

9. ESTRUCTURA DE COSTES.

VENANCIO 3

Lucía Jiménez Rodríguez

Lucía Iglesias Díaz

María José Huarachi Escalera

Daniel Arribas Barbado

Estructura de los costes.

- **Costes fijos:**
 - Plataforma de e-commerce: coste mensual o anual de mantener la página web o plataforma, gastos de mantenimiento técnico y actualizaciones.
 - Software y herramientas: suscripciones a programas de diseño gráfico, CRM o gestión de pedidos.
 - Alquiler de local: espacio físico para almacenar inventario o realizar la serigrafía.
 - Equipamiento y maquinaria: amortización del costo de máquinas para serigrafía, bordado, impresión láser, etc.
 - Sueldos y salarios: remuneración fija del personal administrativo, de diseño o de producción.
 - Seguros: seguro del local o de la maquinaria.
 - Gastos administrativos: asesoría contable, legal y otros servicios profesionales contratados.
 - Marketing básico: costes fijos asociados a mantener campañas constantes, como redes sociales.
 - Servicios básicos: electricidad, internet y otros servicios esenciales para operar el negocio desde un local.



- **Costes variables:**
 - Prendas base: camisetas, pantalones, etc.
 - Materiales de personalización: Tintas para serigrafía, vinilos, papel transfer, hilos, etc.

- Coste de envío: gastos de transporte y embalaje por cada pedido, incluye cajas, sobres, papel de burbujas, etiquetas, etc.
- Publicidad variable: gasto en campañas de marketing basadas en rendimiento.
- Devoluciones o cambios: coste asociado a la gestión y transporte de productos devueltos o reemplazados.



▪ **Economías de escala:**

- A más de pedidos más barato saldrá el pedido por



descuento por volúmenes.

▪ **Economías de amplitud o alcance:**

- Diversificación de productos: amplía gama de productos con diferentes calidades, precios y diseños que harán que varíe el precio.
- Segmentación del mercado: nos dirigimos a diferentes públicos, hombres, mujeres, jóvenes, niños y mascotas.
- Ofertas y paquetes combinados: crear combos o paquetes que incluyan, por ejemplo, una camiseta personalizada para el dueño y un jersey para su mascota, lo que puede incentivar la compra de varios productos y reducir los costes de envío por pedido.
- Expansión de servicios: ofrecer servicios complementarios, como asesoría en diseño personalizado o entrega exprés, aprovechando la misma infraestructura operativa



Low cost.

Contamos con una línea low cost. Nuestra línea **Low Cost** ofrece ropa personalizada a precios asequibles, manteniendo una calidad básica y diseños atractivos. Está pensada para estudiantes, familias y pequeñas empresas con presupuestos ajustados.

Objetivos:

1. Ampliar el mercado: Llegar a clientes sensibles al precio.
2. Incrementar ventas: Aumentar la rotación de productos económicos.
3. Fidelización: Atraer nuevos clientes y potenciar la compra futura en otras líneas.

Características:

- Prendas básicas de calidad estándar.
- Opciones de personalización limitadas y económicas.
- Producción eficiente y rentable

Estrategia de marketing:

- Redes sociales: Promoción en Instagram y TikTok con enfoque en precios bajos.
- Descuentos por volumen: Promociones como “compra 3, paga 2”.
- Pedidos grupales: Enfoque en pequeñas empresas y familias.

Ventajas competitivas:

- Atractivo para nuevos clientes.
- Diversificación del mercado.
- Aumento de la visibilidad de la marca.

Con esta línea, buscamos ofrecer personalización accesible para todos y expandir nuestro mercado.

