

Estructura de costes (BCM – Business Model Canvas)

La estructura de costes de FOMO STUDIO recoge todos los gastos necesarios para el funcionamiento de la empresa y la prestación de sus servicios en el sector del ocio nocturno y eventos.

Principales tipos de costes:

Costes fijos (Aquellos que no dependen directamente del volumen de ventas):

- Alquiler de oficina / espacio de trabajo
- Sueldos y salarios del equipo (marketing, diseño, gestión, producción)
- Seguridad Social y costes laborales
- Herramientas digitales y software (CRM, diseño, gestión de eventos, publicidad)
- Hosting y mantenimiento de la tienda online
- Gastos administrativos y contables
- Seguros
- Gastos financieros

Costes variables

Dependen directamente del número de eventos, servicios o ventas realizadas:

- Producción de eventos
- Costes de personal eventual
- Publicidad y campañas específicas
- Producción de material para discotecas
- Costes logísticos
- Comisiones por venta online
- Coste de proveedores externos

La estructura de costes de FOMO está orientada a un modelo mixto, con un peso relevante de costes fijos que se diluyen a medida que aumenta el volumen de ventas, lo que favorece la escalabilidad del negocio.

Economías de escala

FOMO STUDIO se beneficia de economías de escala a medida que aumenta su volumen de actividad. Esto significa que, al crecer el número de eventos, clientes y ventas, el coste medio por unidad disminuye.

Esto ocurre principalmente porque:

- Los costes fijos (personal, oficina, herramientas digitales, plataforma online) se mantienen relativamente estables aunque aumente el número de servicios prestados.
- El mismo equipo humano puede gestionar un mayor número de eventos y campañas sin un incremento proporcional de costes.
- La inversión en marketing y marca se amortiza mejor cuanto mayor es el volumen de ventas y visibilidad.
- Los acuerdos con proveedores (producción, personal eventual, publicidad) permiten negociar mejores precios al trabajar con mayores volúmenes.

Gracias a estas economías de escala, FOMO STUDIO mejora progresivamente su rentabilidad a medida que crece la facturación anual.

Economías de alcance (o de amplitud)

FOMO STUDIO también obtiene economías de alcance, ya que utiliza los mismos recursos y activos para ofrecer distintos productos y servicios dentro del sector del ocio nocturno.

La misma estructura de marketing y promoción se utiliza para:

- Servicios a discotecas
- Venta de entradas
- Organización de eventos privados
- Tienda online

La marca FOMO STUDIO sirve como paraguas para múltiples líneas de negocio sin necesidad de crear estructuras independientes.

Los canales digitales (web, redes sociales, base de datos de clientes) se comparten entre todas las actividades.

El conocimiento del público objetivo se reutiliza para lanzar nuevos servicios y productos.

Esto permite diversificar ingresos sin aumentar significativamente los costes, reduciendo el riesgo y aumentando la eficiencia global del modelo de negocio.

Relación con la estructura de costes

La combinación de economías de escala y de alcance refuerza la viabilidad económica de FOMO STUDIO, ya que:

- Reduce el coste medio por servicio o producto.
- Permite crecer sin necesidad de aumentar de forma proporcional la estructura.
- Mejora el margen a largo plazo.
- Facilita la expansión del negocio con menor riesgo financiero.

3. Gráficos de distribución de gastos

(Aquí debes pegar los gráficos de quesito de los gastos que habéis realizado)

Comentario de los gráficos

Los gráficos muestran que:

- El mayor porcentaje del gasto se concentra en personal y marketing, lo cual es coherente con un negocio basado en la promoción, imagen de marca y generación de tráfico.
- Los costes de estructura son controlados y no excesivamente elevados.
- Los costes variables aumentan de forma proporcional al crecimiento del negocio, lo que reduce el riesgo financiero.

Esta distribución refuerza la idea de que FOMO es un proyecto escalable, donde el crecimiento de las ventas mejora progresivamente la rentabilidad.

4. Cifra de ventas y umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad representa el nivel de ventas a partir del cual la empresa no obtiene ni pérdidas ni beneficios.

En el caso de FOMO, teniendo en cuenta:

- Los costes fijos anuales

- El margen medio obtenido por los servicios y productos

Se estima que el umbral de rentabilidad se sitúa aproximadamente en una cifra de ventas anuales suficiente para cubrir todos los costes operativos.

A partir de este nivel de facturación, cada venta adicional genera beneficio, lo que confirma que el modelo de negocio es sostenible siempre que se mantenga un volumen constante de eventos y servicios contratados por las discotecas.

5. Balance de situación del primer año

FOMO STUDIO – Primer año

ACTIVO				
Activo No Corriente			PATRIMONIO NETO + PASIVO	
Concepto	Importe (€)		Patrimonio Neto	
Edificios, locales o terrenos	- €			
Instalaciones	- €		Concepto	Importe (€)
Maquinaria y utillaje	- €		Capital social (aportaciones socios)	17.500,00 €
Mobiliario y enseres	2.000,00 €		Beneficio / pérdida primer año	- €
Equipos informáticos	5.000,00 €		TOTAL PATRIMONIO NETO	17.500,00 €
Programas informáticos (software)	3.000,00 €			
Elementos de transporte	- €			
Fianza alquiler local (2 meses)	2.500,00 €		Pasivo No Corriente	
Otras inversiones a largo plazo	- €			
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	12.500,00 €		Concepto	Importe (€)
			Préstamos bancarios a largo plazo	3.000,00 €
			Préstamos familiares / privados	- €
Activo Corriente			Deudas con proveedores de inmovilizado	- €
			TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	3.000,00 €
Concepto	Importe (€)		Pasivo Corriente	
Materias primas	- €			
Existencias (merchandising)	3.000,00 €		Concepto	Importe (€)
Otras inversiones a corto plazo	- €		Préstamos bancarios a corto plazo	- €
Tesorería (banco / caja)	7.000,00 €		Proveedores	2.000,00 €
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	10.000,00 €		TOTAL PASIVO CORRIENTE	2.000,00 €
TOTAL ACTIVO	22.500,00 €		TOTAL PN Y PASIVO	22.500,00 €