

Estructura de costes

La estructura de costes de Relecta se organiza en función de las actividades y procesos clave necesarios para desarrollar su propuesta de valor, priorizando aquellos que resultan imprescindibles para garantizar la calidad del producto y la satisfacción del cliente. Esta estructura se plantea de forma prudente y realista, con el objetivo de asegurar la viabilidad económica del proyecto desde sus primeras fases.

En primer lugar, los costes prioritarios están relacionados con la actividad de diseño y personalización, que constituye el núcleo del proyecto. Estos costes incluyen el uso de software de diseño gráfico, licencias digitales y, en su caso, la contratación o colaboración con diseñadores. Al ser la base de la propuesta de valor, esta partida representa uno de los mayores pesos dentro de la estructura de costes.

En segundo lugar, se sitúan los costes de producción e impresión, derivados de la fabricación de las tarjetas físicas. Estos costes comprenden la impresión, los materiales utilizados (papel, tintas, acabados especiales) y los servicios de los proveedores externos. Aunque no todos los pedidos requieren impresión física, esta partida es esencial para ofrecer un producto final de calidad y acorde con la imagen de Relecta.

Otra partida relevante corresponde a los costes tecnológicos y operativos, que incluyen el mantenimiento de la página web, plataformas digitales, herramientas de gestión de pedidos y el funcionamiento del asistente virtual Relecti. Estos costes permiten optimizar los procesos internos y mejorar la experiencia del cliente, por lo que se consideran estratégicos para el desarrollo del proyecto.

Asimismo, se contemplan los costes de marketing y comunicación, destinados a la promoción de la marca en redes sociales y otros canales digitales. Aunque su peso inicial será moderado, estos costes son necesarios para captar nuevos clientes y consolidar la presencia de Relecta en el mercado.

En relación con la inversión inicial, esta se concentra principalmente en la adquisición de equipos informáticos, software de diseño, desarrollo de la identidad corporativa y acciones iniciales de promoción. De forma prudente, se estima que esta inversión inicial tendrá un coste aproximado que será cubierto mediante la aportación de capital de los socios, complementada con los primeros ingresos generados por la actividad. Esta planificación permite iniciar el proyecto sin asumir riesgos financieros excesivos y garantiza una estructura de costes sostenible.