

9. Estructura de costes

1. Costes fijos.

- **Alquiler del local.**
NAM cuenta con tres oficinas ubicadas en Madrid, Barcelona y Valencia, cada una con un coste mensual aproximado de 700 euros, lo que representa un gasto total de **2.100 euros al mes**.
- **Salario del personal administrativo y de mantenimiento.**
El equipo permanente de NAM incluye tres visitantes médicos por cada oficina, quienes no solo gestionan las operaciones locales, sino que también se desplazan a otras ciudades cuando es necesario. Cada visitador médico recibe un salario mensual de 2.050 euros, lo que implica un gasto total de **18.450 euros al mes**. Por otro lado, las tareas de mantenimiento de las oficinas y la supervisión del funcionamiento en las empresas colaboradoras están a cargo del equipo de creadoras de NAM.
- **Servicios públicos (luz, agua, internet y calefacción).**
Los gastos derivados de luz, agua, internet y calefacción en nuestras oficinas, de tamaño medio a pequeño, ascienden a unos **160 euros mensuales por oficina**, lo que supone un gasto total de **480 euros al mes**.
- **Seguro y suministro de oficina.**
Para garantizar la seguridad de los datos de los clientes, proteger los productos almacenados y prevenir riesgos, NAM dispone de seguros para cada oficina, con un coste anual estimado de **500 euros por local**, sumando **1.500 euros al año**.

2. Costes variables.

- **Materia prima y materiales de producción.**
El coste aproximado de la compra de las gafas inteligentes al proveedor (NAM) varía según la categoría:
 - Gafas estándar: Entre **200 y 400 euros por unidad**.
 - Gafas premium: Entre **370 y 750 euros por unidad**.
 Estos rangos permiten a NAM no solo cubrir los costos de producción, distribución, marketing y servicio técnico, sino también generar beneficios a partir de la venta.
- **Mantenimiento y reparaciones.**
Dado que las gafas inteligentes de NAM cuentan con componentes electrónicos avanzados, los costos asociados al mantenimiento y reparación son los siguientes:
 - **Sensores de voz o sistema de luz:** Reparación o ajuste, aproximadamente **100 euros** por intervención.
 - **Reemplazo de baterías:** Por desgaste o pérdida de capacidad, alrededor de **50 euros** por unidad.
 - **Actualización de software:** Solución de errores o implementación de mejoras en sistemas de control por voz y visualización de datos, coste aproximado de **150 euros** por actualización.
 - **Reparación de conectividad Wi-Fi:** Coste estimado de **150 euros** por intervención.

NAM

- **Recuperación de datos o corrección de errores:** En caso de bloqueos o fallos del sistema, entre **100 y 200 euros** por intervención.
 - **Reparaciones físicas (montura o lentes):** Sustitución por desgaste, daño o accidentes, alrededor de **100 euros** por parte o lente.
- **Publicidad específica y comisiones.**
 NAM promueve su producto principal, las gafas inteligentes, mediante la participación en congresos sanitarios. La inscripción y preparación para estos eventos supone un gasto aproximado de **100 a 200 euros por evento**, incluyendo la exposición del producto. Estos congresos ofrecen una plataforma clave para presentar las características y beneficios de las gafas a un público especializado. En caso de interés por parte de los asistentes, los visitantes médicos de NAM se encargan de realizar explicaciones detalladas e individualizadas, asegurando una comunicación clara y personalizada sobre el producto. Este enfoque permite generar confianza, aumentar la visibilidad del producto y captar potenciales clientes en el sector sanitario

3. Economías de escala.

- **Compra de materiales al por mayor.**
 Para reducir los costos de adquisición de su producto, NAM implementa una estrategia de compras al por mayor. Cada dos meses, se adquiere una cantidad de gafas acorde a las ventas mensuales proyectadas, evitando así compras diarias y optimizando el proceso logístico. Esto permite una gestión más eficiente de los inventarios y una disminución en el costo unitario por volumen.
- **Distribución de costes fijos.**
 En las etapas iniciales de NAM, el coste del producto es más elevado debido a la inversión económica realizada por el equipo fundador. Sin embargo, a medida que la empresa crezca en número de clientes y volumen de ventas, estos costes podrán distribuirse de manera más eficiente, logrando una reducción progresiva del coste unitario del producto.
- **Optimización de personal.**
 NAM promociona sus gafas inteligentes en congresos médicos, compensando al visitador médico según las horas trabajadas. Conforme la empresa evolucione y aumenten las ventas, esta compensación se equilibrará con las comisiones obtenidas por las ventas realizadas durante la jornada de trabajo, asegurando una relación coste-beneficio más sostenible.

4. Economías de amplitud o alcance.

- **Diversificación de productos.**
 NAM ha establecido una alianza estratégica con Zeiss, una empresa reconocida por la producción de líquidos limpiadores de lentes. Esta colaboración permite a NAM incluir dicho producto en su catálogo y ofrecerlo como un complemento ideal junto con las gafas. De este modo, los visitantes médicos de NAM promocionan y venden el limpiador en las mismas empresas donde distribuyen las gafas, generando ingresos adicionales y fortaleciendo la propuesta de valor al cliente

- **Aprovechamiento del espacio.**

NAM maximiza la eficiencia operativa y reduce costos mediante la integración de funciones en un solo espacio. La empresa alquila un local que cumple una doble función: como oficina para servicios de consultoría y como almacén interior para la gestión de inventarios. Esta estrategia permite minimizar gastos adicionales al consolidar actividades en un lugar centralizado.



Prototipo de consultoría y almacén