos mayores motores de los negocios son el miedo y la avaricia. En mi caso me quedo con el miedo. A nadie le gusta perder y siempre hay una línea muy tenue entre el éxito y el fracaso. Tienes que tener cuidado para no conformarte con lo que tienes".