

Entre todo nuestro grupo, al pensar en diferentes ideas para crear nuestra empresa idílica, decidimos pensar en una empresa que realmente nos llamaría la atención, y en un negocio por el que cada uno de nosotros se interesaría si llegase a existir. Tras descartar varias ideas, llegamos a la conclusión de que algo que nos interesaría realmente sería una kebabería en una zona cerca del centro de nuestra ciudad, Vitoria - Gasteiz. Creemos que es un negocio que junta los intereses y pasiones de cada una de las personas de nuestro grupo. Y hemos llegado a la conclusión de que gran parte de los jóvenes de Vitoria se beneficiarían de nuestro negocio.

Dentro de nuestra **propuesta de valor**, ofrecemos mayor accesibilidad y disponibilidad horaria que el resto de restaurantes, por lo que los participantes del ocio nocturno se beneficiarían, al igual que aquellos que pasean por el centro en el horario diurno. Nuestros productos son de gran calidad y un mejor precio aún.

Continuando con la **segmentación del mercado**, nos centraríamos en los habitantes de Vitoria-Gasteiz, con la edad de entre 15 y 30 años, que se interesan por la comida turca, y aprecian la accesibilidad y comodidad.

En cuanto a las **sociedades clave**, los principales trabajadores seremos nosotras, aunque contrataremos también empleados competentes para el puesto, como un cocinero y alguien que sea capaz de ayudarnos con la asesoría legal necesaria. Nos haremos paso mediante nuestra página web, que mantendremos actualizada. Contaremos también con excelentes proveedores que nos traerán ingredientes de gran calidad.

Nuestra **fuentes de ingresos** será la venta activa de kebabs, y otros productos dentro de nuestro menú, y serán de pago único. Nuestros precios se verán influenciados por el valor del producto real.

Sobre los **canales** que utilizaremos, los de comunicación se centrarán en nuestra página web, y nuestra tienda física, para darnos a conocer. En cambio, los de distribución y venta se basarán en la venta dentro de nuestra tienda física, y la distribución realizada por empresas como Glovo, o incluso una aplicación.

Nuestras **relaciones con los clientes** girarán en torno a la relación directa dentro de nuestro local, que intentaremos presentar como un lugar atractivo en el que comer, y la relación online, en la que mantendremos una estructura clara y simple, siempre agradable para el cliente. Por último emplearemos ofertas y promociones, con la intención de ganar buena reputación de esta forma.

Dentro del apartado de **recursos clave**, exponemos la lista de todos los recursos físicos (como los utensilios de cocina, las mesas, etc) que necesitaremos para nuestro negocio, al igual que los recursos intelectuales y humanos, como los trabajadores, o el mantenimiento de la página web.

Al tratar de las **actividades clave**, las dividimos en tres subgrupos. Producción (producción de kebabs, que serán ofertados toda la semana), solución de problemas (principal solución de problemas que prestamos es la oferta de comida a un precio muy económico en una zona muy concurrida a nivel de negocio nocturno) y actividades de plataforma o red

(aseguraremos de mantener una perfil online mediante el cual poder contactar con nosotros y hacer pedidos a domicilio).

Por último, en los **costes**, los dividimos entre costes fijos y variables. Definimos cada uno de ellos.