

9º ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes de ECO Beauty engloba todos los gastos necesarios para el funcionamiento, mantenimiento y crecimiento del negocio, siendo fundamental para garantizar la viabilidad económica sin comprometer la calidad ni los valores de la marca.

Al tratarse de una empresa de productos de cosmética y de cuidado de la piel, gran parte de los costes están directamente relacionados con la calidad de los materiales y el proceso de producción ecológica. Uno de los costes más relevantes es la adquisición de materias naturales y reciclables. Estos materiales deben cumplir altos estándares de calidad para asegurar la sostenibilidad, resistencia y acabado de cada producto. Además, ECO Beauty prioriza el uso de materiales reciclados y sostenibles, lo que implica un coste ligeramente superior, pero coherente con los valores de responsabilidad social de la marca.

A este gasto se suman los costes de producción natural, que incluyen el tiempo dedicado al diseño, fabricación de cada producto. Al tratarse de un proceso natural y no industrial, el coste por unidad es mayor, pero permite ofrecer productos exclusivos y diferenciados.

También se incluyen aquí los gastos derivados de herramientas, mantenimiento del material de trabajo y posibles pérdidas de material durante el proceso de fabricación.

Otro bloque importante de costes corresponde al marketing y la comunicación. ECO Beauty invierte en campañas de publicidad digital, creación de contenido para redes sociales, sesiones fotográficas profesionales y colaboraciones con influencers y creadores de contenido. Estos costes son esenciales para aumentar la visibilidad de la marca, atraer nuevos clientes y reforzar su posicionamiento en el mercado.

Como empresa también asumimos costes relacionados con la venta y distribución, como el mantenimiento de la tienda online, el alojamiento web, el diseño y actualización del sitio, así como las comisiones de las plataformas de pago (bizum y PayPal). A esto se añaden los costes de embalaje y logística, que incluyen envases cuidados y coherentes con la imagen de marca, envíos y posibles devoluciones.

Además, existen costes derivados de la participación en ferias, eventos y mercados artesanales, como tasas de inscripción, alquiler de espacios, transporte y montaje de stands. Estos gastos son necesarios para dar a conocer la marca, establecer contacto directo con los clientes y aumentar las ventas presenciales.

Por último, debemos contemplar costes generales y administrativos, como suministros, gestión contable, posibles impuestos, licencias y otros gastos necesarios para el funcionamiento legal y organizado del negocio. La correcta gestión de todos estos costes nos permite mantener precios ajustados, coherentes con la calidad ofrecida, y asegurar la sostenibilidad económica del proyecto a largo plazo.