

Costes:

Los costes fijos hacen referencia a aquellos gastos necesarios para el funcionamiento del proyecto. Estos gastos comprenden el alquiler del taller, los gastos de energía, herramientas, el mantenimiento de estas, la gestión administrativa, el mantenimiento de las instalaciones, de la página web, y los vehículos de transporte, etc. Estos costes siempre se mantienen de manera estable, siendo independientes de los ingresos obtenidos por las ventas. Es por ello que son un factor muy importante a la hora de establecer un objetivo de ventas, ya que el conjunto de gastos fijos debe quedar cubierto para no tener pérdidas. Y para que el proyecto sea viable los ingresos deben ser mayor que estos gastos fijos.

Por otro lado, los costes variables son aquellos que están directamente relacionados con la fabricación y venta de la estructura de huerto vertical. Para ello se tiene en cuenta los gastos en la adquisición de materiales de fabricación (herrajes, maderas recicladas, acabados, etc.). Estos costes serán mayores o menores según la cantidad de productos que se produzcan. Junto a los costes fijos, los costes variables deben tenerse en cuenta para poder calcular con exactitud la viabilidad del proyecto.

Por otro lado, ha de tenerse en cuenta que no todos los costes se contemplan como gastos, sino que también existen costes que se comprenden como inversión, los cuales se amortizan y se les sacará rentabilidad a medida que se vayan utilizando. Estos gastos pueden ser, por ejemplo, lo invertido en las herramientas, ya que gracias al gasto en su adquisición se puede producir el producto, y a medida que se vaya generando ganancias con este se amortizará el gasto realizado en la maquinaria, recuperando de esta manera la inversión inicial.

En conjunto, la estructura de los costes está diseñada de tal manera que se trata de mantener un equilibrio entre los costes. De esta manera se realiza una planificación detallada de la relación costos-ingresos para evaluar si la empresa puede ser rentable.

En la siguiente lista se mencionan algunos de los gastos fijos que existen en el proyecto de La Huerca.

- Herramientas para la construcción: escuadradora, regruessadora, cepilladora, taladro, coneja, etc.
- Personal (en el taller y en la tienda)
- Vehículos y portes
- Taller y suministros
- Alquiler del local (tienda) y suministros)
- Creación de la página web y mantenimiento de la misma
- Publicidad

- Mantenimiento
- Gestión de residuos

Especificaciones de compra:

Maderas → Maderas Ibargoitia

herrajes → Herrajes Ocariz, S.A.

barnices → Alavesa de Pinturas S.A.

Maquinas estacionarias

→ Escuadradora → [Escuadradora Industrial SAC](#) → Precio 3.937 €

→ regresadora → [Holzkraft minimax fs 52es TERSA Digital](#) -

sofort

→ Precio 11.990 €

→ Taladro → [Taladro IBARMIA S 25/32](#) → Precio 4.800 €

→ Coneja → [SIERRA CIRCULAR MAKITA SP6000](#) → Precio 169 €

Taller → Nave de jundiz 600 m² → Precio de alquiler 2.000 €

Local → [Vitoria, Centro, de 90 m2 por 100.000 €, Ref. loc0647 - calle Florida](#)

Publicidad

	Anuncios 1 Página	Anuncios 1/2 Página
El Mundo País Vasco	5.446 €	2.844 €
El País Ed. País Vasco	5.300 €	3.468 €
Diario Noticias de Álava	2.900 €	-
Instagram	3 €	8 €
Facebook	10 €	15 €

Tras este breve estudio de los posibles gastos que pueden existir, se valora que existen gastos muy elevados que resultan inviables en un inicio, como puede ser la compra de una regresadora. Es por ello que se plantean otras opciones como el acceso a estas herramientas desde un alquiler, acumulando todas las tareas a realizar con la regresadora en un mismo momento y realizandolas de manera organizada con una máquina alquilada.

Se valora también que el alquiler del local en el polígono industrial de Jundiz puede ser elevado, ya que otros polígonos como Betoño o Gamarra pueden ser considerablemente más baratos, ya que son polígonos que no están tan conectados con salidas comerciales aéreas (por su cercanía con el aeropuerto) y terrestres (por su cercanía con la autovía).

Por último, se valora inviable la inversión estudiada en publicidad en prensa, ya que tiene un coste muy elevado. Se valora impulsar otras vías publicitarias previamente mencionadas, como folletos, carteles físicos o la creación de una página web y redes sociales como instagram o facebook.

Mediante este tipo de pequeños rastreos y estudios se puede llegar a conclusiones en las que se descarten ciertos gastos y/o inversiones y se impulsen otros, valorando la situación del momento de la empresa y programando cada gasto teniendo en cuenta la fase en la que se encuentre el proyecto.