|  |
| --- |
| 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 click 🡪 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.