

ESTUDI DE VIABILITAT - ILURAMA

Per determinar l'èxit del producte hem de calcular els beneficis que s'obtidrien al llarg dels cinc primers anys després del llançament:

- Normalment, als primers dos anys hi ha pèrdues degut a les grans despeses de constitució de l'empresa com el lloguer o compra d'instal·lacions, la compra de materials, les despeses legals i administratives de creació de l'organització i perquè l'empresa encara no està en el seu màxim rendiment.
- En el tercer o quart any els beneficis haurien d'haver contrarrestat els diners de les inversions inicials, suposant així que a partir d'aquest moment tot seran beneficis per l'empresa i pels inversors.
- Si en el cinquè any els beneficis de l'empresa són majors al 20% de la inversió inicial es considera que el projecte ha sigut exitós. En canvi, si els beneficis són menors a aquesta xifra es considera que els inversors guanyarien més invertint en borsa o en altres negocis i, per tant, no els hi surt a compte arriscar els diners en una empresa en la qual el retorn de la inversió és inferior al de altres inversions més segures.

Si al fer l'estudi de viabilitat es conclou que el projecte tindrà èxit es procediria a fer el pla de màrqueting. Aquest estudia el producte, la promoció i la distribució per tal de que la comercialització de la mercaderia suposi el màxim benefici.

1. Idea general

La nostra APP-web ILURAMA permet organitzar i apuntar-se a activitats grupals a l'espai públic fomentant així la socialització de Mataró i l'ús d'espais comuns. Aquests events poden ser molt variats, per exemple: "Yoga a la platja del Verador" o "Seminari sobre els mercats borsàtils en el Parc Central"

L'APP et dona l'oportunitat de participar en aquestes activitats sense haver de desemborsar diners reals ja que disposa d'un sistema de cashpoints: per participar en un event cal desemborsar uns cashpoints determinats que per obtenir-los només cal organitzar una activitat pròpia.

La APP tindrà una versió d'usuari gratuït, on serà necessari organitzar events per tal de guanyar punts, i una versió premium (9,99€/mes) on se't donin uns determinats punts al mes equivalents a unes 4-5 activitats.

2. Entorn del projecte

Per començar, ens centrarem en promoure l'ús de l'APP a Mataró, tot i que si el projecte té èxit es podrà expandir a altres ciutats. Els objectius d'ILURAMA són convertir Mataró amb una ciutat cohesionada socialment i amb vida als parcs i espais públics.

3. Consumidor

Consumidor ideal:

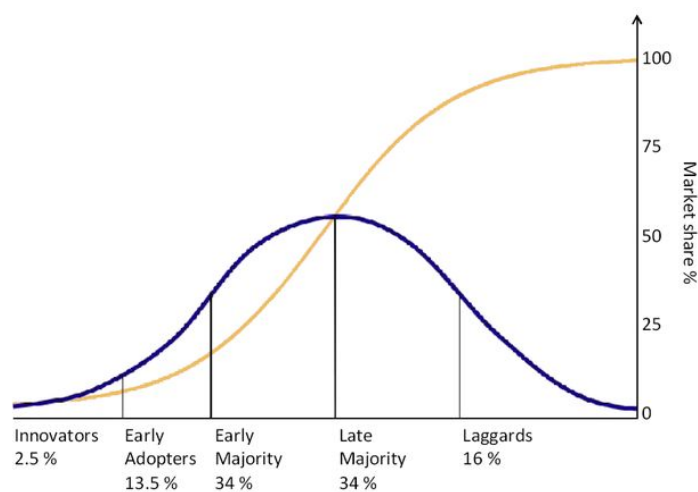
- Habitant de Mataró amb experiència amb les tecnologies encara que sigui mínima, amb ganes d'establir noves relacions socials i de realitzar activitats lúdiques, esportives o formatives en el seu temps lliure.

Segmentació:

0-15 anys	(0€/any)	21000 hab
15-24 anys	(10810€/any)	12110 hab
25-34 anys	(19522€/any)	15257 hab
35-44 anys	(25256€/any)	22144 hab
45-54 anys	(26701€/any)	19554 hab
55-65 anys	(26933€/any)	15050 hab
Més de 65	/	21965 hab

Segment total (groc + taronja) de 69065 habitants d'entre 15 i 55 anys.

Segment majoritari de subscriptors premium (taronja) de 41698 habitants d'entre 35 i 54.



Basant-nos en la curva de l'adopció a la innovació podem determinar:

1a fase de l'empresa (2 anys - innovators): 1727 usuaris

2a fase de l'empresa (1,5 anys - early adopters): 9324 usuaris

3a fase de l'empresa (3 anys - early majority): 23482 usuaris

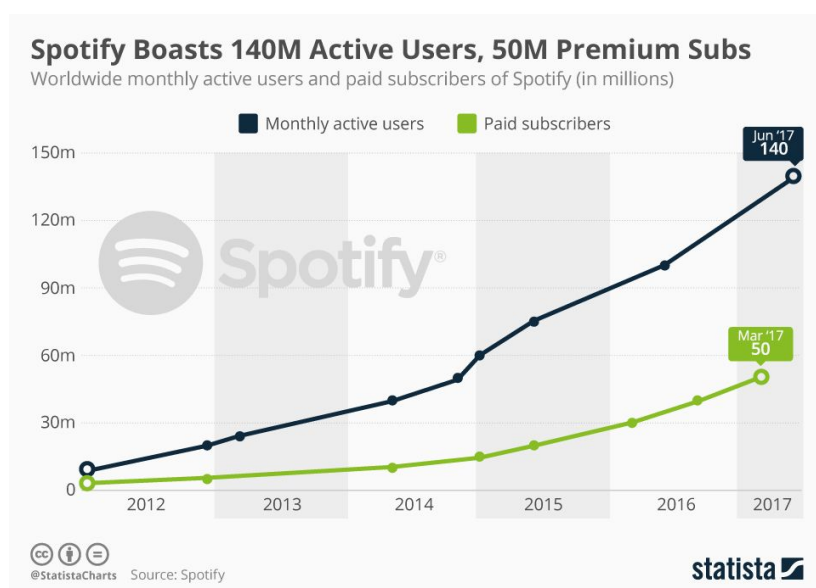
4. Monetització

4.1. Pagaments mensuals:

La nostra APP implementa un model Freemium amb una versió gratuïta i una "premium" de facturacions mensuals (9,99€/mes).

Versió gratuïta: L'usuari només pot optar a participar en activitats si disposa de cashpoints. Per tant, és necessari que sigui organitzador d'algunes activitats de tant en tant. Apareixen banners integrats en la finestra d'activitats on es publiciten sobretot empreses que volen promocionar les seves activitats.

Versió premium: Se li eliminen els banners a l'usuari i se li concedeixen uns determinats cashpoints al mes que equivalen aproximadament a la participació en quatre o cinc activitats. L'usuari també té l'oportunitat de fer d'organitzador per guanyar més cashpoints si ho desitja.



Segons el percentatge comú d'APPs freemium com, per exemple, Spotify, podem veure que els usuaris premium constitueixen un 35,7% del total. Per tant, podem extrapolar els beneficis obtinguts de les subscripcions premium (9,99€/mes):

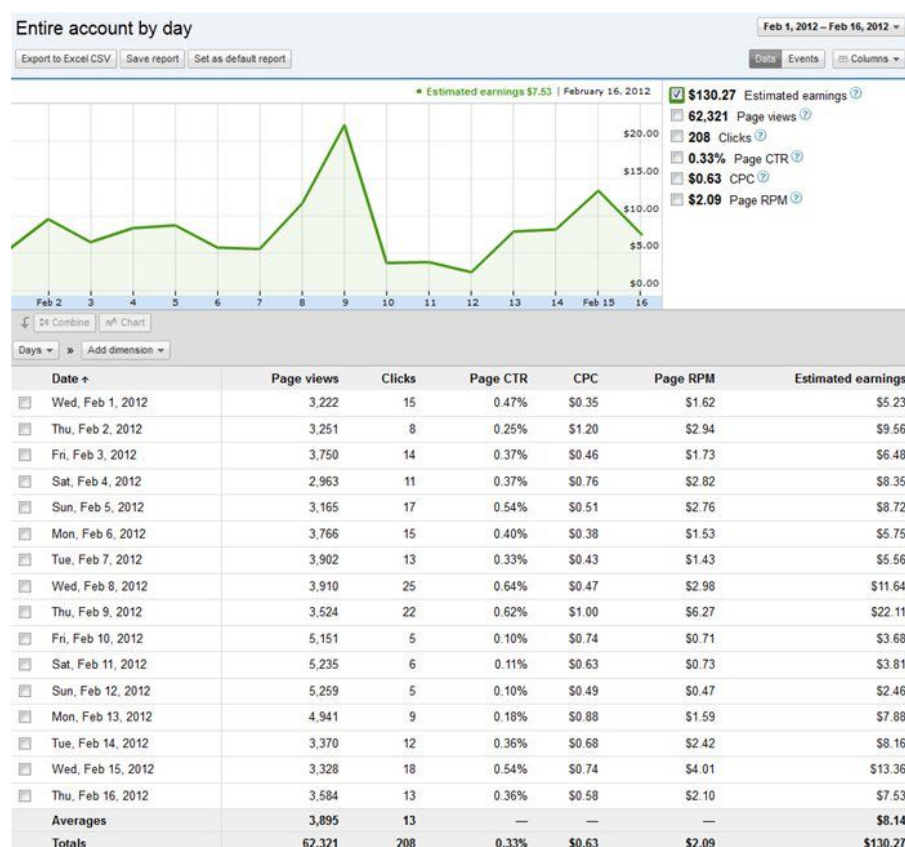
1a fase (2 anys): 1727 usuaris → 617 usuaris premium → 6170€ mensuals

2a fase (1,5 anys): 9324 usuaris → 3329 usuaris premium → 33290€ mensuals

3a fase (3 anys): 23482 usuaris → 8383 usuaris premium → 83830€ mensuals

4.2. Anuncis:

En la versió gratuïta estaran presents web banners de Google AdMob. Aquests, sense tenir en compte altres paràmetres que depenen de l'atzar, generen aproximadament uns 0,0021€ per visita a l'APP.



Contant que aproximadament 1/3 dels usuaris visitaran la APP en un dia i que com a mínim ho faran tres cops perquè hauran de primer apuntar-se a l'activitat, després localitzar el lloc on es realitza i, un cop acabada, valoraran l'event, obtenim que: visites per dia = 0,6 x usuaris "free". Per tant:

1a fase (2 anys): 1110 usuaris "free" → 666 visites al dia → 41,9€ mensuals

2a fase (1,5 anys): 5995 usuaris "free" → 3597 visites al dia → 226,6€ mensuals

3a fase (3 anys): 15099 usuaris "free" → 9059 visites al dia → 570,7€ mensuals

Amb aquests resultats, valorem que fins que no arribem a les visites esperades en el 3r any no començarem a ficar publicitat ja que els beneficis anteriors no compencen l'empitjorament d'imatge de l'APP.

4.3. Sistema de recompenses:

Per tal de potenciar el treball dels organitzadors d'events hem plantejat un sistema de recompenses. Aquest consta en pagar a final de més 50€ al 3% d'organitzadors amb una major puntuació (número d'hores actives i valoracions dels clients com a variables). Per tant, tindriem les següents despeses:

1a fase (2 anys): 1727 usuaris → 52 recompensats → -2600€ mensuals

2a fase (1,5 anys): 9324 usuaris → 279 recompensats → -13950€ mensuals

3a fase (3 anys): 23482 usuaris → 704 usuaris premium → -35200€ mensuals

5. Rendibilitat econòmica

Rendibilitat = Benefici net / Patrimoni net

Per tant, necessitem confeccionar el balanç de situació i el compte de pèrdues i guanys en les diferents etapes de desenvolupament de la app.

BALANÇ DE SITUACIÓ (1a i 2a etapa)

ACTIU: 18100€	PATRIMONI NET I PASSIU: 18100€
Actiu no corrent: 14100€ Immobilitzat intangible: 1100€ <ul style="list-style-type: none">• Propietats industrials: 800€• Aplicacions informàtiques: 300€ Immobilitzat material: 13000€ <ul style="list-style-type: none">• Mobiliari: 3000€• EPI: 10000€ Inversions immobiliàries: 0€ Inversions financeres a llarg termini: 0€ Actiu corrent: 4000€ Existències: 0€ Realitzable: 0€ Disponible: 4000€ <ul style="list-style-type: none">• Bancs i institucions de crèdit: 4000€	Patrimoni net: 17600€ Capital: ? Reserva: ? Resultat de l'exercici: ? Passiu no corrent: 0€ Passiu corrent: 500€ Creditors per prestació de serveis: 500€

BALANÇ DE SITUACIÓ (3a etapa)

ACTIU: 22000€	PATRIMONI NET I PASSIU: 22000€
Actiu no corrent: 17000€ Immobilitzat intangible: 2000€ <ul style="list-style-type: none">Propietats industrials: 1600€Aplicacions informàtiques: 400€ Immobilitzat material: 15000€ <ul style="list-style-type: none">Mobiliari: 3000€EPI: 12000€ Inversions immobiliàries: 0€ Inversions financeres a llarg termini: 0€ Actiu corrent: 5000€ Existències: 0€ Realitzable: 0€ Disponible: 5000€ <ul style="list-style-type: none">Bancs i institucions de crèdit: 5000€	Patrimoni net: 21000€ Capital: ? Reserva: ? Resultat de l'exercici: ? Passiu no corrent: 0€ Passiu corrent: 1000€ Creditors per prestació de serveis: 1000€

PÈRDUES I GUANYS (1a etapa)

Ingressos d'explotació: +74.040€ <ul style="list-style-type: none">a) Import net de la xifra de negocis: +74.040€b) Variació de les existències de productes acabats i en curs: 0€c) Altres ingressos d'explotació: 0€ Despeses d'explotació: -110.400€ <ul style="list-style-type: none">a) Proveïments: 0€b) Despeses de personal: -72.000€c) Amortització de l'immobilitzat: 0€d) Altres despeses d'explotació: -38.400€<ul style="list-style-type: none">Pagaments a organitzadors: -31.200Subministraments: -2.400€Lloguer: -4.800€ Resultat d'explotació (BAll): -36.360€ Benefici Net (-30%): -36.360€
--

PÈRDUES I GUANYS (2a etapa)

Ingressos d'explotació: +402.204€

d) Import net de la xifra de negocis: +402.204€

e) Variació de les existències de productes acabats i en curs: 0€

f) Altres ingressos d'explotació: 0€

Despeses d'explotació: -356.800€

e) Proveïments: 0€

f) Despeses de personal: -180.000€

g) Amortització de l'immobilitzat: 0€

h) Altres despeses d'explotació: -176.800€

Pagaments a organitzadors: -167.400€

Subministraments: -2.400€

Lloguer: -7.000€

Resultat d'explotació (BAII): 45.404€

Benefici Net (-30%): 31.783€

PÈRDUES I GUANYS (3a etapa)

Ingressos d'explotació: +1.012.808€

g) Import net de la xifra de negocis: +1.012.808€

h) Variació de les existències de productes acabats i en curs: 0€

i) Altres ingressos d'explotació: 0€

Despeses d'explotació: -712.400€

i) Proveïments: 0€

j) Despeses de personal: -280.000€

k) Amortització de l'immobilitzat: 0€

l) Altres despeses d'explotació: -432.400€

Pagaments a organitzadors: -422.400€

Subministraments: -3.000€

Lloguer: -7.000€

Resultat d'explotació (BAII): 300.408€

Benefici Net (-30%): 210.285€

Un cop tenim el Patrimoni Net necessari en cada etapa i el Benefici Net podem determinar que:

$$\text{Rendibilitat (1a etapa)} = -36.360 / 17.600 = \mathbf{-206,59\%}$$

$$\text{Rendibilitat (2a etapa)} = 31.783 / 17.600 = \mathbf{180,59\%}$$

$$\text{Rendibilitat (2a etapa)} = 210.285 / 21.000 = \mathbf{1001,36\%}$$