

Estructuras de costes

Costes fijos

Son aquellos que se mantienen constantes independientemente del número de usuarios en la aplicación.

1. Desarrollo inicial:

Contratación de desarrolladores, diseñadores y especialistas en experiencia de usuario (UX/UI) para construir la aplicación.

Creación de funcionalidades clave como el buscador de pisos, filtros personalizados, sistemas de mensajería y notificaciones.

Costes estimados: Dependiendo del nivel de complejidad, pueden oscilar entre 10.000 y 50.000 euros en desarrollo inicial.

2. Infraestructura tecnológica:

Alojamiento web y servidores para garantizar la disponibilidad de la aplicación.

Licencias para el uso de plataformas en la nube (AWS, Google Cloud o Azure) y bases de datos.

Costes estimados: Unos 200-500 euros mensuales en la etapa inicial, aumentando según el volumen de usuarios.

3. Marketing y promoción inicial:

Diseño y ejecución de campañas publicitarias (en redes sociales, Google Ads y carteles en universidades).

Colaboraciones con universidades para recomendar la app a sus estudiantes.

Costes estimados: 5.000-15.000 euros para el lanzamiento.

4. Equipo administrativo:

Salarios de las personas encargadas de la gestión diaria de la aplicación, incluyendo soporte al usuario y gestión operativa.

Costes estimados: Dependiendo del tamaño del equipo, pueden variar entre 2.000 y 10.000 euros mensuales.

Costes variables

Son costes que aumentan o disminuyen en función del volumen de actividad en la aplicación.

1. Soporte técnico:

Resolución de incidencias, actualizaciones regulares y mejoras de la aplicación según las necesidades de los usuarios.

Costes asociados al soporte técnico que pueden fluctuar según el número de usuarios y la frecuencia de las incidencias.

2. Ampliación de servidores y almacenamiento:

A medida que crezca la base de usuarios, se requerirá mayor capacidad para garantizar un rendimiento óptimo.

Costes estimados: Inicialmente bajos, pero podrían aumentar a varios cientos o miles de euros mensuales si la aplicación alcanza un gran volumen de usuarios.

3. Campañas promocionales temporales:

Acciones específicas para captar más usuarios, como descuentos a los propietarios por publicar pisos o bonos para estudiantes que usen la app por primera vez.

Costes variables según la frecuencia y escala de las campañas.

Economías de escala

- Ventaja: A medida que el número de usuarios aumente, los costes por usuario disminuirán. Por ejemplo:

El coste del servidor se repartirá entre más usuarios.

Las campañas de marketing inicial se amortizarán a medida que la aplicación atraiga a más propietarios y estudiantes.

Economías de alcance

- Si la aplicación amplía sus servicios, por ejemplo, ofreciendo gestión de contratos, seguros para pisos, o servicios de mudanza, se podrán generar ingresos adicionales sin un incremento significativo en los costes operativos.

Costes de inversión inicial y sostenibilidad

El comité evaluador valorará si vuestro proyecto requiere una inversión inicial destacada y cómo tenéis pensado mantener la sostenibilidad económica. Para ello, es importante detallar:

- Coste total del desarrollo y lanzamiento inicial: Podría rondar entre 20.000 y 70.000 euros dependiendo de los recursos utilizados.
- Fuentes de ingresos previstas:

Comisiones por cada transacción entre estudiantes y propietarios.

Tarifas premium para propietarios que deseen destacar sus anuncios.

Publicidad dentro de la aplicación.