
9. ESTRUCTURA DE COSTES

Gazte-Lu es un **negocio enfocado a todos los jóvenes**, independientemente de su capacidad económica, ya que uno de sus objetivos es favorecer la relación entre grupos que de otro modo normalmente no coincidirían, en un ambiente de interés común que permita el intercambio de experiencias.

Por esta razón **los precios deben ser muy económicos**, y los beneficios deben llegar por la reducción al máximo de los costes y por la captación y fidelización un elevado número de clientes. Este último punto solamente puede conseguirse ofreciendo un servicio de gran interés y calidad. Si se mantiene este nivel de calidad a lo largo del tiempo, los clientes satisfechos atraerán a nuevos clientes incrementándose los ingresos y permitiendo a Gazte-Lu disponer de nuevos espacios, organizar más y mejores actividades, mejorar en la calidad de los formadores, etc.

Por todo ello, el modelo de negocio de Gazte-Lu es un **modelo impulsado por el valor**, ya que esperamos que el cliente escoja asociarse a nuestro club por la calidad de nuestros servicios.

Pero para que los beneficios vayan creciendo a la vez que aumenta el número de clientes con la mejora continua de los servicios que ofrecemos, es fundamental tener en cuenta los **costes**.

Dada la participación de ayuntamientos y administraciones al prestar las instalaciones y proveer de los servicios asociados a las mismas, consideramos que **la estructura de costes de Gazte-Lu es estable** incluso aunque se produzca el crecimiento esperado, y además estos **costes serán relativamente reducidos**.

Los costes fundamentales a los que tiene que enfrentarse Gazte-Lu son los siguientes:

- **LOCAL DE GAZTE-LU**

Disponemos de un pequeño local en el que trabajamos y nos reunimos los socios de la empresa, y en el que atendemos personalmente a los clientes y colaboradores.

El local tendrá un **coste inicial para las obras** de adecuación y un **coste periódico fijo mensual por el alquiler** del mismo.

Adicionalmente está el **coste de los servicios** asociados al local (agua, electricidad, calefacción, internet y telefonía), que son costes periódicos con una parte fija y otra asociada al consumo.

- **CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS (WEB/APP)**

Para este servicio se tiene un **coste inicial** importante asociado al desarrollo completo y lanzamiento de la Web, App, integración con el programa de gestión económica de la empresa, etc. y, una vez que el sistema se encuentra en funcionamiento, un **coste**

periódico fijo mensual reducido para el mantenimiento de estas aplicaciones y alojamiento de la web.

- **SUELDO DE LOS EMPLEADOS DEL STAFF**

Se tiene previsto contratar de forma continua estable, a jornada reducida, a las personas que tendrán la función de atender al control de accesos y uso de las instalaciones. Sus **suelos son costes periódicos fijos mensuales**.

En principio nos planteamos contratar a tantas personas como instalaciones a controlar. Inicialmente tenemos pocas instalaciones y se ha comenzado con un staff de 2 personas (los momentos de mayor necesidad los cubrimos los propios socios). A medida que la empresa crezca, se irá aumentando el staff necesario.

- **COSTES PROPIOS DE LA SOCIEDAD**

Se tiene un **coste inicial** asociado a la constitución de la Sociedad, y los impuestos periódicos variables, asociados a costes y ventas.

- **COSTES VARIABLES DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

Para mejorar la calidad de los servicios y acrecentar el interés de los clientes, dentro de las actividades que ofrece Gazte·Lu hay casos especiales en los que se contrata a personajes consagrados para dar alguna charla, taller, masterclass; para presentar un libro o película; algún grupo para que actúe en el local; etc. Asimismo, cuando un formador, monitor, etc. atrae a sus actividades a muchos clientes, se le llega a pagar una cantidad por su trabajo. Por último, en algunas actividades puede ser necesario aportar mobiliario o equipos específicos que no existan en las instalaciones, y que será necesario alquilar.

Todos estos costes **son costes variables** que tienen lugar en un momento concreto, y que se irán incrementando a medida que aumente el número de clientes y el prestigio de nuestros servicios. A medida que aumente el número de clientes que asistirán a estas actividades, será más atractivo para este tipo de personas el participar, y podemos conseguir su asistencia a un coste económico.

Para este tipo de costes se destina entre un 10-15% de los beneficios, con lo que a medida que aumenten éstos el número de participaciones especiales se verá incrementado.

Dado que antes de lanzar el proyecto se había acordado previamente la participación de algunas ayuntamientos y administraciones, y que se lanzó una campaña para la captación de clientes iniciales, los costes periódicos han podido irse soportando desde muy pronto.

Por su parte, los costes iniciales fijos no eran excesivos, y fueron asumidos con nuestros ahorros y algún crédito.

Fueron también exploradas las ayudas que pudiera haber para el lanzamiento de nuevas empresas a nivel autonómico y estatal, así como la posibilidad de lanzar una campaña de crowdfunding, pero finalmente no fue necesario.