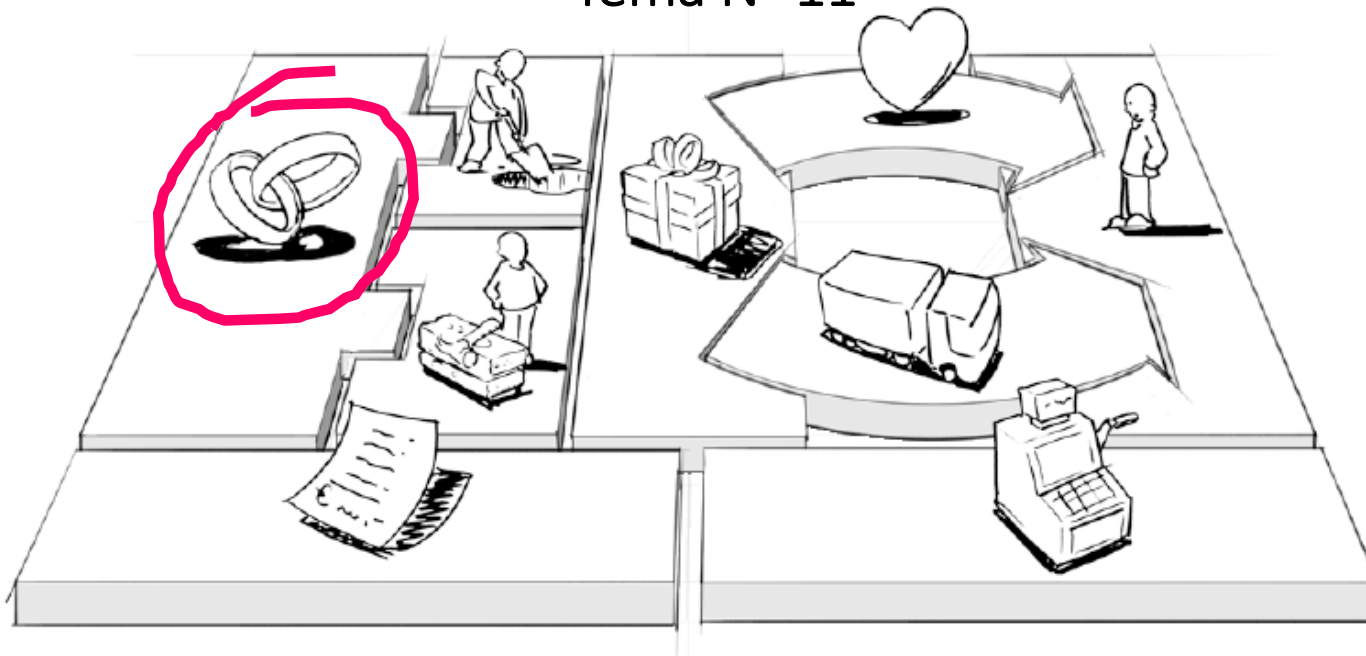


9 Costos

Tema N° 11





¿Qué productos se pueden elaborar utilizando como insumo estas artesanías?



9 Costos

Conceptos

- La estructura de costos se refiere a la salida de dinero que va tener el emprendimiento para que el producto o servicio sea puesto en el mercado y llegue al cliente.
- Dependiendo de la propuesta de valor, los costos serán en uno u otro elemento del modelo de negocio. Asimismo cuando se han definido los recursos clave, las actividades clave y los socios, será más sencillo calcular los costos.
- Dentro de las estrategias de costos, están las de bajo costo, en las que se trata de reducir al máximo los gastos y se prefiere usar servicios automáticos y/o de terceros, como ejemplo tenemos los minimarkets. Otra estrategia es la de beneficios, en las que lo más importante es crear valor, un ejemplo de estos modelos de negocio son los servicios personalizados (VIP).
- Los costos se dividen en:
 - **Costos fijos:** los que siempre están, independiente de cuanto vendas. Por ejemplo: alquiler, salarios, etc.
 - **Costos variables:** están directamente relacionados con la actividad, aumentan si aumentan tus ventas. Por ejemplo: materias primas, transporte, costos extras de mano de obra, etc.
 - **Economía de escala:** está relacionada a la producción, cuanto mayor sea esta o cuanto mayor cantidad compre el cliente, el precio será menor.
 - **Economía de campo:** cuanto más grande sea el ámbito de acción del negocio, el costo será menor, por ejemplo si se venden diversos productos, los canales de distribución pueden ser los mismos o la promoción de los productos se puede hacer a través de los mismos canales de comunicación.

9 Costos

Acciones

1. Se inicia el tema mostrando a los participantes la imagen de la lámina N° 125 y preguntándoles ¿qué productos se pueden elaborar teniendo como insumos estas mantas? Se anotan sus respuestas y se comenta que tal como lo han mencionado, se pueden confeccionar una variedad de productos artesanales, muchos de los cuales ya están en el mercado. Se les pide que respondan a la siguiente interrogante: ¿qué producto creen que sería novedoso y diferente a los que hay? Se va recogiendo sus ideas y se indaga sobre más productos que puedan elaborarse.
2. Se muestra la imagen N° 126 y se pregunta ¿les parece una buena idea emprender un negocio de fundas de laptop con telares de las zonas de la selva? ¿habría un mercado interesado en este producto?, ¿cuál sería? ¿los costos de elaborar este producto serán muy altos, teniendo en cuenta que su principal insumo se puede encontrar en la región? ¿qué otros costos habrían? Con las respuestas de los participantes se les refuerza y motiva a crear productos innovadores con recursos que tiene la zona, lo que ayudaría a que los costos sean menores y por lo tanto el margen de ganancia, dependiendo del mercado, podría ser mayor.
3. Se recogen los conocimientos e ideas de los participantes respecto al concepto de costos, estrategias y tipos de costos. Con la ayuda de la lámina N° 130 se aclaran y refuerzan estos conceptos.
4. A continuación se pasa a la lámina N° 131, que contiene el formato que debe ser llenado después de hacer el análisis de las estrategias de costos de la propuesta de valor del emprendimiento que se está presentando. Se continúa con la lámina N° 132, en la que se analizan los tipos de costos que va a demandar este emprendimiento y luego se colocan en la ficha correspondiente. Con la información obtenida de este análisis se escribe la declaración que en este caso es: “Telares, operario calificado, comisiones, vendedor y transporte”.

9 Costos

Acciones

5. A continuación se empieza a analizar todos los elementos de este modelo de negocio de fundas para laptop y se escriben en el lienzo. Respecto al segmento de mercado, este emprendimiento se enfocará en “personas que tienen laptop en Pucallpa y quieren protegerla y lucirse con diseños de artesanía de la selva”. Se continúa con el siguiente elemento que es la propuesta de valor y en este ejemplo se resalta lo que hace la diferencia con cualquier otro producto similar: “Fundas para laptop con diseños de artesanía de calidad de la selva”. Se analizan ahora los canales por los que se dará a conocer la propuesta de valor y dado que en este caso el producto no será vendido en tiendas propias, los canales serán “A través de terceros (tiendas especializadas y ferias para turistas)”. Al ser un emprendimiento en los que no va a haber una relación directa con los clientes, estas serán “B2B (a través de terceros)”. Como el producto que se va a producir y vender son fundas, las fuentes de ingresos serán por la venta de las mismas: “Fundas para laptop”. Siguiendo con el análisis, los recursos clave van a estar en relación a lo que se necesite para la producción y venta de estas fundas: “Telares, máquina, operario calificado y vendedor”. Con respecto a las actividades clave estarán referidas al “Diseño, confección y ventas B2B”. Los socios de este emprendimiento, serán los que proveen las telas y los que venden laptops y accesorios: “Artesanos, proveedores de laptop y accesorios”. El último elemento: Costos, ya ha sido definido en la declaración y serán: “Telares, operario calificado, comisiones vendedor y transporte”.
6. Para terminar el tema se hace un repaso de los contenidos y se cierra el taller con la frase: “Definir costos va a determinar la cantidad de dinero y de trabajo necesario para iniciar el emprendimiento, lograr que se mantenga y pueda crecer”.
7. Finalmente se pide a los participantes que desarrollen su modelo de negocio “Mi emprendimiento”, para lo cual deben responder a las preguntas que se encuentran en cada cuadro y de acuerdo a éstas, hacen la declaración que luego será escrita en el lienzo en el lugar que corresponde.

9 Estructura de Costos

¿Qué son los Costos?

- Son los principales costos (salidas de dinero) que se incurre en los Recursos Clave, las Actividades Clave y los Socios
- También se incluye los costos de los Canales, Relaciones con los clientes o las Fuentes de Ingresos
- Los Costos dependerán en gran medida de la estrategia de la Propuesta de Valor.

¿Qué debemos conocer?

- ¿Cuál será la estrategia de costos?
- ¿Cuáles serán los Costos más importantes?
- ¿Qué tipos de costos habrán?

9 Estructura de Costos



Estrategia de costos de la Propuesta de Valor	
Estrategia de costos bajos	Estrategia de beneficios
<ul style="list-style-type: none"> Son procesos muy eficientes y concentración en las actividades que realmente generan valor. Si se puede, hay que automatizar (Ejm. Se compra máquina cortadora de papas) o subcontratar. Esta estrategia limita el rango de precios y calidad de los productos o servicios para competir. En esta estrategia los márgenes de beneficios son reducidos lo que obligará a perseguir un alto volumen de clientes/ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> El objetivo de esta estrategia es que el cliente obtenga un “beneficio percibido” mayor al precio que está pagando. Los costos serán mayores, pero el precio que se podrá cobrar también lo será. El buen servicio, la atención, la calidad, la excelencia y la personalización son costosos.
	Insumos y acabado de alta calidad

Formato N°11

9 Estructura de Costos



Tipos de costos			
Fijo Costos que se tienen que pagar independiente del volumen de producción	Variable Costos que cambian dependiendo del volumen de producción	Economía de Escala El costo promedio por unidad de insumo cae a medida que la producción aumenta (ejm. a mayor venta de pollos, se reducen los costos fijos por cada unidad)	Economía de Campo Ventaja en costo que se ocasiona al realizar alguna actividad operativa compartida (ejm. en una feria se alquila un stand y se comparte con otro emprendedor)
Operario calificado	Telares, vendedor (comisiones), transporte, cierres, hilo	Compra de telares, cierres e hilo	
Declaración: Telares, operario calificado, comisiones, vendedor y transporte			

Modelo de Negocios

