

Del ciberespai al paper.

Antoni Fernández
Albert Ferrer
Jordi Verdaguer
Francesc-Xavier Viñas

Treball d'Economia aplicada II
2n ADE/ECO, curs 2006-07
Director: Antoni Bosch

Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales



Introducció	pàgina 4
1) Anàlisi de la revista existent	pàgina 5
- Lectors de la web	pàgina 5
- Cost mensual de la web	pàgina 6
- Ingressos de la web	pàgina 6
- Anàlisi del contingut	pàgina 7
2) Mercat actual en paper	pàgina 9
- Tipologia i preus	pàgina 9
- Clients potencials	pàgina 10
3) Anàlisi de les diferents modalitats possibles	pàgina 11
- Revista gratuïta	pàgina 11
- Revista de subscripció	pàgina 12
- Revista de quiosc	pàgina 13
4) Anàlisi detallat model gratuït	pàgina 14
- Costos inicials	pàgina 14
- Costos fixes	pàgina 15
- Costos variables	pàgina 17
- Costos totals	pàgina 21
- Ingressos	pàgina 22
- Estudi de la viabilitat	pàgina 26
5) Anàlisi detallat model subscripció	pàgina 28
- Costos inicials	pàgina 28
- Costos fixes	pàgina 29
- Costos variables	pàgina 30
- Costos totals	pàgina 33
- Ingressos	pàgina 34
- Estudi de la viabilitat	pàgina 36
6) Anàlisi detallat model pagament	pàgina 36
- Costos inicials	pàgina 36
- Costos fixes	pàgina 38

-	Costos variables	pàgina 39
-	Costos totals	pàgina 42
-	Ingressos	pàgina 43
-	Estudi de la viabilitat	pàgina 45
7)	Conclusions	pàgina 46
•	Agraïments	pàgina 49
•	Bibliografia	pàgina 49

Introducció:

El món editorial més tradicional tendeix cada vegada més a apostar per medis electrònics com a base per a la difusió del seu contingut o com a complement de l'edició en paper. És pràcticament un pas natural que han fet o estant fent la majoria de publicacions en paper.

El creixement d'Internet, tant en nombre d'usuaris com en inversió publicitària, juntament amb la poca necessitat d'inversió per a la creació de revistes online, ha propiciat el sorgiment de revistes exclusivament virtuals que han esdevingut les més importants d'Internet, per sobre de publicacions virtuals de revistes amb edició en paper.

Però tot i que Internet es el futur, el medi en paper és i serà un mercat molt important a mitjà termini. El mercat publicitari es paga força millor que en les pàgines web, on els models s'esgoten molt ràpidament i s'ha d'innovar constantment per tal de mantenir el click-rate dels usuaris. L'atenció que l'usuari presta a la publicitat en paper és molt més alta que en les pàgines web i menys molesta per l'usuari.

El nostre treball es centrarà en fer el pas contrari a l'habitual, és a dir, en convertir una revista exclusivament virtual en una revista que publiqui també en paper. Analitzarem els possibles beneficis d'aquest pas així com els costos que suposaria adaptar un medi virtual al paper.

El repte estarà en investigar quin és el model de revista idoni per completar el pas del medi virtual al paper, aconseguint maximitzar els beneficis.

1. Anàlisi de la revista existent

Lectors de la web

Determinar el nombre de lectors d'una revista virtual es difícil ja que primer cal determinar que entenem per lector. Quan un lector agafa una revista de videojocs en paper, sol ser un lector que llegeix habitualment aquella revista i que sol mirar gran part del contingut.

En el cas de les pàgines web, hi ha diversos tipus de lectors. Per una banda tenim el lector habitual, que entra diàriament o setmanalment per revisar les notícies i anàlisis de la web, intercanviar opinions al fòrum de la pàgina, etc. Seria el lector més semblant al lector d'una revista en paper.

Per altra banda tenim el lector que visita la pàgina quan necessita informació sobre algun joc específic, que fa entre 1 i 2 visites mensuals a la web i que sol visitar una porció força considerable del contingut de la revista virtual.

En tercer lloc tenim al lector espontani que entra a la web a través d'algun buscador o algun enllaç extern. Aquest usuari sol visitar tan sols la informació que volia trobar. Tot i així un percentatge d'aquests lectors es converteixen en lectors habituals.

La web té unes 250.000 visites mensuals que observen un total de 1.000.000 de pàgines (una mitjana de 4 per visitant).

El lector sol ser un home entre 15 i 35 anys amb un nivell adquisitiu mitjà alt i interessat en el món de la tecnologia, especialment en els video-jocs. Sol ser un usuari acostumat a les compres on-line. En resum, és un perfil d'usuari de gran valor per les empreses que volen anunciar-se a través d'Internet.

Costos de la web

Els costos bàsics d'una pàgina web depenen exclusivament del nombre d'usuaris que visitin la pàgina en qüestió. Cada usuari consumeix una porció d'amplada de banda i dels recursos del servidor.

El cost de la transferència de dades és un cost totalment variable ja que es paga a final de mes segons el que s'hagi consumit. En el cas del servidor, es tracta d'un cost semifix o fix. L'empresa podria contractar un servidor diferent cada mes segons les visites previstes, però el que se sol fer és contractar trimestral o anualment un servidor més potent del que la web necessitaria.

Aquesta pràctica es deu a que la diferència de preu és força reduïda i a més amb un servidor més potent s'eviten problemes de col·lapsament de processos o ral·lentitzacions a l'hora de servir les dades.

Estimem que el cost mensual del servidor i la transferència de dades, així com serveis d'assistència i backups (còpies de seguretat) ascendeix a uns 600 €. Per altra banda, també cal incloure el cost dels dominis de la web, que serien uns 10 € mensuals.

També hem de tenir en compte els costos d'autònoms 300€ i costos diversos per un valor de 700€.

Ingressos de la web

Els ingressos de la pàgina web els hem hagut de fer per estimació ja que per raons de protecció de dades de la web no ens han pogut proporcionar dades exactes però tot i així l'estimació és força acurada.

Per una banda tenim els ingressos derivats de la publicitat mitjançant banners (espais publicitaris). Considerem que hi ha 3 espais publicitaris dels quals se'n treu uns 2 € per cada mil impressions de pàgina (2 € CPM), això ens dona un total de 6 € CPM. La pàgina web té aproximadament un milió d'impressions mensuals (pàgines vistes), per tant uns ingressos aproximats de 6.000 € mensuals per publicitat.

Per altra banda tenim els ingressos derivats de la venda de videojocs, consoles i altres components electrònics que generen uns ingressos de 1.500 € mensuals.

Per tant el rendiment net de la pàgina web és: 7.500 € (ingressos) – 1.620 € (costos) = 5.880 € mensuals.

Continguts

- Notícies: Freqüència aproximada de 25 notícies per mes, amb una extensió entre 150 i 350 paraules.

- Avanç: Reportatges dels jocs que sortiran pròximament. Tot i que depèn de l'època de l'any, surten uns 10 jocs importants cada mes. En la revista s'analitzen una mitjana d'uns 5 jocs per mes, amb una extensió entre 400 i 600 paraules.

- Anàlisi: La principal secció d'una revista. Es basa en els jocs que han sortit immediatament abans que la data de publicació del article. S'analitza l'argument, la jugabilitat, la duració, els gràfics i el so. Després es puntua i es dona els arguments a favor i en contra sobre el joc. Actualment en publiquen entre 5 i 7 cada mes, d'una extensió entre dos i tres pàgines.

- Trucs: S'expliquen maneres de trampejar els jocs. Normalment en una revista es mostren els trucs de 3 o 4 jocs concrets, els de més renom en el moment. La seva extensió es variable, depenent dels jocs.

- Imatges: Es mostren galeries d'imatges dels jocs més destacats. La seva extensió es molt variada, des de 3 o 4 fins a 25 o 30 imatges.

- Reportatges: Son articles extensos sobre temes concrets, com el llançament d'una nova consola, l'entrega d'uns premis o com es crea un joc, per exemple. La seva freqüència de publicació es variada, depenent dels esdeveniments.

- Altres apartats de la web són, fons de pantalla, vídeos o arxius de so; no adaptables a una revista en paper.

2. Mercat actual en paper

Mercat de les revistes de videojocs

El món dels videojocs té una ampla gama de publicacions que tracten sobre ells. Dirigides a un públic jove, les revistes informen sobre l'actualitat general del sector, els futurs llançaments, xifres de vendes, anàlisi de les novetats, ofereixen guies i també atenen les consultes dels lectors. Solen tenir una freqüència mensual i normalment inclouen petits regals, pòsters o demostracions de jocs.

Podem dividir aquestes revistes en generals, que parlen de totes les plataformes de videojocs, o exclusives d'una videoconsola o marca, aquestes revistes són molt dependents de l'èxit de la consola de la qual informen. Els preus de les revistes oscil·len entre els 3 i els 6 euros quan inclouen un CD amb demostracions.

Les principals revistes són Hobby Consolas, Nintendo Acción, Playstation: revista oficial i PlayMania. Els grups editorials Axel Springer i Zeta monopolitzen aquest mercat, sorgit a principi dels anys 90.

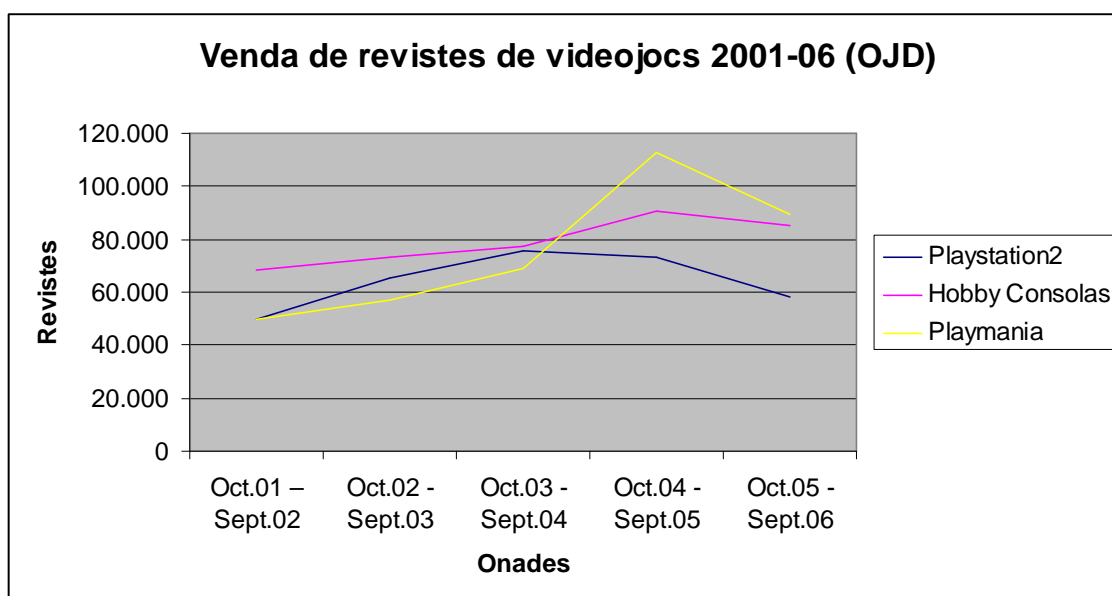
Tot i l'augment de les vendes de videojocs a Espanya en els últims anys i l'aparició de consoles de nova generació, les revistes de videojocs estan experimentant una caiguda en les seves vendes darrerament (veure taules inferiors) després de l'augment de vendes de principis de segle. Malgrat això, hi ha dades que conviden a l'optimisme; si ens fixem en el nombre de lectors de revistes de videojocs podem observar que es mantenen gairebé constants.

Per tant podem parlar de una popularització d'aquest tipus de revistes, que fa que les persones comparteixin la lectura amb amics o família.

La difusió de portals d'Internet a imatge de les revistes com Meristation, o a menor escala webs com Ps2vicio, han guanyat terreny progressivament creant un altre punt d'informació pels usuaris de videojocs.

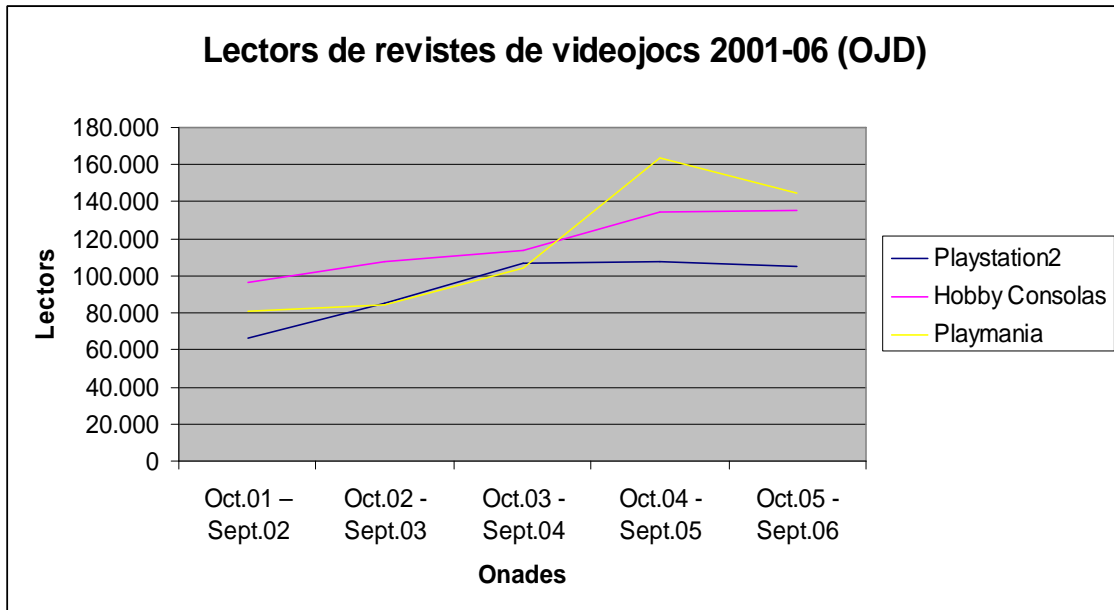
Venda de revistes de videojocs a Espanya 2001-06 segons l' OJD

Revistes	Oct.01 – Sept.02	Oct.02 - Sept.03	Oct.03 - Sept.04	Oct.04 - Sept.05	Oct.05 - Sept.06
Playstation2	49.680	65.549	75.680	73.284	58.183
Hobby Consolas	68.396	72.900	77.664	90.672	85.286
Playmania	49.722	56.731	69.231	112.823	89.277



Lectors de revistes de videojocs a Espanya 2001-06 segons l' OJD

Revistes	Oct.01 – Sept.02	Oct.02 - Sept.03	Oct.03 - Sept.04	Oct.04 - Sept.05	Oct.05 - Sept.06
Playstation2	66.051	85.594	106.994	107.768	104.715
Hobby Consolas	96.433	107.916	113.389	134.351	135.440
Playmania	81.125	84.458	103.950	163.284	144.278



Clients potencials

El nostre client potencial és en primer lloc un usuari dels videojocs, també anomenat videojugador. Aquests es divideixen en dues categories, la de videojugador casual i videojugador expert, també anomenat “gamer”.

En el primer cas el jugador casual és aquell que no s’interessa pels aspectes tècnics dels videojocs i que l’únic que persegueix és passar una bona estona jugant a la consola sense importar el nivell que assoleixi. Aquest normalment escollirà jocs populars o bé que no ofereixin massa dificultat. A aquest grup pertanyen la majoria d’usuaris i en el cas de dirigir la revista a aquest grup seria necessari que la revista es centrés més en l’activitat de jugar que en qualsevol altra cosa.

El segon grup, els dels videojugadors experts o “gamers”, és molt més reduït que el primer i s’hi inclouen tots aquells usuaris que estan més interessats en dominar tots els aspectes d’un cert joc així com aprofundir en la part tècnica i no només jugar en les estones lliures. Si la revista fos dirigida a ells hauria d’incloure reportatges i articles que tractessin de jocs poc coneguts o bé d’altres aspectes dels videojocs més que no pas el fet de jugar en si mateix.

A més a més el nostre client potencial es defineix com un home amb una edat entre uns 15 i 35 anys, amb un poder adquisitiu i un nivell cultural mitjà-alt, que està interessat en els videojocs i la tecnologia.

3. Anàlisi de les diferents modalitats possibles

Revista gratuïta

La primera opció com a model de revista és la revista gratuïta. Recentment hi ha hagut diversos diaris que han sortit al mercat i que es distribueixen de forma gratuïta, i si bé l'exemple no és totalment extrapolable a la nostra revista si que es podrien agafar com a model d'inspiració, almenys per certs aspectes de la nostra revista.

En primer lloc en quan al contingut aquest hauria de ser com a màxim el mateix que el de la pàgina web, ja que si tingués un contingut més extens això podria perjudicar el nombre de visites a la web. Una altra de les opcions és fer un resum dels continguts de la web, essent la revista en paper una mena de resum de la revista virtual, de forma que qui es volgués informar amb més profunditat podria entrar a la pàgina web, i d'aquesta forma en sortirien beneficiades ambdues publicacions, tant la revista física com la virtual. També s'hauria de tenir en compte la periodicitat de sortida de la revista que bé podria ser quinzenal o mensual, encara que això afectaria al volum del contingut inclòs en cada número.

Seguidament s'hauria de considerar quin tipus de distribució es voldria dur a terme. En aquest cas com en els continguts hi ha diverses opcions. Una d'elles podria ser el arribar a un acord amb un cadena de botigues de videojocs, productes d'electrònica o gran superfície per tal de que la revista es pogués distribuir en els seus centres. Una altra opció seria distribuir la revista al carrer per mitjà de persones col·locades en llocs estratègics de la ciutat. En qualsevol cas primer es podria començar a una escala més local, per exemple en la ciutat en la qual esta basat l'equip que fa la web, per passar gradualment a un àmbit més nacional.

Finalment considerant l'estructura de costos i beneficis, els costos principalment provindrien de l'edició i impressió de la revista, així com de la seva distribució, mentre que els beneficis vindrien derivats dels espais de publicitat i l'augment de visites a la pàgina web derivades de la publicació de la revista en paper.

Revista de subscripció

La segona opció que ens hem plantejat per introduir en el mercat de les revistes de videojocs és el d'una revista de subscripció. Aquest model és radicalment diferent de l'anterior, ja que en aquest cas el consumidor pagaria pel producte i a més no seria un producte distribuït de forma evident en el carrer. També és veritat que aquest model és poc freqüent en la premsa avui en dia, però en el cas d'una revista altament especialitzada i amb uns continguts adequats podria ser interessant.

A diferència del tipus de revista anterior, el contingut de la revista de subscripció ha de ser força més ampli que el de la revista virtual, ja que si fos el mateix no tindria sentit pagar per una cosa que pots tenir gratuïtament.

Per decidir el tipus de continguts de la revista es podria fer diverses maneres, com podria ser fer enquestes a la mateixa pàgina web sobre els temes més interessants, fer enquestes als mateixos subscriptors, o mirar quins són els articles, reportatges i notícies més visitats a la pàgina web. D'aquesta forma es podria oferir un servei més personalitzat al client, incrementant així el valor afegit del producte i per tant fent possible un preu més alt. La periodicitat d'aquest tipus de revista seria mensual, per possibilitar un millor i més ampli contingut entre els diversos números de la revista.

La distribució en aquest cas no té moltes opcions possibles ja que el que s'hauria de fer és enviar cada exemplar de la revista a la direcció especificada per cada subscriptor. Això ho podria fer l'empresa mateixa o subcontractar-ho a una altra empresa que s'encarregués de gestionar la distribució de la revista a tots els seus subscriptors cada mes. En aquest cas el subscriptors provindrien principalment de la web ja existent, però en un futur la subscripció es podria obrir a altres canals, si hi hagués demanda.

Per acabar la estructura de costos en aquest segon tipus seria lleugerament diferent de la del primer tipus, ara els costos inclourien la redacció dels continguts de la revista, així com la edició, impressió i distribució de la mateixa. I els ingressos consistirien en les quotes pagades pels subscriptors, mensuals o anuals, i els ingressos derivats de la publicitat.

Revista de venda en quioscos

L'últim tipus de revista estudiat és de lluny el més utilitzat, ja no tan sols en el mercat de les revistes especialitzades en videojocs, sinó en el mercat de la premsa escrita en general. Així doncs segurament seria el tipus de mercat més difícil de penetrar perquè és en el qual la competència és més abundant i més forta, però segurament també el més establert més gran en beneficis potencials.

En aquest cas els continguts també tindrien que ser diferents, i per tant més extensos, que els de la pàgina web. Però a diferència del tipus anterior, i donat el fet que ens dirigiríem a un mercat més generalista i no tant especialitzat, els continguts no podrien ser tan concrets o especialitzats en qüestions tècniques que podrien no interessar al comprador ocasional de revistes de videojocs. De totes formes també s'hauria de fer un esforç extra per estar a la última amb totes les novetats del sector. També és important tenir en compte la extensió de la revista, ja que no és el mateix fer una revista de 60 pàgines que una de 120. Una altra possibilitat a tenir en compte és la inclusió d'extres, com per exemple DVDs, amb la mateixa. Finalment s'ha de determinar la periodicitat de la revista que podria ser quinzenal o mensual.

Pel que respecta a la distribució aquesta s'hauria de fer pels canals convencionals i intentar arribar a un públic el més ampli possible. Així doncs la revista tindria que estar disponible en el major nombre de quioscs, papereries i establiments que distribueixin premsa escrita. Com en el primer cas es podria començar per una cobertura del mercat més local que es podria estendre amb el temps.

Finalment caldria considerar els costos i beneficis derivats d'aquest tipus de revista. Els costos es concentrarien en la redacció, edició, impressió i distribució de la revista en paper. Mentre que els ingressos vindrien del preu pagat per cada exemplar venut, els ingressos derivats de la venda de espai publicitaris de la revista, i de l'augment de visites a la pàgina web.

4. Anàlisi detallat model gratuït

El primer model que tractarem en profunditat és el de la revista gratuïta. Ens hem decidit per les següents característiques, 32 pàgines, distribució local a Barcelona i un espectre de tirada entre 5.000 i 100.000 per raons de comparació. Per simplicitat tots els costos estan comptats sense IVA.

A partir d'aquí analitzarem detalladament tots els costos de la revista i els ingressos potencials que tindria.

Costos inicials

Aquests costos només s'haurien de pagar al iniciar la revista. En total sumen 8.347€. A la hora de contar la rendibilitat de la revista hem considerat que aquests costos s'amortitzen en un any (amb un interès del 3%).

I) Costos legals

Pel que fa a la morfologia legal de la revista, hem considerat que convindria crear una Societat Limitada per tal de dur a terme l'ampliació al mercat de les revistes en paper. Podríem desenvolupar l'activitat empresarial només facturant com a autònoms, però no ho creiem convenient per la tipologia del negoci. Com a Societat Limitada, incorreríem en uns costos de creació de 1500 €

II) Costos del mobiliari

L'activitat de l'empresa requereix de certs elements per adaptar el local llogat a la comercialització de revistes. Aquestes compres suposen una forta inversió inicial però suposen un actiu per a la empresa, que es pot amortitzar en diversos exercicis. La distribució del local, on el magatzem ocupa una part important de l'espai, no fa necessari grans despeses en mobiliari d'oficina.

Taula del mobiliari d'oficina

Element	Quantitat	Preu per unitat	Cost total
Mobles de recepció	1	175€	175€
Llocs de treball	2	110€	220€
Estants	4	105€	420€
Ordinadors	2	800€	1600€
Impressores multifunció	2	250€	500€
Taules	2	150€	300€
Cadires	6	40€	240€
TOTAL			3455€

- Preus per a tots els models de revista extrets de Ofiline i Ofiprecios, empreses venedores de mobiliari d'oficina.

III) Costos maquetació

El cost de maquetar la revista tindria dues parts. Una primera part només s'ha de pagar una vegada i correspon al disseny de la revista en si, el format que tindrà i l'estil general de les línies de disseny que serviran de patrons per cada número de la revista. Aquest cost seria de 600 €.

IV) Cost número 0

Per fer arribar la revista a clients potencials de la publicitat s'ha d'enviar un prototip de la revista per aconseguir contractes de publicitat. Per això considerem la creació d'una revista numero 0, de la qual faríem un tiratge de 500 unitats. Els costos de creació, impressió i distribució pugen a 2892€.

Costos Fixes

Els costos fixes recullen els costos mensuals que no depenen de cap variable. En total sumen 7.180€ a pagar mensualment. Aquesta partida inclou també una part de costos no valorats per imprevistos i altres despeses menors que valorem en 250€ mensuals.

I) Local

El centre de treball dels empleats i magatzem per a les revistes. Hem escollit com a seu de la empresa , una planta baixa de 120 metres quadrats amb entrada per vehicles per facilitar les tasques de distribució a la cantonada del carrer Industria amb Navas de Tolosa. La situació d'aquest lloc dintre de la ciutat de Barcelona es deu a la proximitat amb els centres de repartiment de la revista. El preu mensual del lloguer es 1.200 euros.

II) Personal

La revista gratuïta es basa en els continguts de la web, però requereix d'empleats propis que es dediquin a realitzar diverses tasques:

- Recepcionista: encarregada d'atendre les trucades i coordinar el servei de repartiment i publicitat. Sou de 1485 euros.
- Encarregat del magatzem: es dedica a organitzar el material del magatzem, tasques de manteniment de l'oficina i muntar els enviaments de revistes. Sou de 675 euros (mitja jornada)
- Publicista: encarregat de buscar anunciants per a la revista i dirigir les tasques de publicitat de la revista. Sou de 2025 euros.

III) Serveis empresarials

L'empresa per a un correcte funcionament necessita contractar uns serveis mínims: ADSL + Trucades (40 euros al mes),un servei d'alarma (80 euros contractació del servei i 25 euros mensuals) i altres costos (llum i aigua) 80 euros al mes.

Altres despeses fixes: l'empresa destina una partida de 250 euros per petites despeses que no varien segons el tiratge com exemple material d'oficina, mòbils d'empresa, correu, dietes, ...

- El local triat ha estat escollit del catàleg de Fotocasa, portal immobiliari. Els sous que són mensuals inclouen la seguretat social a càrrec de l'empresa i les pagues extres prorratejades. Aquest procés ha estat seguit en tots els models de revista.

IV) Costos maquetació

El cost de maquetar la revista tindria dues parts. Una primera part només s'ha de pagar una vegada i correspon al disseny de la revista en si, el format que tindrà i l'estil general de les línies de disseny. Aquest cost seria de 600 €.

Per altra banda, tenim els costos en que incorreríem cada vegada que s'edités un número de la revista. Per cada pàgina maquetada, hauríem de pagar 20 € i el retoc de les fotografies i anuncis seria de 500 €. Com que la revista té unes 30 pàgines el cost mensual d'editar la revista seria de 1.100€.

V) Cost d'autònoms

Per calcular els costos de la tarifa d'autònoms hem aproximat 300€ de forma mensual.

Costos variables

Depenen del tiratge de la revista. Bàsicament son costos d'impremta i distribució.

I) Costos impremta

El model escollit com a revista gratuïta té 32 pàgines offset de color grapades amb unes dimensions de 21 x 29'7 cm i amb una portada estucada mat. Després de demanar diversos pressupostos, hem triat l'impremta IGRAFIC per realitzar aquesta tasca ja que ens ofereix bons preus combinats amb un servei de transport al nostre centre de distribució que s'adapta a les nostres necessitats empresarials.

En el quadre de costos observem com els costos unitaris d'impressió es redueixen a mesura que augmenta el tiratge de la revista, amb grans reduccions a la franja de 0 a 25.000 exemplars passant de 54 cèntims a 30 cèntims i baixades de preu unitaris menors en franges superiors, de 50.000 revistes a 100.000 revistes baixa només 3 cèntims, de 26 a 23.

Quadre de costos impremta del model de revista gratuïta en euros(sense IVA).

Quantitat	Preu	Preu unitari
5.000	2.713,26	0,5426
10.000	4.104,81	0,4104
15.000	5.333,75	0,3555
20 .000	6.495,88	0,3247
25000	7623,55	0,3049
30.000	8.730,83	0,2910
35.000	9.824,93	0,2807
40.000	10.909,89	0,2727
45.000	11.988,22	0,2664
50.000	13.061,54	0,2612
55.000	14.130,95	0,2569
60.000	15.197,24	0,2532
65.000	16.260,97	0,2501
70.000	17.322,59	0,2474
75.000	18.382,42	0,2450
80.000	19.440,71	0,2430
85.000	20.497,68	0,2411
90.000	21.553,49	0,2394
95.000	22.608,28	0,2379
100.000	23.662,16	0,2366

II) Costos distribució

Els costos de distribució es divideixen bàsicament en 4 apartats. Aquests són, un vehicle per a la distribució del producte, conductors per conduir els vehicles, benzina i altres despeses, com podrien ser assegurances o impostos.

També es necessiten persones que reparteixin la revista en els punts de la ciutat prèviament escollits.

	Furgonetes	Conductors	SS Conductors	Benzina i altres	Repartidors	SS Repartidors	Total
5.000	80,00 €	36,00 €	12,60 €	12,00 €	50,00 €	17,50 €	190,00 €
10.000	160,00 €	72,00 €	25,20 €	24,00 €	100,00 €	35,00 €	312,00 €
15.000	240,00 €	108,00 €	37,80 €	36,00 €	150,00 €	52,50 €	571,80 €
20.000	320,00 €	144,00 €	50,40 €	48,00 €	200,00 €	70,00 €	762,40 €
25.000	400,00 €	180,00 €	63,00 €	60,00 €	250,00 €	87,50 €	953,00 €
30.000	480,00 €	216,00 €	75,60 €	72,00 €	300,00 €	105,00 €	1.143,60 €
35.000	560,00 €	252,00 €	88,20 €	84,00 €	350,00 €	122,50 €	1.334,20 €
40.000	640,00 €	288,00 €	100,80 €	96,00 €	400,00 €	140,00 €	1.524,80 €
45.000	720,00 €	324,00 €	113,40 €	108,00 €	450,00 €	157,50 €	1.715,40 €
50.000	800,00 €	360,00 €	126,00 €	120,00 €	500,00 €	175,00 €	1.906,00 €
55.000	880,00 €	396,00 €	138,60 €	132,00 €	550,00 €	192,50 €	2.096,60 €
60.000	960,00 €	432,00 €	151,20 €	144,00 €	600,00 €	210,00 €	2.287,20 €
65.000	1.040,00 €	468,00 €	163,80 €	156,00 €	650,00 €	227,50 €	2.477,80 €
70.000	1.120,00 €	504,00 €	176,40 €	168,00 €	700,00 €	245,00 €	2.668,40 €
75.000	1.200,00 €	540,00 €	189,00 €	180,00 €	750,00 €	262,50 €	2.859,00 €
80.000	1.280,00 €	576,00 €	201,60 €	192,00 €	800,00 €	280,00 €	3.049,60 €
85.000	1.360,00 €	612,00 €	214,20 €	204,00 €	850,00 €	297,50 €	3.240,20 €
90.000	1.440,00 €	648,00 €	226,80 €	216,00 €	900,00 €	315,00 €	3.430,80 €
95.000	1.520,00 €	684,00 €	239,40 €	228,00 €	950,00 €	332,50 €	3.621,40 €
100.000	1.600,00 €	720,00 €	252,00 €	240,00 €	1.000,00 €	350,00 €	3.812,00 €

El primer cost, el vehicle, consisteix en el lloguer d'una furgoneta els dies que repartim. La majoria d'empreses de lloguer de vehicles industrials tenen tarifes de lloguer diàries.

Depenent de l'empresa contractada i de les dimensions del vehicle els preus poden oscil·lar entre els 40€ i els 120€ per dia. Així mateix hem calculat que aproximadament cada furgoneta pot portar 5.000 exemplars de la revista com a màxim.

El segon cost és el del conductor del vehicle de repartiment. Hem vist que el cost per hora estava entre 10 i 15€ per hora, en diverses ofertes de treball, així que hem considerat un cost de 12€/hora pels nostres conductors. També hem calculat que es necessiten unes tres hores aproximadament per repartir 5.000 exemplars.

El tercer cost, també relacionat amb la distribució en els punts de repartiment, és l'apartat de la benzina i altres despeses. En aquest cas hem calculat aproximadament el consum mitjà d'una furgoneta de dimensions mitjanes, que està al voltant dels 12l/100km. Hem suposat que cada furgoneta farà uns 100km, i hem arrodonit els costos a 12€ per furgoneta.

Finalment l'últim cost relacionat amb la distribució. És el relacionat amb les persones que distribueixen la revista en els punts escollits per l'empresa. Hem considerat que cada hora es poden repartir unes 500 revistes, i mirant diverses ofertes de treball per repartidors de premsa gratuïta hem vist que el sou tipus està al voltant de 5€/hora.

Suma total dels costos:

En la següent taula es mostren els costos finals de la revista gratuïta en funció de la seva tirada:

Tiratge	Costos inicials	Costos fixes	Costos variables	Total
5000	716,45 €	7.180,00 €	2.903,86 €	10.800,31 €
10000	716,45 €	7.180,00 €	4.486,01 €	12.382,46 €
15000	716,45 €	7.180,00 €	5.905,55 €	13.802,00 €
20000	716,45 €	7.180,00 €	7.258,28 €	15.154,73 €
25000	716,45 €	7.180,00 €	8.576,55 €	16.473,00 €
30000	716,45 €	7.180,00 €	9.874,43 €	17.770,88 €
35000	716,45 €	7.180,00 €	11.159,13 €	19.055,58 €
40000	716,45 €	7.180,00 €	12.434,69 €	20.331,14 €
45000	716,45 €	7.180,00 €	13.703,62 €	21.600,07 €
50000	716,45 €	7.180,00 €	14.967,54 €	22.863,99 €
55000	716,45 €	7.180,00 €	16.227,55 €	24.124,00 €
60000	716,45 €	7.180,00 €	17.484,44 €	25.380,89 €
65000	716,45 €	7.180,00 €	18.738,77 €	26.635,22 €
70000	716,45 €	7.180,00 €	19.990,99 €	27.887,44 €
75000	716,45 €	7.180,00 €	21.241,42 €	29.137,87 €
80000	716,45 €	7.180,00 €	22.490,31 €	30.386,76 €
85000	716,45 €	7.180,00 €	23.737,88 €	31.634,33 €
90000	716,45 €	7.180,00 €	24.984,29 €	32.880,74 €
95000	716,45 €	7.180,00 €	26.229,68 €	34.126,13 €
100000	716,45 €	7.180,00 €	27.474,16 €	35.370,61 €

Ingressos

L'entrada principal d'ingressos (i única) en una revista gratuïta és la publicitat que s'inclou en ella. Per aquest motiu una gran part de la revista es dedica a la publicitat. Així, d'una revista de 32 pàgines es dedicarien a publicitat entre 9 i 12; que equival aproximadament entre un 28 i un 38 % del total de l'espai de la revista.

En les publicacions gratuïtes que hem tingut en compte per elaborar el càlcul d'ingressos per publicitat es mouen dins d'aquesta proporció. A partir d'aquí podem saber els espais de publicitat que dedicarem en aquest model. Per simplificar tindrem en compte quatre formats diferents d'anuncis: Pàgina completa, Mitja Pàgina, Quart de pàgina i Petit format.

Per tant, considerem que en 10 pàgines dedicades a la publicitat, dedicariem 2 espais de pàgina completa a publicitat, 6 espais de mitja pàgina, 12 espais de quart de pàgina i fins a 20 espais per a petits formats (Equivalent a una desena part de pàgina). Aquestes xifres són per poder aproximar els ingressos de la revista, ja que són alterables depenent de les necessitats de cada edició i del nombre d'anunciant.

Els preus d'aquesta publicitat estan vinculats directament amb la audiència potencial i a la tirada de la revista, ja que com major és, més es pot cobrar per cada espai.

A continuació exposem una taula amb els preus proposats a partir dels diferents preus que hem observat en varies publicacions gratuïtes i contant com a limitació els preus en les revistes de pagament.

Per al càlcul dels preus de la publicitat hem comptat dos variables proporcionals. La primera i principal en nombre d'exemplars editats a cada tiratge. Per poder establir uns preus finals raonables, contem amb un preu base per tiratge de 5.000 exemplars (en el cas, 300€ per a la pàg. completa) i un increment per cada 5.000 exemplars més (en el cas, 250€ per a la pàg. completa).

També hem considerat una proporcionalitat entre l'espai dels diferents models.

Així, un anunci de mitja pàgina costa un 55% del anunci de pàgina completa; un de un quart de pàgina costa un 55 % de un de mitja pàgina i un de petit format costa una novena part de un de pàgina completa.

Per poder comparar efectivament aquests ingressos amb els costos, als ingressos bruts hi hem de restar un 16% del preu final, que és el que correspon al IVA.

Aquests preus proposats són orientatius i s'haurien d'alterar al llarg dels mesos depenent de la demanda. Respecte els preus de mercat creiem que aquests són inferiors, ja que s'arriben a pagar fins a 250€ per un anunci en una revista gratuïta d'una tirada entre 1500 i 2000 exemplars.

Tiratge	Pàgina completa	Mitja pàgina	Quart de pàgina	Petit format	Ingressos totals	Ingressos menys IVA
5.000	300,00€	165,00€	90,75€	33,33€	3.345,67€	2.884,20€
10.000	550,00€	302,50€	166,38€	61,11€	6.133,72€	5.287,69€
15.000	800,00€	440,00€	242,00€	88,89€	8.921,78€	7.691,19€
20.000	1.050,00€	577,50€	317,63€	116,67€	11.709,83€	10.094,68€
25.000	1.300,00€	715,00€	393,25€	144,44€	14.497,89€	12.498,18€
30.000	1.550,00€	852,50€	468,88€	172,22€	17.285,94€	14.901,68€
35.000	1.800,00€	990,00€	544,50€	200,00€	20.074,00€	17.305,17€
40.000	2.050,00€	1.127,50€	620,13€	227,78€	22.862,06€	19.708,67€
45.000	2.300,00€	1.265,00€	695,75€	255,56€	25.650,11€	22.112,16€
50.000	2.550,00€	1.402,50€	771,38€	283,33€	28.438,17€	24.515,66€
55.000	2.800,00€	1.540,00€	847,00€	311,11€	31.226,22€	26.919,16€
60.000	3.050,00€	1.677,50€	922,63€	338,89€	34.014,28€	29.322,65€
65.000	3.300,00€	1.815,00€	998,25€	366,67€	36.802,33€	31.726,15€
70.000	3.550,00€	1.952,50€	1073,88€	394,44€	39.590,39€	34.129,65€
75.000	3.800,00€	2.090,00€	1149,50€	422,22€	42.378,44€	36.533,14€
80.000	4.050,00€	2.227,50€	1225,13€	450,00€	45.166,50€	38.936,64€
85.000	4.300,00€	2.365,00€	1300,75€	477,78€	47.954,56€	41.340,13€
90.000	4.550,00€	2.502,50€	1376,38€	505,56€	50.742,61€	43.743,63€
95.000	4.800,00€	2.640,00€	1452,00€	533,33€	53.530,67€	46.147,13€
100.000	5.050,00€	2.777,50€	1527,63€	561,11€	56.318,72€	48.550,62€

Aquests preus per a la publicitat de la revista gratuïta els hem contrastat amb els preus actuals per audiència dels diaris gratuïts existents. La comparació ens mostra uns preus per a la publicitat molt inferiors que els de mercat en publicacions gratuïtes; cosa que converteix en viable trobar possibles anunciants per la nostra revista gratuïta.

També hem contrastat els nostres preus amb les tarifes d'una revista gratuïta ja existent; *Eureka*. Una revista gratuïta ja existent que està dedicada a escolars, amb una difusió de 25.000 exemplars i uns lectors potencials d'aproximadament 80.000 escolars.

Hem comparat el preu per cada 1000 exemplars de diferents formats de publicitat i els preus que nosaltres proposem son força inferiors als de aquesta revista.

També hem trobat un cas de publicitat en revistes gratuïtes que ens mostra la vigència de les nostres tarifes, aquesta és la revista Husmee (revista de noves tendències editada a Sant Sebastian), que amb un tiratge de 1500-2000 unitats cobra 250 € per pàgina de publicitat. Per tant creiem que si amb uns preus més alts hi ha revistes que aconsegueixen publicitat, el nostre projecte seria viable en aquest sentit.

Per últim, hem preguntat a diferents anunciants de la actual pàgina web si estarien disposats a pagar per publicitat en la versió en paper. Dels 4 anunciants actuals que apareixen en la pàgina web, dos estarien disposats a pagar les quantitats que els hi varem proposar (els preus de la publicitat per 55.000, 65.000 i 75.000 unitats).

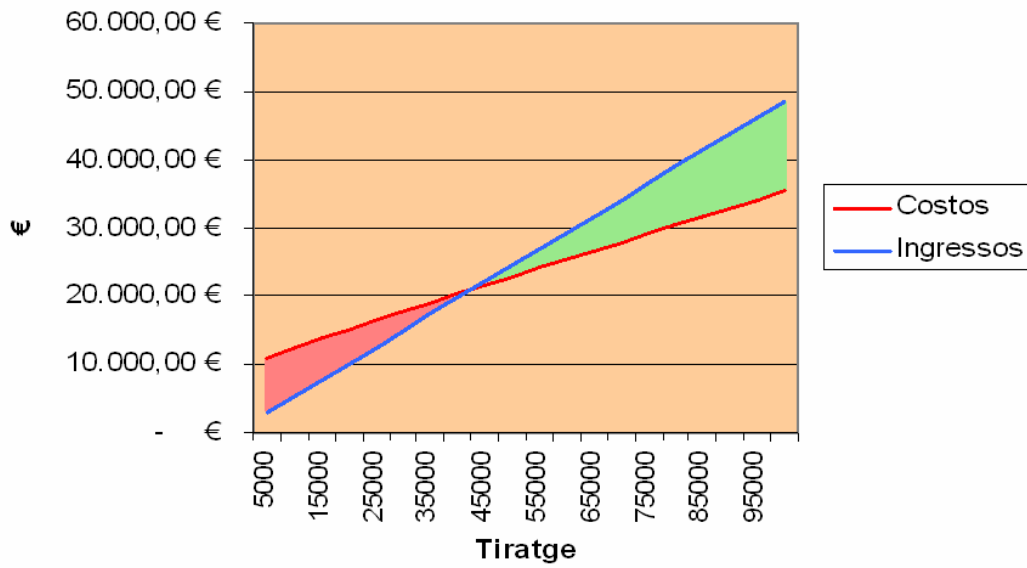
Això ens confirma que és possible aconseguir vendre els espais de publicitat als preus que hem establert.

Estudi de la viabilitat

Finalment hem agafat tots els costos i tots els ingressos per cada un dels valors de la tirada i hem construït una taula per tal de veure els beneficis de cada valor del tiratge.

A més a més hem construït un gràfic com a representació de la taula.

Tiratge	Costos	Ingressos	Beneficis
5000	10.779,44 €	2.884,20 €	-7.895,24 €
10000	12.361,59 €	5.287,69 €	-7.073,90 €
15000	13.781,13 €	7.691,19 €	-6.089,94 €
20000	15.133,86 €	10.094,68 €	-5.039,18 €
25000	16.452,13 €	12.498,18 €	-3.953,95 €
30000	17.750,01 €	14.901,68 €	-2.848,33 €
35000	19.034,71 €	17.305,17 €	-1.729,54 €
40000	20.310,27 €	19.708,67 €	-601,60 €
45000	21.579,20 €	22.112,16 €	532,96 €
50000	22.843,12 €	24.515,66 €	1.672,54 €
55000	24.103,13 €	26.919,16 €	2.816,03 €
60000	25.360,02 €	29.322,65 €	3.962,63 €
65000	26.614,35 €	31.726,15 €	5.111,80 €
70000	27.866,57 €	34.129,65 €	6.263,08 €
75000	29.117,00 €	36.533,14 €	7.416,14 €
80000	30.365,89 €	38.936,64 €	8.570,75 €
85000	31.613,46 €	41.340,13 €	9.726,67 €
90000	32.859,87 €	43.743,63 €	10.883,76 €
95000	34.105,26 €	46.147,13 €	12.041,87 €
100000	35.349,74 €	48.550,62 €	13.200,88 €



Com podem veure el model de revista gratuïta és viable a partir de les 45.000 unitats mensuals. Si ens decidim a fer aquest tiratge els beneficis serien de 532,96€ mensuals el primer any. S'ha de tenir en compte que aquests serien els beneficis mensuals del primer any ja que com hem dit abans els costos inicials els repercutim durant els 12 primer mesos de creació de la revista. Per tant a partir del segon any els beneficis serien sensiblement superiors.

5) Anàlisi detallat model subscripció

- Costos revista de subscripció

Costos inicials

Aquests costos només s'haurien de pagar a l'iniciar la revista. En total sumen 13.593 €. A l'hora de contar la rendibilitat de la revista hem considerat que aquests costos s'amortitzen en un any.

I) Costos legals:

Serien els mateixos que en el cas de la revista gratuïta, és a dir, 1.500 €.

II) Costos mobiliari

L'activitat de l'empresa requereix de certs elements per adaptar el local llogat a la comercialització de revistes. Aquestes compres suposen una major inversió inicial que en cas gratuït perquè hem d'adequar l'oficina a un major nombre d'empleats. Això suposa un actiu per a la empresa que amortitzarem en el primer any.

La major complexitat de la revista de subscripció, fa necessari també la compra de diverses videoconsoles per realitzar el proves de jocs i una major partida en altres costos mensuals.

Taula de costos en mobiliari

Element	Quantitat	Preu per unitat	Cost total
Mobles de recepció	1	175	175
Llocs de treball	6	110	660
Estants	6	105	630
Impressores multifunció	6	250	1500
Taules	3	150	450
Cadires	10	40	400
Total			3815

III) Equips informàtics:

Inclouen 6 ordinadors amb un cost de 800 euros cadascun perquè siguin usats pels diversos membres de l' empresa , que representa un cost de 4800 euros. També hem inclòs en aquesta partida l'adquisició de videoconsoles : PS3, Xbox 360, Wii, Psp i Nintendo Ds amb un cost total de 1655 euros perquè els redactors puguin desenvolupar el seu anàlisi sobre les novetats a la mateixa oficina.

IV) Cost número 0

Per a fer arribar la revista a clients potencials de la publicitat s'ha d'enviar un prototip de la revista per aconseguir contractes de publicitat. Per això considerem la creació d'una revista número 0, de la qual faríem un tiratge de 500 unitats. Els costos de creació, impressió i distribució pugen a 1823€.

Costos fixes

Els costos fixes recullen els costos mensuals que no depenen de cap variable. En total sumen 21.705 € a pagar mensualment. Aquesta partida inclou també una part de costos no valorats per imprevistos i altres despeses menors que valorem en 1.000 € mensuals.

I) Local : En aquest cas, necessitem un local de major dimensions ja que dividirem l'espai en diverses parts : magatzem, oficines i entrada , degut al major nombre de treballadors contractats. El local triat té un espai de 150 m2 , està situat al costat de la Sagrada Família i costa 2000 euros al mes de lloguer.

II) Personal: Aquest model de revista requereix la contractació de molts més empleats que en el cas de la revista gratuïta, degut a la necessitat d'elaboració de contingut propi, fent pujar la despesa en salaris fins a 17.830 euros al mes.

Hi ha una part dels llocs de treball repetits : recepcionista, publicista i dos encarregats de magatzem (en aquest cas a jornada completa) amb un cost per l'empresa de 6.210 euros.

Però la nòmina de treballadors es veuria ampliada amb una administrativa que coordinaria el repartiment de revistes als subscriptors (1.620 euros mensuals), un maquetador que internalitzaria el servei de maquetació que en el cas gratuït es feia fora de l' empresa (1.890 euros al mes), un equip de 4 redactors que escriurien els continguts especialitzats d' aquest model i farien tota la feina de prova de consoles i jocs (7.020 euros en total) i una auxiliar administrativa que duria a terme la tasca de preparar les revistes per al seu enviament (1.090 euros mensuals).

III) Elements de transport : El model de distribució dissenyat per a la revista de subscripció implica el transport dels exemplars degudament preparats des del nostre local fins l' oficina de correus, que es faria mitjançant el lloguer d'una furgoneta durant una setmana. Aquest servei costa 400 euros al mes.

IV) Serveis empresarials: L'empresa, per a un correcte funcionament, necessita contractar uns serveis mínims iguals que en els altres models de revista que són : ADSL + Trucades (40 euros al mes), un servei d'alarma 25 euros mensuals, i altres costos (llum i aigua) 110 euros al mes. És a dir, un cost mensual de 175 €.

V) Cost Autònoms: Seria també el mateix cos que en el cas de la revista gratuïta, és a dir 300 € mensuals.

VI) Altres despeses: en aquest apartat s' inclouen despeses com material d'oficina, petites reparacions, i totes aquelles sortides de diners pròpies del dia a dia en una empresa de petites dimensions. Està pressupostat amb 1000 euros mensuals.

Costos variables:

Depenen del tiratge de la revista. Bàsicament son costos d'impremta, distribució i embalatge.

I) Costos d' impremta

El model escollit com a revista de subscripció té 64 pàgines amb estucat mat de color grapades amb unes dimensions de 24 x 34 cm i amb una portada estucada brillant. En aquest tipus de revista també hem triat l' empresa IGRAFIC com a impremta per a la nostra publicació de subscripció. En el quadre de costos observem com els costos unitaris d'impressió es redueixen a mesura que augmenta el tiratge de la revista, però d'una forma més moderada que en el cas de la revista gratuïta. A més, com el tiratge possible és menor, no podem beneficiar-nos de aquesta sinergia.

Si realitzem un tiratge modest de 5.000 exemplars ens costarà 1 euro per revista i si realitzem un tiratge de 15.000 exemplars aquest preu es redueix en un 23 % , passant a ser de 77 cèntims d' euro.

Quadre de costos d'impremta de la revista de subscripció en euros (sense IVA)

Quantitat	Preu	Preu unitari
5 000	5,053.46	1.0106
10 000	8,357.95	0.8357
15 000	11,595.03	0.7730
20 000	14,797.52	0.7398
25 000	17,982.43	0.7192
30 000	21,156.59	0.7052
35 000	24,323.42	0.6949
40 000	27,484.88	0.6871
45 000	30,642.22	0.6809
50 000	33,796.25	0.6759
55 000	36,947.56	0.6717
60 000	40,096.59	0.6682
65 000	43,243.66	0.6652
70 000	46,389.03	0.6627
75 000	49,532.91	0.6604
80 000	52,675.47	0.6584
85 000	55,816.84	0.6566
90 000	58,957.13	0.6550
95 000	62,096.45	0.6536
100 000	65,234.88	0.6523

II) Costos de distribució

Els costos de la revista de subscripció es deriven bàsicament del cost d'enviar cada exemplar a la direcció especificada pel client. Correus ofereix un servei especialitzat a les empreses que volen distribuir premsa. Aquest servei es cobra a 0,46€ per cada revista.

Tiratge	Costos de distribució
5.000	2.300,00€
10.000	4.600,00€
15.000	6.900,00€
20.000	9.200,00€
25.000	11.500,00€
30.000	13.800,00€
35.000	16.100,00€
40.000	18.400,00€
45.000	20.700,00€
50.000	23.000,00€
55.000	25.300,00€
60.000	27.600,00€
65.000	29.900,00€
70.000	32.200,00€
75.000	34.500,00€
80.000	36.800,00€
85.000	39.100,00€
90.000	41.400,00€
95.000	43.700,00€
100.000	46.000,00€

A més a més hem decidit incorporar uns embalatges per tal de evitar possibles deterioraments del producte en el curs del seu transport cap al client. Aquest un servei que correus ofereix als seus clients i costa 0,40€ cada embalatge. La taula de costos següents ens mostra els costos per cada un dels tiratges estudiats.

Tiratge	Costos d'embalatge
5000	2.000,00 €
10000	4.000,00 €
15000	6.000,00 €
20000	8.000,00 €
25000	10.000,00 €
30000	12.000,00 €
35000	14.000,00 €
40000	16.000,00 €
45000	18.000,00 €
50000	20.000,00 €
55000	22.000,00 €
60000	24.000,00 €
65000	26.000,00 €
70000	28.000,00 €
75000	30.000,00 €
80000	32.000,00 €
85000	34.000,00 €
90000	36.000,00 €
95000	38.000,00 €
100000	40.000,00 €

Suma total dels costos

En aquesta taula mostrem els costos per apartats i finals en funció dels diferents nivells de tirada possibles:

Tiratge	Distribució	Impremta	Embalatges	costos fixes	costos inicials	Total costos
5000	2.300,00 €	5.053,46 €	2.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	32.225,19 €
10000	4.600,00 €	8.357,95 €	4.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	39.829,68 €
15000	6.900,00 €	11.595,03 €	6.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	47.366,76 €
20000	9.200,00 €	14.797,52 €	8.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	54.869,25 €
25000	11.500,00 €	17.982,43 €	10.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	62.354,16 €
30000	13.800,00 €	21.156,59 €	12.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	69.828,32 €
35000	16.100,00 €	24.323,42 €	14.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	77.295,15 €
40000	18.400,00 €	27.484,88 €	16.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	84.756,61 €
45000	20.700,00 €	30.642,22 €	18.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	92.213,95 €
50000	23.000,00 €	33.796,25 €	20.000,00 €	21.705,00 €	1.166,73 €	99.667,98 €

Ingressos per la venda de revistes de subscripció.

De la mateixa manera que en la revista de venda al quioscs, els ingressos provenen de dos fons; els ingressos directes de la venda i la publicitat.

Pels ingressos de venda directa tornarem a fer servir el mateix sistema; assignarem tres preus diferents per revista per poder tenir més marge de tria. En aquest cas hem decidit provar amb els preus finals següents: 2€, 3€ i 4€. Aquests són els preus finals del consumidor; per tant hem de tenir en compte que hi hem de restar una part d'aquets ingressos corresponen al IVA.

Per tant aquest aquets preus queden reduïts a 1.72€, 2.59€ i 3.45€ respectivament per a cada revista venuda. També hem considerat que en aqueta subscripció es faria la típica oferta de dos mesos gratuïts; per tant els ingressos per venda directa queden reduïts al pagament de 10 mesos. Aquests ingressos s'hauran de repartir entre els 12 mesos a la hora de contar els ingressos mensuals. Per tant s'ingressa mensualment per cada unitat 1,44€ per al preu de 2€; 2,16€ peral preu de 3€ i 2,88€ per al preu de 4€

Tiratge	Preu 2€	preu 3€	Preu 4€
5000	7.150,00 €	10.800,00 €	14.400,00 €
10000	14.300,00 €	21.600,00 €	28.800,00 €
15000	21.450,00 €	32.400,00 €	43.200,00 €
20000	28.600,00 €	43.200,00 €	57.600,00 €
30000	42.900,00 €	64.800,00 €	86.400,00 €
40000	57.200,00 €	86.400,00 €	115.200,00 €
50000	71.500,00 €	108.000,00 €	144.000,00 €
60000	85.800,00 €	129.600,00 €	172.800,00 €
70000	100.100,00 €	151.200,00 €	201.600,00 €
80000	114.400,00 €	172.800,00 €	230.400,00 €
90000	128.700,00 €	194.400,00 €	259.200,00 €
100000	143.000,00 €	216.000,00 €	288.000,00 €

La segona font d'ingressos serà la publicitat. Per calcular-los utilitzarem els preus que hem fet servir a la revista de venda en quioscos. La diferència és en la proporció de publicitat que es publicaria en la revista.

Considerem que hi dedicarem un percentatge menor que en al de venda en quioscos, aproximadament un 10%. Així, considerem que de 64 pàgines que té al revista, s'omplen amb publicitat 6 pàgines; que equivalen (per simplificar) a 1 anunci de pàgina completa, 1 anunci de 2 mitges pàgines, 6 anuncis de mitja pàgina i la contraportada.

Tiratge	Pàg. completa	Mitja pàg.	Contraportada	2 mitja pàg.	ingressos publicitat
5000	3.279,00 €	2.131,11 €	4.717,02 €	3.932,12 €	21.305,84 €
10000	3.829,24 €	2.444,27 €	5.463,31 €	4.659,60 €	24.670,48 €
15000	4.192,97 €	2.648,38 €	5.953,47 €	5.146,05 €	26.881,67 €
20000	4.471,80 €	2.803,45 €	6.327,68 €	5.521,68 €	28.570,56 €
25000	4.700,79 €	2.929,96 €	6.634,06 €	5.831,83 €	29.953,82 €
30000	4.896,57 €	3.037,55 €	6.895,38 €	6.098,12 €	31.133,94 €
35000	5.068,44 €	3.131,59 €	7.124,33 €	6.332,73 €	32.168,17 €
45000	5.361,68 €	3.291,20 €	7.514,01 €	6.734,74 €	33.928,99 €
40000	5.222,20 €	3.215,41 €	7.328,80 €	6.543,25 €	33.091,98 €
50000	5.489,61 €	3.360,51 €	7.683,66 €	6.910,77 €	34.695,77 €

Si sumem els dos tipus d'ingressos tenim:

Tiratge	Preu 2€	preu 3€	Preu 4€
5000	28.455,84 €	32.105,84 €	35.705,84 €
10000	38.970,48 €	46.270,48 €	53.470,48 €
15000	48.331,67 €	59.281,67 €	70.081,67 €
20000	57.170,56 €	71.770,56 €	86.170,56 €
25000	72.853,82 €	94.753,82 €	116.353,82 €
30000	88.333,94 €	117.533,94 €	146.333,94 €
35000	103.668,17 €	140.168,17 €	176.168,17 €
40000	119.728,99 €	163.528,99 €	206.728,99 €
45000	133.191,98 €	184.291,98 €	234.691,98 €
50000	149.095,77 €	207.495,77 €	265.095,77 €

Estudi de la viabilitat

En aquest cas, hi ha tres nivells de benefici per cada nivell de tirada, depenent del preu a que la revista es vulgui vendre.

Tiratge	benefici 2€	benefici 3€	benefici 4€
5000	-3769,35	-119,35	3480,65
10000	-859,2	6440,8	13640,8
15000	964,91	11914,91	22714,91
20000	2301,31	16901,31	31301,31
25000	10499,66	32399,66	53999,66
30000	18505,62	47705,62	76505,62
35000	26373,02	62873,02	98873,02
40000	34972,38	78772,38	121972,38
45000	40978,03	92078,03	142478,03
50000	49427,79	107827,79	165427,79

6. Anàlisi detallat model de venda en quioscs

- Costos revista de venda en quioscs

Costos inicials

Aquests costos només s'haurien de pagar al iniciar la revista. En total sumen 25.680 €. A la hora de contar la rendibilitat de la revista hem considerat que aquests costos s'amortitzen en un any.

I) Costos legals:

Serien els mateixos que en els altres casos, és a dir, 1.500 €.

II) Costos mobiliari

Taula de costos de mobiliari

Element	Quantitat	Preu per unitat	Cost total
Mobles de recepció	2	200	400
Llocs de treball	10	110	1100
Estants	10	105	1260
Impressores multifunció	10	250	2500
Taules	5	150	750
Cadires	15	40	600
Taula de juntes	1	600	600
Total			7210

III) Equips informàtics i maquinaria : Inclouen 10 ordinadors amb un cost de 800 euros cadascun ja que l'augment d'empleats fa necessària la compra de més ordinadors que representa un cost de 8000 euros. També hem inclòs en aquesta partida l'adquisició de videoconsoles : PS3, Xbox 360, Wii, Psp i Nintendo Ds amb un cost total de 1655 euros perquè els redactors puguin desenvolupar el seu anàlisi sobre les novetats a la mateixa oficina.

També hem considerat necessària l'adquisició d'una màquina retractiladora per embalar les revistes per a la seva distribució, aquest immobilitzat material adquirit a Rajapack té un preu de 5195 euros.

IV) Cost número 0

Per a fer arribar la revista a clients potencials de la publicitat s'ha d'enviar un prototip de la revista per aconseguir contractes de publicitat. Per això considerem la creació d'una revista numero 0, de la qual fariem un tiratge de 500 unitats. Els costos de creació, impressió i distribució pugen a 2120 euros.

Costos fixes

Els costos fixes recullen els costos mensuals que no depenen de cap variable. En total sumen 33.500 € a pagar mensualment. Aquesta partida inclou també una part de costos no valorats per imprevistos i altres despeses menors que valorem en 1.500 € mensuals.

I) Local :Aquesta revista necessita un local de grans dimensions ja que necessitem més espai de treball per a fer front a l'augment de personal, així com un magatzem més gran i una sala de juntes per decidir continguts. El local triat té un espai de 250 m2 , està situat al Eixample Dret i costa 3000 euros al mes de lloguer.

II) Personal: Aquest model de revista requereix una nomina més extensa de treballadors , fent pujar la despesa en salaris fins a 28505 euros al mes.

Hi ha empleats comuns a la resta de revistes: recepcionista, publicista, maquetador i un parell d'encarregats de magatzem amb un cost per l'empresa de 8100 euros però hi hauria nous llocs de treball : un comptable per portar la comptabilitat de l'empresa (2025 euros al mes), dues administratives que farien feines de recerca de continguts, coordinar les tasques de distribució, etc (3240 euros mensuals).

Un cap de redacció (2430 euros al mes) que coordinaria a l'equip de 6 redactors que s'encarreguen de elaborar els continguts i fer el testeig de consoles i jocs (10530 euros en total) i dues auxiliars administrativa que s'encarregarien de feines pròpies de l'oficina (2180 euros mensuals).

III) Serveis empresarials: l'empresa per un correcte funcionament necessita contractar uns serveis mínims iguals que en els altres models de revista que són : ADSL + Trucades (40 euros al mes),un servei d'alarma 25 euros mensuals) i altres costos (llum i aigua) 130 euros al mes. És a dir, un cost mensual de 195 €.

IV) Cost Autònoms: Seria també el mateix cos que en el cas de la revista gratuïta, és a dir 300 € mensuals.

V) Altres despeses: en aquest apartat s' inclouen despeses com material d'oficina, petites reparacions, i totes aquelles sortides de diners pròpies del dia a dia en una PIME. Està pressupostat amb 1500 euros mensuals.

Costos variables:

Depenen del tiratge de la revista. Bàsicament son costos d'impremta i distribució.

I) Costos d' impremta

El model de revista per a la venda té 96 pàgines amb estucat mat de color grapades amb una grandària 24 x 34 cm amb una portada estucada brillant. Com a impremta per a la nostra publicació hem triat l' empresa IGRAFIC, la mateixa que als dos models anteriors.

En el quadre de costos observem com els costos unitaris d'impressió es redueixen a mesura que augment el nombre d'exemplars de la revista però en aquest model de més qualitat i amb un nombre més gran d pàgines, la reducció es encara menor que als altres models.

D'aquesta manera obtenim un elevat cost unitari per revista al voltant de un euro amb quinze cèntims, que es mante gairebé per a qualsevol tiratge.

Quadre de costos d' impremta de la revista de venda en euros (sense IVA)

Quantitat	Preu	Preu unitari
5 000	6.196,45 €	1,24 €
10 000	11.483,70 €	1,15 €
15 000	17.198,42 €	1,15 €
20 000	22.898,12 €	1,14 €
25 000	28.588,21 €	1,14 €
30 000	34.271,47 €	1,14 €
35 000	39.949,56 €	1,14 €
40 000	45.623,55 €	1,14 €
45 000	51.294,20 €	1,14 €
50 000	56.962,04 €	1,14 €
55 000	62.627,49 €	1,14 €
60 000	68.290,88 €	1,14 €
65 000	73.952,44 €	1,14 €
70 000	79.612,39 €	1,14 €
75 000	85.270,90 €	1,14 €
80 000	90.928,11 €	1,14 €
85 000	96.584,14 €	1,14 €
90 000	102.239,10 €	1,14 €
95 000	107.893,07 €	1,14 €

II) Costos de distribució

La distribució de la revista de quioscos és de lluny l'aspecte més difícil d'aquest model. Les distribucions en quioscos són molt cares i un dels costos més importants en pes relatiu de la producció de revistes i premsa en general. A més a més s'ha de tenir em compte que a diferència del model gratuït, la revista de quioscos necessita ser distribuïda a una geografia més ampla que aquella, i que no ens podem limitar a una distribució local com el primer model estudiat. Això comporta un augment molt acusat dels costos de distribució.

En general en llibres i premsa escrita els costos de distribució estan entre el 45% i el 55% del total de costos de producció del producte. Nosaltres per simplificar agafarem els costos de distribució com el 50% del total i els calcularem a partir de tots els altres costos sumats, exceptuant els inicials. Creiem que el 50% està dintre de l'interval especificat i és equitatiu. Això ens donarà una aproximació creïble dels costos totals de distribució de la revista de quioscos.

Un altre punt important de la distribució en quioscos és que totes les revistes que no ha venut el quiosc s'han de retornar a l'empresa que les produeix. Això comporta un cost afegit que és el mateix que ha comportat portar les revistes al quiosc. Per tant de certes unitats el cost de distribució podria ser doble, amb la qual cosa els costos de distribució es podrien veure augmentats en gran quantitat si les vendes fossin inferiors a la nostra producció.

Tiratge	Costos distribució
5000	39.696,45 €
10000	44.983,70 €
15000	50.698,42 €
20000	56.398,12 €
25000	62.088,21 €
30000	67.771,47 €
35000	73.449,56 €
40000	79.123,55 €
45000	84.794,20 €
50000	90.462,04 €
55000	96.127,49 €
60000	101.790,88 €
65000	107.452,44 €
70000	113.112,39 €
75000	118.770,90 €
80000	124.428,11 €
85000	130.084,14 €
90000	135.739,10 €
95000	141.393,07 €
100000	147.046,12 €

Taula de costos totals:

Tiratge	Costos distribució	Cost impremta	Costos fixes	Costos inicials	Cost total
5000	39.696,45 €	6.196,45 €	33.500,00 €	2.204,20 €	81.597,10 €
10000	44.983,70 €	11.483,70 €	33.500,00 €	2.204,20 €	92.171,60 €
15000	50.698,42 €	17.198,42 €	33.500,00 €	2.204,20 €	103.601,04 €
20000	56.398,12 €	22.898,12 €	33.500,00 €	2.204,20 €	115.000,44 €
25000	62.088,21 €	28.588,21 €	33.500,00 €	2.204,20 €	126.380,62 €
30000	67.771,47 €	34.271,47 €	33.500,00 €	2.204,20 €	137.747,14 €
35000	73.449,56 €	39.949,56 €	33.500,00 €	2.204,20 €	149.103,32 €
40000	79.123,55 €	45.623,55 €	33.500,00 €	2.204,20 €	160.451,30 €
45000	84.794,20 €	51.294,20 €	33.500,00 €	2.204,20 €	171.792,60 €
50000	90.462,04 €	56.962,04 €	33.500,00 €	2.204,20 €	183.128,28 €
55000	96.127,49 €	62.627,49 €	33.500,00 €	2.204,20 €	194.459,18 €
60000	101.790,88 €	68.290,88 €	33.500,00 €	2.204,20 €	205.785,96 €
65000	107.452,44 €	73.952,44 €	33.500,00 €	2.204,20 €	217.109,08 €
70000	113.112,39 €	79.612,39 €	33.500,00 €	2.204,20 €	228.428,98 €
75000	118.770,90 €	85.270,90 €	33.500,00 €	2.204,20 €	239.746,00 €
80000	124.428,11 €	90.928,11 €	33.500,00 €	2.204,20 €	251.060,42 €
85000	130.084,14 €	96.584,14 €	33.500,00 €	2.204,20 €	262.372,48 €
90000	135.739,10 €	102.239,10 €	33.500,00 €	2.204,20 €	273.682,40 €
95000	141.393,07 €	107.893,07 €	33.500,00 €	2.204,20 €	284.990,34 €
100000	147.046,12 €	113.546,12 €	33.500,00 €	2.204,20 €	296.296,44 €

III) Costos de publicitat

En aquest model ens entra un nou cost que és el de publicitat. A diferència dels altres models en la revista de quiosc necessitem donar-nos a conèixer en el públic general per tal de que les vendes fossin les esperades. Aquest cost aniria relacionat amb les projeccions de vendes estimades ja que seria major a mesura que la tirada es fes mes gran.

Per calcular els costos de publicitat de cada nivell de producció necessitaríem estudis de mercat i projeccions de vendes que ens indiquessin quina penetració té cada tipus de publicitat i el seu cost que podria variar molt. També necessitaríem saber quins son realment les tirades potencials que podríem vendre en el mercat per així descartar tirades inviables. Per raons de temps i de coneixement no creiem que puguem tenir tota la informació necessària que es requereix per calcular el cost de publicitat, i per tant deixarem aquest apartat sense calcular.

Sabem que és un apartat crucial pel model de la revista de quiosc, però donat els resultats obtinguts no creiem que canviï la nostra conclusió sobre el model estudiat.

Ingressos per la venda de revistes en quiosc.

En la revista mensual tenim dos fons d'ingressos, els ingressos directes produïts per la venda de la revista i els que generen la venda d'espais per a la publicitat.

Els preus de les revistes de videojocs existents costen al voltant d'uns tres euros si no porten cap suport digital, com es el cas de la revista que proposem. Per tant, plantejarem tres preus per a la revista, a 1€, 2€ i 3€; els preus més barats que els d'equilibri són per poder arribar al major nombre de lectors. A aquests preus s'hi ha de restar els impostos directes (IVA) per poder-los comparar més fàcilment. Així, de 1€ se'n ingressen 0.86; de 2€ se'n ingressen 1,72€ i de 3€; 2.59€.

Tiratge	1 €	2 €	3 €
5000	4.300,00 €	8.600,00 €	12.950,00 €
10000	8.600,00 €	17.200,00 €	25.900,00 €
15000	12.900,00 €	25.800,00 €	38.850,00 €
20000	17.200,00 €	34.400,00 €	51.800,00 €
25000	21.500,00 €	43.000,00 €	64.750,00 €
30000	25.800,00 €	51.600,00 €	77.700,00 €
35000	30.100,00 €	60.200,00 €	90.650,00 €
40000	34.400,00 €	68.800,00 €	103.600,00 €
45000	38.700,00 €	77.400,00 €	116.550,00 €
50000	43.000,00 €	86.000,00 €	129.500,00 €
55000	47.300,00 €	94.600,00 €	142.450,00 €
60000	51.600,00 €	103.200,00 €	155.400,00 €
65000	55.900,00 €	111.800,00 €	168.350,00 €
70000	60.200,00 €	120.400,00 €	181.300,00 €
75000	64.500,00 €	129.000,00 €	194.250,00 €
80000	68.800,00 €	137.600,00 €	207.200,00 €
85000	73.100,00 €	146.200,00 €	220.150,00 €
90000	77.400,00 €	154.800,00 €	233.100,00 €
95000	81.700,00 €	163.400,00 €	246.050,00 €
100000	86.000,00 €	172.000,00 €	259.000,00 €

La segona font d'ingressos seria la publicitat. Els preus per espai són majors que en el model de revista gratuïta, degut a la major difusió segura que té la revista, ja que al ser de pagament s'asseguren la lectura del anunci.

Per calcular els preus de la publicitat hem treballat a partir del preu per anunci de 10 revistes ja existents, calculant el preu del anunci per cada lector. Amb aquesta informació ens podem permetre extrapolar el preu de mercat per cada nivell de tiratge (que també hem distribuït en increments de 5000 unitats).

Per simplificar, hem treballat amb 5 tipus diferents de anuncis: Pàgina completa, mitja pàgina, doble mitja pàgina, doble pàgina i la contraportada; assignant un preu a partir de la corba de regressió de les dades de les 10 revistes existents a cada una d'aquestes 5 categories.

Després de comptabilitzar la publicitat de les 10 revistes ja existents analitzades per definir els ingressos, veiem que normalment dediquen a publicitat entre un 20 i un 25 % de la revista. Per tant nosaltres hem decidit dedicar-hi 20 pàgines més la contraportada, que equival a un 10% de la totalitat de la revista. Així, apart de la contraportada, dediquem a publicitat 1 espais de doble pàgina, 4 espais de pàgina completa, 2 espais de doble mitja pàgina, 20 espais de mitja pàgina i la contraportada.

Per tant els ingressos finals de la revista de venda en quioscs son aquests:

Tiratge	1 €	2 €	3 €
5000	68.781,42 €	73.081,42 €	77.431,42 €
10000	83.039,93 €	91.639,93 €	100.339,93 €
15000	93.869,13 €	106.769,13 €	119.819,13 €
20000	103.148,65 €	120.348,65 €	137.748,65 €
25000	111.522,55 €	133.022,55 €	154.772,55 €
30000	119.295,13 €	145.095,13 €	171.195,13 €
35000	126.636,22 €	156.736,22 €	187.186,22 €
40000	133.650,94 €	168.050,94 €	202.850,94 €
45000	140.409,25 €	179.109,25 €	218.259,25 €
50000	146.960,20 €	189.960,20 €	233.460,20 €
55000	153.339,63 €	200.639,63 €	248.489,63 €
60000	159.574,55 €	211.174,55 €	263.374,55 €
65000	165.685,90 €	221.585,90 €	278.135,90 €
70000	171.690,22 €	231.890,22 €	292.790,22 €
75000	177.600,85 €	242.100,85 €	307.350,85 €
80000	183.428,70 €	252.228,70 €	321.828,70 €
85000	189.182,82 €	262.282,82 €	336.232,82 €
90000	194.870,81 €	272.270,81 €	350.570,81 €
95000	200.499,12 €	282.199,12 €	364.849,12 €
100000	206.073,27 €	292.073,27 €	379.073,27 €

Estudi de la viabilitat

Després d'analitzar els costos i els ingressos possibles de la revista podem descartar directament vendre la revista a un preu de 1 € ja que sempre hi ha pèrdues.

En el cas de vendre-la a 2 €, seria viable a partir de 15.000 revistes, però a partir de 85.000 revistes torna a resultar inviable.

A 3 €, a partir d'un tiratge de 10.000 unitats seria viable, però hem de tenir en compte que no hem inclòs els costos de publicitat, que serien molt elevats ja que per a poder entrar en un mercat tan competitiu com és el de les revistes de video-jocs, cal invertir-hi molt per tal d'assegurar les ventes.

Conclusions

Després d'analitzar els tres models; comencem a descartar-ne per trobar el que seria més rendible a efectes pràctics. Amb els resultats obtinguts damunt de paper els tres models proposats son rendibles; però a diferents nivells de tirada i en el cas de la revista a venda a quioscos i a la de subscripció en diferents nivells de preus. Apart d'aquestes variables també hi ha altres variables que son necessàries perquè els models siguin viables; per exemple, els costos per publicitar la revista, les possibilitats de vendre els espais de publicitat depenent del tiratge, etcètera.

El primer model que analitzarem serà el de la revista de subscripció. El primer punt que ens podria rebatre la revista és la dificultat d'aconseguir les subscripcions necessàries perquè el model sigui viable. Si venem la revista a 2€ serien necessàries unes 15.000 subscripcions per aconseguir uns beneficis que assegurassin recuperar la inversió inicial. En el cas de preu a 3€ serien necessàries uns 7.000 números. En el cas de 4€ l'equilibri es mou aproximadament en 4.000 números. Si es poguessin aconseguir aquestes vendes s'aconseguirien uns beneficis mensuals suficients per convertir en el model en viable a llarg termini.

Però també hi ha altres aspectes que ens impedeixen assegurar l'èxit d'aquest model, i que fins i tot poden convertir la viabilitat que es mostra damunt de paper en inviabilitat. El primer fet que pot convertir aquestes dades en inviables és la possibilitat d'aconseguir el nombre de subscripcions mínimes per fer front els costos. En el cas de 4€, pot semblar que aconseguir 4.000 subscripcions es simple; però també s'ha de tenir en compte que és un preu força alt pel model de revista que hem plantejat i que també per aquest preu es poden comprar en quioscos revistes de un major nombre de pàgines i amb continguts més extensos. Per altra banda; per al preu de 2€, tot i que en teoria es el més atractiu per al client; 15.000 subscripcions és una quantitat molt elevada per les aspiracions reals d'aquest model. Així el preu que sembla més viable és el de 3€ per revista amb un tiratge mínim de 7000 unitats, que també seria difícil d'aconseguir però dels tres preus és el més viable.

Un altre dels dubtes importants d'aquest model està en els ingressos en publicitat. Això es degut a la poca fiabilitat de les dades a nivells baixos de tirada degut al seu origen. Els preus estan trets a partir dels preus de la publicitat en les revistes de quioscos ja existents, i com que no hi ha en quioscos cap revista amb un tiratge inferior a 20.000, no tenim dades per a que la corba de regressió entre la tirada i els

diferents preus de la publicitat afinin gaire a nivells baixos de tirada. Per tant, els preus que proposem per a la publicitat són superiors als preus que moltes empreses estarien disposades a pagar.

En el model de venda a quioscos, tot i que aparentment es rentable a certs nivells de preus i tiratges, hi ha un fet que el converteix, segurament, en el model més inviable dels tres.

Com em mencionat anteriorment, el mercat de revistes de video-jocs és de difícil accés. Per aconseguir entrar-hi seria necessària un important inversió inicial en publicitat, per donar-se a conèixer. En els altres models això no era necessari ja que el gratuït és molt probable que el clients potencials agafin la revista en el moment que els hi ofereixin i en el model de subscripció la plataforma de llançament era la pàgina web. Però en el cas de la revista de venda als quioscos, la publicitat de la pàgina web no és suficient. Per això seia necessària una important inversió inicial per tal d'arribar a un número suficient de clients potencials. Actualment la publicitat és excessivament cara donades la nostra disponibilitat d'inversió. Una simple campanya composta per quatre anuncis de publicitat en paper combinada amb publicitat a Internet fàcilment pot arribar als 120.000€.

Aquest fet sumat a la necessària inversió que comporta tirar endavant un projecte de tan gran envergadura, implicaria tenir unes fons inicials molt elevats que no acostumen a estar a mans de un particular, o com en aquest cas, el propietari d'una pàgina web.

Un altre factor a considerar és la publicitat en la nostra revista. Com que l'entrada al mercat és complicada, seria difícil aconseguir publicitat fins que no tinguéssim un nom i un nombre de clients important, ja que els possibles anunciants poden trobar revistes similars amb preus de publicitat similars que ja tenen un mercat efectiu. Per tant, l'absència de publicitat en els primers números concorreria unes pèrdues molt importants i difícils de recuperar a curt termini.

També hi ha el fet de la falta de possibles lectors en un mercat que està en retrocés; i si l'entrada al mercat no es fes correctament, les possibilitats de fracàs serien gairebé segures. Tot i que l'entrada es fes de forma correcta, hi continuaria havent-hi la possibilitat de fracassar en la creació de la revista, amb les pèrdues que això comportaria.

Per tant descartem aquets model per l'elevada necessitat d'inversió en publicitat i en les altes possibilitats de fracàs que comporta la creació d'una nova revista de videojocs de venda a quioscos.

Per últim, el model que ens sembla més viable dels tres que hem analitzar seria el de revista gratuïta. Creiem que aquest és el model que comporta menys riscos, ja que és el que té les necessitats d'inversió menors i, per tant, el nivell de possibles pèrdues es menor. Un altre dels punts forts d'aquest model és la possibilitat d'escriure la revista amb els continguts de la web; cosa que ens estalvia un cost important, el dels redactors.

En la publicitat, hi ha el risc de no aconseguir prous anunciants per cobrir tots els costos de la revista, ja que la publicitat és l'única font d'ingressos. En teoria, amb els preus i els tiratges que plantejem, és atractiu anunciar-se en la nostra revista, degut a els preus son inferiors als de mercat. L'anunciant també tindria la seguretat d'arribar a un públic adequat per les seves necessitats, ja que és un tema molt específic i es repartiria en llocs adequats per aconseguir que la revista arribés a un públic nombrós i homogeni.

Així, repartint 50.000 revistes (quantitat que pot semblar molt elevada però que és perfectament factible) tindriem uns beneficis suficients per fer front a totes les despeses i per aconseguir un marge de beneficis acceptable, convertint així el model gratuït en el més fiable dels tres proposats.

Agraïments

En primer lloc agrair al propietari de la web (www.ps2vicio.com) que ens hagi facilitat les dades que necessitàvem per la realització del treball.

També volem agrair a les empreses d'impremta, distribució i publicitat que ens han facilitat dades amb les quals hem pogut aproximar els preus de la nostra revista.

Agrair també a diverses revistes ja existents que ens han servit de model i inspiració per als nostres projectes.

Volem també mencionar l'ajuda del Gabinet d'Estudis Jurídics V&V per orientar-nos amb la correcta obtenció dels costos legals de la revista.

Finalment agrair l'ajuda d'Antoni Bosch que ens ha atès amablement totes les vegades que hem requerit la seva ajuda per encaminar correctament el treball.

Bibliografia

Per a l' estudi del mercat actual en paper:

- Organización de justificación de la difusión (OJD) www.ojd.es

Per al càlcul dels ingressos:

- “Resum general, Audiència general de medis”, Abril 2006-març 2007. www.aimc.es
- Tarifes de publicitat 2007. diari “ADN” www.diarioADN.com
- Tarifes de publicitat 2007. diari “20 minutos”. www.20minutos.es
- Tarifes de publicitat 2007. diari “Metro” www.diariometro.es
- Tarifes de publicitat 2007. “Computer Hoy”, “Computer Juegos”, “Hooby consolas”, “Micromania”, “Playmania” i “Nintendo Acción”. www.axelspringer.es
- Tarifes de publicitat 2007. “Pc Plus”, “Playstation”. www.grupozeta.es

Per al càlcul dels despeses:

- Càlcul del cost de maquetació www.hazistoria.net
- Càlcul de les despeses de personal www.infojobs.net
- Càlcul dels preus de mobiliari i material d'oficina www.ofiline.com
- Càlcul dels preus de les videoconsoles www.game.es
- Càlcul dels preus d' impremta www.igrafic.com
- Càlcul dels enviaments per correu www.correus.com
- Càlcul de les despeses de distribució www.avis.es i www.sgel.es

