



ESTRUCTURA DE COSTES:

Arotex es una empresa que quiere llegar al mayor número de público posible por lo que consta de varios dos tipos de **costes**. Sobre todo combina costes fijos y variables, mostrando su carácter único e innovador que tanto le representa.

Entre los **costes fijos** destacan el alquiler y mantenimiento de los diferentes locales, teniendo en cuenta la tienda física y el laboratorio donde se empezará a elaborar los aromas. Los gastos en tecnología, como el mantenimiento de la tienda online, software de gestión, el marketing y la comunicación digital, incluyendo publicidad y material informativo para la promoción del producto.

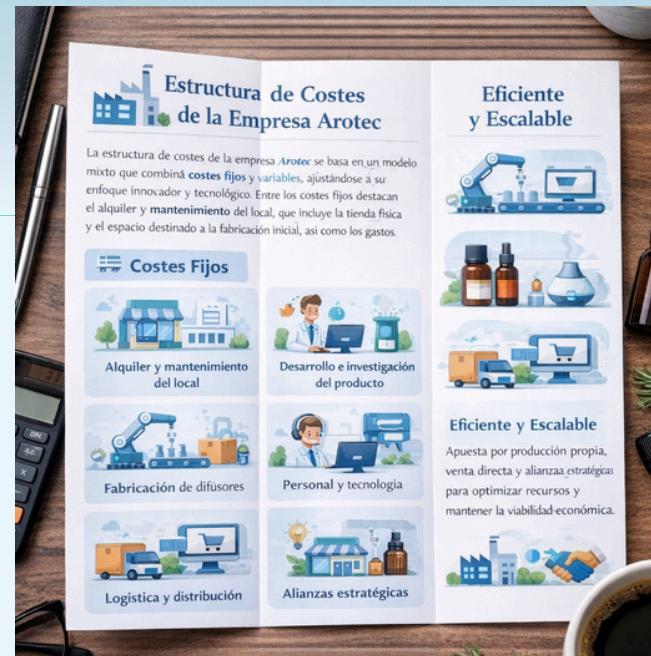


IMAGEN GENERADA POR IA.

IMAGEN GENERADA POR CHAT GPT (2026).

DESCRIPCION: INFOGRAFÍA SOBRE LA ESTRUCTURA DE COSTES DE AROTEC.

OBTENIDA DE: [HTTPS://CHATGPT.COM](https://chatgpt.com)

También hay otros costes que van **variando**, estos cambian en función de cómo vaya aumentando el negocio. Esto tiene en cuenta el equipo que forma la empresa, el coste de los socios fundadores como el de futuras incorporaciones. Además como el producto está en continuo desarrollo e investigación, los costes relacionados con el diseño y mejora de los difusores, creación de nuevos aromas mediante pruebas y los suministros.



ESTRUCTURA DE COSTES:

A estos se suman los **costes de logística y distribución**, tanto en envíos a clientes como a centros sanitarios, y servicios postventa, como el mantenimiento o la sustitución de aromas incluidos en modelos de suscripción. Además, Arotec asume **costes relacionados con alianzas estratégicas** de entidades externas, especialmente en investigación y logística, que le permiten optimizar recursos aunque impliquen compartir parte del margen. En conjunto, la estructura de costes a sido diseñada para ser eficiente y escalable, apoyándose en la producción propia, la venta directa y las colaboraciones estratégicas para mantener una posibilidad económica del proyecto.