

Estructura de costes

A la hora de fijar la estructura de costes definimos los gastos que la empresa va a tener que afrontar y que posteriormente se podrán recuperar a través de la venta de servicios ofertados.

Para fijar el precio se deben analizar **costes directos e indirectos**.

- Los costes directos están formados por todos aquellos asociados directamente a la fabricación del producto.
- Los costes indirectos están asociados con aquellos que afectan a todo el conjunto de la empresa y se descomponen en los relacionados con los costes administrativos y comerciales, los costes financieros.

Los costes directos:

Los costes directos que la empresa va a tener que soportarse basan en la contratación de los servicios a empresas que ya los proporcionan por adelantado y que posteriormente serán ofrecidos al cliente dentro de su pack personalizado.

Los costes indirectos:

1. **Costes indirectos de explotación:** están compuestos por los costes administrativos y comerciales.
2. **Costes administrativos:** excluyen los relacionados con el **espacio físico del trabajo** ya que pensamos en incluir la idea de negocio en el programa de aceleración ofrecido por Soria Futuro S.A. con una cuota de **18 euros mensuales** por el alquiler del espacio y de los medios necesarios para poder llevar a cabo la actividad, en colaboración con "El Hueco" (Soria) que nos ayudará con la gestión, la proporción de un espacio físico con conexión a internet y apoyo financiero de hasta 25000 euros.

Descubresoria también necesitará además un **impulso comercial** a través de la publicidad que podremos hacer con las subvenciones iniciales, después de haber consumido la cantidad que será

proporcionada por los fondos públicos de la Comunidad Autónoma o la S.A. o de Futuro Soria a los que debemos integrar en este apartado.

Se compone de los costes de contratación de una **agencia de publicidad online** para la creación de banners y páginas de aterrizaje que posteriormente pueden incluir páginas web y su coste puede llegar a los **1500 euros** y que es necesario ir renovando por temporadas.

También habrá que tener en cuenta a la hora que se publica mediante **Google Adwords**. Para ello tenemos un presupuesto de campaña de **7 euros diarios**, unos 200 euros mensuales.

Por último la empresa requiere un **seguro multiriesgo**. La prima anual de este seguro está entre los **300 y 400 euros**. Aparte de un **seguro de accidentes** por 800 euros aproximadamente y un **Seguro de Responsabilidad Civil**, para proteger la empresa a reclamos de terceros aseguramos 150000 euros por 100 euros anuales

Costes totales aproximados por mensualidad:505 euros.