

ESTRUCTURA DE COSTES

Costes Directos:

- Costes de Adquisición y Equipamiento:
 - Compra o alquiler del local.
 - Equipamiento de cocina, mesas, sillas y otros muebles.
 - Utensilios de cocina y maquinaria específica para preparar kebabs.

El alquiler de un local oscila sobre los 600€, el equipamiento de cocina aproximadamente 7000€.

- 2. Inventario Inicial:
 - Compra inicial de ingredientes y materiales para la preparación de kebabs.

Aproximadamente 2000€

- Personal:
 - Salarios y beneficios para el personal que incluye cocineros, personal de atención al cliente, y limpieza.

Teniendo en cuenta el personal a contratar, con dos 3 empleados, supondría 3250€.

- Marketing y Publicidad Inicial:
 - Creación de folletos, letreros y otras formas de publicidad para dar a conocer el kebab.

No superaría los 150€ ya que se utilizarían las redes sociales y locales adyacentes como el Pub Bakura para su promoción.

Total: 13000€

Costes Indirectos:

- Servicios Públicos:
 - Pagos mensuales de servicios como electricidad, agua y gas.

Aproximadamente 200 a 300€.

- Costes de Mantenimiento:
 - Reparaciones y mantenimiento del equipo y del local.

Entre 50 y 70€ pudiendo variar en función de las averías.

- Gastos Administrativos:
 - Costes asociados con la administración del negocio, incluyendo software, licencias y suministros de oficina.

Sobre 100€.

Total: 350€-470€

Costes Variables:

- Ingredientes para Kebabs:

- Coste de la carne, pan, verduras y otros ingredientes utilizados en la preparación de los kebabs.

En función del volumen de ventas, entre el 30 y el 40% de los ingresos.

- Envases y Material de Servicio:

- Costes asociados con la compra de envases, servilletas y otros productos desechables.

En función del volumen de ventas, alrededor del 5% de los ingresos.

Total: 35-45% de los ingresos.

Costes Fijos:

- Alquiler del Local:

- Si se paga un alquiler fijo, este coste permanecerá constante.

- Salarios Básicos del Personal:

- Los salarios base del personal que no dependen de la cantidad de ventas.

Otros Costes Económicos:

- Impuestos Locales y Nacionales:

- Impuestos sobre la propiedad, impuestos sobre las ventas, y otros impuestos asociados al negocio.

No debería de suponer más del 5-15% de los ingresos

Costes Ambientales y Sociales:

- Sostenibilidad y Residuos:

- Implementación de prácticas sostenibles y manejo adecuado de residuos.

- Contribuciones a la Comunidad:

- Participación en eventos comunitarios y posiblemente donaciones a organizaciones locales.

- Impacto en la Comunidad:

- Evaluación de cómo el proyecto afecta la calidad de vida y la dinámica local.

No más del 5-6% de los ingresos.

VALORACIÓN GLOBAL

Aspectos Positivos:

Demanda Potencial:

- La presencia de una academia militar puede generar una demanda constante, especialmente si hay estudiantes que buscan opciones de comida rápida y conveniente.

Público Objetivo Claro:

- La academia militar proporciona un público objetivo claro y definido. Puedes adaptar tu oferta y estrategias de marketing para satisfacer las necesidades específicas de este grupo.

Colaboración con la Academia:

- Establecer colaboraciones con la academia militar para ofrecer descuentos a los estudiantes o incluso participar en eventos especiales puede fortalecer las relaciones y atraer a más clientes.

Horarios Estratégicos:

- Adaptar los horarios de operación para satisfacer los horarios de los estudiantes y personal de la academia, especialmente si hay turnos de entrenamiento o actividades nocturnas.

Comunidad Local:

- Integrarte en la comunidad local y participar en eventos locales puede ayudar a construir una clientela fiel más allá de la academia militar.

Aspectos a Considerar:

Estacionalidad:

- Si la academia sigue un calendario académico, es posible que haya períodos de menor actividad durante las vacaciones o períodos de descanso, lo que podría afectar la demanda.

Competencia Local:

- Investigar la competencia local, incluyendo otros lugares de comida rápida. Asegurarte de diferenciarte de manera efectiva.

Variedad en el Menú:

- Ofrecer variedad en el menú para atraer a diferentes gustos y preferencias. Considerar opciones vegetarianas y opciones de comida saludable.

Ubicación Estratégica:

- Asegurarse de que la ubicación del restaurante sea conveniente para los estudiantes de la academia y para los residentes locales.

Marketing Efectivo:

- Desarrollar estrategias de marketing efectivas que resalten los beneficios de tu restaurante y lleguen a la audiencia objetivo.

Calidad y Consistencia:

- Mantener altos estándares de calidad y consistencia en la comida y el servicio para construir una reputación positiva.

En resumen, la idea tiene potencial, pero el éxito dependerá de una planificación cuidadosa, una ejecución efectiva y la capacidad de adaptarse a las dinámicas específicas de la comunidad y la academia militar. Un análisis de mercado detallado y una estrategia bien elaborada son fundamentales antes de embarcarse en esta empresa.