

## ESTRUCTURA DE COSTES

A la hora de detectar los costes de nuestra empresa; vinculados a las actividades clave, los socios clave y los recursos clave expuestos con anterioridad; debemos distinguir dos tipos: los costes fijos, que son aquellos que no varían, aunque la producción aumente, pues no tienen una relación proporcional con el producto o servicio; y los costes variables, que aumentan de forma proporcional al volumen de producción. Los principales costes que nuestra empresa tendrá que cubrir son los siguientes:

### *Costes fijos:*

- Mantenimiento del local, equipo e instalaciones.
- Alquiler del edificio.
- Gastos financieros.
- Tributos e impuestos (licencias, tasas municipales).
- Comunicación, publicidad y marketing. En este caso, es nuestra empresa la que decidirá qué presupuesto destinar a esta partida en función de los objetivos que se plantee.
- Seguros.
- Servicio de Internet.

### *Costes variables de carácter necesario:*

- Mano de obra.
- Aprovisionamiento de productos. Cuanto mayor sea el encargo de productos realizado a nuestros proveedores, más nos costará abastecernos. No obstante, cabe destacar que podremos beneficiarnos de las denominadas economías de escala en nuestras compras y obtener así condiciones ventajosas de nuestros suministradores.
- Embalajes.
- Factura de la luz, el agua y el gas.

Determinar la estructura de costes de nuestra empresa nos permite cuantificar la inversión

que necesitaremos realizar para sustentar el modelo de negocio, algo que resulta

indispensable para comprobar la viabilidad económica y evaluar su rentabilidad.

Además, teniendo en cuenta esta estructura podemos determinar que no representamos un modelo de negocio impulsado por el coste, es decir, enfocado en mantener unos costes tan reducidos como sea posible para que los clientes escojan nuestro supermercado por ser más barato que la competencia. Cultural Market se trata de un negocio impulsado por el valor, cuyo principal interés es crear valor de cara al cliente mediante el cuidado de la calidad de sus productos y de la imagen que proyecta en la sociedad con el objetivo de que el cliente nos elija por nuestras características únicas, basadas en el respeto al medio ambiente y la integración de otras culturas en nuestra sociedad.