

Best  
Bakery  
in  
Town

PRE-ORDER  
CAKES  
ARE  
AVAILABLE

THE BAKERY BUSINESS SCHOOL  
MEMORIA 2024



Associació Dream Nepal ONGD  
NIF G-66642950  
Carrer Pla, 42  
08195– Sant Cugat del Vallès  
[www.dreamnepal.org](http://www.dreamnepal.org)  
[namaskar@dreamnepal.org](mailto:namaskar@dreamnepal.org)

*Registrada con el número 57857 en la secció 1ª del Registre de la Direcció General de Dret i d'Entitats Jurídiques del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya.*



#### OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Dream Nepal contribuye con sus proyectos a la consecución de ocho de los diecisiete **Objetivos de Desarrollo Sostenible** adoptados por todos los Estados Miembros de la ONU en 2015 y apoyado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.



## Contenido

ANTECEDENTES.....	3
JUSTIFICACIÓN .....	3
ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN.....	4
OBJETIVO GENERAL.....	4
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
ACTIVIDADES.....	5
DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES .....	5
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN .....	6
RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.....	6
FINANCIACIÓN.....	8
REFLEXIÓN.....	8
PROPUESTA DE FUTURO .....	9
PRESUPUESTO 2025.....	9

## ANTECEDENTES

La ONG Dream Nepal opera en Nepal desde el año 2016, rescatando niños de la prisión donde se encuentran reclusos junto a sus madres por haber cometido ellas algún delito, para custodiarles mientras que sus madres cumplen su condena, ofreciéndoles un hogar seguro, alimentación, atención sanitaria y psicológica, escolarización y actividades de integración social. En la actualidad acoge a cincuenta y dos niños y niñas menores de edad en su proyecto MalaHome y a tres jóvenes, mayores de dieciocho años, provenientes de MalaHome en su Youth Project.

El Youth Project se creó en 2019 para ayudar a aquellos niños y niñas que habiendo pasado por el Proyecto MalaHome, lleguen a la edad máxima de acogimiento y quieran seguir el camino de mejora de su vida. En él se les ofrece alojamiento en un piso tutelado, alimentación y atención sanitaria y psicológica mientras que los jóvenes compaginan sus estudios superiores con el trabajo a tiempo parcial.

## JUSTIFICACIÓN

En el contexto del Youth Project, Dream Nepal pretende, además de apostar por la formación de sus beneficiarios para la empleabilidad por cuenta ajena, impulsar el emprendimiento de los jóvenes como otra forma de alcanzar su independencia económica y social y en este sentido, Dream Nepal inicia la puesta en marcha de diferentes pequeños negocios, a modo de "escuela de empresa", que sean gestionados por aquellos jóvenes que tengan el interés necesario, que consigan su propia sostenibilidad y que tal vez, sin ser un objetivo prioritario, puedan proporcionar fondos para los proyectos de Dream Nepal.

El presente proyecto, The Bakery Business School, al cual hace referencia esta memoria es el de una panadería/pastelería, pero se consideran, para el futuro, otros comercios o servicios.

## ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN

Son beneficiarios directos del proyecto aquellos jóvenes beneficiarios del Youth Project que muestren interés por formarse en este tipo de negocio y puedan compaginarlo con sus estudios a tiempo parcial. En casos excepcionales, podrán participar otros jóvenes provenientes de otras casas de acogida.

Son beneficiarios indirectos las familias (si existiesen) de los beneficiarios directos y la sociedad nepalí por el hecho de estar contribuyendo al empleo de sus jóvenes.

## OBJETIVO GENERAL

Crear una panadería/pastelería en la zona de Chapali, del barrio de Boudhanilkantha, del distrito de Katmandú en Nepal, a modo de escuela de empresa, que proporcione la experiencia en la gestión de un pequeño negocio a los jóvenes participantes que les pueda ser útil para crear su propia empresa en el futuro. Se espera que, a corto plazo, el negocio sea autosostenible y que, a largo plazo, proporcione beneficios que irán destinados a los proyectos de Dream Nepal. No obstante, el objetivo prioritario es la formación en la gestión de una pequeña empresa.

Se seleccionó esa zona por los siguientes motivos:

- Está cerca de las casas MalaHome y del piso tutelado del actual proyecto Youth Nepal, de donde provienen las primeras beneficiarias.
- El precio del alquiler es sensiblemente más barato que en el centro de la ciudad.
- Es una zona en expansión demográfica.
- Se espera causar el efecto "novedad" ya que, desde hace poco tiempo el pan al estilo europeo y la bollería al estilo occidental, productos, hasta hora inexistentes en Nepal han entrado con auge, pero sólo se vende en algunas panaderías del centro de Katmandú, aunque cada vez con más demanda. Se cree que este tipo de producto atraerá al público del barrio.

La panadería no elaborará sus productos, sino que venderá los productos de productores al por mayor, percibiendo una comisión por las ventas.

En cuanto a la pastelería, además de los productos proporcionados por los proveedores, se venderán productos elaborados por una de las beneficiarias, poniendo en práctica los conocimientos de pastelería adquiridos en cursos de formación.

Se instalará una nevera de bebidas frías y se considera la posibilidad de ofrecer otro tipo de alimentos cocinados, la venta de café (últimamente en auge en Nepal) y el consumo de productos dentro del local, a modo de salón de té o cafetería.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en funcionamiento una panadería/pastelería.
- Formar a los beneficiarios en la materia específica de panadería y en general como empresa.
- Desarrollar el negocio.

## ACTIVIDADES

- Acondicionamiento del local y posteriores reparaciones.
- Contratación y gestión de suministros.
- Formación de los participantes en su gestión: manipulación de alimentos, atención al cliente, control de stocks, contabilidad, gestión de impuestos, etc.
- Desarrollo de la actividad.

## DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

### Año 2022

Tal y como se preveía en el Proyecto, el local se alquiló y acondicionó a finales del año 2021 poniéndose, efectivamente, en marcha con el inicio del año 2022. A partir de entonces, las beneficiarias se hicieron cargo de todas las gestiones: mantenimiento del local, distribución del calendario y de horarios de trabajo entre las tres beneficiarias, pago de alquiler, suministros e impuestos, compra de productos para su venta, negociaciones con los proveedores, búsqueda de otros productos y proveedores, venta de productos, control de existencias, pago de facturas y contabilidad, solucionando con éxito los pequeños problemas que hayan surgido, consiguiendo, por lo tanto, los objetivos específicos y resultados esperados del Proyecto:

Los jóvenes participantes consiguen gestionar la panadería con el éxito suficiente para mantenerla en buen estado y en funcionamiento, relacionarse de manera correcta con los proveedores y clientes, cobrar un salario digno y ser una fuente de ingresos para Dream Nepal, a la vez que adquieren la experiencia para poner en marcha su propio negocio.

Cabe añadir, que por necesidad de horarios de asistencia a los estudios y el interés de las jóvenes de mantener abierta la panadería el máximo de horas posible (12 horas diarias de lunes a domingo), se contrató a una joven ajena al Youth Project para cubrir parte del horario, siendo, de esta manera, tres, las beneficiarias del Proyecto.

### Año 2023

Como se ha explicado anteriormente, durante el año 2023 han trabajado en la panadería dos jóvenes provenientes de otro centro de acogida que también se encuentran estudiando a tiempo parcial y que gracias a este empleo pueden disponer de dinero para pagar sus gastos.

El funcionamiento de la panadería ha sido igualmente impecable y las jóvenes han llevado a cabo todas las tareas que se esperaban igual que las anteriores usuarias.

### **Año 2024**

El año 2024 ha tenido un comportamiento similar a los anteriores. Aunque el Proyecto, en cuanto a su vertiente formativa, se ha desarrollado correctamente, no se ha producido un aumento de las ventas y el volumen de ingresos ha sido tan sólo ligeramente superior a las compras de productos, no alcanzando para el pago de los demás gastos.

A finales de septiembre el propietario del local nos anunció que debido a alguna nueva ley de urbanismo, el edificio donde se encuentra el local debía de ser demolido y que debía ser desalojado en el plazo de un mes. Dada la situación, a finales de principios de noviembre desalojamos el local y abandonamos el "negocio".

## **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

El seguimiento y la evaluación se ha llevado a cabo de forma continua por parte del tutor del Youth Project y la Dirección en España, tal y como se previno en el Proyecto, con el objetivo de llevar a cabo las correcciones necesarias para alcanzar los resultados esperados.

Por el tutor del Youth Project mediante visitas semanales al negocio, reuniones con las beneficiarias, proveedores y clientes y la revisión de facturas de compra y del libro de ventas y control de existencias, este último que, a su vez, era enviado diariamente a la Dirección en España, para su control. Se ha llevado, asimismo un control de asistencia al trabajo mediante una hoja de firmas.

Por la Dirección de Dream Nepal, diariamente, mediante el seguimiento del libro de compras y ventas y en las visitas efectuadas a Nepal entrevistándose también con los stakeholders.

## **RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN**

### **Evaluación del Proyecto**

**Eficacia:** el Proyecto ha alcanzado el mayor de los objetivos específicos, las beneficiarias se han formado en la gestión de una pequeña empresa y han adquirido y desarrollado las habilidades sociales necesarias para ello, a la vez que conocimientos en el campo de la panadería/pastelería. El local se ha mantenido en perfecto estado, se han llevado a cabo las reparaciones de mantenimiento necesarias, se ha cumplido con el calendario y los horarios adecuados y con el control contable necesario. La satisfacción de los clientes y la relación con los proveedores ha sido buena.

**Eficiencia:** El Proyecto es eficiente en cuanto a su vertiente formativa, pero no lo es si se interpreta como un negocio.

**Impacto:** el Proyecto ha causado el efecto esperado. Las jóvenes beneficiarias han alcanzado el objetivo de asumir la responsabilidad del negocio. En estos momentos son capaces de proponer nuevas ideas de negocio.

**Pertinencia:** el Proyecto se muestra pertinente en tanto que es una práctica que permite acercar el emprendimiento a los jóvenes de Nepal, como una salida económica y laboral en un país donde no existen muchas oportunidades de trabajo por cuenta ajena.

**Viabilidad:** el Proyecto es viable si no se entiende como un negocio, sino como una escuela de negocio.

**Cobertura:** el Proyecto, no sólo ha cubierto a las beneficiarias previstas, sino que se ha proporcionado empleo a dos jóvenes ajenas al Proyecto Youth Nepal.

**Replicabilidad:** el Proyecto es totalmente replicable en este mismo formato y con cualquier otro tipo de negocio. Crear y tener un pequeño negocio de este tipo en Nepal es muy sencillo.

**Visibilidad:** el Proyecto ha sido visible en el barrio y a través de las redes sociales (<https://www.instagram.com/bakerybydreamnepal/>) lo que también ha dado visibilidad a la ONG.

**Participación:** el grado de implicación de las beneficiarias en el Proyecto ha sido total, haciéndolo totalmente suyo, preocupándose de conseguir los mejores productos al mejor precio y lanzando campañas de venta y de difusión y se han mostrado preocupadas cuando el negocio no ha dado los resultados esperados.

**Perspectiva de género:** se trata de un Proyecto totalmente adecuado a la participación tanto de hombres como de mujeres. En este segundo año, ha sido, al igual que el anterior, exclusivamente de mujeres, pero no hay motivo para que, en otras ediciones, los participantes sean sólo hombres o mixtos.

### **Evaluación del negocio**

Pese a que consideramos que el Proyecto, tal y como estaba planteado, ha sido un éxito, un año más ha demostrado que no lo es tanto el negocio, por diferentes factores:

**La ubicación:** el barrio donde está ubicado es un barrio muy humilde donde la población no acostumbra a gastar más de lo necesario.

**El tipo de producto:** la experiencia ha demostrado que se necesita más tiempo para introducir nuevos tipos de productos en una población muy tradicional, donde si que han tenido éxito el pan de molde tradicional, algunos tipos de pastelitos, el café y el té y especialmente, los pasteles de cumpleaños.

**Volumen de pérdidas de productos:** al tratarse, en su mayoría, de productos semi perecederos se han producido pérdidas por caducidad.

## FINANCIACIÓN

Los resultados económicos del año 2024 (hasta su cierre a principios de noviembre) han sido los siguientes:

CONCEPTO	INGRESOS	GASTOS
Ventas	2.664,92 €	
Productos		2.437,80 €
Alquiler		742,01 €
Suministros		24,82 €
Reparación y conservación		72,62 €
Material oficina		8,14 €
Transporte		12,00 €
Sueldos		3.524,57 €
Gestión		825,32 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.664,92 €</b>	<b>7.647,28 €</b>
RESULTADO	-4.982,36 €	
MAT HOLDING	7.500,00 €	
<b>SALDO</b>	<b>2.517,64 €</b>	

Al finalizar el ejercicio 2023 y dado que el resultado formativo era el esperado apostamos por continuar con el Proyecto, al menos dos años más, 2024 y 2025, con la intención de reavivarlo. Así se planteó un presupuesto anual de 12.500,00€ para cada año esperando unos ingresos por ventas de 5.000,00€ a los que se sumaría una aportación de 7.500,00€ anuales por parte de Mat Holding, para cubrir los gastos que las ventas no pudieran cubrir. Como se puede observar en las cuentas de 2024 y aun teniendo en cuenta el prematuro cierre, no se ha producido un incremento significativo de ventas (2.664,92€), que apenas cubren las compras de los productos (2.437,80€) y el resto de los gastos (6.821,96), aun siendo sensiblemente menores a los esperados, han sido cubiertos por la aportación de Mat Holding, quedando un saldo positivo de 2.517,64 €.

## REFLEXIÓN

Aunque hemos tenido que cerrar la Bakery seguimos convencidos de que este tipo de proyectos es beneficioso para los jóvenes y consideramos que, dada la coyuntura, es el momento de cambiar de tipo de "negocio" y/o de ubicación, pero no de abandonarlo.

## PROPUESTA DE FUTURO

En el momento de escribir esta memoria (enero, 2025) nos encontramos valorando la apertura de una churrería en otra zona de Katmandú cercana a una escuela, por varios motivos:

- Se está poniendo de moda en muchas ciudades del mundo.
- Podemos fabricarlo fácilmente, evitamos intermediarios, la materia prima es relativamente barata y podemos fabricar en el momento, con lo cual también evitamos su caducidad.
- El producto final es asequible.
- Ponerlo cerca de una escuela puede atraer al público infantil para la merienda.

## PRESUPUESTO 2025

<b>GASTOS INICIO</b>	<b>COSTE</b>
Permisos, impuestos...	500,00 €
Reformas local (30-50m2)	3.000,00 €
Internet (Instalación)	125,00 €
Cartel	300,00 €
Publicidad	600,00 €
Mobiliario	600,00 €
Máquinas	
Amasadora	300,00 €
Dosificadora	750,00 €
Freidora eléctrica	2.215,00 €
Bandejas	250,00 €
Campana	960,00 €
Varillas, palas, espumaderas, tijeras...	200,00 €
Tazas, platos, cucharas	200,00 €
<b>TOTAL INICIO</b>	<b>10.000,00 €</b>

Proponemos a Mat Holding su participación en este nuevo proyecto para el que si están de acuerdo, utilizaremos los 2.517,64 € excedentes del año 2024.



caring for children  
[www.dreamnepal.org](http://www.dreamnepal.org)