

# FUENTES DE INGRESOS

Es una aplicación, por lo tanto las principales fuentes de ingresos vendrían de la mano del número de descargas que tuviese así como del número de visitas de la misma y de las empresas o instituciones públicas que estén dispuestas a aportar capital a nuestro proyecto. Por lo tanto los ingresos ocurren de forma recurrente.

Además una fuente secundaria de ingresos vendría por la publicidad es decir, asociaciones culturales que se quieren publicitar en nuestra plataforma por esto necesitamos que el número de descargas sea lo más alto posible para atraer más posibles inversores. Sabemos que al primeros meses la aplicación no sería muy conocida por lo que nuestros ingresos serían muy bajos para sufragar esto vamos a pedir subvenciones (una subvención de por ser una PYME). Además pediríamos un préstamo bancario por valor de 10.000€ para poder comenzar nuestro proyecto.

ESTIMACIÓN DE INGRASOS AL COMINEZO DE LA ACTIVIDAD	
Subvenciones	-
Descargas	0

Para conocer qué momento en el que empezaríamos a obtener beneficios nos basamos en los algoritmos que emplean las plataformas como; PlayStore, AppStore, entre otras. Para ello presentamos la siguiente tabla en la cual figura en dólares el beneficio que obtiene la empresa desarrolladora de la aplicación y el beneficio que obtiene la plataforma en la que se descarga la aplicación.

	ANDROID	iOS	WINDOWS PHONE
Beneficio aproximado por app	1.125\$	4.000\$	6.000\$
Beneficio aproximado por desarrollador	6.000\$	21.276\$	18.000\$

Hay dos modelos para monetizar las aplicaciones: el pago por descarga de la misma (apps de pago, coste inicial) o los micro pagos (free to play -se juega gratis-, pero hay la opción de pagar por obtener mejoras, avanzar más rápido o extras). Tanto la App Store de Apple como Google Play se quedan con el 30% de los pagos (es decir, si una aplicación cuesta 0,99 euros, el desarrollador recibe casi 60 céntimos). Además del micro pago, otro tipo de ingreso es la publicidad en las aplicaciones (habitualmente vídeos) o la suscripción.

Aquí el truco no siempre estará en 'fidelizar', ya que solamente obtenemos el ingreso con la descarga. En estos casos ofreceremos 'algo' muy específico y valioso al cliente, algo que solamente podamos ofrecer nosotros y que incluso podamos aprovechar la necesidad y la urgencia del usuario.

En el caso de los ingresos por publicidad dentro de la app. Ya no consiste en el número de descargas. En este caso nos centramos en las estancias largas dentro de la web. Necesitaremos usuarios verdaderamente fieles que estén dentro de la aplicación mucho tiempo. Más tiempo interaccionando significa más visualizaciones de anuncios, y como consecuencia más ingresos.