

## FUENTES DE INGRESO

La descarga de nuestra app será gratuita. Por esta razón, una manera en la que obtendremos ingresos es proporcionando suscripciones de pago para que los clientes puedan acceder a nuestros servicios.

Los clientes accederán a las secciones comparadores, novedades y ofertas de manera gratuita, una vez se hayan registrado con un correo electrónico y una contraseña. No obstante para poder acceder a todos nuestros servicios tendrán dos tipos de suscripciones diferentes:

- Un **pack estándar** en el que se pueda tener más información sobre las dos secciones anteriores y se pueda acceder a la sección horarios y plazas.
  - Pack básico: 3,99€/mes.
- Un **pack premium** que ofrezca acceso a todos nuestros servicios sin ningún tipo de publicidad. Calculamos que los precios serían los siguientes:
  - Pack estándar: 5,99€.

También llevaremos a cabo las siguientes estrategias para obtener ingresos:

1. **Freemium:** Descarga gratuita, pero algunos servicios de dentro son de pago. Como nosotros queríamos que nuestra aplicación fuera gratuita para todo el mundo la decidimos poner gratis, pero claro tenemos que generar algún tipo de ingreso, hemos elegido este método para que algunos de los servicios que ofrece nuestra aplicación solo sean accesibles para la gente que paga cuantía.
2. **In app:** Aplicaciones gratuitas que se mejoran con contenidos de pago. Es muy parecido al método anterior, lo que les diferencia es que con el pago de este la aplicación te ofrece contenido exclusivo para ti. Por poner un ejemplo claro es que si una persona paga este servicio puede activar la función de que nuestra aplicación le notifique estando cerrada de nuevas ofertas que salen recientemente.
3. **Publicidad en la app:** También incluiremos anuncios publicitarios de otras empresas en nuestra app para obtener ingresos. La publicidad solo será añadida para acceder a nuestros servicios gratuitos.

Para conocer de manera orientativa los ingresos que obtendremos una vez hemos fijado el precio de las suscripciones, hemos realizado un cálculo del **punto muerto**.

Para ello, primero hemos realizado un **muestreo de 20 personas** que cumplen con el perfil de nuestro buyer persona definido en el Plan de Marketing. A partir de este muestreo hemos obtenido las siguientes conclusiones:

El servicio que más elige la gente es el estándar, el cual es el más barato con un total de 12 de esas 20 elegidas totalmente al azar, estas 12 personas podrán utilizar dentro de nuestra aplicación de 6 opciones. Luego en la parte del servicio más caro, es decir, el servicio premium hay en total 8 personas las cuales quieren disfrutar de todos las opciones posibles dentro de este pack.

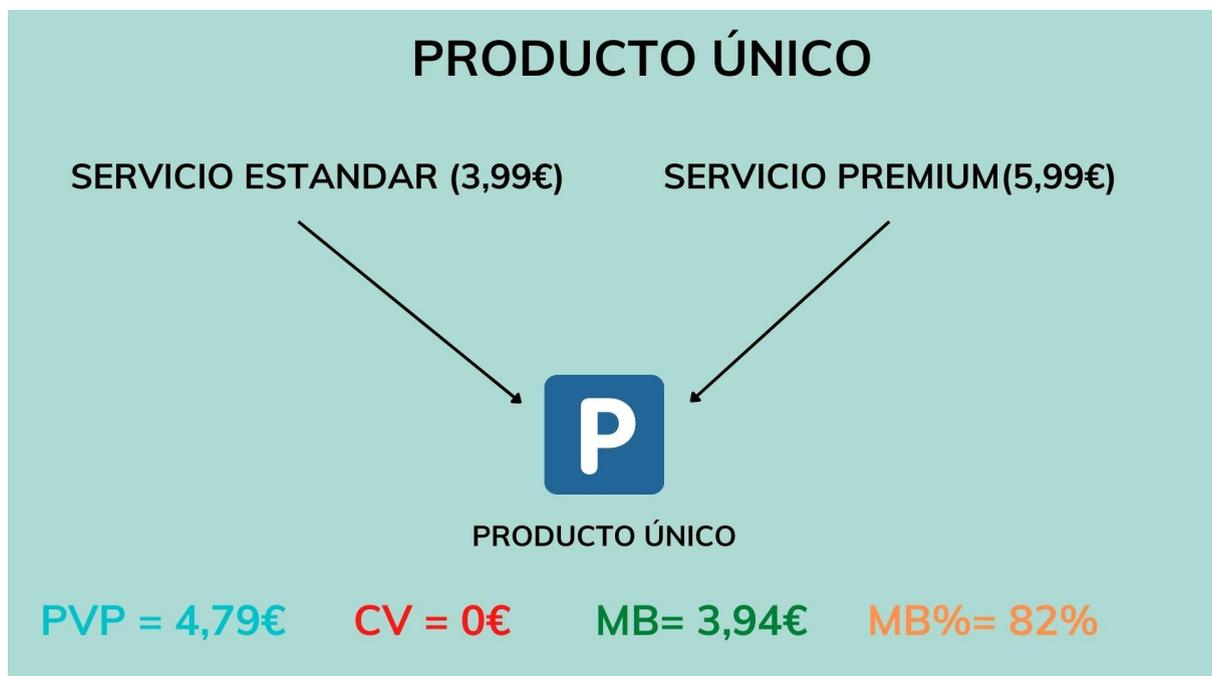
Estos son los resultados del muestreo realizado a 20 personas diferentes sobre qué servicios escogen dentro de nuestra aplicación según los precios de venta y los costes:

	Servicio estandar (12)	Servicio premium (8)
<b>PVP</b>	3,99€	5,99€
<b>CV</b>	0€	0€
<b>Total PVP x uds</b>	47,88€	47,92€
<b>Total CV x uds</b>	0€	0€
-----		
	TOTAL Ventas: 47,88€ + 47,92€ = 95,80€	
	TOTAL CV Ventas: 0€ + 0€ = 0€	
	95,80€/20 personas = 4,79€	0€/20 personas = 0€

En cuanto al servicio estándar que tiene el precio más bajo con un total de 3,99€, de este pack hemos vendido un total de 12 veces lo cual multiplicando el precio por las personas vendidas hace un total de 47,88€. El siguiente servicio es el premium que tiene un precio de 5.99€ y el más elevado, este pack lo han adquirido un total de 8 personas lo que quiere decir que si multiplicamos el precio del pack por el número de personas que lo han comprado nos da 47,92€.

Los costes, al ser un servicio y no tener ningún tipo de coste variable, el total de los costes de cada servicio es de 0€. El total de las ventas sumando los dos servicios después del muestreo de las 20 personas se tienen que sumar los 47,88€ del estándar más los 47,92€ del premium nos da un resultado de 95,80€. Y luego dividimos el resultado de todas las ventas y lo dividimos entre las personas que hemos preguntado, es decir 20 nos da un total de ingresos de 4,79€.

En esta imagen podemos observar el producto único que resulta después del muestreo a 20 personas. Así podemos ver cuál sería el precio medio de venta, el margen bruto y el margen bruto en porcentaje:



- Los ingresos que obtendremos vendiendo 20 servicios diferentes con la suma de los 2 que tenemos dentro de nuestra aplicación nos da un total de 4,79€.
- No tenemos costes variables, por lo que es igual a 0 €.
- El margen bruto de beneficio de nuestros 2 servicios dado en cantidad monetaria asciende a un total de 3,94€.
- Y por último margen bruto de nuestros beneficios pero expresado en porcentaje es de 82% con los 2 servicios ofrecidos.

Tras obtener el muestreo, hemos calculado el **punto muerto** restándole a los gastos fijos los ingresos que tendremos cada mes por la publicidad, ya que como tenemos una suscripción gratuita obtendremos ingresos a través de la publicidad. Hemos calculado que estos ingresos serán de 2.000€ aproximadamente.

Para poder empezar a generar beneficios, debemos vender **3.272 suscripciones mensuales**, que corresponden a 109 suscripciones diarias y 39.264 suscripciones al año, partiendo de que los márgenes brutos medios de nuestros servicios son del 82%. Esta previsión es realista si nuestro negocio no lo centramos solo en Valencia, sino en toda España ya que sí que sería posible vender ese número de suscripciones al mes.

## CÁLCULO PUNTO MUERTO

$$CF \text{ mes} = 17.671,77€$$

$$PVP = 4,79€$$

$$CV = 0€$$

$$PM \text{ (mensual)} = \frac{CF - \text{Ingresos por publicidad}}{PVP - CV}$$

$$PM \text{ (mensual)} = \frac{17.672 - 2.000}{4,79} = \frac{15.672}{4,79} = \mathbf{3.272 \text{ suscripciones al mes}}$$

$$PM \text{ (anual)} = PM \text{ (mensual)} \times 12 = 3.272 \times 12 = \mathbf{39.264 \text{ suscripciones al año}}$$

Para no incurrir en pérdidas, debemos fijar unos objetivos mínimos de ventas de 109 suscripciones al día, y todas nuestras acciones (sobre todo de comunicación) deben de estar enfocadas a ese objetivo y debemos asegurarnos de que los márgenes brutos nunca sean inferiores. Además, como podemos observar en la imagen inferior, si vendemos **3.272 suscripciones mensuales**, nuestros ingresos serán iguales a nuestros gastos fijos por lo que no tendríamos ningún tipo de beneficios. Y lo mismo pasaría si calculamos el punto muerto anualmente.

## PUNTO MUERTO EN EUROS (€)

**PM (mensual) = 3.272 uds x 4,79€ = 15.672,88€/mes**

Coincide con: Gastos fijos - Ingresos por publicidad

**PM (anual) = 39.264 uds x 4,79€ = 188.074,56€/año**

A continuación, hemos analizado 3 posibles escenarios de venta, que nos ayuden a saber cuántas unidades vender para obtener unos beneficios concretos:

### ESCENARIOS DE VENTA

gudbuy

**DESFAVORABLE**

VENTAS = PUNTO MUERTO. 0€ DE BENEFICIOS

**3.272 SUSCRIPCIONES AL MES**

**INTERMEDIO**

SUPONEMOS QUE VAMOS A TENER 3.000€ DE BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS

UDS AL MES =  $\frac{15.672+3.000}{4,79}$  = **3.898** SUSCRIPCIONES

**FAVORABLE**

SUPONEMOS QUE VAMOS A TENER 10.000€ DE BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS

UDS AL MES =  $\frac{15.672+10.000}{4,79}$  = **5.360** SUSCRIPCIONES

Por un lado, el escenario **desfavorable** sería el que hemos calculado en el punto muerto. En este caso, no tendríamos ningún beneficio ya que nuestras ventas (3.272 suscripciones mensuales) serían iguales a los gastos. Pero en este caso, aunque no tenemos beneficios, tampoco tenemos pérdidas.

En el segundo escenario, el **intermedio**, hemos fijado tener 3.000€ de beneficios antes de impuestos. Para lograr este objetivo tenemos que vender unas 3.900 suscripciones al mes.

Por último, el escenario **favorable** consiste en vender 5.360 suscripciones mensuales para obtener unos beneficios antes de impuestos de 10.000€ al mes.

Así podemos ver que, como nuestros márgenes brutos medios son del 82%, para obtener una gran cantidad de ingresos y estar en un escenario favorable, no tenemos que vender muchas más suscripciones mensuales respecto a las que tenemos que vender para comenzar a tener beneficios (punto muerto).

Por ello, tras realizar el análisis de los posibles escenarios de venta, creemos que nuestro negocio es **viable** ya que si vendemos por toda España, es posible vender más de 4.000 suscripciones al mes, teniendo en cuenta que al ser un servicio digital, no tenemos barreras geográficas. Teniendo en cuenta que en España somos unos 47 millones de habitantes y que nuestro público objetivo es muy amplio, consideramos que con una buena estrategia de comunicación y al contar con servicios innovadores, podremos situarnos a partir del segundo año en el escenario intermedio y posiblemente aumentar cada año el número de suscripciones mensuales.