|  |
| --- |
| PROPOSAL AND MARKETING PLAN  subtitle text here |
| Logrolling Street Address  City, ST ZIP Code  Phone  Email |



## Estimación

### **Gastos**

-**Sueldos y salarios**: Nóminas + Seguridad Social + IRPF = 2500€ + 220€ + 650€ = 3370€ por

persona al mes. Esto serían entonces 26960€ al mes.

-**Alquiler de local**: Son uno 500€ al mes.

-Luz, agua y recursos varios: 250€ + 200€ = 450€

-El primer mes no deberá haber mucha gente que llegue a tener una cantidad suficiente de grollies como para conseguir regalos. Dado que empezaremos en pequeñas zonas locales, podemos estimar unos **1000€ por mes para los primeros meses**.

En total los gastos serán **28910€** y salvo error al final del **año** serán **346920€**

### **Costes**

-**Servidores**: 16 GB memoria + 4 procesadores + 500 GB espacio en disco + servidores + 8 equipos remotos 🡪 **593€ en clouding 360.**

- **Posibles costes extra: 200€** de situaciones imprevisibles.

-Otra medida a evaluar en los costes es la **medida de esfuerzo PM**, es decir, la cantidad de euros por persona y mes que cuesta una determinada cosa. Haciendo la media sale 15,2 PM.

En nuestro caso estimaremos 15,3 PM y con el sueldo por mes de los trabajadores sería:

**15,3 \* 3370 = 51561€**

### **Ingresos**

-Los **anuncios de Google** entre 0,01€ y 0,03€ por clic 🡪 De media ponemos **0,02€** supongamos que en el primer mes conseguimos **100 000 descargas** luego conseguiríamos con anuncios **2 000€ el primer mes** (En el caso de que solo viesen un anuncio).

Esto sería posible gracias a nuestra influencia hacia estudiantes de la zona del Campus de Moncloa (**Ciudad Universitaria**) pues en esta zona nos es muy sencillo difundir con facilidad la aplicación.

Poniendo de manifiesto datos reales del [Metro de Madrid](https://www.metromadrid.es/sites/default/files/documentos/Portal%20de%20transparencia/Informaci%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica/Datos%20estad%C3%ADsticos/Entradas%20y%20Utilizaciones%20por%20estaciones%20v3.xlsx) podemos ver que tan solo en el año 2018 alrededor de **15 000 000 de personas** cruzaron la boca de metro de ciudad universitaria. Supongamos que de septiembre a junio son los meses donde es esto posible luego tendríamos una cifra de **1 500 000** personas al mes de las cuales solo **estimamos captar a un 6,666667%.**

Siguiendo con esto podemos entonces estimar que en el segundo mes con todo mejor organizado llegásemos a una masa **de 300 000 consiguiendo así entonces 6 000€** en el caso de que solo clique un anuncio cada persona, en el caso de que haya **5 clics por usuario** entonces **llegaríamos a 30 000€** en el caso de que nuestra campaña funcione como creemos.

-Los posibles *micro pagos* de usuarios teniendo en cuenta la suposición de los **100 000 usuarios** podríamos suponer que de ellos **10 000, es decir un 10%**, deciden pagar lo suficiente para probar la app. Aproximadamente serían unos **30 000€** siendo esto por la inauguración de la app (**3€ por actividad**). En el segundo mes y suponiendo que seguirá así la media, tendremos 300 000 descargas entonces el resultado sería de unos 90 000€ con la campaña publicitaria adecuada.

Con todo esto suponemos que el **primer mes** serían aproximadamente **40 000€** el primer mes y con un posible aumento de descargas podría ser sencillo llegar a los 120 000€ al mes en un primer momento si la aplicación tiene un éxito promedio. Llegaríamos **a final de año** con unas **3 000 000 descargas** si conseguimos difundir la aplicación de forma efectiva tal y como se ha estimado.

### **Conclusión**

Deberemos sumar los gastos y costes para ver las pérdidas o inversiones del proyecto para compararlas con los ingresos y así ver si obtenemos ganancia.

Por un lado *gastos y costes* tenemos: 346 920€ de gastos + 2993€ de costes.

Por otro lado tenemos los *ingresos* que se estiman 40 000€/mes1 + 120 000€/mes \* 11.

Esto da lugar a una cantidad de **1 010 087€ de beneficio** en un año donde no cambien mucho los números de descargas.