

# ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes se compone de todos los costes que implica sacar adelante el modelo de nuestro negocio. Es una pieza básica que tenemos que tener en cuenta para dar paso al negocio, debido a que la parte financiera de un negocio es lo que nos permitirá iniciarlo.



Todos los procesos detallados implican una serie de gastos que nuestra empresa debe ser capaz de afrontar. Presentan las siguientes características:

- **Costes variables:** Representa el costo directo de adquirir los artículos de ropa que se venden en la tienda. Este costo puede incluir el precio de compra de la ropa, los costos de envío, impuestos y otros gastos asociados con la adquisición de inventario. En nuestro caso, esta adquisición es sencilla ya que le compramos todo lo que vendemos a los propios clientes. Aunque algunas prendas exclusivas sí que necesitamos comprarlas y por ende poseen un gasto de costos de envío... etc



- **Costos fijos:** En los costes fijos es importante hablar de todos aquellos gastos permanentes que se necesitan pagar para realizar diferentes acciones. Principalmente, el alquiler del local es un coste esencial ya que sin la tienda no podemos dar comienzo a la venta física. Al poseer diferentes tiendas por Valencia, el alquiler aumenta teniendo en cuenta su ubicación y el tamaño del espacio. Además también son necesarios los servicios públicos, entrando específicamente en la electricidad, el agua, la calefacción que ayudan a mantener el local en funcionamiento. Dentro de este apartado también entrarían los sueldos de nuestro personal, un seguro que pagamos para proteger nuestro inventario, licencias y permisos, y por último mantenimiento y limpieza del local.



- **Economías de escala:** En cambio los costes del wifi se van reduciendo cada vez más porque no lo utilizamos. Al ser una tienda de ropa no vemos que el wifi sea exclusivamente necesario para hacerles pasar a los clientes una visita cómoda. A nuestra tienda.



- **Economías de amplitud o alcance:** La economía de amplitud se refiere a la estrategia empresarial de ofrecer una amplia variedad de productos o servicios en lugar de centrarse en uno o unos pocos. En nuestro caso, la economía de amplitud podría implicar diversificar el inventario de productos para abarcar diferentes categorías de ropa, estilos, tallas o incluso accesorios relacionados.

