



PROPUESTA DE VALOR

Hemos creado una cafetería con un espacio principal destinado a estudiantes, y trabajadores que puedan reunirse en grupo o individualmente para estudiar o realizar trabajos mientras disfrutan del desayuno o el almuerzo. La cual, está ubicada en Andoain, Calle Ama Kandida Nº 14. Además de tener otro espacio solamente para tomar el café o el almuerzo o la merienda.

Horario de funcionamiento será de:

- **Lunes a viernes:** 7:00 – 20:00
- **Sábados y domingos:** 8:00 – 20:00

Algo a tener en cuenta, es que en Goizargi Café ofrecemos adaptabilidad para las personas que tienen alergias en cualquier caso. Además que ofrecemos la opción de hacer pedidos tanto por instagram como por whatsapp.

Goizargi, al ser un espacio destinado al estudio y al trabajo, algunos clientes podrían permanecer demasiado tiempo ocupando una mesa tras consumir poco, lo que dificultará la rotación y afectaría la rentabilidad del negocio.

Para equilibrar la comodidad del cliente con el buen funcionamiento del local, se establecerán tiempos de estancia recomendados según el tipo de consumo:

- **Para cafés o desayunos** → 1 hora y 30 minutos
- **Para almuerzos/meriendas** → 2 horas

Además, hemos considerado la posibilidad de que, al solicitar el desayuno, café o almuerzo, junto con el ticket correspondiente, se asigne un código de acceso al Wi-fi que tenga una duración limitada, de acuerdo con el tiempo establecido anteriormente. Y con ese mismo código se podrá cargar el portátil durante ese tiempo, activando la corriente desde ese instante hasta pasado el tiempo correspondiente. Eso se controlará con un enchufe inteligente el cual estará conectado a nuestra red, así activando y desactivando la corriente con total libertad.

Además, al ser una empresa que nos dedicamos principalmente a los cafés, almuerzo y merienda, es posible que en ciertos momentos del día la cantidad de clientes disminuya.

Para ello, hemos pensado en implementar una promoción tipo "Pincho pote", en la que los productos sobrantes del día se ofrecen a un precio reducido, con el objetivo de aprovechar al máximo los alimentos.

La competencia entre locales es cada vez mayor. Por eso, es importante analizar los factores que pueden afectar nuestro negocio, como la presencia de locales cercanos con productos similares, los precios del mercado y los horarios más amplios de otros establecimientos. Este análisis nos permitirá indicar soluciones y estrategias para ser competitivos.

En primer lugar, tenemos los locales de alrededor que ofrecen productos parecidos a los nuestros. Soluciones que tomaremos:

- Crear una atención personalizada, cercana y amable. Muchas veces los clientes prefieren un lugar por cómo los tratan.
- Publicar lo que ofrecemos por redes sociales, destacar reseñas positivas y ofrecer pedidos por whatsapp.
- Incluir detalles como una bebida natural, postre pequeño o envases ecológicos sin subir mucho el precio.
- Ofrecer recetas propias, ingredientes frescos y combinaciones de pinchos únicos.

Por otro lado, tenemos la competencia de los precios de nuestros productos. Debido a la competencia cercana. Soluciones que tomaremos:

- Identificar qué podemos mejorar si sacrificamos calidad. Por ejemplo: proveedores más económicos, porciones mejor medidas...
- Si los precios son un poco más altos, comunicaremos por qué lo valen: mejor sabor, ingredientes frescos, porciones más abundantes...
- Definiremos el tipo de cliente que tenemos y enfocaremos la oferta hacia ellos. No todos los clientes buscan lo más barato, algunos valoran más la calidad, presentación y rapidez.

Y por último, tenemos otra competencia que son los locales con horarios más amplios a los nuestros. Y para solucionarlo tomaremos estas medidas:

- Ofrecer pedidos anticipados o entregas programadas.
- Usaremos descuentos para atraer clientes en las horas que tengamos menos clientes.

Goiargi, también va a tener objetivos de desarrollo sostenible como:

- Reducir el desperdicio de alimentos



Se busca aprovechar mejor los recursos y evitar el desperdicio. Para lograrlo, planificamos las compras según la demanda diaria, conservaremos adecuadamente los alimentos y reutilizaremos ingredientes en nuevas preparaciones.

- Promover la producción local-km0 (comprar a proveedores cercanos)



Apoyamos a los productores locales no sólo impulsar la economía de nuestra comunidad, sino que también reducimos la huella de carbono asociada al transporte de los productos.

- Reciclar los envases utilizados



Separaremos los desechos reciclables (plásticos, vidrio y cartón) y usaremos envases biodegradables o reutilizables para los alimentos. También colocaremos contenedores diferenciados y formaremos al personal sobre prácticas de reciclaje. Estas acciones ayudan a reducir el impacto ambiental y mejorar la imagen responsable del negocio.



SEGMENTO CLIENTES

Goiargi Café al ser una cafetería que combina el concepto de café tradicional con un espacio pensado para el estudio y el trabajo, ofrece un ambiente acogedor y funcional donde los clientes pueden disfrutar de nuestros productos. Gracias a esta propuesta, el local atrae a distintos tipos de clientes, sin centrarse exclusivamente en un único perfil, sino abarcando a un público más amplio y diverso.

El principal grupo de clientes está formado por estudiantes y jóvenes profesionales entre 16-30 años. No obstante, la cafetería también está dirigida a personas de todas las edades que buscan un lugar donde disfrutar de un café en cualquier momento del día, en un entorno tranquilo y agradable.

Los estudiantes y jóvenes profesionales buscan:

- Un ambiente relajado que les permita concentrarse.
- Un espacio cómodo y silencioso para estudiar o trabajar.
- Zonas adecuadas tanto para trabajos individuales como en grupo.
- Conexión Wi-Fi de calidad.
- Acceso a enchufes para dispositivos electrónicos.
- Además valoran los desayunos y almuerzos a precios asequibles.

El público general y los vecinos de la zona buscan:

- Un lugar acogedor para desayunar o tomar un café.
- Un ambiente tranquilo para relajarse y desconectar.
- Un espacio agradable para socializar.
- Un entorno cómodo para hacer una pausa en su rutina diaria.
- También valoran, un servicio rápido y amable, productos de calidad y un ambiente cercano y acogedor que invite a volver.



ALIANZAS

Una alianza estratégica es un acuerdo formal o informal entre dos o más organizaciones que deciden trabajar juntos para lograr objetivos comunes, compartiendo recursos sin necesidad de fusionarse ni perder su independencia operativa.

Las alianzas que utilizaremos en Goizargi Café, son la alianza de marketing, alianzas sin participación de capital y alianzas verticales ya que son las más adecuadas para nosotros y las que realmente podemos lograr.

Alianzas verticales

Las colaboraciones verticales son acuerdos entre empresas que trabajan en distintas fases del proceso, como puede ser entre un proveedor, un fabricante o un distribuidor.

Se realizan para asegurar el suministro, coordinar mejor los procesos, mejorar la calidad o desarrollar juntos nuevas soluciones o tecnologías.

Este tipo de alianzas es útil cuando la coordinación entre etapas ayuda a reducir riesgos, acortar tiempos o disminuir costes logísticos.

Lograremos una alianza con algún proveedor para así garantizar la calidad y conseguir mejores precios y hacer la entrega de productos más eficiente. Así, ellos pueden ganar dinero ya que somos un cliente frecuente y nosotros conseguimos algún descuento.

Alianzas sin participación de capital

Las alianzas contractuales son acuerdos entre empresas, como licencias, franquicias o contratos de suministro, sin que ninguna de ellas compre o transfiera propiedad.

Se utilizan porque son flexibles, fáciles de modificar y requieren menos inversión inicial.

Conseguiremos una alianza con alguna empresa o institución cercana ofreciendo descuentos si perteneces en alguna de ellas, así, la gente tiene un incentivo para ir.

Alianzas de marketing

Las alianzas de marketing son colaboraciones entre empresas para hacer campañas juntos, promociones compartidas o productos con ambas marcas.

El objetivo es llegar a públicos comunes y aumentar el valor de la marca.

Haríamos alianzas con alguna entidad como una universidad o instituto con la cual aumenta la visibilidad del café y se dé a conocer. Además de que no se necesita una inversión alta lo que es perfecto para nosotros.



INGRESOS

En este caso, los ingresos de Goizargi Café no proceden sólo del consumo de café o pintxos, sino que una parte muy importante viene del **servicio de uso de mesa para estudiar o trabajar**, que se cobra por horas.

Partimos primero del consumo básico:

- El precio del **café es de 1,50 €**
- El de los **pintxos es de 2 €.**

El **gasto medio por cliente** suele situarse **entre 1,50 € y 3,50 €**, dependiendo de si consumen solo café o café más pintxo. Si hacemos una media razonable, este tipo de cliente deja aproximadamente unos 2,50 €.

Por otro lado, están los clientes que utilizan el local para estudiar o trabajar. Estos clientes no sólo consumen, sino que pagan el **servicio de mesa**, que tiene un **precio dependiendo el tiempo**:

- Por 1 hora su coste será de 7€
- Por 1 hora y 30 minutos su coste será de 10€

Normalmente, este tipo de cliente suele quedarse al menos una hora, y en muchos casos acompaña el uso de la mesa con un café o algún pintxo durante su estancia. Por tanto, un cliente que utiliza el espacio de estudio genera un ingreso mínimo de 10 €.

Para hacer una estimación realista, se puede suponer que entre semana una parte de los clientes son de consumo rápido y otra parte utiliza el espacio de estudio o trabajo. Por ejemplo:

- Unos 90 clientes diarios
- Aproximadamente 60 podrían ser clientes de consumo rápido (café o café con pintxo)
- Y unos 30 clientes podrían utilizar el servicio de mesa por una hora. Esta proporción es coherente con una cafetería orientada a estudiantes y trabajadores.

En ese escenario, los ingresos diarios se calcularán de la siguiente manera. Los 60 clientes de consumo rápido, con un **gasto medio de 2,50 €**, generarían unos ingresos aproximados de **150 € al día**.

Los 30 clientes que utilizan el servicio de mesa, **pagando entre 7€-10€**, generarían 300 € diarios solo por el uso del espacio. Sumando ambos conceptos, los **ingresos diarios entre semana** se situaría en torno a los **450 €**.



Durante los fines de semana, la demanda del servicio de estudio suele ser menor, ya que hay menos estudiantes y trabajadores. Por ello, se puede estimar que el número de clientes que pagan el servicio de mesa baja, por ejemplo, es de unos 15 clientes al día, mientras que el consumo rápido se mantiene en unos 45 clientes.

En este caso, los ingresos por consumo serían alrededor de unos **112,50 € diarios**, y los ingresos por servicio de mesa de unos **150 €**, lo que da un total aproximado de **262,50 € al día**.

Al sumar estos ingresos, se obtienen aproximadamente **2.775€ semanales**. El mes al tener más o menos 4, 3 semanas los ingresos mensuales estimados **serían de 11.900€**.

Además, tenemos que tener en cuenta que al fin del día ofrecemos una oferta por "Pincho Pote", lo cual, disminuye el precio calculado.



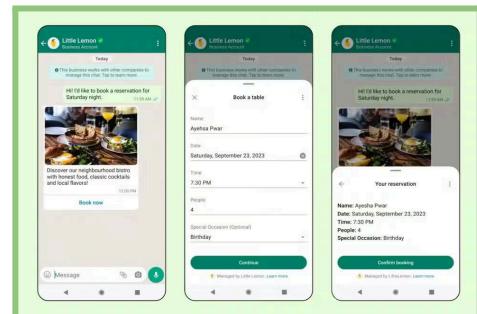
CANALES DE CLIENTES

Los canales de nuestros clientes son la tienda física, las redes sociales .A través de ellos damos a conocer nuestros servicios y mantenemos una relación cercana. Además, ofrecemos un espacio con Wi-Fi gratuito para quienes quieran leer o trabajar.



- En nuestro caso, el canal más importante será la atención directa en el propio establecimiento. Aquí se ofrece un trato cercano y personalizado, lo que permite conocer mejor las necesidades de los clientes y brindarles un servicio más completo y satisfactorio.

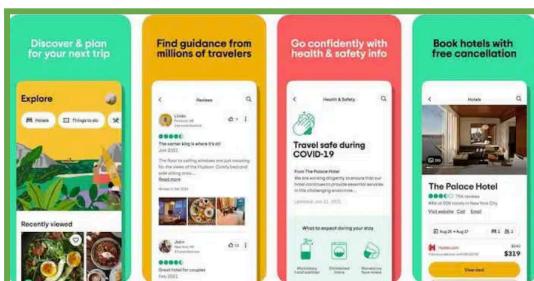
- Además de la atención presencial, utilizaremos teléfono y WhatsApp para responder dudas, coordinar pedidos y gestionar reservas de forma rápida y flexible.
Las recomendaciones de los clientes y la buena visibilidad del local son claves para atraer nuevos visitantes.



- En negocios locales como Goizargi Café, el boca a boca y estar bien ubicado ayudan mucho a que más personas nos conozcan y entren al bar.



- La cartelería exterior es un canal directo que muestra desde la calle la oferta de la cafetería e invita a las personas a entrar.



- También utilizaremos recomendaciones online:

Utilizaremos tripadvisor, ya que es una página web muy conocida donde la gente puede valorar cada bar o restaurante según su opinión y así poder llegar a posibles nuevos clientes.

- Redes sociales: Instagram, TikTok, etc.



Utilizaremos redes sociales como tiktok o instagram para promocionar nuestra cafetería y desde ahí pueden valorar nuestro servicio y así cuando vengan podemos animarles para que suban un video o foto para llegar a más personas.

- Correo electrónico: Envío de promociones o información, encuestas de satisfacción.

Se les dará la oportunidad de hacer una encuesta de satisfacción para poder mejorar nuestro servicio. Dentro de la encuesta, se le pondrá un apartado si quiere que le manden promociones por correo electrónico.

Encuesta restaurantes

Mejora la experiencia de tus comensales con esta encuesta!

Queremos ayudarte a elevar la calidad de tu servicio y de tus alimentos. Utiliza este formato de encuesta para obtener opiniones sinceras de tus clientes y descubrir áreas de oportunidad.

meniuapp@gmail.com Switch account

Not shared

* Indicates required question

¿Qué tan probable es que recomiendes nuestro restaurante a un conocido? *

Muy probable
 Probable
 Poco probable

RELACIÓN CON CLIENTES

En Goizargi, la relación con el cliente no se basa solo en vender nuestros productos y ofrecer nuestros servicios, sino en crear un vínculo cercano y de confianza que haga que el cliente quiera volver y recomendar nuestra empresa. Nuestro objetivo es acompañar al cliente antes, durante y después, ofreciendo una atención personalizada y adaptada a sus necesidades. Lo que conseguiremos con una buena relación con nuestros clientes:

- Aumentar la satisfacción y la confianza en Goizargi.
- Fidelizar a los clientes y evitar que acudan a la competencia cuidando su experiencia con un trato cercano, constante y personalizado.
- Conocer mejor sus gustos y necesidades mediante una comunicación cercana, preguntas directas y el uso del feedback para mejorar nuestros productos y servicios.
- Conseguir recomendaciones positivas ofreciendo una experiencia excelente y un trato cercano que motive a los clientes a hablar bien de Goizargi.

Para lograrlo, en Goizargi trabajaremos principalmente tres tipos de relación con el cliente: transaccional, proactiva y consultiva.

Relación transaccional

La relación transaccional se da cuando un cliente realiza una compra puntual. En Goizargi, nuestro objetivo es transformar a estos clientes en clientes habituales. Las acciones que llevaremos a cabo serán:



- Atención en el local (canal principal)

1. Trato cercano y personalizado para atender qué necesita cada cliente.
2. Ayuda en la elección de productos según sus preferencias.
3. Proceso de compra rápido, cómodo y sencillo.

- Correo electrónico:

1. Envío de promociones y descuentos exclusivos para clientes recurrentes.
2. Recomendaciones de productos basadas en compras anteriores.
3. Confirmación y seguimiento del pedido, el cual se hace por Instagram, Whatsapp o vía telefónica.

Seguimiento postventa:

Envío de una encuesta de satisfacción tras la compra para conocer la experiencia del cliente y detectar posibles mejoras.

Relación proactiva

En Goizargi no esperamos a que el cliente tenga un problema, sino que nos adelantamos a sus necesidades manteniendo un contacto continuo. Para ello:

- Nos comunicaremos con los clientes por WhatsApp, correo o Instagram, según el canal que ellos usen, tanto para gestionar reservas como para resolver cualquier problema.
- Les avisaremos de novedades, promociones y nuevos productos.
- El personal estará formado para responder de manera rápida, cercana y eficaz ante cualquier duda o incidencia.
- Utilizaremos las encuestas de satisfacción para recoger opiniones y mejorar continuamente nuestro servicio.



Relación consultiva

La relación consultiva se basa en asesorar al cliente de forma personalizada, ayudando a encontrar la mejor solución según su situación.

En Goizargi lo aplicaremos mediante:

- Escucharemos al cliente con atención para entender bien lo que necesita.
- Si hay un problema, haremos las preguntas necesarias para identificar su problema y poder resolverlo lo mejor posible.
- Haremos recomendaciones personalizadas de productos o servicios.
- Además, aprovecharemos las opiniones que nos den en las encuestas para ajustar nuestra oferta y mejorar su experiencia.





FINANCIACIÓN NECESARIA

Para abrir la cafetería, necesitamos la financiación suficiente para llevar a cabo la idea que tenemos. Y estas son todas las opciones que tenemos para conseguir dicha financiación:

Financiación propia (capital):

Para financiar el negocio, podemos usar nuestro propio dinero ahorrado o dinero prestado por amigos o familiares. Contamos con el local valorado en 50.000€ que lo aportará un socio y los dos restantes tendrán que aportar con un capital aproximado de 10.000€ cada uno.

Subvenciones:

Las subvenciones son una fuente importante de apoyo económico para quienes desean iniciar un negocio. Además, existen diferentes ayudas públicas que pueden facilitar la inversión inicial, la creación de empleo y la mejora del local, tanto a nivel autonómico como local.

La subvención ayuda a reducir la inversión inicial, disminuir el riesgo financiero y permite mejorar el local para atender a más clientes, generando empleo. Además, apoya negocios sostenibles como Goizargi Café.

- **Ayudas al establecimiento del proyecto (Lanbide):** También podemos recurrir a subvenciones ofrecidas por el Gobierno Vasco, el cual puede darnos 3.500 euros por persona. Esta cantidad se incrementa en un 15% si la persona solicitante tiene entre 18 y 30 años en el momento de presentar la solicitud y otro 15% adicional en el caso de ser mujer. Esta subvención la solicitaremos, ya que puede ayudarnos a reducir la inversión inicial necesaria para poner en marcha el negocio.
- **Gastrobikain 2025:** Está dirigido a apoyar iniciativas gastronómicas que se consideran estratégicas en el sector. Se centra en ayudar a nuevos proyectos de negocios gastronómicos con hasta un máximo del 40% de la inversión subvencionable, con un límite de 50.000 euros por proyecto. También solicitaremos esta ayuda, ya que puede cubrir una parte importante de la inversión necesaria para poner en marcha la cafetería.
- **Subvención local:** El Ayuntamiento de Andoain también ofrece una subvención para la creación de nuevos negocios y para la modernización o consolidación de negocios locales, con un importe máximo de hasta 10.000 € por solicitante. Solicitaremos esta ayuda, ya que puede contribuir a reducir los costes iniciales del proyecto.

Financiación bancaria:

Los bancos también ofrecen distintos tipos de financiación para emprendedores que quieren abrir su propio negocio y pueden haber varias opciones interesantes pero intentaremos no recurrir a ellas a menos que sea totalmente necesario:



- **Línea de crédito:** En la línea de crédito, te dan un dinero que puedes utilizar para el negocio, y te cobran comisiones/intereses por el dinero que hayas utilizado. Aunque por el dinero no utilizado nos cobran unos intereses.
- **Préstamo:** Hay préstamos dirigidos especialmente para las personas que quieran abrir un negocio el cual te dan una cantidad de dinero al momento y luego vas pagando a plazos fijos el dinero que te han prestado más intereses. El interés en los préstamos, suele rondar entre el 4-8% pero también algunos bancos suelen exigir un plan de negocio para saber en qué se va a usar ese dinero y alguna garantía. Este método suele ser el más usado.
- **Línea ICO:** Es una financiación pública que el Gobierno de España pone a disposición de autónomos, emprendedores y empresas para ayudarles a invertir o cubrir gastos de su negocio. El TAE varía en función del plazo del préstamo, situándose tanto en modalidad fija como variable entre el 4,2 % y el 7,7 %.
- **Microcréditos:** Son créditos más pequeños pero con condiciones más flexibles siendo más accesibles para las personas jóvenes que quieren abrir un negocio. Pero el importe es bastante limitado como por ejemplo en Caixabank que su límite en microcréditos es de 30.000€.

Financiación colectiva:

La financiación colectiva no suele ser muy común en estos casos pero se puede llegar a dar como el Crowdfunding en la cual se lanza un anuncio publicitario en la cual algunas personas pueden poner de su propio dinero voluntariamente y en cambio el negocio le puede dar un regalo como algo simbólico. Aun así, no creemos que vaya a aportar una cantidad significativa, pero puede servir como un pequeño apoyo extra para la puesta en marcha.

Leasing o Renting de maquinaria y equipamiento:

Otra opción de financiación es el leasing o renting, muy útil para negocios como una cafetería que necesitan invertir en maquinaria cara como cafeteras, toda la equipación de la cocina. Con esta opción, en lugar de comprar los equipos desde el principio, se paga mensualmente por su uso. La ventaja es que no requiere una gran inversión inicial y permite mantener la liquidez en el negocio. La desventaja es que a largo plazo puede salir más caro que comprar el equipamiento, y no siempre eres propietario de la máquina al finalizar el contrato. Usaremos esta opción para reducir el coste inicial y poder afrontar con más tranquilidad los primeros meses, que serán la etapa más complicada del negocio.



ACTIVIDAD PRINCIPAL

La actividad principal de Goiargi Café se centra en atender a los clientes de la mejor manera posible dentro de las posibilidades reales del negocio, ofreciendo un servicio de cafetería combinado con un espacio donde se puede estudiar o trabajar. No siempre es posible personalizar cada detalle, pero el objetivo es que el cliente se sienta cómodo y bien atendido.

Horarios

Desayunos de 8:00-12:00

En este momento del día la gente busca algo ligero y para ello Goizargi Café ofrecemos:

- Cafés, infusiones y chocolate caliente.
- Tostadas variadas
 - Aguacate
 - Tomate
 - Mantequilla
 - Mermelada
 - Jamón
 - Jamón York y queso

Pudiendo hacer mil combinaciones con los productos mencionados anteriormente.

- Bolleria artesanal
- Yogures con fruta
- Smoothies naturales
- Pancakes, huevos con bacon, tostadas dulces

Almuerzos ligeros de 12:00-16:00

Este horario combina a quienes no han desayunado y quieren algo más contundente, con lo que ya buscan almorzar pero no quieren un plato demasiado pesado. Para ello Goizargi, ofrece:

- Sandwiches, wraps y tostadas variadas.
- Ensaladas frescas y bowls completos.
- Pinchos y mini tapas.
- Tartas saladas y empanadas.
- Croissants salados



Merienda de 16:00-20:00

A esta hora la gente ya no busca comer. Es una franja perfecta para estudiantes y gente que sale del trabajo. Para ello, Goizargi también ofrece:

- Tartas caseras, bollería y bizcochos artesanales.
- Gofres, creps y tostadas dulces.
- Croissant salados

Primer contacto con el cliente

El proceso comienza cuando el cliente entra al local o contacta a través de redes sociales o Whatsapp.

En este momento, el personal intenta:

- Saludar de forma educada y cercana, siempre que la carga de trabajo lo permita.
- Atender al cliente y resolver dudas básicas, como si busca un sitio tranquilo para estudiar o simplemente tomar algo.

No siempre se puede dedicar mucho tiempo a cada persona, pero una atención correcta desde el inicio ayuda a crear una buena impresión.

Atención durante el proceso de compra

Durante la compra, el objetivo principal es ser ágiles y claros, especialmente en horas de mayor afluencia.

En esta fase:

- Se explica la carta de forma sencilla y se recomiendan algunos productos habituales o más vendidos.
- Se atienden las dudas del cliente.
- Se prioriza un servicio rápido para no generar esperas innecesarias.

En el caso de los clientes que usan la zona de estudio o trabajo, se les facilita el acceso al Wi-fi y a los enchufes, siempre que haya disponibilidad, informando del tiempo de uno de manera clara pero cordial.

Durante la estancia

Una vez el cliente está en el local:

- El personal permanece atento, siempre que sea posible.
- Se intenta mantener un ambiente tranquilo y ordenado, especialmente en la zona de estudio.
- Se resuelven incidencias sencillas si surgen, como pedidos adicionales o pequeñas consultas.

La prioridad es que el cliente se sienta a gusto sin interrumpir su actividad.



Cierre de la interacción

Cuando el cliente finaliza su consumo:

- Se le agradece su visita de forma educada.
- En algunos casos, se le informa de las redes sociales del negocio o de futuras promociones.
- Si se ha utilizado la zona de estudio, se recuerda el tiempo de uso de manera respetuosa, evitando situaciones incómodas.

Este cierre ayuda a dejar una buena sensación general, aunque no siempre se puede personalizar.

Seguimiento posterior a la visita

El seguimiento se realiza de forma limitada y realista, principalmente a través de redes sociales:

- Publicación de novedades, cambios de horario o promociones.
- Respuesta a mensajes y consultas cuando es posible, dentro del horario del local.

De forma ocasional, se tiene en cuenta la opinión de los clientes para mejorar el servicio, aunque no siempre se pueda aplicar todos los cambios. Y lo haremos a través de encuestas de satisfacción.

Fidelización del cliente

Si la experiencia ha sido positiva:

- El cliente identifica Goizargi Café como un lugar cómodo para estudiar, trabajar o tomar algo.
- Puede volver de manera habitual y recomendarlo a otras personas.

El objetivo final no es ofrecer un servicio perfecto, sino un trato correcto, un ambiente agradable y un café de calidad, logrando que los clientes quieran volver por la experiencia general.



COSTES

La empresa Goizargi tendrá que afrontar diversos costes fijos y variables para poder desarrollar su actividad con normalidad. Además para la apertura del local necesitamos invertir en maquinaria, mobiliario, utensilios e instalación de seguridad.

La correcta identificación de estos gastos es fundamental para garantizar una gestión económica eficiente y asegurar la viabilidad y sostenibilidad del negocio.

Costes iniciales de inversión

Para la apertura del local, la empresa deberá realizar una inversión inicial para poner en marcha el negocio, incluyendo la compra de toda la maquinaria, muebles y cocina:

- **Maquinaria de cocina**

Gasto aproximado de entre 5.000 y 15.000 euros.

- **Muebles y decoración**

Gasto aproximado de entre 2.000 y 6.000 euros.

- **Utensilios, menaje y equipamiento**

Gasto aproximado de entre 1.000 y 3.000 euros.

- **Instalación de seguridad**

Gasto aproximado de 500 euros.

Costes fijos

Los costes fijos son aquellos gastos que se mantienen estables independientemente del volumen de ventas.

- **Nóminas**

Goizargi deberá asumir los gastos del personal, incluyendo salarios y cotizaciones sociales, con un coste aproximado de **entre 2.000 y 2.300 euros mensuales** por empleado

- **Conexión a Internet**

Será necesario disponer de conexión a Internet para la gestión del negocio y los sistemas de pago, con un coste mensual estimado de **entre 35 y 55 euros**.



- **Local**

No se contempla gasto en alquiler, ya que uno de los socios aporta el local como aportación no dineraria..

- **Seguros**

La empresa deberá contratar seguros obligatorios y de responsabilidad civil, con un coste mensual estimado de **entre 50 y 120 euros**.

- **Seguridad**

Se contará con sistemas de seguridad como cámaras y alarmas, con un coste mensual de **entre 30 y 60 euros**

- **Mantenimiento de maquinaria**

El mantenimiento de la maquinaria del establecimiento tendrá un coste mensual aproximado de **entre 60 y 120 euros**.



Costes variables

Los costes variables dependen del nivel de actividad y del consumo del negocio.

- **Suministros**

El gasto mensual en suministros variará según el uso, con un coste aproximado de **150 a 350 euros en luz, 40 a 90 euros en agua y 30 a 80 euros en gas**.

- **Materias primas e ingredientes**

La compra de materias primas necesarias para la elaboración de los productos supondrá un gasto mensual de **entre 1.500 y 3.000 euros**.

- **Envases y material desechable**

El uso de envases y material desechable generará un coste mensual estimado de **entre 80 y 100 euros**.

- **Productos de limpieza e higiene**

La adquisición de productos de limpieza e higiene tendrá un coste mensual aproximado de **entre 60 y 120 euros**.

- **Desperdicio de alimentos**

Las pérdidas por productos no vendidos o caducados supondrán un coste mensual estimado de **entre 50 y 150 euros**.

- **Promoción y publicidad**

Las acciones de promoción y publicidad tendrán un coste variable aproximado de **entre 20 y 150 euros mensuales**.

Por lo tanto los costes totales de Goizargi incluyen tanto los gastos fijos y variables comentados anteriormente. Sumando todos estos conceptos, la empresa deberá afrontar un gasto mensual aproximado **entre 4.855 y 7.445 euros**, sin contar costes puntuales iniciales como la instalación de seguridad.