

ESTRUCTURAS DE COSTE

La empresa dedicada a la fabricación y distribución de agendas adaptadas tiene una **economía de escala** que juega un papel fundamental en su rentabilidad y competitividad. Estos costos se dividen en fijos y variables.

Los **costes fijos** son aquellos que permanecen constantes independientemente del volumen de producción. Incluyen el alquiler de instalaciones, que es un gasto importante, y cuya gestión es clave para optimizar el uso del espacio. La empresa podría trabajar con agentes inmobiliarios o empresas especializadas en alquileres comerciales. Los salarios del personal administrativo comprenden los pagos a gerentes, contadores y personal de atención al cliente. Este equipo administrativo puede estar compuesto por un gerente general, un gerente financiero, dos contadores y dos personas en el área de atención al cliente, y los costos asociados a estos salarios se gestionan mediante software contable como QuickBooks. En cuanto a los servicios públicos, como la electricidad, el agua y el internet, son gestionados por el personal administrativo y podrían ser proporcionados por empresas como Iberdrola. Además, la depreciación de maquinaria es otro costo fijo relevante, que se gestiona por el equipo de producción y finanzas, y se utiliza maquinaria de empresas como Xerox.

En cuanto a los **costos variables**, estos fluctúan según el volumen de producción. Uno de los principales costos variables es el material necesario para la producción, que incluye papel, cartón, telas, cueros, tintas y adhesivos. El equipo de compras, compuesto por dos personas, es el encargado de negociar con los proveedores de estos materiales. En cuanto a la mano de obra en la producción, el equipo de producción, compuesto por operarios, diseñadores gráficos, técnicos de maquinaria y supervisores, es el responsable de la fabricación de las agendas. Empresas como Canon proveen las máquinas necesarias para el proceso de impresión y encuadernación. Dado que las agendas son personalizadas, los costos de diseño y personalización son significativos. Este proceso lo gestiona un equipo de dos diseñadores gráficos y tres personas dedicadas a la personalización mediante bordado o impresión. Para estos servicios, la empresa podría colaborar con proveedores como Vistaprint.

Los costos de distribución y logística incluyen el transporte de las agendas desde la planta de fabricación hasta los puntos de venta o clientes, así como la **amplitud** de los costos de almacenaje y manipulación de inventarios. Un equipo logístico compuesto por seis personas, incluyendo personal de almacén y un coordinador de logística, gestiona estos aspectos. Para la distribución, se podrían utilizar empresas como Correos, mientras que el almacenamiento podría estar a cargo de proveedores como GLS. Los costos de embalaje, necesarios para asegurar que las agendas lleguen en buen estado a los clientes, incluyen cajas, etiquetas y otros materiales de embalaje. Este proceso se gestionaría con un equipo de tres personas y la colaboración de empresas como Smurfit Kappa, proveedor de materiales de embalaje.

En términos de marketing y ventas, los costos incluyen gastos en publicidad, tanto en medios tradicionales como digitales, y las comisiones asociadas a la venta y distribución. El equipo de marketing y publicidad estaría compuesto por cuatro personas, incluyendo especialistas en marketing digital, y la empresa podría colaborar con plataformas de publicidad como Google Ads. Además, los costos de distribución y comisiones asociadas con las ventas en línea o con distribuidores se gestionarían a través de plataformas como Amazon.

Los costos administrativos y operativos son los relacionados con el funcionamiento general de la empresa, incluyendo la gestión del personal administrativo y los servicios necesarios. Estos costos son gestionados por el personal administrativo y, además, las asesorías legales y fiscales son esenciales para cumplir con las normativas. Empresas como Garrigues serían las encargadas de proporcionar estos servicios.

La investigación y desarrollo (I+D) es esencial para innovar y diferenciar las agendas en el mercado. Este proceso estaría a cargo de un equipo de tres personas, incluidos diseñadores de producto y, en caso de integrar tecnologías, ingenieros de software. Además, la empresa podría recurrir a proveedores de materiales ecológicos, como Recycled Paper, para innovar en sus productos.

Los costos de calidad incluyen las pruebas necesarias para garantizar que las agendas cumplan con los estándares de calidad. Un equipo de control de calidad,

compuesto por tres personas, sería responsable de las inspecciones y de gestionar las devoluciones de productos defectuosos. Empresas como SGS podrían colaborar en este proceso para asegurar que las agendas cumplen con los estándares establecidos.

Por último, si la empresa recurre a financiamiento externo, los costos financieros incluirían los intereses de préstamos y las comisiones bancarias. El equipo administrativo sería el encargado de gestionar estas negociaciones con instituciones financieras como BBVA y de obtener préstamos a través de entidades como ICO.

Pablo Pineda tiene síndrome de down, Carmen de la Torre tiene una enfermedad congénita, Javier Hernandez nació sin brazo y con una disimetría en las piernas.

Los costes de este proyecto incluyen varios aspectos importantes. En cuanto a la web, el gasto relacionado con las campañas publicitarias dependerá de las acciones realizadas por los influencers que participen en la promoción de las agendas adaptadas. Su retribución variará entre 100 y 1.000 euros, dependiendo del tipo de publicación que realicen sobre la campaña.

Por otro lado, los asesores también suponen un gasto de 50€ cada mes. Los proveedores obtendrán un beneficio de 2,10 euros por cada agenda vendida, lo que significa que sus ganancias dependerán directamente del volumen de ventas mensual. Asimismo, los distribuidores, cuyas ganancias también están ligadas al número de agendas adaptadas vendidas, deberán comercializar entre 100 y 200 agendas al mes para obtener ingresos estimados entre 420 y 567 euros mensuales en un principio.

En cuanto a la maquinaria, el coste de la producción de pegatinas y los materiales necesarios para la elaboración de las agendas asciende a 900 euros. Además, se debe considerar el coste de una impresora, que es de 1.300 euros, y el de una encuadernadora, que tiene un precio de 220 euros.

Finalmente, los costes del local incluyen un alquiler mensual de 400 euros por un espacio de 80 m² ubicado en Zuya. A esto se suman los gastos de luz y gas, que alcanzan los 380 euros mensuales, y un seguro que tiene un coste de 320 euros anuales.