

BALIO PROPOSAMENA

Arratsalde batean, Hernanin geundela, non afaldu aukeratzeko ginela, hirurok adostu genuen hanburgesa bat jan nahi genuela. Non jan erabakitzen hasi ginenean konturatu ginen, Hernanin ez zegoela hanburgesa lokalik era berean, Hernanitik ez ginenez atera nahi, gure hanburgesia lokalaren ideia sortu genuen.

Hanburgesia sortzea erabaki genuenean proposatu genuen, berezeroak guregana etorriko zirela, guk eduki genuen arazo berdina konponduko geniekelako.

Hasteko, etxeko produktuak erabiliko genituen, adb KM0-ko haragia eta hornidura kate lokalak sustatuko genituzke (haragia, arrautzak, barazkiak, etab...).

Guk bezeroak lortuko ditugula pentsatu genuen pertsona famosoekin kolaboratzerakoan (Peldanyos, Pintxos probar etab...) eta gure filosofia baloreekin nahastuko genituzke, eta originaltasun hori eskainitakoan beste herriko lokaleengan nabarmenduko ginela pentsatu genuen.

Horrez gain, oferta asko eskeiniko genituzke (denboraldiaren arabera), menuak, 3x2, eta beste hainbat. Horren ondorioz bezeroen fideltasuna lortzeko eta giro osasuntxu bat lortzeko lehen aipatutakoa eginten saiatuko ginateke.

Egun batzuetan, gutxien saltzen dugun egunean (asteartea, asteazkena adibidez) Fat Day jarriko dugu eta hanburgesa guztiak kontsumizioarekin eta helatu batekin, horrela egun hortan jende gehiago etorriko da, gainera aste buruan Fat hour jarriko dugu zazpietatik zortzietara kontsumizioa eta helatu batekin etorriko dela erosten duzun hanburgesa bakoitza.

Gainera aurrera begira, beste hainbat lokal irekitzea pentsatzen dugu, hanburgesia oso arrakastatsua izango garelako.

Hanburgesiaren irekitze mementutik urte batzuetara, langile kualifikatu baten kontratazioa kontsideratu genezake.

SEGMENTAZIOA

Merkatu Segmentazioa Hernanin dagoen hanburgueseriarentzat

Merkatua aztertu eta gero, AMIA bat sortu genuen gure ahuleziak (hanburgesen originaltasunean failatzea edo ideirik gabe geratzea), mehatxuak (hanburgeseria kate handiagoak), indarguneak (bezeroarekiko eta produktu gertutasuna) eta aukerak (modan dauden dastaketa bideo biralak adbz) identifikatzeko.

1. Segmentazioa geografikoa

Tokiko publikoarentzat:

Hernani eta inguruko herrietan (Astigarraga, Urnieta, Andoain) kokatuta dauden bezeroei zuzendua. Tokian tokiko produktuak baloratzen dituzte eta haragia KM0 izateak haien arreta erakarriko du.

Hurbileko hiriak eta herriak:

Donostiako eta inguruko bisitariak erakartzeko aukera ere badugu, batez ere janari jasangarri eta autentikoa bilatzen dutenentzat.

2. Segmentazioa demografikoa

Adina:

- **Gazteak (18-30 urte):** Ikasleak eta lehen lanpostuak dituzten gazteak, zapo oneko eta etikoki arduratsuak diren aukerak nahi dituztenak.
- **Familia taldeak (30-50 urte):** Gurasoak, kalitatezko janaria bilatzen dutenak eta haurrak kontsumo jasangarriaren balioetan hezi nahi dituztenak.

3. Segmentazioa psikografikoa

Bizimodua:

- **Ingurumenarekiko arduratsuak:** Kontsumo lokalak ingurumenari egiten dion onura baloratzen duten bezeroak.

- **Foodie lokalak:** Gastronomia esperientzia autentiko eta bereziak bilatzen dituzten pertsonak.
- **Tradizio modernoak maite dituztenak:** Tokiko haragiaren tradizioa eskertzen dutenak, baina forma modernoago batean, hala nola hamburguesetan.

4. Segmentazioa Portaeraren arabera

Kontsumo ohiturak:

- **Hanburgueseriak askotan bisitatzen dituztenak:** hanburgueseriak gustuko dituzten pertsonak, baina zerbait berria nahi dutenak.
- **Tokiko produktuaren zaleak:** KM-0ko produktuak erosten dituzten pertsonak, eta filosofia hori beren bizitzako beste arlo batzuetara zabaltu nahi dutenak. Bertakotasunarekin konprometitutako pertsonak
- **Bisitariak eta turistak:** Donostialdeko bisitariak, bertako produktu bakarrak dastatu nahi dituztenak.

Gure bezero esteriotipoa segmentazioa egin ondoren hau izango litzateke:

- Hanburgesak gustatuko litzaiokeen eta gure filosofiarekin(km 0-ko haragia eta lekuko ingredienteak erabiltzea) bat egiten duen pertsona.
- Hernanitik uso urrun ez dagoen edo noiz behinka etorriko liratekeen bezeroa izango litzateke.
- 18-50 urteko pertsoa bat, nor lokalaren giroataz gozatuko lukeen edo eta familiareki lagunekin edo bakarrik etorriko litzateken pertsona bat izango litzateke.
- Noski turista izan ondoren hanburgesa baten esperientzia original eta atsegina bilatuko litzaken pertsona.
- Hanburgesa desberdinen dastaketaren esperientzia bilatuko lukieen pertsona.

FUNTSEZKO ELKARTEAK

Funtsezko elkarteak sortu beharko genituzke gertutasunezko hornitzaileekin, gure baloreak eta enpresaren filosofiarekin bat datozenak. Harreman hauek guretzat inportanteak dira gure negozioari segurtasuna emateko etorkizunerako epe batean, konfidantza harremanak sortzeko. Itunak egingo ditugu bezero, hornitzaile eta besteekin.

Bestalde guk erabiliko genituzkeen makinak lokalean zeudenak izango lirateke gure kostuak ahal diren guztiak murrizteko.

Haragia:

<https://www.txogitxu.com/es/productos/tienda/carne-picada-de-vaca-nacional>

Ogia:

<https://www.proveedores.com/pan-de-hamburguesa/vizcaya>

Gazta:

<https://primariberica.com/es/productos/949101007-rallado-mix-3-quesos-10x1kg-ameland-8715261261115.html>

Mini babybel:

<https://www.elcorteingles.es/supermercado/0110118395300082-mini-babybel-quesos-rojos-snack-10-porciones-bolsa-200-g/>

Freskagarriak:

<https://distribucionmayorista.online/es/brand/22-cocacola>

Arrautza:

<https://www.avicolazubigane.com/proveedores-y-mayoristas-de-huevos/>

barazkiak (tomate, tipula...):

<http://ajostxorierrri.com/productos>

DIRU-ITURRIAK

Gure diru iturriak hainbat gauzetatik lortuko genituzke, hasteko lokala lortzeko bankuarekin arremanetan jarri ondoren adostuko genuke gure lokala finantzaketan bidez lortzea, ondoren guri diru iturri nagusia hanburgesen salmenten bitartez lortuko genuke horrek noski aldakorra izango litzateke ez genituzkelako hilabete guztietan hanburgesa kantitate berdinak salduko

Bukatzeko saiatuko ginateke Crowdfunding baten bidez diru lortzea gure negozioa zutik mantentzeko, eta pertsona horiek donazioak emango zizkiguten beraiek eta guk eduki genuen arazoa konpondu genukeelako (hernanin ez zegoela hanburgesa lokalik).

KANALAK

Kanalen bitartez gure negozioaren ospea handitzea du helburu.

komunikazio kanalak:Aplikazio digitaletan (Instagram, tiktok etab...) eta kartelen bitartez egindako publizitatea.

Salmenta kanalak:Hernanin ekitaldiak egin genezake gure menua aurkezteko eta era berean gure nogoizioarentzako bezeroak lortzeko.

Kanal zuzenak:Bezeroei gure menutik zuzenean hautatzen dituzten produktuen bitartez lortuko dugu gure ospea handitzea.

Menua

BEZEROAREKIKO HARREMANA

Guk pentsatu genuena gertutasuna bilatzea zen, bezeroekin hainbat bideo eta publikazioak igarotuta gure sare sozialetan(sare sozialak erabiliko genituzke modan dagoena delako eta gehien erabiltzen diren aplikazioak direlako eta horren ondorioz gure publizitatea arrakasta gehiago izango zuelako) bezeroa da jatetxearen lehentasuna, bere gustuko eta kalitate ezin hobeko eta prezio juxtuko hanburguesak konsumitu dezala lortzea nahi dugu.(Horregatik guk egin genukeen publizitatea kalitate hoberenakoa izan beharko lirateke.)

FUNTSEZKO BALIABIDEAK

Ekoizleekin harremanak finkatzea, erabiltzen ditugun produktuak (arrautzak, haragia, tomatea, tipula...) kilometro 0ko produktuak izatea... gure enpresaren filosofiarekin bat egin behar duen funtsezko baliabidea delako.

ordezteko aukera: Ez ginateke ordezkatuak izan beharko lehia gutxiko eremu geografiko batean kokatzen saiatu garelako eta ordezgarria izatekotan, ez ginateke izango benetan funtsezko baliabidea.

FUNTSEZKO JARDUERAK

Gure enpresaren egin beharra: Garbiketa, publizitatea etab... guk egingo genuke nahiz eta profesionalitatea ez lortu, garbiketak egin behar genituzke gure merkatua jatetxeen merkatua delako eta publizitatea gure enpresaren hospearentzat delako .

Produkziozko jarduerak: hornitzaileekin harremanetan mantentzea gure baliabideak(ingredienteak)eskura (Hilabetero) edukitzeko.

KOSTUEN EGITURA

[Kostuak eta Sarrerak](#)

KOSTU FINKOAK ETA KOSTU ALDAKORRAK

Behar ditugun produktua	Gastuak	
Ogia	26 pakete 677.04€	
Haragia	252kg 3661.56€	
Chedar Gazta	90kg 949,05€	
Arrautzak euskolabel	1260arrautz 452,34€	
Minybabybel	61.35€ 3kg	
espinakako hanburgesak makron	249€ 100kg	
Argia	1.000€	
Ura	60l 250€	
hipoteka	2.959€	
cocacola	676 lata 310,96€	
Fanta naranja	450 lata 236.25€	
	TOTAL	
	10,806.56€	

$$\text{Hanburgesa kopurua} = \frac{1210.806,56}{12} = 900,55$$

Hilero 901 hanburgesa saldu beharko genituzke 10.806,56 €-ko gastuari aurre egiteko.