



ESTRUCTURAS DE COSTES

Costes variables

- Material.
- Corte láser.
- Packaging.
- Transporte básico.

Costes fijos

- Diseño inicial.
- Prototipos.
- Material promocional.
- Registro de marca
- (futuro).

ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y PRECIO

Metacrilato 0,35

Corte láser (uso y desgaste) 0,10

Acabado y control de calidad 0,05

Packaging básico 0,05

Coste total unitario 0,55 €



ESTRUCTURAS DE COSTES

Ya hemos puesto en marcha las primeras 50 unidades que salen a la venta a finales de enero. Cada unidad tiene un **precio de coste total de 0,55 € y un PVP 1 €**

En caso de personalización de producto el coste será de 1,50 €

PROPUESTA DE PACKS DE VENTA – SOCKTOGETHER

Objetivo de la estrategia de packs

- Adaptarse a distintos tipos de clientes.
- Aumentar el ticket medio de compra.
- Facilitar ventas por volumen.
- Mantener márgenes positivos.
- Diferenciar claramente B2C y B2B.



ESTRUCTURAS DE COSTES

1 UNIDAD SOCKTOGETHER

Precio de venta: 1,00 €
Coste: 0,55 €
Beneficio: 0,45 €
Margen: 45 %

PACK FAMILIAR – “Pack Hogar”

5 unidades Socktogether
Precio de venta: 4,50 €
Coste: 2,75 €
Beneficio: 1,75 €
Margen: ≈39 %

PACK PROFESIONAL – “Pack Pro”

50 unidades Socktogether
Precio de venta: 40,00 €
Coste: 27,50 €
Beneficio: 12,50 €
Margen: ≈31 %



ESCALABILIDAD Y CRECIMIENTO

Producción bajo demanda.

- Escala por volumen, no por complejidad.
- Posibilidad de externalizar fabricación.
- Tenemos nuevos mercados muy interesantes como son hostelería, residencias etc...
- Personalización por marca.



ESTIMACION DE VENTAS Y BENEFICIOS (3 AÑOS)

Supuestos iniciales

Precio unitario: **1,00 €**

- Coste unitario: **0,55 €**
- Beneficio por unidad: **0,45 €**
- Producción inicial en Centro Maker.
- Crecimiento progresivo gracias a:
 - Validación del producto.
 - Venta en packs.
 - Interés de tiendas y fabricantes.
 - Promoción en redes y concursos.



ESTIMACION DE VENTAS Y BENEFICIOS (3 AÑOS)

AÑO 1 – Lanzamiento y validación

Producto nuevo, producción limitada, enfoque local.

- Unidades vendidas: **300**
- Ingresos: $300 \times 1,00 \text{ €} = \mathbf{300 \text{ €}}$
- Costes: $300 \times 0,55 \text{ €} = \mathbf{165 \text{ €}}$
- **Beneficio bruto: 135 €**

Objetivo: comprobar aceptación del producto y mejorar diseño.

AÑO 2 – Crecimiento

Más visibilidad, venta de packs y primeros acuerdos B2B.

- Unidades vendidas: **1.000**
- Ingresos: $1.000 \times 1,00 \text{ €} = \mathbf{1.000 \text{ €}}$
- Costes: $1.000 \times 0,55 \text{ €} = \mathbf{550 \text{ €}}$
- **Beneficio bruto: 450 €**

Objetivo: consolidar marca y aumentar volumen.

AÑO 3 – Escalado

Entrada en tiendas, pedidos grandes y packs de 50 unidades.

- Unidades vendidas: **3.000**
- Ingresos: $3.000 \times 1,00 \text{ €} = \mathbf{3.000 \text{ €}}$
- Costes: $3.000 \times 0,55 \text{ €} = \mathbf{1.650 \text{ €}}$
- **Beneficio bruto: 1.350 €**

Objetivo: producción más eficiente y alianzas con fabricantes.



ESTIMACION DE VENTAS Y BENEFICIOS (3 AÑOS)

RESUMEN GLOBAL (3 AÑOS)

Socktogether es un proyecto escalable: empieza con producción local y educativa, y crece hasta convertirse en un producto rentable y sostenible.

El punto de equilibrio indica cuántas unidades hay que vender para **no perder dinero**.

- Costes fijos estimados iniciales: 30 € (prototipos + pruebas)
- Beneficio unitario medio: 0,45 €

Punto de equilibrio: $30 \text{ €} / 0,45 \text{ €} \approx 67$ unidades

Con solo vender 67 Socktogether, el proyecto empieza a generar beneficios.

Concepto	Total
• Unidades vendidas	4.300
• Ingresos totales	4.300 €
• Costes totales	2.365 €
Beneficio total	1.935 €



JUSTIFICACIÓN EMPRESARIAL

Socktogether es rentable porque:

- Tiene coste bajo y precio accesible.
- Se produce localmente, reduciendo gastos.
- Es un producto recurrente (hogares con muchos calcetines).
- Es escalable sin cambiar el diseño.
- Alinea economía, sostenibilidad y educación.