

ESTRUCTURA DE COSTES

Nuestros costes son menos elevados que otras empresas como por ejemplo comerciales ya que al ser una empresa audiovisual nos permite tener menos trabajadores contratados.

Este último año hemos doblad la plantilla ya que a la vez que estos hemos ampliado el número de clientes.

A cada trabajador le pagamos un total de 1.200€ mensuales que tras dos años de permanencia se sube a 1.900€

En función de lo que incrementemos los servicios los próximos años iremos ampliando la plantilla empleada.

	Empleados menos de 2 años	Empleados mas de dos años
Ahora	2	5
Proximamente	4	7
Objetivo	0	11

En la economía, el cliente, es decir el consumidor, es el eje central sobre el que gira el mercado. Este último debe atender a las necesidades demandas por el cliente. Sin embargo, no todo el mundo comparte las mismas necesidades secundarias (las primaria, obviamente sí). Por tanto la empresa en cuestión ha de diferenciar el tipo de consumidor al que quiere enfocarse. Los factores económicos, éticos, personales y empresariales, serían sólo algunos ejemplos que caracterizan al comprador.

Las empresas a la hora de focalizar un posible mercado pueden optar por unos segmentos predeterminados.

En el mercado de masas, los consumidores comparten necesidades y problemas similares. En este segmento es poco común que exista una discriminación en cuanto al poder adquisitivo del cliente. Además que los precios oscilan entre los estándares mayoritarios.

Por contra el nicho de mercado, enfoca sus recursos en necesidades más particulares. La relación por excelencia proveedor-cliente, responden a requisitos específicos.

A modo de ejemplo la empresa aero-espacial SpaceX formaría parte de este segmento.

Ciertos tipos de negocio, atienden a clientes con ligeras diferencias, sin embargo estos matices son lo suficientemente menores como para no plantear un serio problema a una empresa.

A este grupo denominado Mercado Segmentado, pertenecería la empresa automovilística Mercedes-Benz. La estructura de sus respectivos modelos respónde de la misma manera. Por ejemplo dos personas pretenden comprar un mismo modelo el clase C (5 plazas y unos 4 litros de maletero), sin embargo uno de ellos solo está dispuesto a pagar 40 000€, mientras que el otro, en cambio pagaría 60 000€ gustosamente a favor de un motor híbrido. Pues en este caso Mercedes les suministraría a cada uno, sin ningun inconveniente, en esencia el mismo bien, en este caso un vehículo, pero con algunas diferencias. Por otro lado el Mercado Diversificado, atiende a segmentos de mercado independientes. En este ámbito las necesidades y problemas presentan un cariz muy diferente entre si.

Pues sus propuestas de valor, interés y necesidad son muy dispares.
Amazon constaría en esta línea.