

9. ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costos define todos los gastos necesarios para desarrollar, producir y vender un producto o servicio. Esto permite que el producto o servicio llegue al cliente de forma eficiente y rentable. En nuestro proyecto de chaleco corrector de postura, que combina tecnología y diseño para ofrecer ergonomía, la estructura de costos depende del valor que ofrecemos al cliente. Este valor incluye la salud del cliente, la comodidad del cliente, la innovación del chaleco corrector de postura y la prevención de problemas de postura del cliente.

Al tratarse de un producto tecnológico orientado al bienestar, nuestra estructura de costos no se basa en la reducción extrema de gastos, sino en garantizar calidad, fiabilidad y una experiencia de usuario superior, lo que permite posicionar el producto en un segmento de valor medio-alto.

COSTES FIJOS

Los costes fijos son aquellos que no dependen del volumen de producción y son necesarios para el funcionamiento del proyecto. Incluyen principalmente el diseño y desarrollo del chaleco, tanto a nivel ergonómico como tecnológico, así como la investigación y desarrollo necesarios para asegurar una correcta corrección postural. También se contemplan costes de gestión, administración, licencias de software y posibles certificaciones necesarias para la comercialización de un producto relacionado con la salud y el bienestar.

COSTES VARIABLES

Los costes variables están relacionados con la producción y venta de cada chaleco. Esto incluye materiales de alta calidad, sistemas de ajuste, componentes tecnológicos como sensores y módulos electrónicos, y el proceso de fabricación. También se deben considerar los costes de control de calidad, el embalaje y la logística de distribución, para que el chaleco llegue al cliente en buen estado.

COSTES DE MARKETING Y VENTAS

Para que la gente sepa lo que ofrecemos, debemos gastar dinero en marketing y ventas. Esto significa hacer publicidad en internet. También tenemos que crear contenido que enseñe a la gente sobre la postura y la ergonomía.

Además, promocionaremos el chaleco en sitios web y redes sociales que se centran en la salud y el bienestar. Es posible que también tengamos que pagar comisiones a otras plataformas que nos ayuden a vender el chaleco. Todo esto es importante para que la gente vea el chaleco como algo nuevo y diferente a los correctores posturales que ya existen.

POST-VENTA Y SOPORTE

El producto tiene partes tecnológicas. Por eso, los costes incluyen el servicio de atención al cliente. Esto significa que el cliente puede recibir ayuda cuando la necesite acerca del producto. También se incluye la gestión de garantías y devoluciones. Y el soporte técnico. Todo esto es necesario para que el cliente tenga una buena experiencia con el producto y la empresa en general. Estos costes ayudan a que el cliente confíe en la empresa, siga siendo cliente y pueda recomendarnos en su día a día. Creando una estrategia de marketing sin quererlo, pero beneficiosa para **Posture +**

CONCLUSIÓN

En conjunto, la estructura de costes de nuestro chaleco corrector de postura refleja un modelo de negocio orientado a la creación de valor y diferenciación, donde la inversión en ergonomía, tecnología y calidad es esencial para cumplir con la propuesta de valor. Esta estructura permite justificar un precio superior al de los correctores convencionales, asegurando al mismo tiempo la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto.

PRECIO DE VENTA RECOMENDADO

Para ponerle un precio al chaleco una vez salga al mercado, tendremos que tener varias cosas en cuenta para que todo el trabajo que conlleva detrás salga rentable y la economía de la empresa no salga perjudicada.

Este precio varía en función de los materiales utilizados, la calidad de los mismos o los proveedores que elegimos. Además de tener en cuenta a qué público nos queremos dirigir para adecuar lo máximo posible la accesibilidad económica por parte de los clientes, sin perder nuestra economía del proyecto.

Los costes comunes que podemos diferenciar en nuestro chaleco son:

COSTE PRINCIPAL

- Material textil principal: Tela transpirable, teniendo en cuenta que un metro cuadrado de tela de este tipo ronda los **9,30€/m**
- El consumo estimado de tela por chaleco son 0,7 - 1 metro

<p>Coste de tela por unidad de chaleco: $9,30 \text{ €} \times 1 \text{ m} = \mathbf{9,30\text{€}}$</p>

OTROS COSTES VARIABLES POR UNIDAD:

Materiales necesarios para la fabricación del chaleco:

- Sistemas de ajuste/agarre (velcros, tirantes, refuerzos, cosidos): **5€**
- Accesorios tecnológicos (sensores + batería): **15€ - 20€**
- Fabricación: **6€**
- Papelería: Packaging + manual instrucciones + tarjeta agradecimiento **6-7€**
- Envío (en España): mínimo **5€**

<p>Coste variable totales por unidad de chaleco: $9,30 + 5 + 15 + 6 + 7 + 5 = \mathbf{47,30\text{€}}$</p>

COSTES ACCESORIOS

Costes incluidos en el precio final:

- Diseño del producto (tiempo)
- Desarrollo tecnológico y ayuda de otros profesionales para ello
- Marketing (redes sociales con suscripciones, flyers publicitarios...)
- Gestión y soporte (teléfono para consultas, atención al cliente, etc)

Estimación prudente por unidad teniendo en cuenta los puntos anteriores: **12€ - 15€ por unidad de chaleco** (cogeremos como referencia unos 14€)

COSTE TOTAL POR UNIDAD DE CHALECO

$$47,30€ + 14€ = \mathbf{61,30€}$$

Es decir, como empresa que somos, cada chaleco que producimos tiene un coste sobre nosotros de **61,30€**. Para sacarle una rentabilidad una vez esté en el mercado y tener un margen de beneficio económico en la empresa, tenemos que realizar una operación más:

Teniendo en cuenta que nuestro producto cumple con las siguientes características: **tecnológico, relacionado con el bienestar y la salud, además de ofrecer materiales de buena calidad, transpirables y cómodos**, el margen recomendado es **x2 o x2,5**.

Teniendo esto en cuenta, inicialmente, hemos optado por proponer 3 tipos de precios diferentes, los siguientes:

- **Precio mínimo rentable:**

$$61,30€ \times 2 = \mathbf{122,60€}$$

- **Precio óptimo recomendable:**

$$61,30€ \times 2,2 = \mathbf{134,86€} \Rightarrow \mathbf{134€}$$

- **Precio premium:**

$$61,30€ \times 2,5 = \mathbf{153,25€}$$

Tras realizar estos cálculos de la parte económica de la empresa, podríamos determinar un precio de mercado y venta adecuados al producto que ofrecemos junto a las características del mismo y calidad, duración y confort. El precio final del **“Chaleco corrector postural”** se define en **134,00€**.

No podemos olvidar, que el precio puede variar en función de la subida de precios de accesorios que lleve, materiales, proveedores, envíos, trabajadores de la empresa, etc. Cada vez que haya cambios de este tipo, tendremos que recalculamos todos los datos, volviéndonos a ajustar a un precio asequible pero a la vez, obteniendo el margen suficiente para la rentabilidad de la empresa, en este caso, nuestra empresa **“POSTURE +”**