



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Alcoy

PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE TAREAS

Trabajo Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

AUTOR/A: López Juan, Miguel

Tutor/a: Golf Laville, Emilio Jesus

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023

Título:

PLAN DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE TAREAS

Resumen:

Cumplir todas tus tareas de manera organizada, con éxito y a tiempo es una barrera para gran parte de la sociedad. Hoy en día, todo el mundo tiene quehaceres pendientes y resulta verdaderamente complicado organizarse y tener en cuenta las circunstancias del día a día. En los últimos años, España refleja los daños relacionados con la presión que supone la gestión del día a día: alto consumo de ansiolíticos, estrés, insomnio, depresión, obsesión, suicidios...

Con el objetivo de ayudar a paliar este problema, el presente TFG se orienta al análisis de viabilidad del desarrollo de una aplicación llamada "Homework Help", concebida como una app de gestión/administración de calendario con el objetivo de ayudar al usuario a lidiar y hacer posible sus metas. La intención de esta es que el usuario introduzca en la app su tarea y la categorice mediante una serie de valores y características dependiendo de la importancia, el plazo, con que guarda relación (vida, trabajo, deporte, familia, casa...), de quien depende...y, más adelante, podrá ir gestionando para ponerle una situación de realizado, posponer, marcarla para revisar cada cierto tiempo, añadir anotaciones, etc.

Gracias a esta app se pretende que el usuario controle su camino y gane seguridad, paz, tranquilidad, éxito, evolución. En este entorno de constante cambio, se necesita una herramienta que haga el camino más llevadero para poder llevar la vida a un ritmo acertado.

En este TFG, pues, se pretende desarrollar el plan de negocio de la aplicación, contemplando aspectos como el análisis de viabilidad de la idea planteada, el plan estratégico y de marketing y el análisis económico y financiero de la creación del modelo de negocio planteado.

Palabras clave:

Plan de Negocio; análisis de mercado; marketing; aplicación móvil; gestión del tiempo

BUSINESS PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF AN APPLICATION FOR TASK MANAGEMENT

Abstract:

Fulfilling all your tasks in an organized, successful, and timely manner is a barrier for a large part of society. Today, everyone has pending tasks and it is truly difficult to organize and consider the circumstances of day to day. In recent years, Spain has reflected the damage related to the pressure of day-to-day management: high consumption of anxiolytics, stress, insomnia, depression, obsession, suicide...

With the aim of helping to alleviate this problem, this TFG is oriented to the feasibility analysis of the development of an application called "Homework Help", conceived as a calendar management/administration app with the aim of helping the user to deal and make your goals possible. The intention of this is for the user to enter their task in the app and categorize it through a series of values and characteristics depending on the importance, the term, with which it is related (life, work, sport, family, home...) , on whom it depends... and, later on, you can manage to put a completed situation on it, postpone it, mark it to review it from time to time, add annotations, etc.

Thanks to this app, it is intended that the user control his path and gain security, peace, tranquility, success, evolution. In this ever-changing environment, a tool is needed to make the journey smoother to lead life at the right pace.

In this TFG, therefore, it is intended to develop the business plan of the application, contemplating aspects such as the feasibility analysis of the proposed idea, the strategic and marketing plan, and the economic and financial analysis of the creation of the proposed business model.

Keywords:

Business plan; market analysis; marketing; mobile app; time management

PLA DE NEGOCI PER AL DESENVOLUPAMENT D'UNA APLICACIÓ PER A L'ADMINISTRACIÓ DE TASQUES

Resum:

Complir totes les teues tasques de manera organitzada, amb èxit i a temps és una barrera per a gran part de la societat. Hui en dia, tothom té quefers pendents i resulta veritablement complicat organitzar-se i tindre en compte les circumstàncies del dia a dia. En els últims anys, Espanya reflecteix els danys relacionats amb la pressió que suposa la gestió del dia a dia: alt consum d'ansiolítics, estrés, insomni, depressió, obsessió, suïcidis...

Amb l'objectiu d'ajudar a pal·liar aquest problema, el present TFG s'orienta a l'anàlisi de viabilitat del desenvolupament d'una aplicació anomenada "Homework Help", concebuda com una app de gestió/administració de calendari amb l'objectiu d'ajudar l'usuari a bregar i fer possible les seues metes. La intenció d'aquesta és que l'usuari introduísca en l'app la seua tasca i la categoritze mitjançant una sèrie de valors i característiques depenent de la importància, el termini, amb què guarda relació (vida, treball, esport, família, casa...), de qui depén...i, més endavant, podrà anar gestionant per a posar-li una situació de realitzat, posposar, marcar-la per a revisar cada cert temps, afegir anotacions, etc.

Gràcies a aquesta app es pretén que l'usuari controle el seu camí i guanye seguretat, pau, tranquil·litat, èxit, evolució. En aquest entorn de constant canvi, es necessita una eina que faça el camí més suportable per a poder portar la vida a un ritme encertat.

En aquest TFG, doncs, es pretén desenvolupar el pla de negoci de l'aplicació, contemplant aspectes com l'anàlisi de viabilitat de la idea plantejada, el pla estratègic i de màrqueting i l'anàlisi econòmica i financera de la creació del model de negoci plantejat.

Paraules clau:

Pla de Negoci; anàlisi de mercat; màrqueting; aplicació mòbil; gestió del temps



ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN GENERAL.....	8
1.1. Datos Generales de la Empresa.....	9
1.2. Descripción General de la Oportunidad de Negocio.....	9
1.3. Evaluación Comparativa de Productos / Servicios.....	10
1.4. Análisis del Entorno.....	12
1.4.1. Análisis Macroentorno.....	12
1.4.2. Análisis del Microentorno.....	18
1.4.3. Matriz DAFO.....	22
1.5. Tecnologías Requeridas.....	24
2. PLAN DE SERVICIO.....	25
2.1. Descripción del Servicio.....	26
2.2. Aportaciones del Servicio.....	27
2.3. Costes del Servicio.....	28
2.4. Políticas de Marketing.....	31
3. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	35
3.1. Descripción del Mercado.....	35
3.1.1. Análisis de la encuesta.....	37
3.1.2. Aportaciones sobre la muestra.....	38
3.1.3. Perfil y factores de la encuesta.....	38



3.2.	Análisis de la competencia	41
3.3.	Facturación Prevista	42
3.4.	Plan de Ventas.....	42
4.	PLAN DE INVERSIÓN	43
4.1.	Localización de la Empresa.....	43
4.2.	Inversión Necesaria	44
4.3.	Existencias	47
5.	PLAN ECONÓMICO / FINANCIERO.....	47
5.1.	Balance de Situación	47
5.2.	Cuenta de Pérdidas y Ganancias	50
5.3.	Plan de Tesorería.....	51
6.	ORGANIZACIÓN Y PERSONAL	52
6.1.	Organigrama de la Empresa	52
6.2.	Costes del Personal	53
7.	CONCLUSIONES	54
8.	BIBLIOGRAFIA.....	56
	Bibliografía	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos base de la empresa-----	9
Tabla 2: Evaluación comparativa de servicios-----	11
Tabla 3: DAFO -----	23
Tabla 4: Elementos del inmovilizado-----	45

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: IPC en España	14
Ilustración 2: Parados.....	15
Ilustración 3: Distribución por edades en España.....	16
Ilustración 4: Mapa de empatía	20
Ilustración 5: El impacto digital mundial.....	24
Ilustración 6: Logo aplicación.....	31
Ilustración 7: Cantidad que estaría dispuesto a pagar.....	39
Ilustración 8: Problemas de estrés o ansiedad	40
Ilustración 9: Tiempo habitual de planificación de una tarea.....	40
Ilustración 10: Ubicación de la oficina	43
Ilustración 11: Oficina	44
Ilustración 12: Costes Primer año	45
Ilustración 13: Balance	47
Ilustración 14: Fondo de maniobra	48
Ilustración 15: Evolución del Fondo de Maniobra	49
Ilustración 16: VAN.....	49
Ilustración 17: Gráfico año1	50



Ilustración 18: Cuadro de pérdidas y ganancias.....	50
Ilustración 19: Cuadro de tesorería.....	51

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

En todo el mundo encontramos personas con sueños y con un camino lleno de piedras para conseguirlos, esta aplicación tiene el propósito de ayudar a la gente a tener una buena visión de sus metas los y pasos que él se ha ido imponiendo para llegar. De esta manera, se trata de mejorar la vida de la gente y disipar los problemas que acarrea el fracaso.

Respecto a la monetización de la app de administración de tareas al usuario, se incluirán una gama de opciones accesibles por una aportación anual o bimensual donde se incluirán desde meras mejoras en la app hasta la disposición de un secretario privado.

El objetivo es conseguir aumentar los buenos resultados en la gente y luchar por una sociedad más prospera. De esta manera, se paliarán problemas de estrés y ansiedad, tan frecuentes en estos últimos años, ya que los usuarios verán sus progresos en aspectos tan distintos como su productividad, el grado de ejecución de sus proyectos, reorientación laboral, más afiliación, cumplimiento de objetivos de estudios, etc. El usuario objetivo abarca un abanico sin límites, aunque sería más conveniente para la utilización en estudiantes y empresarios, debido al enfoque de la app y los conocimientos que dispone el promotor.

La aplicación te permitirá: asociar el tiempo atmosférico real por cubrir cualquier imprevisto, medir el tiempo transcurrido en la aplicación en distintos rangos para que el usuario sea consciente de su empeño, tener en cuenta funciones cotidianas como la compra o la cocina con el objetivo de subsanar olvidos y ayudar a tener una alimentación adecuada, disponer de acceso directo a calculadora, por si surgiera algún cálculo, tener en cuenta por quién/por qué luchas con tal de motivar, etc. Estas son algunas de las ideas de aspectos que se busca afrontar.

Según las noticias que leemos en los últimos tiempos, nos percatamos de que en España existen problemas mentales que se podrían llegar a solucionar con el rol de conseguir un propósito y la estructuración adecuada de los pasos, tales como: el suicidio, la ansiedad, las adicciones, etc.

Con una correcta gestión de la vida, mediante una gestión adecuada de la agenda y las metas personales, se puede llegar a conseguir tranquilidad, más tiempo libre, mejor salud, mejor disposición monetaria, éxito deportivo o empresarial entre otros. Aspectos que harían más llevadera la vida de la gente y mejorarían nuestra sociedad.

Esta idea surgió con el objetivo de dar apoyo a las personas en su orientación al éxito, por ello, está más orientada un perfil de persona trabajadora, que en ocasiones siente pereza o procrastina y, esto, le hace sentir ansiedad. De este modo, con la app de gestión de tareas se trata de orientar al usuario en su consecución, para que logre confianza, y consolidación de una figura resiliente hacia la prosperidad.

1.1. Datos Generales de la Empresa

En la siguiente tabla se muestran aspectos clave relacionados con el modelo de negocio.

TABLA 1: DATOS BASE DE LA EMPRESA

Nombre de la aplicación	Homework Help
Domicilio social	Alameda Camilo Sesto 74, Alcoy
Número de socios	1
Teléfono de contacto	603480969
Fecha inicio actividad	Previsto para principios del 2024

Fuente: Elaboración Propia

1.2. Descripción General de la Oportunidad de Negocio

Todos los días nos encontramos a gente perdida en una nube de responsabilidades, que bien llegan tarde o bien ni si quiera llegan a culminar sus objetivos en la vida. La salud mental sigue empeorando, en parte, por problemas ligados con la perseverancia y el éxito dado que la gente se preocupa en exceso por sus tareas. La organización y visualización del camino resulta fundamental para llegar a la autorrealización personal y profesional. (TeleMadrid, 2023)

Con esta aplicación, el usuario podrá disponer de un sistema que le ayude a estructurar sus tareas y así ir acercándose a un mejor estilo de vida, donde tenga la cabeza para sus placeres cuando termine de “trabajar”, tenga más tiempo libre, consiga mayor focalización para batir sus metas, etc.

El cliente prototipo de esta aplicación puede ser cualquiera preocupado, por su organización diaria, luchador y orientado hacia su autorrealización. Si se quisiera prever un margen por edad este se establecería entre 18 y 60 años, debido a que la necesidad de agenda se agudiza cuando una persona suele empezar a trabajar y tener dificultades con la vida o estudios, y termina con la edad en la que uno ya se ha estabilizado y goza de hábitos asentados en su experiencia/sabiduría para lidiar con su día a día.

En este caso habrá una única línea de negocio hacia la que se orienta la aplicación, dado que resulta imposible abarcar un abanico tan amplio de clientes dispondremos de un medio abierto a cualquiera, pero centrado más en estudiantes de grado o máster, padres/madres cabezas de familia, empresarios/as o trabajadores/as y aficionados/as al deporte.

La app contará con opciones para enfocar el propósito del usuario e ir progresando poco a poco hasta alcanzarlo, fortaleciendo, con ello, la perspectiva frente a los retos, haciendo que el estado de ánimo sea más ambicioso y feliz, al alcanzar sus metas.

1.3. Evaluación Comparativa de Productos / Servicios

A continuación, se han buscado algunas apps de la competencia con el objetivo de comparar las funciones y aspectos que cubren las mismas, respecto a la nuestra. En la siguiente tabla se aprecian cualidades e impedimentos tanto para nuestra app como para las que se han considerado más relevantes.

TABLA 2: EVALUACIÓN COMPARATIVA DE SERVICIOS

Nombre de la app o lugar	Factores de éxito	Factores de fracaso
Any.Do Google Tasks	-Interactivo y con buenas ideas de predeterminación	-Similitud con aplicación bastante conocida por el público
Asana Trello	-Enfoque alrededor de un propósito	-Autonomía del público
Google Keep Habitica	-Permite que el usuario se distraiga y se generen emociones	-Limitación de acciones que se ofrecen
Monday.com	-Capacidad de adaptación a las herramientas básicas	
Homework Help Planner	-Facilidad de uso -Ajuste al cliente	-Desconocimiento del sector
Microsoft to Do Todoist	-Funciones diversas para buscar cubrir la necesidad al máximo	-Similitud con aplicación bastante conocida por el público
Notion	-Versatilidad de almacenamiento	-Mucha competencia
Omnifocus Things3	-Impacto positivo y popularidad -Buena interfaz para evitar el caos en el usuario	-Exclusividad
TickTick	-Buena interfaz para evitar el caos en el usuario	-Dejar de lado una visión amplia
WorkFlowy	-Familiaridad y sensaciones atrayentes	-Imposición de barreras que pueden ralentizar al usuario

Fuente, Elaboración propia a partir de datos de : (Xataka, 2023)

1.4. Análisis del Entorno

1.4.1. Análisis Macroentorno

El macroentorno está compuesto por un conjunto de factores a los cuales las empresas se amoldan para estar vivas. Es diferente dependiendo del tipo de empresa o lugar geográfico en el que se instale y representa las condiciones que conciernen el ámbito donde va a introducirse la empresa, que han surgido por el transcurso del tiempo y por un cúmulo de actuaciones humanas. Al ser externa, la empresa no puede cambiarlas, pero sí adaptarse.

1.4.1.1. Análisis PEST

Para llevar a cabo un análisis del macroentorno se va a utilizar la herramienta PEST, la cual analiza factores político-legales, económicos, socioculturales y tecnológicos que influyen en la empresa. El principal objetivo del PEST es identificar las variables externas que pueden llegar a tener impacto o ya tienen impacto en cierta medida en la actividad empresarial. Todo esto con el objetivo de detectar amenazas y oportunidades que nos ofrece el entorno. (Champman, 2004)

POLÍTICO- LEGAL

- Cumplimiento de requisitos legales para poder sacar la app al mercado (Permisos, licencia, condiciones de uso, derechos propios y de terceros, funcionalidades lícitas, privacidad, geolocalización, información, cookies, mercados y publicidad). Dificultan el lanzamiento y buen desarrollo de la app en sus facetas, además supondrán una inversión en costes fijos y variables. AMENAZA (Emprendedores, 2023)
 - Cambios legales para la creación de empresas LEY STARTUPS y LEY CREA Y EMPRENDE. Fomentan la creación y el desarrollo de nuevas empresas innovadoras y tecnológicas, así como facilitan su acceso a financiación y su crecimiento a nivel internacional. Además, ayudan a reducir la carga administrativa y gracias a la flexibilización de la contratación laboral da lugar a una fuente de talento.
- OPORTUNIDAD**

- Subvenciones a la iniciativa emprendedora por parte del Gobierno Español, se apoya el desarrollo y existe la posibilidad de acceder a donaciones de dinero si se cumplen una serie de requisitos acompañados por la documentación adecuada. OPORTUNIDAD (SEPE, 2023)
- Cambios en los tipos de contrato laborales, ahora cada situación laboral debe encajarse en un tipo de contrato y con la características y condiciones de estos un error puede crear grandes debilidades en tu organización. AMENAZA
- El obligatorio registro de las horas trabajadas por los trabajadores resulta complicado para llevar un seguimiento de la aportación de un trabajador a un negocio online, donde podría realizar el trabajo telemáticamente y se tendrían que imponer pequeñas metas por establecer un ritmo de trabajo y así poder medir las horas trabajadas. AMENAZA
- El aumento del salario mínimo interprofesional implica un aumento de los costes laborales en momentos donde se necesita financiación por impulsar el crecimiento del nuevo negocio. AMENAZA

ECONOMICO

- La inflación sigue subiendo, lo cual supone un impedimento a la hora de monetizar la aplicación, además se encuentra en unos valores por encima de sus niveles normales y tardará varios años en estar en un margen aceptable. La gente se preocupa por los altos precios de la comida y energías, y muchas personas están sobreviviendo a la situación con ayudas públicas o tirando del ahorro generado durante la pandemia. AMENAZA

ILUSTRACIÓN 1: IPC EN ESPAÑA



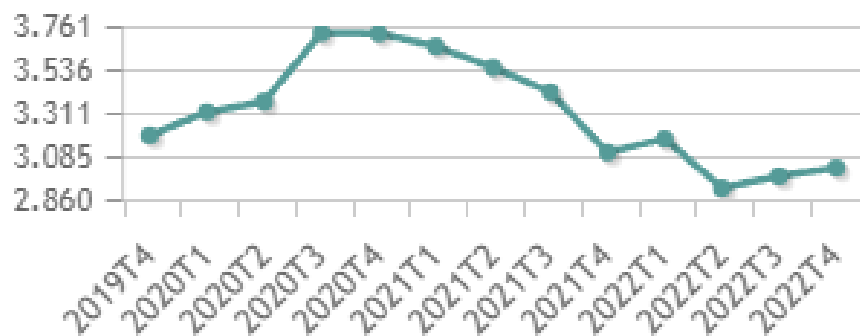
Fuente: (Sánchez, 2023)

- El desembolso en aplicaciones creció en 2021 a nivel mundial, factor que puede ayudar a la monetización, aunque se ha demostrado que el aumento del gasto cabe en una serie determinada de apps por lo general y, se deberá realizar una fuerte campaña de marketing para atraer al cliente y convencerle de nuestras prestaciones. OPORTUNIDAD y AMENAZA (Xataka, 2023)
- Mediante el crecimiento del PIB surgen más facilidades de inversión debido a la imagen de una economía atractiva lo cual puede significar un impulso para la aplicación. OPORTUNIDAD
- El empleo ha experimentado muchos cambios impulsados por la tecnología, las demandas de los trabajadores y las necesidades de las empresas. Ahora el trabajador puede compatibilizar mejor su vida personal y profesional, tiene una relación más estrecha con las habilidades tecnológicas, adquiere más autonomía y responsabilidad, se desenvuelve en un ambiente donde se valora y respeta. Mediante estas facetas se crea un trabajador más resiliente y ambicioso. OPORTUNIDAD



- Las Ayudas Next Generation de la UE dotan a España de fondos para construir un futuro más sostenible apoyando la inversión, promoviendo una perspectiva ecológica y digital. El fondo REACT-EU forma parte de esta campaña y se caracteriza por una mayor flexibilidad y agilidad en su ejecución. OPORTUNIDAD
- La tasa de paro ha descendido, pero sigue siendo alta, debido al enfoque de nuestra app para las personas ocupadas existiría una buena condición. La aplicación puede hacer más fácil conseguir trabajo, pero no sería mejor ya que se obtiene más provecho de la app. OPORTUNIDAD (se está hablando del paro en España).

ILUSTRACIÓN 2: PARADOS

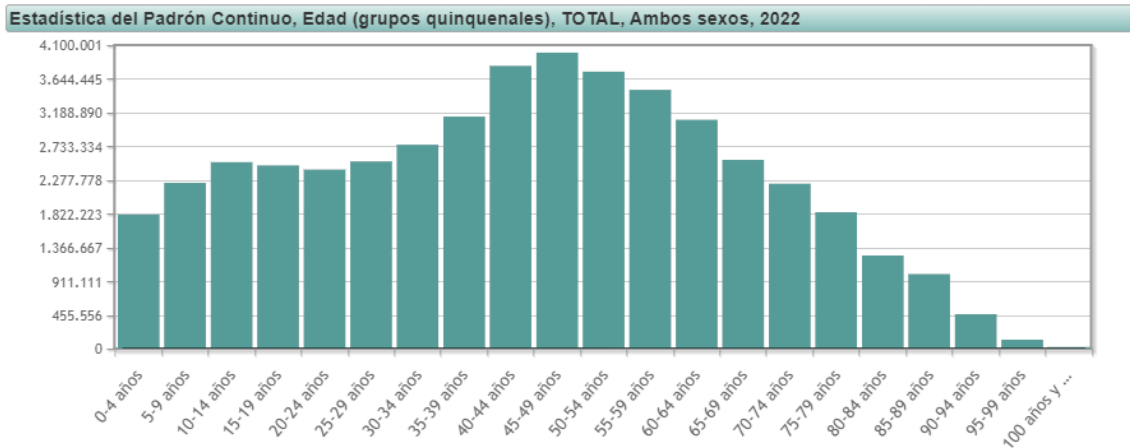


Fuente: (INE, 2023)

SOCIOCULTURAL

- La distribución de la población según la edad hace ver donde existe mayor población (18-49). Este sector tiene más facilidades y aceptación a la tecnología, además suponen el motor del cambio hacia la prosperidad. OPORTUNIDAD

ILUSTRACIÓN 3: DISTRIBUCIÓN POR EDADES EN ESPAÑA



Fuente: (INE, 2023)

- El COVID 19 cambió la manera de vivir de la gente y aunque ahora ha pasado tiempo, existen secuelas debido a que hubo cambios en el estilo de vida o aumento de los problemas mentales entre otros. Estos factores se reflejan en la aplicación con el objetivo de buscar superación o estabilidad y, la preocupación por mejorar la salud. OPORTUNIDAD
- La percepción del tiempo puede significar un problema, cuando estamos aburridos o pasamos ansiedad el tiempo transcurre más lentamente. Factor que influye en el desarrollo de la app, puesto que se persigue ayudar al usuario a gestionar mejor su tiempo y dinamizar sus actividades. De esta manera la ansiedad y el aburrimiento estarán más controlados. OPORTUNIDAD (F.Cores, 2020)

- La educación debido a que el porcentaje de la población joven con estudios universitarios se encuentra al alza en los últimos años, además empresariales y administración son de los estudios más cursados. Ayudará a la aplicación por el principal enfoque en los estudiantes universitarios y personas con un cargo importante en la empresa, puesto difícil de conseguir sin unos buenos estudios previos. OPORTUNIDAD (CSC, 2023)

TECNOLÓGICO

- En España en 2021 se realizó un estudio que dio a conocer una media de 7 dispositivos conectados por habitante y en el mundo el 67% de la población tenía teléfono móvil en 2022. Cabe tener en cuenta que la app se podrá adaptar a modelos de móvil económicos o más viejos y simples, dado que gran parte del mundo tiene un. OPORTUNIDAD (Bit Life media, 2023) (we are social, 2023)
- La adicción a las pantallas es un factor de riesgo cardiovascular. El uso de aplicaciones aumenta la dependencia de la tecnología, lo que fomenta el sedentarismo y fomenta mala alimentación que deriva en problemas de salud. AMENAZA (Mouzo, 2023)
- Surgimiento de técnicas por potenciar la autonomía de la persona y evolución en un entorno menos tecnológico. En los últimos años, están apareciendo apps de memoria, mejora de atención, afrontamiento de problemas, iniciativas sociales, etc. En definitiva, esta tendencia puede suponer un problema para el desarrollo de este proyecto, dado que pueden hacer que el usuario deje de necesitar, o utilice menos las aplicaciones para la administración de tareas. AMENAZA (ReasonWhy, 2023)

1.4.2. Análisis del Microentorno

Mediante el análisis de microentorno se destaca minuciosamente el entorno detallado más próximo a la idea de negocio, donde ejecutara su propósito. Tiene la finalidad de encontrar oportunidades y amenazas estudiando sus factores. Para realizarlo, se aplicará el modelo de las 5 fuerzas de Porter.

1.4.2.1.5 Fuerzas de Porter

Este modelo se basa en el análisis de posibles productos sustitutivos, el análisis de los clientes, de los competidores y de los proveedores. (E.Porter, 1990)

PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Se trata de productos que son capaces de satisfacer el mismo fin que nuestro producto. no hace falta que llegue a cubrir la necesidad del consumidor totalmente, pero sí que para este sea lo mismo consumir un producto que otro.

En este proyecto, al tratarse de una aplicación de ayuda a la organización con la finalidad de administrar las tareas, existen productos sustitutivos simples y otros más elaborados.

Productos sustitutivos simples: Un folio o un post it, una agenda, un calendario, un Word o un Excel, tener buena memoria.

También el reflejo de algunos de los mencionados anteriormente mediante un dispositivo electrónico. (Tabla 2:Evaluación comparativa de servicios)

En definitiva, cualquier lugar donde se pueda anotar de forma estructurada puede servir para reemplazar nuestra app, pero dependerá de las facultades del usuario y la acumulación/complejidad del trabajo que le atañe. Es ahí donde se posicionaría nuestra app con tal de facilitar la misión al cliente.

Cabe mencionar que existe riesgo de obsolescencia debido al surgimiento de técnicas para potenciar la autonomía de la persona, mediante estas mejorará la capacidad de afrontar las

tareas del usuario, pero dependerá de la confianza y su empeño.

PROVEEDORES

El proveedor es capaz de suministrar los productos que necesitamos para llevar a cabo nuestra actividad. La compañía recurrirá a la subcontratación donde existe una amplia gama de posibilidades y combinaciones para llevar a cabo nuestra propuesta. El poder de negociación recae de nuestro lado dado que podremos negociar precios, plazos de entrega, características del servicio. En definitiva, se ofrecen una gran cantidad de medios de desarrollo a la espera de una idea que les permita ejecutar un plan.

CLIENTES

El cliente goza de un amplio surtido de aplicaciones y medios para satisfacer su necesidad, por lo que habrá que convencerle para que acuda a nosotros. Sin embargo, dado que el modelo de negocio es el desarrollo de una app, que tiene un bajo coste, la incidencia de un solo cliente en la empresa es nula. Es decir, el cliente dispondrá de la app en las dos plataformas más extendidas (IOS y Android) y su capacidad de negociación individual con la empresa es nulo.

En cualquier caso, dadas las características de nuestro producto podríamos especificar unos rasgos del cliente que se comprenderán por lo general en la vida de la app: fiel, detallista, racional, reservado, autosuficiente, ocupado, insatisfecho. Estos perfiles pueden dificultar el camino o significar un punto de apoyo para continuar. Por ello, la empresa mediante el marketing tendrá que conocer su comportamiento y buscar la mejor manera de adaptarse para mantenerlos y seguir ofreciendo nuestro producto para crecer. (HubSpot, 2023)

En este sentido, tal y como se ha analizado en el apartado dedicado al PEST, se puede esperar un incremento de la clientela debido a la complejidad creciente del mundo que nos rodea. Si conseguimos que este tipo de cliente se percate de nuestra presencia, pruebe nuestra app y esté satisfecho con ella, el consumo puede crecer rápidamente.

El cliente prototipo se centra en una persona con un mar de barreras que tiene que superar para sentirse realizado y con la mente en calma. La aplicación proporcionará herramientas al usuario con tal de plasmar facilidad, dinamismo y superación. Por ello, la app se intentará ceñir a los requerimientos del cliente de la manera más precisa para aportarle utilidad y paz.

Por tratar de conocer mejor al cliente se presenta el mapa de empatía:

MAPA DE EMPATÍA

Esquema visual con preguntas sobre el cliente objetivo ideal del servicio determinado de nuestra empresa, nos ayuda a comprender el modelo de cliente y así cubrir sus necesidades de la manera más completa.

ILUSTRACIÓN 4: MAPA DE EMPATÍA



Fuente: Elaboración propia

COMPETIDORES POTENCIALES

El interés en el sector se encuentra bastante explotado dado que existe un gran abanico de aplicaciones que cumplen las necesidades de forma diferente y el usuario ha encontrado el producto para él. Las empresas nuevas tienen, por tanto, la barrera de tratar de convencer de las características que dispone para llenar demandas insatisfechas con funcionalidades que aporten satisfacción al cliente.

Además, los desarrolladores de aplicaciones y software de gestión de agenda pueden ofrecer soluciones personalizadas para diferentes tipos de usuarios, desde individuos hasta pequeñas y grandes empresas. Esto permite a los desarrolladores llegar a un mercado amplio y diverso con diferentes necesidades y requisitos.

Sin embargo, como en cualquier mercado, el éxito en el mercado de aplicaciones y software de gestión de agenda dependerá de varios factores, como la calidad de la solución ofrecida, la capacidad de la empresa para llegar a los clientes adecuados, la capacidad de innovar y adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado, entre otros.

Muchos de nuestros competidores representan un servicio que aporta una gran empresa por tanto disponen de mejores garantías para evolucionar y amarrar al cliente.

COMPETIDORES EN EL SECTOR

La exigencia que se necesita para llegar a tener éxito. Esa es la verdadera raíz de la necesidad que se cubre, cada vez se busca dotar de más facultades y estar más preparados para el cambio y para estar dispuestos ante el transcurso de la actividad.

Algunos podrían pensar que una app nacida en América del norte tiene más facilidades para crecer debido a que las grandes industrias tecnológicas se concentran allí, pero dada la evolución del sector y los medios de los que disponemos existen muy pocas zonas donde no se disponga de herramientas para ir ascendiendo poco a poco de una manera u otra.

Cada vez a la gente le cuesta más conformarse, el mundo nos complica la vida. Vayas donde vayas te encuentras problemas para vivir, comer, disfrutar...; entonces se busca ser ese peldaño

que sirva de intersección entre una vida cómoda y una vida insuficiente. Un peldaño donde te puedes quedar todo el tiempo que necesites y volver cuando lo creas conveniente.

El sector está muy saturado y el usuario se encuentra a gusto con las herramientas que se le ofrecen, va a resultar un verdadero reto sacarlo de la zona de confort y hacerle ver que la diferencia es mejor.

En cuanto a las aplicaciones de gestión de agenda, hay una gran variedad de opciones disponibles en los diferentes sistemas operativos móviles, como Android y iOS. Además, también existen aplicaciones para computadoras y navegadores web. Algunas de las aplicaciones más populares incluyen Google Calendar, Microsoft Outlook, Apple Calendar, Trello, Asana, entre otras.

En cuanto al software de gestión de agenda, hay una gran cantidad de opciones disponibles, desde software de pago con características avanzadas hasta software libre de código abierto. Algunos ejemplos de software de gestión de agenda incluyen Microsoft Outlook, Google Workspace, Zoho Calendar, Calendly, entre otros.

Existen una gran cantidad de competidores, pero la manera de centrarse en el consumidor muestra pequeñas diferencias, la especialización junto con la creación de una zona apta para una gran mayoría es la clave que todos quieren alcanzar.

El ritmo de crecimiento del sector es lento debido a la dificultad de progresión por las ideas de innovación o la tradicional manera de cubrir el problema.

Las barreras de entrada al principio son grandes pero una vez has conseguido estabilizarte en el sector, las barreras se convierten en gelatina debido a que contarás con un gran apoyo para vivir y sentirte más pleno.

1.4.3. Matriz DAFO

En la siguiente tabla se identificarán las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades detectadas mediante el análisis PEST y las 5fuerzas de Porter.

(Speth, 2016)

TABLA 3:DAFO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> -Subvenciones a la iniciativa emprendedora -Situación de paro en España. -Ley startups y, ley crea y emprende -Ascenso de educación universitaria. -Mayor disposición de la gente a probar la versión de pago. -Crecimiento del PIB -Cambios en el empleo -Ayudas Next Generation -Distribución por edades. -Secuelas del COVID, enfoque de la app. -Percepción del tiempo y la manera de gestionarlo. -Personas en el mundo con dispositivos. -Complejidad creciente del mundo. -mínimo hueco para apps sencillas con aire de superación. -Evolución del sector tecnológico y poca dependencia geográfica. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento de requisitos legales. -Inflación en España. -Cambios en los tipos de contratos laborales -Obligatorio registro de las horas trabajadas por los trabajadores - Aumento del salario mínimo interprofesional -Sector de apps con buena monetización -Mera dependencia que hace crecer la adicción a las pantallas. -Surgimiento de técnicas por potenciar la autonomía de la persona. -Facilidad de sustitución. -Bajo poder frente a proveedores de funcionalidades concretas para la aplicación. -Alto poder de negociación del cliente. -Interés explotado, barreras de entrada. -El cliente de la competencia está cómodo. -Bajo ritmo de crecimiento del sector
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Objetivo de buscar superación o estabilidad y, la preocupación por mejorar la salud. -Capaz de transmitir dinamismo al usuario -Capacidad de adaptación a distintos modelos de móvil -Valores que transmite la aplicación -Consolidación de una base como medio para avanzar 	<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento del sector -Características para adaptarse a los modelos de cliente -Poca experiencia y envergadura de la empresa -Falta de capital propio y de financiación -Los clientes nos tienen que conocer

Fuente: Elaboración Propia

1.5. Tecnologías Requeridas

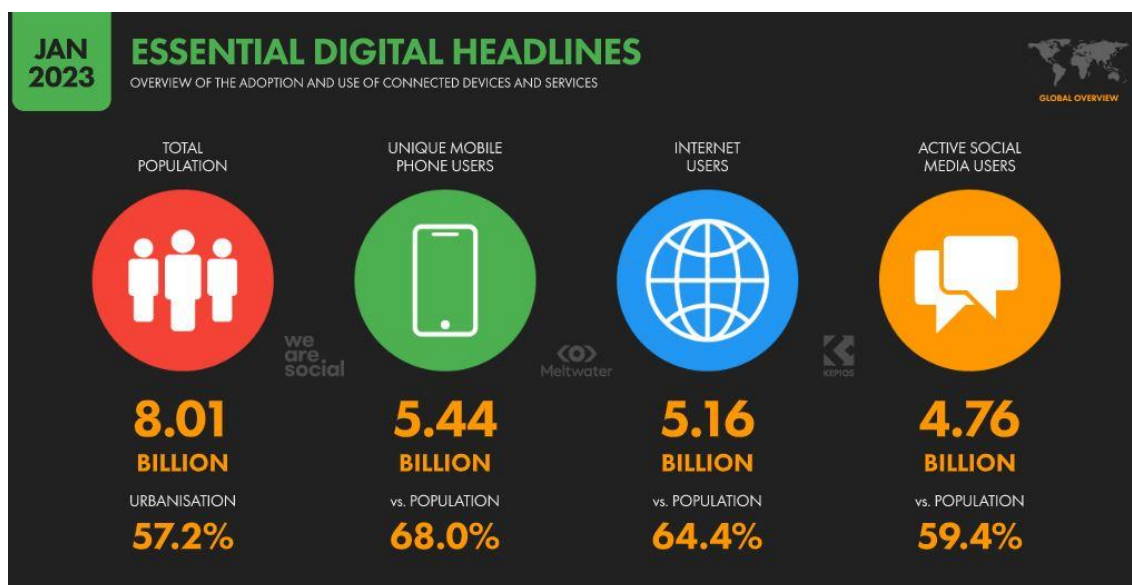
Para hacer posible el acceso a la aplicación se habrá de disponer de una serie de medios, en esos medios se hará hincapié con tal de mostrar la ruta para tener en cuenta para llevar el proceso de salida de la app frente al usuario.

Ahora se tratarán elementos clave para la correcta actividad de la aplicación.

Uso de internet

Está claro que internet representa una herramienta esencial, mediante una investigación se han percibido algunos detalles que conciernen al uso del internet: El número de usuarios en el mundo sigue creciendo tras los años y ha disminuido el tiempo de conexión

ILUSTRACIÓN 5: EL IMPACTO DIGITAL MUNDIAL



Fuente: (MARKETING4ECOMMERCE, 2023)

Ciberseguridad

Existe mucha dedicación y preocupación por cuidar la seguridad de los datos depositados por el usuario, el desembolso en protección frente a ciberataque sigue creciendo. Se ha de ver la manera de implementar un modelo de seguridad económico, pero con garantías suficientes para nuestros usuarios, la información que se puede almacenar en esta app puede comprender la vida del cliente, es información personal y privada que debe estar a buen recaudo. (itUser, 2023)

Medios de programación

Sin duda existe una gran variedad de herramientas para llevar a cabo el proceso de programación, pero se habrá de contar con un buen profesional para su desarrollo, puesto que un desarrollo incorrecto de la aplicación puede repercutir muy negativamente y más en su lanzamiento. (softzone, 2023)

Mediante la visualización de estas tres perspectivas nos damos cuenta de que puede ser un camino sencillo si se cuenta con los recursos necesarios, aunque hay que estar alerta con tal de prepararse ante los contratiempos. Debes saber dónde buscar, estar bien informado y tener en cuenta lo que puede suceder para entablar vías frente el crecimiento.

2. PLAN DE SERVICIO

Una vez contemplado el entorno pasamos a tratar la idea y características que se pretenden ofrecer en el servicio que se presta a través de la app, con el objetivo de averiguar la posibilidad de avance del servicio. El principal propósito que cubre es la capacidad de facilitar la administración y gestión de tareas.

2.1. Descripción del Servicio

Con tal de encontrar una idea similar en la historia, nos remontamos al origen de la agenda. La agenda se define como un cuaderno donde se apuntan cosas para no olvidarlas, organizando por unas determinadas fechas; también sirve para plasmar una serie de actividades referidas a una persona para realizarse en tiempo concreto. Cuando surgió el calendario, el concepto de agenda fue casi sucedáneo, en los tiempos de los egipcios ya había planes de trabajo con tal de construir las pirámides o los romanos en asuntos políticos, (Lupass, 2023)

El mercado de las agendas ha evolucionado en los últimos años a medida que las personas han adoptado cada vez más herramientas digitales para la gestión de sus horarios y tareas.

Aunque muchas personas todavía prefieren las agendas físicas, también hay una creciente demanda de aplicaciones y herramientas digitales que ayudan a la organización y gestión del tiempo. Estas herramientas pueden incluir aplicaciones de calendario en línea, aplicaciones de gestión de tareas, y otros servicios en línea que permiten a los usuarios planificar y gestionar su tiempo de manera eficiente.

Las agendas virtuales se han vuelto más sofisticadas y completas, lo que ha llevado a un mayor uso y popularidad entre los usuarios. En términos de funcionalidad, las agendas virtuales actuales ofrecen una variedad de características que permiten una gestión más eficiente del tiempo y las tareas.

Nuestra aplicación comprende un sistema para gestionar los planes del usuario y hacer más llevadera la administración y gestión de tareas, el usuario introduce su tarea, seguidamente le otorga unas características en función de la importancia, el plazo de realización, el lugar de ejecución, si está relacionado con la vida/trabajo/familia/casa, si depende de otra persona... Y no solo puede cumplir con la necesidad de ayudar a gestionar un propósito, sino que, además, cuenta con secciones para preocuparse por el estado del usuario donde se pretende transmitir facultades relacionadas con motivación, tranquilidad, cuidado del estado físico. En definitiva, un espacio donde el usuario puede encauzar sus metas y encontrarse mejor.

2.2. Aportaciones del Servicio

La necesidad que satisface el servicio es presenciada por el cliente como una herramienta frente a la multitud de tareas con tal de conseguir organización y enfoque, y evitar el estrés o la incertidumbre. Aunque hay personas capaces de conseguir productividad y éxito sin este apoyo, cada uno tiene sus cualidades y tendrá herramientas que se ajustaran mejor o peor a su estilo de vida para acompañarle en el camino.

Esta herramienta cobra más protagonismo en un ambiente donde la tecnología está en constante progreso y los compromisos se vuelven cada vez más complejos donde estudiantes, empresarios y profesionales pueden necesitar un servicio así.

- Necesidades que satisface:

Mediante la aplicación se administra de manera fácil y rápida la tarea, y permite una visión completa del panorama que concierne al sujeto de manera cuidada donde te permite ganar tranquilidad, control y confianza. Conseguir tiempo libre y un mejor estado mental será vital; se necesita descansar, relajarse y disfrutar por encontrar un adecuado estilo de vida.

- Razones para adquirir el producto:

Puede ayudar a una persona a mejorar su bienestar mental al reducir el estrés, aumentar la productividad, mejorar la gestión del tiempo y mejorar la autoestima.

Además, “Homework Help” se caracteriza por su enfoque innovador y su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado, cuenta con una amplia base de datos y recursos disponibles que facilitaran la recopilación de información relevante para el usuario y personalización de la aplicación.

Es natural buscar una vida saludable, segura y feliz; aunque depende de la cultura, educación y experiencias de la vida la importancia que se otorgue a uno mismo. Aun así, requiere una condición esencial por la preservación del ser humano y ahí es donde nos gustaría entrar.

- **Novedades y ventajas:**

Debido el acceso al lugar donde estará disponible el servicio, se cuenta con una disposición fácil, simple, capaz de transmitir sensaciones distintas para cada usuario, además de proporcionar seguridad y privacidad. Aunque existen muchas apps parecidas resulta verdaderamente imposible encontrar una capaz de ajustarse a la especialización de detalles y recreación que busca el usuario con tal de pasar un tiempo de calidad y con la duración oportuna ya que cuenta con funcionalidades para ser más básica u exhaustiva según se considere.

2.3. Costes del Servicio

La app contará con cuatro modelos, cada uno con más funcionalidades que el anterior. El primero es gratis y dispondrá del trayecto básico para administrar la tarea y un apartado de motivación. El segundo que se podrá adquirir por 2.25€ cada 2 meses y añadirá más funciones para administrar la tarea y más opciones de mejora de visualización del contenido. El tercero tendrá un coste de 3.75€ cada dos meses y te permitirá hacerte un pack personalizado con las características que consideres oportunas considerando un límite y un apartado de cuidado de la salud física. Y, por último, el cuarto por 4.99€ cada dos meses contará con todo el abanico de rasgos para tus tareas sin límite y un apartado para recomendar planes para tu tiempo libre e ir escalando posiciones hacia un espacio con más felicidad y buena salud mental.

Para los precios, nos hemos basado en los resultados que se han ido extrayendo de la encuesta donde el público era resiliente ante pagar más de 5€ pero estaban conformes con pagar un precio justo, entonces cabría considerar opciones de subir el precio ante mejoras o buenos resultados. Y es oportuno marcar la realización del pago cada dos meses por tratar de ofrecer una experiencia en un intervalo donde el usuario consiga margen y experiencia de uso.

- Materias primas y similares:

Los aspectos para tener en cuenta para la consolidación de la aplicación (marketingdirecto, 2023) (UNITEL, 2023) son:

- Icono principal de la aplicación
- Juego de Iconos de aplicación
- Crear una cuenta de desarrollador 25\$ al año
- Crea un lenguaje visual
- Hazlo responsive (adaptable a todos los dispositivos, resolución y tamaño de la pantalla)
- Permisos, licencia y condiciones de uso. Información y cookies.
- Privacidad y geolocalización

- Publicidad y promoción:

El costo de publicitar una aplicación en Instagram, App Store y Play Store durante 2 meses variará según varios factores, como el alcance geográfico y demográfico de la campaña publicitaria, la frecuencia de los anuncios y el costo por clic o impresión.

En Instagram, el costo de publicidad puede variar desde unos pocos centavos hasta varios dólares por clic o impresión, dependiendo de la segmentación del público objetivo y la competencia en el mercado. En promedio, se espera que los anunciantes gasten alrededor de \$0.50 a \$2.00 por clic en Instagram.

En App Store y Play Store, los costos de publicidad varían según la ubicación y el idioma del anuncio, así como la posición y la competencia en la categoría de la aplicación. En general, se espera que los anunciantes gasten alrededor de \$0.50 a \$2.00 por instalación de la aplicación.

Si asumimos un presupuesto diario de \$50 por día para publicidad en Instagram, y un costo promedio de \$1 por clic, esto resultaría en alrededor de 50 clics por día y 3000 clics por mes. Esto se traduciría en un gasto publicitario de alrededor de \$6000 durante 2 meses.

En cuanto a la publicidad en App Store y Play Store, si asumimos un costo promedio de \$1.50 por instalación, y un objetivo de 10,000 instalaciones durante 2 meses, esto resultaría en un gasto publicitario de alrededor de \$15,000. El coste de tener una aplicación en Play Store es de 25\$ realizando un pago único por aplicación y 99\$ anuales en Apple Store. (yeePLY, 2023)

El importe total de los gastos de publicidad correspondientes a esta línea de negocio sería de 21.000\$ durante dos meses, unos 19.229'07€.

- Distribución:

Algunas tiendas de aplicaciones pueden retener un porcentaje de las ventas o ingresos generados por la aplicación, a través de sus programas de comisiones o regalías. Por ejemplo, Apple cobra una comisión del 30% sobre las ventas de aplicaciones y compras en la aplicación en la App Store, mientras que Google cobra una comisión del 30% sobre las compras integradas en la aplicación en la Play Store.

- Servicios y otros gastos:

Para la consolidación de la aplicación se recurrirá a una subcontratación de una empresa de programación donde el precio para desarrollar una App media se encuentra entorno a los 31.000€, se entiende una aplicación como media cuando: contiene un contenido dinámico, dispone de conexión a un gestión de contenidos, personalización, integraciones con GPS básica, gestión simple de los datos, etc. (GooApps, 2023) Hay que tener en cuenta que para encontrar el precio se ha consultado la estimación de una empresa con muy buena reputación en España.

- Gastos Generales:

Se implicarán gastos en: servidores 200€/año, servicio de internet 400€/año, hosting 20€/año, coste en electricidad según el lugar de establecimiento, posicionamiento 800€/año, alquiler en Alcoy entorno a los 3000€/año, asesoría de seguros 600€/año, etc. En definitiva, son gastos en los que se incurre por el hecho de existir en el sector y estar en funcionamiento

- Amortización de inmovilizado:

El inmovilizado material está compuesto por: 2ordenadores por 700€cada uno, 240€ en sillas de oficina, 240€ en mesas, 220€ en archivadores, 100€ pizarra, 70€ papelera, 60€ perchero. (ofisillas, 2023) De esta manera se recoge el material que a priori se necesita en la oficina de alquiler, que suma 2330€ que se pretenden amortizar en 4años.

- Gastos de personal:

Por el momento no se planifica contratar a ningún empleado, por tanto, el funcionamiento de la aplicación existirá a cargo del propietario, subcontratas y servicios contratados.

2.4. Políticas de Marketing

En este apartado analizaremos cuáles van a ser las políticas que adoptará la empresa con respecto a cada uno de los elementos básicos que hay que tener en cuenta a la hora de elaborar una estrategia de marketing.

Política de producto

En este apartado estudiaremos aspectos relacionados con nuestro producto o servicio.

- Presentación del producto:

ILUSTRACIÓN 6: LOGO APLICACIÓN



Fuente: Elaboración propia

Cerebro con un reloj en el interior, se trata de transmitir al público valores de confianza y seguridad con un estilo moderno que despierte la curiosidad. Y una vez entre a la app vaya descubriendo poco a poco todo lo que aporta y encuentre una zona de confort.

- Nombre o marca:

“Homework Help” traducido del inglés a español es “ayuda con las tareas”, nombre oportuno por reflejar la idea fundamental de la aplicación. Dado que es una aplicación orientada a ayudar al usuario a enfocar mejor sus tareas y tratar de ayudar en el camino de la consecución, que el usuario lo perciba como un instrumento gracias al cual vive mejor y además es capaz de utilizarlo sin complicaciones. Resulta disuasorio para él el proceso de administrar una tarea a través de la app.

- Garantías:

El usuario no tendrá ningún temor por la privacidad de sus datos, tendrá implementado un sistema de verificación del propietario. La política de privacidad será clara y escueta donde el usuario podrá permitir o no el uso de sus datos y no afectara al buen uso de la aplicación, aunque los usuarios que permiten si se encuentran en la versión de pago tendrán una experiencia más personalizada. Además, el objetivo es obtener información sobre el proceso para futuras actualizaciones. Por último, cada 3 meses la aplicación será testada para comprobar que sigue las políticas de seguridad y privacidad de manera correcta (coste de 2000€).

Se establece un ambiente donde el usuario se siente libre de adjudicar las características oportunas a su tarea, con la seguridad de que solo él puede ver su contenido y puede ir teniendo en cuenta todos los factores que le preocupan sin objeciones por la aplicación.

- Evolución del producto:

Tras las etapas de análisis de requisitos y diseño, nos encontramos con la fase de desarrollo donde se realiza la consolidación de la aplicación junto con las pruebas pertinentes por corroborar su funcionamiento. Más tarde interviene la etapa de lanzamiento donde se introducirá la app en Play store y App store. Seguidamente nos estabilizaremos en la etapa de mantenimiento donde se implementarán las actualizaciones pertinentes e iremos recogiendo los frutos de la aplicación. La última fase es la de retiro de la aplicación, descartamos esta fase debido a que buscamos afianzarnos en el mercado, se recurrirá a ella en caso del abandono por los usuarios de nuestros servicios de manera que se haya perdido su confianza y exista una imagen muy costosa de corregir y sin garantías de prosperidad.

Política de promoción

A través de Instagram, App store o Play store el usuario percibirá nuestra aplicación de esta manera, se seguirá una política de publicidad y más tarde se espera que mediante los usuarios se alcance un marketing de influencia donde personas influyentes en redes sociales promuevan la aplicación.

- Imagen deseada para la empresa:

La imagen esperada en una aplicación de gestión de tareas debe ser una imagen profesional, atractiva y fácil de usar. Es importante que la aplicación tenga un diseño intuitivo y una interfaz de usuario clara que permita a los usuarios navegar fácilmente por la aplicación y realizar tareas de manera eficiente.

Además, la aplicación debe ofrecer características útiles y relevantes para los usuarios. Las características deben ser fáciles de usar y entender, y deben ser relevantes para las necesidades de los usuarios. Es importante que la aplicación ofrezca una experiencia de usuario consistente y de alta calidad.

- Acciones a emprender:

Mailing se trata del envío de información publicitaria a un gran número de personas de manera directa y personalizada.

Anuncios a través de LinkedIn: LinkedIn tiene la motivación principal de unir profesionales y empresas, pero también te ayuda a poder enfocarte en tu modelo de cliente y acercarte a él.

Asistencia a ferias de emprendedores con tal de conseguir visibilidad, feedback, networking, aprendizaje.

- Coste anual de promoción:

El coste de enviar un email al mes a 10.000 contactos es de 230€/año.

El coste de anunciarse en LinkedIn es de 5'60€ por mil impresiones, pagas cada vez que mil personas perciben tu anuncio.

Para la asistencia a ferias de emprendedores tomaremos de referencia Ifema de Madrid donde el precio es de 145'32€/m²+IVA (sin tener en cuenta equipos de electricidad).

Política de distribución

- N.º de puntos de venta:

App store y Play Store a causa de:

- Gran audiencia: Ambas plataformas tienen millones de usuarios en todo el mundo, lo que significa que hay una gran audiencia disponible para descargar su aplicación.
- Accesibilidad: App Store y Play Store son accesibles desde cualquier dispositivo móvil y son las principales fuentes de descarga de aplicaciones para la mayoría de los usuarios de dispositivos móviles.
- Confianza del usuario: Los usuarios confían en App Store y Play Store porque estas plataformas cuentan con medidas de seguridad y calidad, lo que significa que las aplicaciones disponibles han pasado por un proceso de revisión antes de ser aprobadas para su publicación. Esto brinda a los usuarios la confianza de que las aplicaciones que están descargando son seguras y de alta calidad.
- Mejora de la visibilidad: Al publicar su aplicación en App Store y Play Store, tiene la oportunidad de mejorar su visibilidad al aparecer en los resultados de búsqueda y en las listas destacadas de aplicaciones, lo que puede ayudar a atraer más descargas y aumentar su base de usuarios.
- Gestión de actualizaciones: Las plataformas de la tienda de aplicaciones le permiten administrar y lanzar actualizaciones de manera efectiva para mantener su aplicación actualizada y relevante para los usuarios.

- Localización geográfica:

Ámbito nacional con tal de subsanar los problemas que han surgido en el territorio nacional con la gestión de tareas e impulsar la productividad de la gente en territorio español.

De esta manera, obtendremos ventajas debido a el conocimiento del mercado laboral y adaptarse mejor a las demandas de los clientes, ahorro en costes por el control de la aplicación en otras zonas, la competencia, aunque sea la misma que en caso internacional nos podremos centrar en acaparar el mercado nacional.

Política de precios

El margen de beneficios necesario dependerá del precio de la suscripción y del número de suscriptores necesarios para cubrir los costos de desarrollo y marketing.

Es importante tener en cuenta que, durante la etapa de lanzamiento, es posible que la aplicación no genere ganancias inmediatamente, ya que es posible que necesite tiempo para ganar atracción y construir una base de usuarios leales. En este caso, es importante tener suficiente financiamiento o recursos para cubrir los costos durante los primeros meses o incluso años de operación.

3. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Mediante el plan de comercialización disponemos de una herramienta que canaliza y ordena las formas de obtener beneficio para la empresa, este plan es posible a través de la comprensión de unos factores: descripción de la empresa y situación actual, objetivos comerciales, público objetivo y método para lograr las aspiraciones junto con su horizonte temporal.

3.1. Descripción del Mercado

A través de un enfoque oportuno del mercado se marcará la evolución de la aplicación, por tanto, se deberá analizar profundamente sus características y así más tarde ajustar la estrategia.

- **Segmento del mercado al que me voy a dirigir:**

Se trata de una app para la administración de tareas más enfocada a la orientación de tareas laborales y en el ámbito estudiantil. Entraría dentro de la categoría de estilo de vida donde se pretende enfocar al usuario en un camino más cómodo para lograr sus objetivos. Se entendería como un estilo de vida organizado y con motivación hacia la superación o una vida más simple gracias a la app.

- **Tipo de cliente:**

El cliente prototipo sería un estudiante o empresario entre 18 y 60 años que puede que haya sufrido problemas de estrés o ansiedad, esta persona es trabajadora, aunque en ocasiones siente pereza o procrastina.

Cualquiera preocupado por su organización diaria, luche por sus objetivos o este orientado hacia su autorrealización.

- **Planificación de la compra:**

Debido a la baja popularidad de este tipo de aplicaciones, el cliente realiza una compra planificada por el hecho de que busca entre una gama de aplicaciones y elegirá según la primera impresión recibida, el tiempo del que disponga y la urgencia. Aunque si le aparece el anuncio y este le convence si se realizara una compra por impulso.

- **Motivos del cliente para comprar:**

El cliente siente la necesidad de obtener un método por facilitar la administración y gestión de tareas, además puede que necesite la parte de cuidado con motivación, tranquilidad y cuidado del estado físico.

Gracias a la aplicación el cliente puede hallar bienestar mental por la reducción del estrés, incremento de la productividad, mejora de la gestión del tiempo y de la autoestima.

- **Frenos a la compra:**

Aplicaciones de la competencia mejores posicionadas, la existencia de aplicaciones similares donde los clientes compran precios, calidad y otros factores.

La resistencia frente al precio puede ser otro obstáculo, aunque la descarga de la app es gratis tienes que pagar para contar con servicios extra y si el cliente siente limitaciones en los servicios ofrecidos en la versión gratuita, echan en falta una ampliación por pago que afrontara dependiendo su tolerancia frente al precio.

Si los clientes no albergan confianza en los servicios que ofrecemos, al ser una aplicación nueva, existirán pocos comentarios lo cual generará falta de confianza.

- **Poder adquisitivo de mis clientes:**

El poder adquisitivo de los clientes es medio-bajo, se tratará de empresarios o estudiantes que disponen de ingresos, aunque con resistencia frente al gasto en aplicaciones.

3.1.1. Análisis de la encuesta

Se ha realizado una encuesta con tal de realizar un estudio sobre el mercado, se han obtenido 60 respuestas en un periodo de tiempo identificado entre 17 marzo y el 3 de abril del 2023 donde el sujeto de la encuesta se trataba de estudiantes de distintas universidades de España y españoles de distintas edades con diversas ocupaciones.

El trabajo de campo se realiza por un solo entrevistador, el autor del TFG. La comunicación se realiza mediante: Redes sociales, correos y WhatsApp; conduciendo a los encuestados a un link de formulario de Google drive.

En este caso el texto que sirve como introducción al encuestado es el siguiente:

“Solicitamos su colaboración para realización de un **TRABAJO DE FIN DE GRADO** del grado Administración y Dirección de empresas en la Universidad Politécnica de Valencia.

Su participación es muy importante, le rogamos conteste a todas las preguntas, con la mayor sinceridad.

La información obtenida es totalmente confidencial y tendrá fines exclusivamente de investigación.”

La encuesta está constituida por 15 preguntas tipo test y 1 de respuesta corta (donde se debía nombrar la aplicación de gestión de tareas que utiliza, si existe el caso de utilizar una aplicación de gestión de tareas).

El objetivo de la encuesta es valorar las características que se pretenden introducir en la aplicación, junto con la disposición del público hacia ellas y tratar de extraer un perfil sobre los posibles clientes en base a los atributos de la aplicación.

Los temas principales que determinan la encuesta son:

- ¿Utiliza alguna app para gestionar/administrar sus tareas?
- ¿Ha tenido problemas de estrés/ansiedad derivados de su carga de tareas?
- ¿Habitualmente tiene dificultades para cumplir sus tareas?
- Tiempo habitual que dedica a planificar/organizar una tarea
- ¿Qué importancia le da a cumplir sus tareas?

3.1.2. Aportaciones sobre la muestra

Dado que se trata de una aplicación relacionada con ayudar a los españoles a combatir el estrés o ansiedad, se acude a estos datos donde pertenecen el 75% de los españoles (corresponsables.com, 2023). Según el INE en el 1er trimestre de 2023 la población española son 48.196.693 habitantes (INE.es, 2023), y el 75% se va a 36.147.520 habitantes. Por tanto, estos 36.147.520 sería el tamaño de población para la encuesta y se trataría de una población infinita.

A la hora de calcular el error muestral disponemos de 60 encuestas y el error máximo para un nivel de confianza del 95% sería 12,7% ($RAIZ(1.96*1.96*0.5*0.5)/60$).

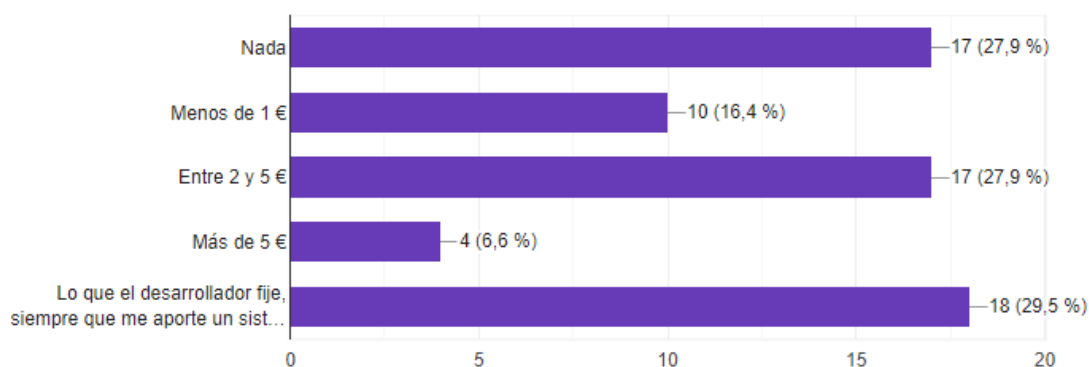
3.1.3. Perfil y factores de la encuesta

El perfil según la mayoría de respuestas obtenidas en torno a las preguntas sería un hombre entre los 18-25 años, soltero, con una carrera universitaria o superior, no utiliza ninguna app para gestionar sus tareas (entre la gente que utiliza alguna app, la más utilizada es Microsoft Outlook, casi la mitad de la gente está satisfecha con la app que utiliza y mayormente no pagan por los servicios y por tanto no saben la cantidad anual que pagan por el uso de la aplicación), estudiante, que ha sufrido problemas de estrés o ansiedad por la carga de tareas aunque no tiene dificultades para cumplirlas, requiere más de 3 minutos para organizar su tarea, le otorga mucha importancia a la consecución de esa tarea. Encuentra imprescindible en la aplicación las siguientes facetas: Que te avise, que te permita hacer anotaciones y que ocupe poco espacio y se modernice; Encuentra necesario incluir recomendaciones para descansar y despejarse, además de que sea visual y capaz de motivarte; Por último, ve poco útil que tenga en cuenta el

tiempo atmosférico. Estaría dispuesto a pagar lo que el desarrollador fije, si encuentra un sistema eficiente y el precio es razonable.

En cuanto a los factores adversos recogidos de las respuestas extraemos el fracaso de la incorporación del tiempo atmosférico y la resistencia frente al precio dado que, aunque la mayoría estaría dispuesta a pagar lo conveniente si la aplicación cumple, existe un porcentaje casi semejante de público que no estaría dispuesta a pagar.

ILUSTRACIÓN 7: CANTIDAD QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR

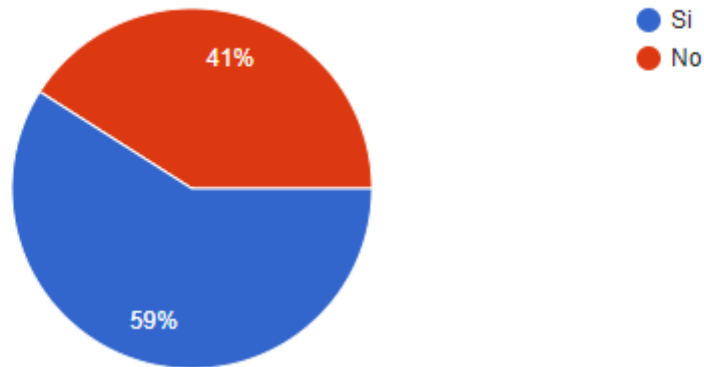


Fuente: Elaboración propia

Se han recogido algunas evidencias de la necesidad de una aplicación de estas cualidades, aunque no ha resultado favorables todos los factores esperados. A favor: Los problemas de estrés o ansiedad derivados de la carga de tareas, la necesidad de más de 3 minutos para organizar una tarea otorga mucha importancia a cumplir sus tareas. En contra: No tiene dificultades habituales para cumplir sus tareas.

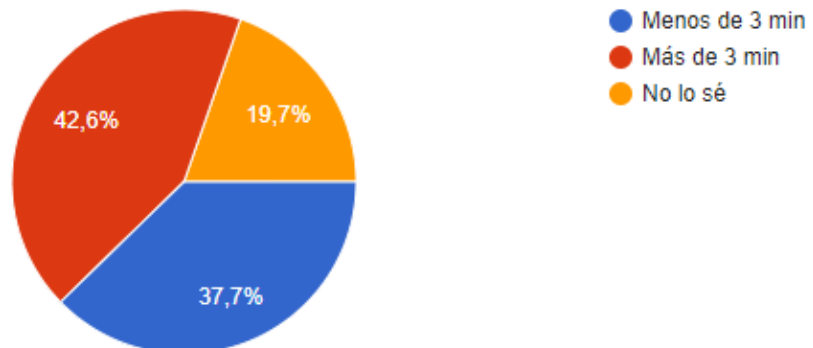


ILUSTRACIÓN 8: PROBLEMAS DE ESTRÉS O ANSIEDAD



Fuente: Elaboración propia

ILUSTRACIÓN 9: TIEMPO HABITUAL DE PLANIFICACIÓN DE UNA TAREA



Fuente: Elaboración propia

Por tanto, en las características de la aplicación se centrará en un proceso muy disuasorio, tratar de agilizar el proceso de organización y crear un entorno que apoye al usuario en el camino para alcanzar sus metas.

3.2. Análisis de la competencia

Google tasks, Microsoft to do, Todoist y Any.do son las aplicaciones más fuertes en gestión de tareas.

Google tasks te permite crear tareas en cualquier lugar y momento accediendo desde cualquier dispositivo a tu cuenta y ayudándose de gmail y el calendario de Google.

Microsoft to do, hace posible que el usuario otorgue una serie de características a las tareas con el objetivo de tenerla bien reconocida e intentar la dedicación del usuario a completarlas.

Todoist, de manera sencilla el usuario introduce una tarea relacionada con un proyecto u objetivo y tiene versiones de pago con geolocalización o mejoras para el trabajo en equipo. Tiene buen diseño, utiliza la multiplataforma y programas de motivación. (lowpost, 2023)

Any.do funciona como un diario de tareas con el propósito de establecer unas pautas para que el usuario vaya avanzando en sus objetivos.

- Competidor: En este caso son aplicaciones bastante similares y los pequeños detalles marcan la diferencia.
- Tipo de clientes: Gente con muchas preocupaciones o cosas para tener en cuenta frente a la consecución de un objetivo.
- Estrategia de marketing: Muestran diseños que transmiten sensaciones de paz, buena organización y seguimiento de las tareas.
- Acciones de nuestra empresa:

1. Mostrar aquello que nos hace únicos y puede captar al cliente

2. Buscar a los clientes comprometidos de las apps y preguntarles porque (mediante los comentarios)

3. Hacer charlas e implantaciones en centros públicos para promover el uso.

3.3. Facturación Prevista

Para tratar de hallar la facturación prevista se hará una estimación de las posibles adquisiciones en nuestra aplicación según los parámetros establecidos para los usuarios.

La población inscrita en el padrón de España son 47.475.420 (INE, 2023) de los cuales 18.639.512 se encuentran en nuestro rango previsto de edades(18-49años), donde unos 3.071.555 son estudiantes o trabajadores dentro de las profesiones consideradas como interesadas. (INE, 2023) (INE, 2023)

Si presumimos que de los 3.071.555 un 6% consumirá nuestra aplicación, donde: un 20% obtendrá el modelo gratuito, un 57% obtendrá el modelo 2, un 16% obtendrá el modelo 3 y un 7% obtendrá el modelo 4. Se obtendría un capital de 2.467.834.72€ para el primer año.

3.4. Plan de Ventas

Al tratarse de una aplicación al consumo de usuarios, es difícil controlar la predisposición del cliente hacia nuestro servicio y por el momento no habrá deudas con clientes debido a que se adquieren los modelos por dos meses, y aún no se ha contemplado la posibilidad de hacer ofertas más grandes para empresas o un periodo de tiempo más amplio que pueda requerir una deuda con un cliente.

Dado que se trata de una estimación se tendrá en cuenta que se ha obtenido el resultado final transcurridos los 12 meses del año, donde en los primeros meses la facturación sería muy pequeña y a partir de mediados de año iría incrementando. En este caso, dado que sin el pago no se puede utilizar el modelo, los cobros serán inmediatos.

La cifra de cobros coincidirá con la de ventas, como se ha mencionado anteriormente los cobros son inmediatos y no dan lugar a prorrogas dado que sin el pago no se podrá utilizar la versión ampliada o modelo superior.

4. PLAN DE INVERSIÓN

En esta sección se tendrá en cuenta donde se ubicará la oficina de la empresa, junto con todo el equipamiento necesario para poder desarrollar la actividad de la empresa con comodidad.

4.1. Localización de la Empresa

La oficina, al ser una empresa centrada en una aplicación distribuida por internet en toda España la ubicación no afecta a la actividad. Después de analizar varias ofertas de alquiler en la zona de Alcoy nos decantamos por la elección de una localización ubicada en alameda Camilo Sesto 74. El espacio elegido cuenta con $46m^2$, 1 aseo cercano, aire acondicionado, etc.

ILUSTRACIÓN 10: UBICACIÓN DE LA OFICINA



Fuente: Google Maps

ILUSTRACIÓN 11: OFICINA



Fuente: Idealista

La oficina elegida se encuentra en una de las principales vías de la ciudad de Alcoi, de fácil acceso por el arrendatario tanto a pie, como en autobús público y en caso de tener vehículo propio se podría intentar encontrar aparcamiento por la zona o existe la opción de hablar con el propietario por un garaje particular.

Cualquier incidencia o tramite de la aplicación se resolverá por correo electrónico, llamada al móvil de la empresa u otras posibilidades no presenciales y al tener todo lo que se necesita vía internet, no afectara la cercanía con proveedores ni existirán costes de transporte, por mencionar aspectos para tener en cuenta a la hora de situarse.

4.2. Inversión Necesaria

Para abrir una oficina se necesita una licencia de apertura que se podrá adquirir tras haber pagado las tasas municipales (alrededor de 300€), y requiere de: contrato de alquiler, documento de solicitud, Pagar las tasas municipales, proyecto de apertura y fotocopia del DNI. (Licencia Apertura, 2023)

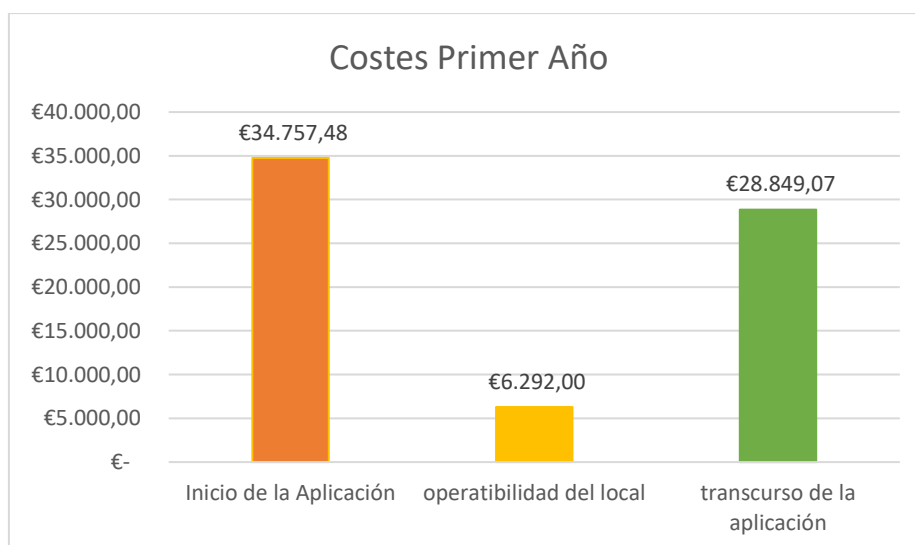
- **Elemento de inmovilizado:** Tendremos en cuenta los materiales considerados como principales para convertir el espacio en una oficina acondicionada para la operabilidad de la empresa, además de los costes por propiciar el uso coherente de las instalaciones.

TABLA 4: ELEMENTOS DEL INMOVILIZADO

Alquiler del local	3.000
Ordenadores	1.400
Mobiliario (sillas, mesa, pizarra...)	930
Servicio de internet	400
Electricidad, agua y basura	262
Tasas municipales	300
Total inversión	6.292

Fuente: Elaboración Propia

ILUSTRACIÓN 12: COSTES PRIMER AÑO



Fuente: Elaboración Propia

A través de la tabla anterior se tienen en cuenta los costes para hacer operativo el local considerado como oficina, equivalen a 5.730€. En el inicio de la Aplicación se ha tenido en cuenta: las acciones de promoción (Mailing, LinkedIn y Ferias de emprendedores), la subcontratación y la cuenta como desarrollado. Todo esto asciende a 34.757.48€ y por último los gastos convenientes para que la aplicación continúe operativa: consultorías para asegurar la privacidad, servidores, hosting, posicionamiento, asesoría de seguros y gastos en publicidad; supone un gasto de 28.849.07€. Todos estos costes se tendrían en cuenta para el primer año de la empresa, aunque existiría una Amortización de 4 años para el Mobiliario y ordenadores.

La cantidad total de inversión resulta 69.898.55€.

- **Compra al contado:** En este caso todos los elementos del inmovilizado se pagarán al contado, al tratarse elementos de inmovilizado se espera que sean adquiridos y pagados al contado. El pago al contado elimina cualquier carga financiera adicional asociada con el endeudamiento, el pago al contado puede suponer una buena relación con proveedores y propiciar descuentos o mejoras en las condiciones de compra.
- **Porcentaje de amortización:** Los elementos en los que se ha invertido sufren un deterioro y se espera volver a hacer una inversión cuando sus condiciones no sean favorables.

ELEMENTO DE INMOVILIZADO	PORCENTAJE
Ordenadores	
Mobiliario (sillas, mesa, pizarra...)	25%

- **Coste de amortización:** 2.330 Es el precio total del mobiliario más los ordenadores y el 25% de 2.330 es 582,5€, así obtendríamos el coste de amortización del primer año. Este se mantendría para los 4 primeros años.

El coste asignado al Inicio y transcurso de la Aplicación se asumirá mediante crowdfunding o donaciones. Aunque también se intentara entrar en ayudas de la UE y del gobierno español.

4.3. Existencias

Al tratarse de una aplicación no hay existencias, las aplicaciones son programas de software que se ejecutan en dispositivos electrónicos. Una vez que una aplicación está desarrollada y disponible en una tienda de aplicaciones, los usuarios pueden descargarla e instalarla en sus dispositivos de forma virtual, sin restricciones de stock.

5. PLAN ECONÓMICO / FINANCIERO

Mediante este análisis se tienen en cuenta los costos convenientes y los beneficios originados del proyecto, por la parte financiera se evaluará la rentabilidad y por la parte económica la adecuación de proyecto a la realidad existente. Existiendo garantías de beneficios intangibles que aporten prosperidad.

5.1. Balance de Situación

ILUSTRACIÓN 13: BALANCE

	dic-00	dic-01	dic-02	dic-03	dic-04	dic-05	dic-06	dic-07
Inmovilizado Material	0	2330	2330	2330	2330	2330	2330	2330
(Amortización Acumulada I.M)	0	106,7	223,1	339,5	455,9	572,3	688,7	805,1
Inmovilizado Intangible	31220	31220	31220	31220	31220	31220	31220	31220
(Amortización Acumulada I.IN)	0	6244	12488	18732	24976	31220	31220	31220
Activo No Corriente	31220	27199,3	20838,9	14478,5	8118,1	1757,7	1641,3	1524,9
Existencias de Materia Prima	0	0	0	0	0	0	0	0
Existencias de Producto Terminado	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas a Cobrar	0	246781,8	466415,808	956152,406	1960112,43	2428701,68	2862832,1	3227843,19
Hacienda Deudora por IVA	6556,2	0	0	0	0	0	0	0
Tesorería Operativa	1275,125	57074,9415	107153,689	217800,56	443922,585	549579,221	647455,752	729583,248
Activo Corriente	7831,325	303856,742	573569,496	1173952,97	2404035,02	2978280,9	3510287,85	3957426,44
Excedente de Tesorería	600	1692137,49	4881509,95	11284090,9	24454834,9	38204790,2	54143113,1	71858280,7
TOTAL ACTIVO	39651,325	2023193,54	5475918,35	12472522,4	26866988	41184828,8	57655042,3	75817232
Capital	21000	21000	21000	21000	21000	21000	21000	21000
Reservas	0	1290573,54	3941168,89	9340693,71	20455323	33177594	48147861,7	65017720,4
Recursos Propios	21000	1311573,54	3962168,89	9361693,71	20476323	33198594	48168861,7	65038720,4
Subvención	3568,61925	0	0	0	0	0	0	0
Patrimonio Neto	24568,6193	1311573,54	3962168,89	9361693,71	20476323	33198594	48168861,7	65038720,4
Deuda a Largo	15082,7058	15082,7058	15082,7058	15082,7058	12672,4344	9991,2326	7008,64604	3690,79708
Otra Deuda	0	84234,1067	163239,813	341446,734	710973,501	884020,347	1046570,1	1183994,61
Pasivo No Corriente	15082,7058	99316,8125	178322,519	356529,44	723645,935	894011,579	1053578,75	1187685,4
Hacienda Acreedora por IVA	0	108077,459	204422,621	419842,001	862206,1	1068660,81	1259925,04	1420730,25
Cuentas a Pagar	0	74034,54	139924,742	286845,722	588033,73	728610,503	858849,63	968352,958
Hacienda Acreedora	0	430191,181	991079,577	2047611,5	4216779,29	5294951,85	6313827,19	7201743,02
Otras Cuentas a Pagar	0	0	0	0	0	0	0	0
Pasivo Corriente	0	612303,18	1335426,94	2754299,23	5667019,12	7092223,15	8432601,86	9590826,23
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	39651,325	2023193,54	5475918,35	12472522,4	26866988	41184828,8	57655042,3	75817232

Fuente: Elaboración propia

El Balance nos muestra el estado financiero de la empresa en un tiempo concreto. Si existe el caso que el activo corriente es superior al pasivo corriente esto nos indica que la empresa no se encuentra en suspensión técnica y no tiene problemas de liquidez, puede hacer frente a sus deudas a corto plazo. También si la mitad del patrimonio neto más pasivo es menor al patrimonio neto nos confirmara que la empresa mediante fondos o recursos que dispone puede afrontar cualquier deuda, ya que la empresa está capitalizada y dispone de recursos.

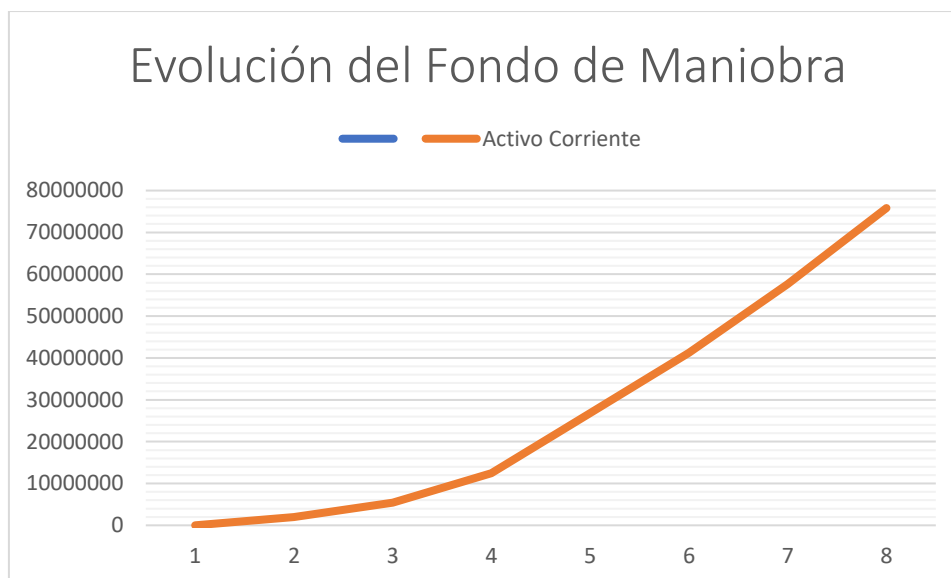
ILUSTRACIÓN 14: FONDO DE MANIOBRA

	dic-00	dic-01	dic-02	dic-03	dic-04	dic-05	dic-06	dic-07
Fondo de Maniobra Operativo	8431,325	1383691,056	4119652,5	9703744,7	21191851	34090848	49220799	66224881

Fuente: Elaboración propia

Fondo de Maniobra. Se entiende por fondo de maniobra a la capacidad que tiene una empresa para poder cumplir con el pago de sus obligaciones a corto plazo. Cuyo importe que resulte positivo nos indica que la empresa tiene capacidad para afrontar sus deudas a corto plazo. Mientras que un fondo de maniobra negativo indica que la empresa carece de recursos suficientes para afrontar los pagos a corto plazo, lo que significa que la empresa no tiene suficiente liquidez.

ILUSTRACIÓN 15: EVOLUCIÓN DEL FONDO DE MANIOBRA



Fuente: Elaboración propia

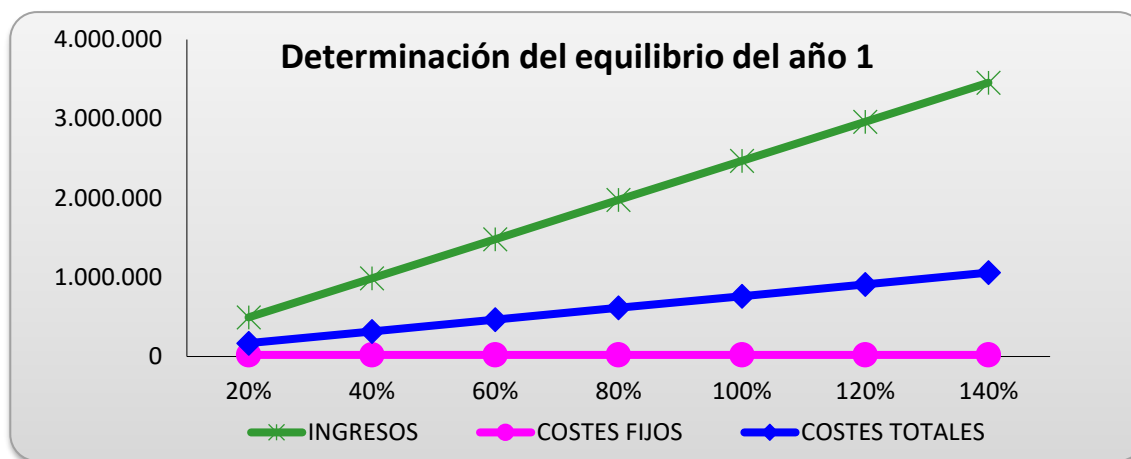
ILUSTRACIÓN 16: VAN

RESULTADOS DEL PROYECTO		RESULTADOS DEL CAPITAL	
VAN =	140.565.593 Eur	TIR Capital =	434,11%
Indice de Rentabilidad Neto =	351736,17%	TIR Capital Modificada =	289,73%
TIR =	4113,37%		
TIR Modificada =	256,15%		

Fuente: Elaboración propia

A través del VAN (Valor Actual Neto) podemos determinar la coherencia del proyecto, si es mayor que 0 se considera rentable. Dado que existen evidencias de recuperar la inversión en un periodo de tiempo razonable. En este caso se determina la rentabilidad exigida para llevar a cabo el proyecto en un 25%, dado que se ha superado con creces se considera oportuno el proyecto.

ILUSTRACIÓN 17: GRÁFICO AÑO1



Fuente: Elaboración propia

Con este gráfico percibimos un aumento considerable de los ingresos donde los costes ejercen un efecto bastante por debajo y da lugar a pocas complicaciones a la hora de afrontar los pagos, por tanto, existe equilibrio.

5.2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias

ILUSTRACIÓN 18: CUADRO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	dic-01	dic-02	dic-03	dic-04	dic-05	dic-06	dic-07
Ingresos de Explotación	2.467.818	5.596.990	11.473.829	23.521.349	29.144.420	34.353.985	38.734.118
Costes Variables	741.834	1.682.149	3.448.406	7.069.233	8.759.105	10.324.795	11.641.206
Margen Bruto	1.725.984	3.914.840	8.025.423	16.452.116	20.385.315	24.029.190	27.092.912
Costes Fijos	13.802	21.732	29.104	29.832	30.578	31.342	32.126
Amortización	6.351	6.360	6.360	6.360	6.360	116	116
BAIT	1.705.831	3.886.748	7.989.958	16.415.924	20.348.377	23.997.732	27.060.670
Imputación de Subvención	3.569	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	6.315	12.805	24.896	49.853	63.046	74.298	83.878
Ingresos Financieros	17.680	90.376	225.385	501.047	894.476	1.331.875	1.830.180
BAT	1.720.765	3.964.318	8.190.446	16.867.117	21.179.807	25.255.309	28.806.972
Base Imponible	1.720.765	3.964.318	8.190.446	16.867.117	21.179.807	25.255.309	28.806.972
Impuestos	430.191	991.080	2.047.612	4.216.779	5.294.952	6.313.827	7.201.743
BDT	1.290.574	2.973.239	6.142.835	12.650.338	15.884.856	18.941.482	21.605.229
Dividendos		322.643	743.310	1.535.709	3.162.584	3.971.214	4.735.370
Beneficio Retenido	1.290.574	2.650.595	5.399.525	11.114.629	12.722.271	14.970.268	16.869.859
Tasa Impositiva Efectiva	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Ingresos de Explotación	2.467.818	5.596.990	11.473.829	23.521.349	29.144.420	34.353.985	38.734.118
BAIT	1.705.831	3.886.748	7.989.958	16.415.924	20.348.377	23.997.732	27.060.670

Fuente: Elaboración propia



Recopila las distintas llegadas de gastos, ingresos, pérdidas derivadas de las operaciones de la empresa. En este caso se obtiene un resultado del ejercicio positivo para los primeros 7 años según la previsión.

5.3. Plan de Tesorería

ILUSTRACIÓN 19: CUADRO DE TESORERÍA

	dic-00	dic-01	dic-02	dic-03	dic-04	dic-05	dic-06	dic-07
Cobros Operativos	0	2221036,2	5377355,69	10984092,3	22517389,2	28675830,9	33919854,8	38369107,2
Cobros de Ventas		2221036,2	5377355,69	10984092,3	22517389,2	28675830,9	33919854,8	38369107,2
Pagos Operativos	1275,125	737401,718	2118261,22	4432316,24	9071610,58	12971541,8	15618726,3	17959783,3
Materiales	0	666310,86	1613206,71	3295227,68	6755216,75	8602749,26	10175956,4	11510732,2
Otros de Explotación y Comercialización		1489,04123	3052,53451	6257,69575	12828,2763	15778,7798	18599,2367	20970,6394
Costes Fijos		13802	21732,05	29104,4138	29832,0241	30577,8247	31342,2703	32125,8271
Variaciones en Caja Operativa	1275,125	55799,8165	50078,7471	110646,872	226122,025	105656,636	97876,5305	82127,4959
Impuestos			430191,181	991079,577	2047611,5	4216779,29	5294951,85	6313827,19
CASH FLOW OPERATIVO	-1275,125	1483634,48	3259094,47	6551776,03	13445778,6	15704289,1	18301128,5	20409323,9
Cobros ExtraOperativos	41344,8193	627984,087	1346339,43	2814707,84	5810056,82	7187851,38	8708761,28	10101769,8
Capital	21000	0	0	0	0	0	0	0
Subvención	3568,61925							
Nueva Deuda	16776,2	85506,1867	80595,8065	179819,19	369526,767	173046,846	162549,753	137424,506
Devolución IVA Hacienda	0	6556,2	0	0	0	0	0	0
IVA Repercutido		518241,78	1175367,84	2409504,06	4939483,33	6120328,23	7214336,9	8134164,85
Ingresos Financieros		17679,9202	90375,788	225384,591	501046,725	894476,308	1331874,63	1830180,44
Pagos ExtraOperativos	39469,6943	420081,074	1416061,44	2963902,92	6085091,42	9142185,2	11071566,8	12795926,2
Inversiones	31220	2330	0	0	0	0	0	0
IVA Soportado	6556,2	159038,553	357677,353	730136,058	1490658,93	1845685	2174636,72	2451243,85
Pago IVA Hacienda	0	251125,768	721345,321	1463948,62	3006460,3	4068188,52	4848435,93	5522115,79
Amortización Deuda	1693,49425	1272,08	1590,1	1612,26892	2410,27137	2681,20178	2982,58655	3317,84896
Dividendos		0	322643,386	743309,683	1535708,63	3162584,47	3971213,88	4735370,39
Gastos Financieros		6314,67341	12805,2799	24896,2822	49853,294	63046,0077	74297,6387	83878,3311
CASH-FLOW EXTRAOPERATIVO	1875,125	207903,013	-69722,01	-149195,07	-275034,6	-1954333,8	-2362805,5	-2694156,4
Excedente de Tesorería	600	1691537,49	3189372,46	6402580,96	13170744	13749955,3	15938323	17715167,5
Excedente de Tesorería, acumulado	600	1692137,49	4881509,95	11284090,9	24454834,9	38204790,2	54143113,1	71858280,7
Excedente, según Balance	600	1692137,49	4881509,95	11284090,9	24454834,9	38204790,2	54143113,1	71858280,7
Chequeo	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Estos cuadros permiten llevar un seguimiento de las entradas y salidas de dinero de una empresa en un tramo de tiempo específico situado en el futuro. Resulta útil para fortalecer la liquidez de la empresa.

6. ORGANIZACIÓN Y PERSONAL

La organización se refiere a la estructura y el diseño de la empresa, mientras que el personal se refiere a las personas que trabajan en ella y cómo se gestionan para lograr los objetivos organizativos. Ambos aspectos son fundamentales para el éxito y el funcionamiento eficiente de una entidad.

6.1. Organigrama de la Empresa

Propietario y único miembro de la empresa: Miguel López Juan



Este organigrama refleja las diferentes áreas de responsabilidad que el propietario de una empresa unipersonal asume para dirigir y gestionar todas las funciones empresariales.

El establecimiento de una empresa unipersonal permite tener un control total sobre todas las operaciones y decisiones empresariales. Al ser el único propietario y miembro, se tiene la capacidad de tomar decisiones rápidas y efectivas sin depender de la aprobación de terceros. Brinda una ventaja significativa en términos de agilidad y flexibilidad.

Al ser el único miembro de la empresa, el autor del TFG (Trabajo de Fin de Grado) tiene un conocimiento profundo y directo de todas las actividades y procesos de la organización. Esto proporciona una oportunidad única para investigar y analizar a fondo aspectos específicos de la empresa, como su estructura organizativa, sus sistemas de gestión, su estrategia de marketing, entre otros.

Otro factor para tener en cuenta es la capacidad de experimentar y aplicar diferentes enfoques empresariales y estrategias. Al ser el único responsable de la toma de decisiones, tiene la libertad de implementar y probar ideas innovadoras sin las limitaciones que pueden surgir en una estructura organizativa más compleja.

6.2. Costes del Personal

No se cuentan con trabajadores, la subcontratación será la encargada de ejecutar los temas que el propietario no ha sido capaz.

La gestión de los costes de personal en el caso de personal externo o subcontratación requerirá tener en cuenta una serie de factores:

-Contratos claros, contratos detallados que especifiquen claramente las responsabilidades y los costes asociados.

-Controlar el rendimiento y calidad: Aunque el personal externo o subcontratado no sea empleado directo de la empresa, sigue siendo importante asegurarse de que cumplen los estándares de rendimiento y calidad establecidos. Puede ser necesario recurrir a métricas de rendimiento, realizar revisiones periódicas o implementar sistemas de control de calidad.

-Planificar y presupuestar: considerar factores como la duración de los contratos y los posibles aumentos en los costes a lo largo del tiempo, revisar que los costes se ajustan al presupuesto.

-Evaluar la rentabilidad: A medida que se ejecutan proyectos o servicios es importante evaluar regularmente la rentabilidad de las inversiones, para valorar los casos de pérdida y si es necesario replantearse la subcontratación.

-Cumplir con las regulaciones laborales: Asegurarse de cumplir con todas las leyes y regulaciones laborales como la firma de contratos adecuados, el cumplimiento de requisitos fiscales y de seguridad social, y el respeto de los derechos laborales.

Y sería recomendable consultar con un experto en recursos humanos o asesores legales para obtener información específica en tu contexto

7. CONCLUSIONES

Una vez se ha tenido en cuenta lo expuesto anteriormente, se puede analizar distintos aspectos del proyecto con el fin de determinar de forma constructiva el avance coherente de la ejecución del proyecto.

La existencia de la oportunidad de mercado es el primer factor para tener en cuenta, se ha corroborado la existencia de un amplio sector interesado en utilizar la aplicación mediante la encuesta donde la mayoría de los encuestados: no utilizaban ninguna app para gestionar sus tareas, habían tenido problemas de ansiedad o estrés por sus tareas, necesitaban más de 3 minutos para planificar su tarea y le atribuyen una gran importancia al cumplimiento de las tareas.

España resulta un escenario oportuno para dar a conocer la aplicación dado el impacto de los daños relacionados con la presión que supone la gestión diaria en este territorio. Aunque existen muchas aplicaciones que ofrecen características semejantes el conocimiento del potencial perfil de cliente será clave, habrá que llevar arduas tareas de: diferenciación, captación de cliente y acomodación del cliente.

La parte de publicidad y promoción se habrá de llevar de manera muy cautelosa y esperanzadora. Dado que depende de esta el éxito y buen transcurso de la aplicación.

Para crecer y establecerse en el sector habrá que dejar claras las características que nos diferencian de la competencia (aviso del tiempo atmosférico, tiempo transcurrido en la aplicación, ayuda en tareas cotidianas, aspectos de motivación, seguridad y privacidad, permite poder crear un plan para mantenerse en forma, etc.) estas características pueden ser fundamentales para atraer y retener a los usuarios en un mercado competitivo. La demanda de aplicaciones de administración de tareas está en constante crecimiento, ya que cada vez más personas buscan herramientas para organizar sus actividades diarias y mejorar su productividad. Sin embargo, también es importante tener en cuenta que los usuarios pueden tener preferencias establecidas por aplicaciones populares como Todoist, Trello o Asana.

Existe un sistema de monetización bimensual donde si se cumplen las descargas estimadas para los diferentes modelos de la aplicación aportara seguridad a largo plazo, además existe un margen bastante amplio (

Facturación Prevista) por si la predicción fallara en una cantidad manejable.

La existencia de una página web de la aplicación hará más fácil su acceso y cabe recalcar las funcionalidades como el uso del calendario o la calculadora. Habiendo repasado estos factores que han sido estudiados con detenimiento a lo largo de este proyecto se puede determinar que este plan de negocio para la administración de tareas tiene garantías de crecimiento y supervivencia en el sector.

En este caso si nos fijamos en el cuadro de tesorería (Ilustración 19: Cuadro de tesorería), el acumulado mensual vemos que no se encuentra en valores negativos en los 7 primeros años, se genera cash-flow suficiente para cubrir posibles imprevistos y el cash-Flow procedente de la actividad de la empresa aumenta considerablemente año tras año. Esto aporta garantías de liquidez.

En el cuadro de pérdidas y ganancias (Ilustración 18: Cuadro de pérdidas y ganancias) vemos un resultado positivo que no da lugar a preocupaciones, aunque hay que tener en cuenta los impuestos dado que significan una parte importante del resultado y la empresa debe hacerse cargo de los impuestos.

Mediante la visualización del plan financiero se establece la seguridad de la generación de recursos suficientes para hacer frente a los pagos previstos en el tiempo y en la cantidad pertinente. Aunque no existe una fuerte inversión inicial por parte del propietario las garantías avalan el inicio del proyecto.

8. BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

(30 de 3 de 2023). Obtenido de SEPE: <https://www.sepe.es/HomeSepe/autonomos/incentivos-ayudas-emprendedores-autonomos.html>

(30 de 3 de 2023). Obtenido de INE:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595

(30 de 3 de 2023). Obtenido de CSC: <https://www.criarconsentidocomun.com/estudios-superiores-espana-universitarios/>

(30 de 3 de 2023). Obtenido de Xataka: <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/nuevo-record-gasto-mundial-aplicaciones-2021-sensor-tower-tiktok-juegos-como-pubg-mobile-tienen-culpa>

Bit Life media. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://bitlifemedia.com/2017/09/2021-tendremos-7-dispositivos-conectados-persona/#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20el%20informe,4%20dispositivos%20conectados%20por%20persona>

Champman, A. (22 de 8 de 2004). Análisis DOFA y análisis PEST. *deGerencia.com*.

corresponsables.com. (15 de 07 de 2023). Obtenido de

<https://www.corresponsables.com/actualidad/el-75-porciento-espanoles-sufre->

INE. (12 de 05 de 2023). Obtenido de

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177012&menu=ultiDatos&idp=1254734710990

INE. (12 de 05 de 2023). Obtenido de

<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t13/p405/a2009-2010/I0/&file=13001.px&L=0>

INE. (12 de 05 de 2023). Obtenido de

<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t20/e243/e01/a1981/I0/&file=01031.px&L=0>

INE.es. (15 de 07 de 2023). Obtenido de

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981#:~:text=Estad%C3%ADstica%20continua%20de%20poblaci%C3%B3n.,%C3%A9Altimos%20datos&text=La%20poblaci%C3%B3n%20de%20Espa%C3%B1a%20aument%C3%B3

itUser. (30 de 3 de 2023). Obtenido de [https://discoverthenew.ituser.es/seguridad-](https://discoverthenew.ituser.es/seguridad-inteligente/2023/03/la-ciberseguridad-esta-cada-vez-mas-alta-entre-las-prioridades-de-las-empresas)

[inteligente/2023/03/la-ciberseguridad-esta-cada-vez-mas-alta-entre-las-prioridades-de-las-empresas](https://discoverthenew.ituser.es/seguridad-inteligente/2023/03/la-ciberseguridad-esta-cada-vez-mas-alta-entre-las-prioridades-de-las-empresas)

Licencia Apertura. (15 de 05 de 2023). Obtenido de [https://licencia-apertura.com/alcoy-](https://licencia-apertura.com/alcoy-alicante/)

[alicante/](https://licencia-apertura.com/alcoy-alicante/)

lowpost. (25 de 04 de 2023). Obtenido de <https://lowpost.com/todoist-app-analisis/>

Lupass. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://lupass.net/historia-de-la-agenda/>

MARKETING4ECOMMERCE. (30 de 3 de 2023). Obtenido de

<https://marketing4ecommerce.net/usuarios-de-internet-mundo/>

marketingdirecto. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/mobile-marketing/12-recursos-imprescindibles-para-crear-una-aplicacion-movil-que-arrase>

Mouzo, J. (11 de 3 de 2023). Jaume Marrugat, epidemiólogo: “Si no puedes dejar de mirar un par de horas la pantalla es que tienes un problema”. *EL PAÍS*.

ofisillas. (20 de 04 de 2023). Obtenido de <https://www.ofisillas.es/>

ReasonWhy. (30 de 3 de 2023). Obtenido de

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/tecnologia/problemas-tecnologicos-soluciones-cotidianas-2017-09-22>

Sánchez, Á. (28 de 2 de 2023). La inflación repunta al 6,1% y acelera por segundo mes consecutivo. Obtenido de <https://elpais.com/economia/2023-02-28/la-inflacion-repunta-al-61-y-encadena-dos-meses-acelerando.html>

softzone. (30 de 3 de 2023). Obtenido de

<https://www.softzone.es/programas/lenguajes/programar-apps-moviles/>

Speth, C. (2016). *ANÁLISIS DAFO*.

TeleMadrid. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://www.telemadrid.es/salud/Espana-segundo-pais-europeo-con-peor-salud-mental-1-de-cada-5-sufre-algun-trastorno-mental-0-2493650620--20221005081200.html>

UNITEL. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://unitel-tc.com/10-requisitos-diseno-crear-app/>

we are social. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://wearesocial.com/es/blog/2022/04/mas-de-5-mil-millones-de-personas-ya-usan-internet/#:~:text=Poblaci%C3%B3n%20mundial%3A%20hay%207.930%20millones,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20mundial%20total>

Wikipedia. (30 de 3 de 2023). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n_mundial

Xataka. (30 de 3 de 2023). Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/14-mejores-aplicaciones-para-administrar-tus-tareas-tus-proyectos>

yeeply. (20 de 04 de 2023). Obtenido de <https://www.yeeply.com/>