

- Gestión y actualización de la **plataforma online**.
- Selección y validación de **proveedores de productos de temporada**.
- Creación y mantenimiento del catálogo digital.
- Gestión de pedidos personalizados bajo demanda.
- Coordinación de la logística sin stock (dropshipping).

## 2) Actividades de solución de problemas

Se centran en resolver las necesidades y posibles incidencias de los clientes.

- Atención al cliente antes, durante y después de la compra.
- Gestión de devoluciones y reclamaciones.
- Resolución de incidencias en envíos o productos.
- Asesoramiento al cliente en la elección de productos.
- Adaptación rápida a cambios en tendencias y demanda.

## 3) Actividades de plataforma o red

Relacionadas con el funcionamiento de la plataforma como intermediaria y con la red de colaboradores.

- Gestión de la relación con proveedores y marcas asociadas.
- Gestión de pagos y comisiones.
- Análisis de datos de ventas y comportamiento del cliente.
- Captación y fidelización de usuarios.
- Coordinación con empresas de mensajería y servicios externos.

## Estructura de costes

Con el modelo de negocio de Racon L.A.M. Se centra en la distribución de productos temporales, mediante pedidos personalizados para minimizar el desperdicio y el sobrestock, este análisis tiene

como objetivo simular la estructura de coste ,esta se desglosa en costes fijos y variables, incorporando economías de escala y de amplitud. Este enfoque permite evaluar la viabilidad financiera, destacando cómo la adaptabilidad a tendencias dinámicas en redes sociales puede optimizar la eficiencia. Estos datos se basan en suposiciones realistas derivadas de estudios de mercado hipotéticos, asumiendo un pedido promedio de cinco unidades por transacción.

**Costes Fijos: Componentes Invariables de la Operación**

Los costes fijos representan gastos constantes que no dependen del volumen de producción o ventas, alineándose con la definición clásica de costes independientes de la escala operativa, estos incluyen inversiones en infraestructura y marketing en el inicio y en desarrollo. continuo de Racon L.A.M, para capturar la demanda impulsada por generaciones jóvenes.

Categoría	Aprox. Total Mensual (€)	Descripción y Justificación
Alquiler de instalaciones (oficina y almacén)	1,000 €	Espacio esencial para coordinación operativa, con interés en la eficiencia del espacio, para el desarrollo de la empresa.
Salarios del equipo administrativo y analítico	1,300 €	Remuneración para personal especializado en análisis de mercado y gestión de pedidos, para el análisis basado en datos de redes sociales.
Marketing digital con publicidad	2,500 €	Inversión recurrente en promoción a los compradores, alineada con la mentalidad dinámica de los consumidores jóvenes.
Software y herramientas tecnológicas	540 €	Plataformas para gestión de pedidos personalizados y análisis predictivo, esenciales para minimizar desperdicios.
Seguros, licencias y gastos administrativos	750 €	Cobertura regulatoria y operativa, asegurando cumplimiento normativo en distribución cultural.
Total Costes Fijos	5,090 €	Representa el umbral mínimo para el funcionamiento operativo.

Estos costes fijos establecen una base rígida, donde la rentabilidad depende de la dilución mediante volúmenes crecientes, aproximada de los datos analizados.

**Costes Variables: Gastos Proporcionales al Volumen de Producción**

Los costes variables se alteran directamente con el nivel de actividad, es decir, el número de pedidos procesados. En este modelo, se enfatiza la adquisición del producto por pedido para alinearse con la demanda fugaz y reducir el desperdicio ambiental y financiero.

Categoría	Aprox. Total por Pedido	Descripción y Justificación
Adquisición de productos estacionales	25-150 €	Coste medio por unidad comprendido entre el coste de este, variando por diversidad (e.g., vinilos vs. instrumentos), promoviendo una cadena de suministro ágil.
Logística y envío	12-50 €	Transporte adaptado a cantidades y al volumen de carga, minimizando emisiones y costes logísticos innecesarios.
Embalaje y manejo	15 €	Materiales sostenibles para pedidos individuales,y reciclables.
Comisiones transaccionales	10 €	Tarifas por pagos digitales, proporcionales a ventas en línea.
Total Costes Variables por Pedido	62-225 €	Refleja la flexibilidad del modelo para adaptarse a variables estacionales.
Media promedio entre pecios	143,5	Coste promedio para el cálculo de la variable volumétrica de los pedidos.

**Economías de Escala: Reducción unitaria mediante aumento volumétrico de los precios**

Las economías de escala surgen cuando el aumento en el volumen de producción reduce el coste promedio por unidad, debido a la distribución de costes fijos y negociaciones con proveedores. En Racon L.A.N., esto se puede a al hora de aprovechar en descuentos por volumen y eficiencias operativas, simuladas con una reducción progresiva en costes variables.

Volumen Mensual de Pedidos	Costes Fijos	Costes Variables Totales	Costes Totales	Coste Promedio por Pedido	Reducción por Economías de Escala (%)
50	5,090 €	7,175€ (143,5€/pedido)	12.265 €	245,3 €	0% (base)

<b>100</b>	5,090 €	13,776€ (137,8€/pedido)	18.866 €	239,6 €	~4% (Ideación inicial)
<b>200</b>	5,090 €	26,117 € (130,59/pedido)	31.207 €	232,39 €	~9% (eficiencias logísticas)
<b>500</b>	5,090 €	71,725,60 € (119,10€/pedido)	76.815,6 €	220,9 €	~17% (descuentos óptimos)

Esta simulación ilustra el punto de inflexión donde el modelo se vuelve escalable, fomentando el crecimiento de la demanda.

### Conclusiones y Recomendaciones

Esta estructura de costes revela un modelo robusto para Racon L.A.N., donde la integración de economías de escala y amplitud soporta la innovación en distribución estacional.

### Referencias

- Horngren, C. T., et al. (2018). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Panzar, J. C., & Willig, R. D. (1981). Economies of Scope. *American Economic Review*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2019). *Economics*. McGraw-Hill Education.
- Stigler, G. J. (1958). The Economies of Scale. *Journal of Law and Economics*.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics*. W.W. Norton & Company.

## Conclusión

El producto y servicio desarrollado por Racon L.A.N. nace de la identificación de una necesidad real en el mercado actual: el consumo de productos culturales y estacionales por parte de un público joven, digital y altamente influenciado por las tendencias. A partir de esta necesidad, se ha definido una propuesta de valor basada en la venta bajo demanda, la personalización y la inmediatez, permitiendo al consumidor acceder exactamente a lo que desea en el momento oportuno, evitando el sobreconsumo y el almacenamiento innecesario.

La definición del producto se apoya en una segmentación de mercado precisa, lo que permite adaptar la oferta a los hábitos, motivaciones y comportamientos del cliente objetivo. Este

enfoque garantiza que los productos ofrecidos —como vinilos, instrumentos u otros artículos culturales— estén alineados con las tendencias del momento y con los valores de exclusividad, autenticidad y sostenibilidad que busca el consumidor.

Asimismo, el modelo de funcionamiento del producto se ve reforzado por una red de alianzas estratégicas y canales digitales eficientes, que hacen posible una distribución flexible y una experiencia de compra ágil. Las fuentes de ingresos y la estructura de costes demuestran que el producto es económicamente viable, gracias a un sistema flexible que combina ventas personalizadas, suscripciones y ediciones limitadas, optimizando recursos y reduciendo riesgos.

En conclusión, Racon L.A.N. presenta un producto coherente, innovador y adaptado a un entorno cambiante, capaz de ofrecer valor tanto al consumidor como a la empresa, y preparado para desarrollarse y evolucionar según las nuevas tendencias del mercado.