



Tecnológico Nacional de México, campus Querétaro.

Modelo Canvas de Negocios

Alumnos:

Andrea Macedo Hernández

22140831

Brayan Eduardo Suarez Cruz

22140812

Melina Danna Ayala Sandoval

22140771

Ulises Yasua Angeles Arteaga

22140758

Grupo: 6A

Materia: Fundamentos de ingeniería de software

Docente: Laura Lucía Fernández Romero

Fecha de entrega: 2025-10-09

Índice

1.- Clientes.....	3
2.- Propuesta de valor.....	5
2.1.- Análisis FODA.....	6
2.2.- Presentación de la propuesta de valor.....	6
3.- Canales.....	8
3.1.- Marca empresarial.....	9
4.- Relaciones con clientes.....	10
5.- Fuentes de ingresos.....	11
5.1.- Análisis costo-beneficio.....	12
5.2.- Plan de inversión.....	12
5.3.- Plan de financiación.....	13
5.4.- Resultados y tesorería.....	13
6.- Recursos clave.....	14
7.- Actividades clave.....	15
8.- Socios - Alianzas estratégicas.....	16
9.- Estructura de costes.....	17
9.1.- Previsión económico-financiera.....	18
9.2.- Previsión de ingresos y gastos (plan a 3 años).....	19
10. Resumen - Modelo Canvas.....	20

1.- Clientes

OBJETIVO: Describir los diferentes GRUPOS DE PERSONAS O ENTIDADES A LOS QUE SE DIRIGE LA EMPRESA.

1; ¿Para quién estamos creando valor?

Para PYMES que buscan reducir tareas manuales y ampliar su escala de negocios.

2; ¿Cuáles son nuestros segmentos de clientes más importantes (rentables)?

Aquellas empresas que traten con un gran volumen de datos (consumidores, productos, sucursales, recursos, etc) como pueden ser comercializadoras, distribuidores, comercio electrónico, educación, etc.

3; ¿Cuáles son sus necesidades y/o preocupaciones?

Tareas manuales repetitivas, costos elevados del desarrollo de software, control y monitoreo de operaciones empresariales.

4; ¿Nos dirigimos hacia el gran público, el mercado de masas o a un nicho muy concreto?

Mercado de masas.

5; ¿Hay varios segmentos de clientes interrelacionados?

Si, porque de un lado se encuentran las necesidades del administrador de la empresa, mientras que para los trabajadores estas necesidades pueden diferir. También, dependiendo del alcance de la aplicación podría involucrarse a los consumidores finales y sus necesidades individuales.

6; ¿Qué factores del macroentorno influyen en tu futura empresa?

Existen muchos factores que influyen, por ejemplo, la tendencia actual de las empresas a modernizarse como respuesta a avances tecnológicos modernos que permiten cubrir múltiples necesidades con una eficiencia igual o mayor a la de un humano.

7; ¿Qué factores del microentorno influyen en tu futura empresa?

Productos similares, competidores y disponibilidad de herramientas tecnológicas.

8; Identificar competencia directa e indirecta:

- ¿Quiénes son nuestros competidores?

SAP, Oracle NetSuite, Microsoft Dynamics 365, Epicor, Unit4, HashMicro, Metasfresh

- ¿Qué ofrecen, a qué precio, ...?

Sistema ERP completos y especializados, con despliegues en la nube e integración con sistemas CRM. Modularidad con operaciones financieras, de servicios y de negocio y una plataforma amplia que garantiza la calidad del producto. Los paquetes base para PyMEs varían entre \$50,000 y \$200,000 pesos mexicanos (dependiendo mucho de la empresa, cantidad de empleados, tipo de solución y esquema de pago).

- Tipología de empresas, empresas dominantes o líderes....

ERP Globales (empresas dominantes)

- **SAP:** Líder mundial en ERP corporativos, usado por grandes corporaciones y multilatinas.
Modelo: licencias + nube, fuerte en personalización y soporte.
Público: grandes empresas.
- **Oracle NetSuite:** ERP completamente en la nube, muy usado por medianas empresas globales.
Modelo: suscripción mensual por usuario.
Público: medianas y grandes empresas.
- **Microsoft Dynamics 365:** ERP + CRM integrado, muy usado por empresas que ya usan Microsoft 365.
Modelo: SaaS modular, suscripción mensual.
Público: medianas y grandes empresas.

ERP para PyMEs

- **Odoo:** ERP modular open-source, muy flexible para adaptarse a procesos empresariales específicos.
Modelo: pago por módulo / usuario.
Público: pequeñas y medianas empresas.
- **Zoho ERP:** ERP en la nube con módulos financieros, inventario, ventas y más.
Modelo: suscripción mensual asequible.
Público: pequeñas empresas.
- **Bind ERP:** ERP cloud especializado para pymes en Latinoamérica.
Modelo: mensualidad fija por módulos.
Público: PyMEs latinoamericanas.

ERP verticales (por industria)

- **Epicor:** fuerte en manufactura y distribución.
- **Infor CloudSuite:** retail, manufactura, distribución.
- **Veeva:** salud y farmacéutica.

2.- Propuesta de valor

OBJETIVO: Describir el conjunto de PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE CREAN VALOR para un segmento de mercado específico; el problema o los PROBLEMAS QUE SOLUCIONAS PARA EL CLIENTE y cómo le das respuesta con los productos o servicios de tu empresa.

Determinar la ESTRATEGIA COMPETITIVA: precio, personalización, ahorro, diseño, novedad, marca/reputación,...

1. ¿Qué valor le damos a los clientes?

Les damos un sistema que les permite administrar y realizar acciones empresariales con acceso a bases de datos, inventario, entradas de productos, ventas, proveedores, reportes, etc.

2. ¿Qué problema o necesidad de nuestros clientes estamos ayudando a resolver o satisfacer?

Tener un sistema funcional elaborado rápidamente, que cumpla con los requerimientos que necesita la empresa.

3. ¿Qué tipos de productos o servicios ofrecemos a cada uno de nuestros segmentos clientes?:

3.1. Descripción detallada de las gamas de productos y/o servicios que se van a ofrecer (atributos, funciones, características técnicas, de utilización, ...).

Ofrecemos un sistema completo, adecuado a los requerimientos del cliente, teniendo un amplio contenido de base, ofreciendo características como el uso de base de datos, concentrado de recursos de la empresa, manteniendo un control exigente para evitar fallos de cualquier tipo.

3.2. Describir las necesidades o deseos que van a cubrir.

Tendrán un mejor control y administración de su empresa, lo obtendrá de manera rápida y especializada.

3.3. Aspectos complementarios: PRODUCTO / SERVICIO BÁSICO + EXTRAS (envase, marca, servicios, garantías, mantenimiento...).

Ofrecemos mantenimiento del sistema (añadir nuevos campos para la base de datos, si el cliente quiere agregar funcionalidades tendrían un costo extra), ofrecemos garantía del 40% después de 3 meses de uso, se les da capacitación del funcionamiento del sistema a los empleados de la empresa por una semana, ya que procuramos crear sistemas que sea fácil y flexible para el uso de los usuarios.

4. ¿Por qué van a comprar/contratar a nuestra empresa y no a la competencia?

Nuestro servicio ofrecerá la posibilidad de modularización del código de tal manera que el cliente pueda elegir las funcionalidades que necesite de acuerdo a sus necesidades, con facilidad de uso, tendrían mejor control en su empresa y tendrán la oportunidad de utilizar las tecnologías modernas a su favor, nuestros servicios están a la disposición de pequeñas y medianas empresas en México.

5. ¿Cuál es la ventaja competitiva? ¿Cuál es nuestra propuesta de valor DIFERENCIAL?

A nivel nacional somos de las pocas empresas que se dedican a la creación de sistemas especializados ya que no hay mucha competencia, estamos al alcance de las pequeñas y medianas empresas en México.

Nuestras soluciones ayudan a cualquier tipo de empresa y es muy requerida ya que las tecnologías se están implementando en función de la escalabilidad poblacional, económica, cultural, política, etc.

2.1.- Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> *Aplica a todo tipo de empresas (chicas y medianas). *Es rentable 	<ul style="list-style-type: none"> *Contamos con un mercado amplio *Poca competencia en el sector nacional *Aumento de las tecnologías
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> *Dispuesta al cambio, con las exigencias de las clientes *Se complica un poco al momento de juntar los componentes. 	<ul style="list-style-type: none"> *Es un poco costoso para el sector *Al momento de cambios políticos o económicos tendrían que haber cambios lo cual podría costarle al cliente.

2.2.- Presentación de la propuesta de valor

PROPUESTA DE VALOR	
SEGMENTO	ANÁLISIS
Precio	Dependiendo del tipo de sistema, entre 4,000 a 10,000 dólares.
Novedad	No es muy novedoso ya que los sistemas de gestión de negocios han existido desde

	siempre pero nuestro producto es novedoso en el hecho de que ya tenemos las bases y los códigos por bloques y solo tendríamos que acoplarlos y añadir si es que es necesario requisitos del cliente.
Calidad	Cumplirá con las normas de calidad en la iso 25010
Conveniencia	Nuestro producto permite que el cliente tenga una mejor administración de su empresa en poco tiempo, personalizado, y para algunas empresas no les repercute mucho económicamente.
Marca / Status	Ya que somos nuevos en el mercado tenemos un estatus bajo, sin embargo conforme nuestro proyecto se promoció y llegue a el conocimiento de muchas empresas en México iremos subiendo.
Desempeño	Utilizamos tecnologías de vanguardia.
Reducción de riesgo	Minimizamos la complicación del sistema para evitar errores de usuario, así como excepciones dentro del sistema si se llegan a ocasionar errores.
Reducción de costos	Los costos dependen de los requisitos del cliente, sin embargo dependen de la inflación, estamos en un rango bajo en costos comparados con otros distribuidores que realizan productos similares.
Diseño	Diseño simple para la facilidad de uso para el usuario, moderno, limpio y estético.
Customización	El sistema se adapta a las necesidades del cliente y actualizaciones en los modelos empresariales en tiempo, permite escalabilidad.

3.- Canales

OBJETIVOS: El CANAL es clave, y en base a las decisiones que tomemos en este punto, conformaremos UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE U OTRA. Se debe describir el MODO EN EL QUE LA EMPRESA SE COMUNICA con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

*Los canales tienen, entre otras, las funciones siguientes:

*Dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa.

*Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa.

*Permitir que los clientes compren productos y servicios específicos.

*Proporcionar a los clientes una propuesta de valor.

*Ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa.

1. ¿Cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor a cada segmento de clientes?

La propuesta de valor es la misma para todos los clientes, pondremos las especificaciones en nuestra página web así como contacto con el encargado de gestionar los proyectos, una vez especificado los requerimientos para el sistema crearemos contratos y un manual donde viene explicado cada requerimiento y cómo cumple con el sistema entregado así como un manual de usuario como administrador y cliente.

2. ¿A través de qué canales queremos llegar a nuestros clientes?

Por medio de la página web, haciendo promoción en las aplicaciones más usadas por empresas, así como presentarnos en varias empresas que busquen un sistema seguro y confiable.

3. ¿Cómo se integran nuestros canales?

De cualquier manera los canales llevan al éxito al momento de buscar clientes ya sea por publicidad digital, o buscar personalmente.

4. ¿Cuáles funcionan mejor?

Por medios digitales es posible llegar a más empresas, por visualizaciones, conexiones, alianzas con empresas, etc. Además es más rápido y las mismas empresas que buscan sistemas investigan acerca de proveedores y llegarán a nosotros.

5. ¿Cuáles son los más rentables?

Por costos el buscar físicamente empresas que quieran adquirir el producto ya que la publicidad digital cuesta y en un principio optaremos por este canal, y después del primer proyecto invertiremos en publicidad. También claro tendremos nuestras redes sociales a nombre de la empresa y las promocionaremos por ahí ya que no hay ningún costo por tener estas.

6. ¿Cómo vamos a integrarlos con las rutinas de los clientes?

A los clientes les llegará la información de una manera u otra y tendremos que hacer investigaciones de mercado para saber en qué momento y donde podremos empezar a promocionar nuestros proyectos.

3.1.- Marca empresarial

LOGO Y ESLOGAN



FLYER



4.- Relaciones con clientes

OBJETIVO: DESCRIBIR LOS DIFERENTES TIPOS DE RELACIONES que establece una empresa con determinados SEGMENTOS DE MERCADO (uno de los aspectos más críticos en el éxito de un modelo de negocio, y a la par uno de los más complejos de tangibilizar).

1. ¿Qué tipo de relación espera mantener cada segmento de clientes con la empresa?

La relación sería indiferenciada dado que abordaremos las empresas en general y no un sector en específico.

2. ¿Qué va a inspirar nuestra marca en ellos?

La marca inspirará confianza debido a que estaremos manejando detalles financieros y administrativos de las empresas, así como accesibilidad en cuanto al fácil manejo de la plataforma.

3. ¿Qué/quién establece estas relaciones? ¿Cuánto nos cuesta?

El propósito de nuestro servicio y el análisis de mercado. No tendrá costo dado que será una relación indiferenciada, no habrá costo extra por la personalización de la relación.

4. ¿Cómo se integran con el resto del modelo de negocio?

En general el resto del modelo de negocio no sufrirá cambios ni tendrá necesidad de integraciones debido al tipo de relación.

5. ¿Cómo vamos a captar clientes?

Captamos nuestros clientes mediante redes sociales como tik tok, facebook e instagram, en adición a nuestra página web que crearemos y promocionaremos con google ads.

6. ¿Cómo vamos a fidelizar los clientes?

Los clientes se fidelizan gracias a la facilidad de uso que tendrá nuestra página, así como sus precios accesibles y confiabilidad.

7. ¿Qué técnicas vamos a utilizar para estimular las ventas?

En un inicio se hablará directamente con las empresas para promover nuestro servicio, se ofrecerán pruebas gratuitas y descuentos, y luego se generarán mediante la promoción en google ads y tiktok.

5.- Fuentes de ingresos

OBJETIVO: Describir el FLUJO DE CAJA que genera la empresa en los diferentes segmentos de mercado. Las fuentes de ingresos constituyen principalmente el DINERO EN EFECTIVO DE UNA EMPRESA, que se obtiene a través de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes.

1. ¿Qué están dispuestos a pagar los clientes por nuestra solución? ¿Para qué se paga en la actualidad?

Un sistema ERP en México se paga a partir de \$60000 MXN para las versiones más simples, y dependiendo de la complejidad y el nivel de personalización, este costo puede escalar hasta más de cien mil pesos. Se paga para que se pueda tener un mejor control de los recursos con los que cuenta la empresa, y facilitar la toma de decisiones a futuro. Con esto, las empresas podrán planear a corto, mediano y largo plazo y asegurarse de que las actividades se alineen con la visión proyectada.

2. ¿Cómo se paga actualmente? ¿Cómo prefieren pagar?

El esquema de pagos en la actualidad, para muchos proyectos de software, se maneja sobre 2 o más entregas, una siendo el anticipo (que debe cubrir la inversión de parte del desarrollador, para evitar pérdidas en caso de cualquier situación), y las demás sobre entregas o avances (la ganancia). Estos pagos ahora es muy común que se hagan por medio de algún banco o pasarela de pago, particularmente para proyectos freelance.

3. ¿Cuáles son las fuentes de ingresos? ¿Cómo contribuye cada fuente a los ingresos totales?

La fuente de ingresos sería la venta/renta del sistema ERP personalizado con las características solicitadas por el usuario, que contribuye con la totalidad de los ingresos percibidos por esta actividad.

4. ¿Qué margen se obtendrá?

El margen de ingresos se estima en un mínimo del 50%, sin embargo, pasando la etapa inicial de desarrollo, se podría llegar a esperar que este crezca conforme se vayan afinando los detalles y se mejore la presencia y calidad del producto ofrecido.

5. Criterios que se van a aplicar a la hora de fijar los precios: costes, precios de la competencia, experiencia, ...

Uno de los principales criterios que se aplicarán para fijar los precios es la velocidad esperada de desarrollo. Una vez el producto se encuentre en una versión funcional, hacer uso de él para generar sistemas ERP similares sería una tarea muy rápida. Además, se contemplarán costos de configuración adicionales como dominios y hardware, así como los precios ofrecidos por la competencia en productos similares.

6. Forma de cobro: establecer el modo y el plazo de cobro a clientes.

Como se mencionó anteriormente, se establecería en 2 pagos, uno de anticipo y uno contra entrega.

5.1.- Análisis costo-beneficio

Beneficios		Costos	
Apartado	Cantidad/Precio	Apartado	Cantidad/Precio
Ventas	\$20000.00	Inmobiliario	\$11000.00
Inversión inicial	\$13000.00	Mobiliario	\$1000.00
		Equipo de cómputo	\$8000.00
		Constitución	\$750.00
		Gastos varios	\$500.00
Total	\$33000.00	Total	\$21250.00
Razón Beneficio - Costo		1.55	

5.2.- Plan de inversión

PatitoERP

Rural Talent

Plan de inversión

2026

Introducir valores SIN IVA y en positivo

	TOTAL	Plazo amortización (años)	Amortización mensual
Activo No Corriente	90,150		-1,442
INTANGIBLE	150		-25
Aplicaciones informáticas	150	1	-25
Otro inmovilizado intangible (Derechos de traspaso, ...)	0		0
MATERIAL	90,000		-1,417
Terrenos y Construcciones	50,000	10	-417
Instalaciones técnicas.	1,000	1	-83
Otras instalaciones.	0		0
Maquinaria	0		0
Utilaje	0		0
Mobiliario	1,000	1	-83
Equipos para el proceso de la información	8,000	2	-333
Elementos de transporte	30,000	5	-500
Otro Inmovilizado Material	0		0
OTROS	750		
Fianzas	0		
Gastos de constitución	750		
Compra de existencias para almacén	0		

5.3.- Plan de financiación

PatitoERP

Rural Talent

Plan de financiación

2026

Importe	
TOTAL FINANCIACIÓN	63,000
PROPIA	8,000
Aportación de socios y promotores	4,000
	4,000
AJENA	55,000
Préstamo bancario	50,000
Aportación de amigos y familiares	5,000

Fecha Aportación	
05/08/2026	
02/12/2026	

Tipo interés anual	
Primer año	Segundo año
21/08/2026	1.00%
05/08/2026	0.50%

Plazo devolución (años)	
10	2

Comisiones (apertura, estudio...)	

Cuota mensual	
Primer año	Segundo año
21/08/2036	-438
46,970	-209
	-210

5.4.- Resultados y tesorería

Introducir valores SIN IVA y en negativo (gastos) o positivo (ingresos)

INGRESOS

Linea de productos o servicios 1

Linea de productos o servicios 2

Gastos directos

Coste de las ventas

Otros gastos directos

Gastos de personal

Salario promotor

Cuota autónomos

Trabajador 1

Trabajador 2

Trabajador 3

Gastos generales

Arrendamiento local

Otros arrendamientos

Gestoría y abogados

Patentes y marcas

Gastos web, Diseño, hosting y dominio

Transporte

Seguros

Publicidad y Relaciones públicas

Suministros (electricidad, agua...)

Material de oficina

Telefonos y Comunicaciones

Gastos varios

Amortización

Otros ingresos y gastos

Subvenciones

Intereses préstamos

Ingresos y gastos extraordinarios

Otros ingresos y gastos

Resultado antes de impuestos

Impuestos (IRPF/Imp.Sociedades)

Resultado mensual

Resultado acumulado

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total			
+								15,000	31,000	18,000	10,500	45,000	119,500	100.0%		
+								15,000	31,000	18,000	10,500	45,000	119,500	100.0%		
+													0	0.0%		
								-300	-175	-150	-325	-600	-1,550	-1.3%		
-								-200	-100	-75	-200	-500	-1,075	-0.9%		
-								-100	-75	-75	-125	-100	-475	-0.4%		
													0	0.0%		
								-1,000	-5,700	-6,200	-5,700	-6,700	-31,000	-25.9%		
-								-1,000	-1,000	-1,000	-1,000	-1,500	-6,500	-5.4%		
-								0	0	0	0	0	-500	-0.4%		
-								-1,800	-1,800	-1,800	-1,800	-2,100	-9,300	-7.8%		
-								-2,000	-2,000	-2,000	-2,000	-2,000	-10,000	-8.4%		
-								-900	-900	-900	-900	-1,100	-4,700	-3.9%		
								-515	-1,439	-1,152	-1,643	-3,246	-1,140	-10,320	-8.6%	
-								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
-								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
-								-200	0	0	-500	0	0	-700	-0.6%	
-								0	0	0	0	-2,000	0	-2,000	-1.7%	
-								-420	0	0	0	-100	0	-520	-0.4%	
-								0	-50	-45	-47	-62	-29	-82	-0.3%	
-								0	-500	-500	-500	-500	-500	-3,000	-2.5%	
-								-130	0	0	-20	0	-13	0	-163	-0.1%
-								-65	-69	-75	-85	-59	-65	-63	-481	-0.4%
-								0	0	-30	0	0	0	-30	0.0%	
-								-100	-400	-500	-500	-500	-400	-2,900	-2.4%	
-								-20	0	-35	0	-22	-39	-95	-0.2%	
													0	0.0%		
								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
+								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
+								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
+								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
+								0	0	0	0	0	0	0	0.0%	
								-515	-2,439	7,815	23,973	10,007	1,229	36,560	64.1%	
													-11,495	-11,495	-9.6%	
								-515	-2,439	7,815	23,973	10,007	1,229	25,066	54.5%	
								-515	-2,954	4,861	28,834	38,841	40,070	65,136		

6.- Recursos clave

OBJETIVO: Describir LOS ACTIVOS MÁS IMPORTANTES para que el modelo de negocio funcione, así como TIPO, CANTIDAD E INTENSIDAD. Los recursos clave se relacionan directamente con las actividades clave, pues son los primeros aquellos que se transforman, a través de las actividades, en las propuestas de valor de la empresa.

Los recursos claves pueden ser FÍSICOS, ECONÓMICOS, INTELECTUALES Y HUMANOS.

1. ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

Se requiere de personal capacitado para el manejo apropiado de los recursos de la empresa tales como financieros, personal y el mantenimiento de la infraestructura así como el principal activo que son nuestros desarrolladores especializados en frontend, backend, BD, analistas de datos, sistemas operativos y servidores.

Otro punto importante sería el área de trabajo como lo es una oficina con la infraestructura adecuada, el software necesario junto con sus licencias para evitar temas legales, todo el hardware como lo son los servidores, equipos de computo, etc.

2. ¿Cómo obtenemos estos recursos clave?

Por medio de la oferta laboral adecuada ofrecida por el departamento de recursos humanos en conjunto con recursos financieros garantizando la mayor productividad para la empresa y el personal adecuado para cada puesto, así mismo recursos financieros debe de analizar las mejores propuestas tanto del software como del hardware para poder adquirir lo mejor al mejor precio.

3. ¿Cuándo los necesitamos?

Al momento de realizar el primer contrato se requieren imprescindiblemente contar con los desarrolladores tanto backend, frontend, full stack y BD, sin olvidar de tener el personal de recursos financieros y recursos humanos para la administración de los anteriores además se debería ya contar con equipo de computo y el software necesario para el desarrollo del producto.

La otra parte del personal se podrá contratar al posterior termino del primer contrato o en un plazo próximo a los 6 meses esto sería en conjunto a la obtención del espacio de trabajo adecuado para su utilización.

4. ¿Cuáles son los recursos que requieren los canales de distribución utilizados?

En el ámbito tecnológico, se necesita infraestructura digital sólida, como servidores estables, servicios en la nube y software especializado para gestionar entregas y comunicación con los clientes. También se requiere la implementación de plataformas web y aplicaciones móviles bien desarrolladas por el equipo de frontend, backend y base de datos, que aseguren una experiencia fluida y confiable para los usuarios.

En el aspecto humano, es indispensable contar con personal técnico que dé soporte y mantenimiento continuo a los canales digitales, además del personal encargado de la atención al

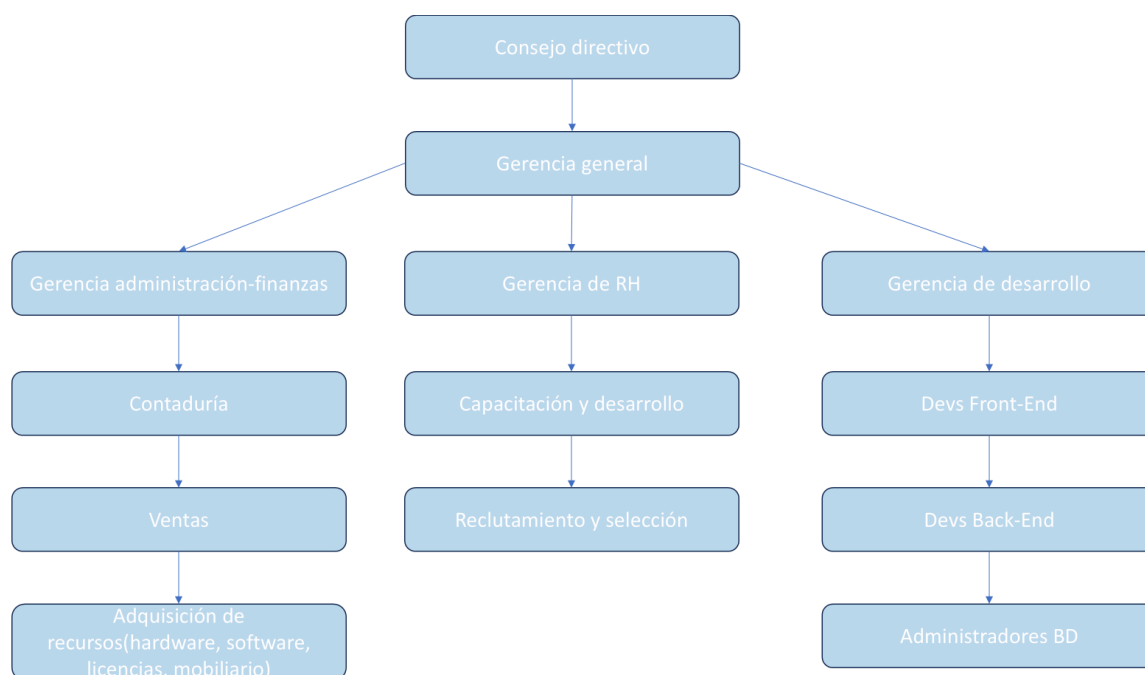
cliente y la gestión de relaciones comerciales, garantizando que la propuesta de valor llegue eficazmente a los usuarios finales.

5. ¿Cuáles son los recursos más importantes y costosos en tu modelo de negocio?

El personal altamente capacitado en desarrollo de software especialmente los desarrolladores frontend, backend, full stack y administradores de bases de datos representa el activo más valioso, ya que de su trabajo depende directamente la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

En segundo lugar, los recursos tecnológicos, como servidores, equipos de cómputo, software con licencias legales y servicios en la nube, implican una inversión significativa. Estos elementos son esenciales para garantizar el rendimiento, seguridad y escalabilidad del sistema, así como el cumplimiento de los compromisos con los clientes.

6.1.- Organigrama



7.- Actividades clave

OBJETIVOS: Describir LAS ACCIONES MÁS IMPORTANTES que debe emprender la empresa para que el modelo de negocio funcione.

Son las actividades que NOS PERMITEN ENTREGAR A NUESTRO CLIENTE LA PROPUESTA DE VALOR vía una serie de canales y con un tipo concreto de relaciones.

1. ¿Qué soluciones o actividades clave requieren nuestras propuestas de valor?

Requiere actividades clave centradas en el diseño, desarrollo y mantenimiento de un sistema altamente personalizable que permite a las empresas crear y administrar sus propias aplicaciones sin necesidad de conocimientos avanzados. Esto implica el desarrollo de una plataforma modular, flexible y segura que pueda adaptarse a distintas necesidades empresariales. Además, se requiere una actualización constante del software, la gestión de infraestructura tecnológica como servidores y bases de datos, así como la investigación y desarrollo de nuevas funcionalidades que mejoren la experiencia del usuario y mantengan la competitividad del producto en el mercado.

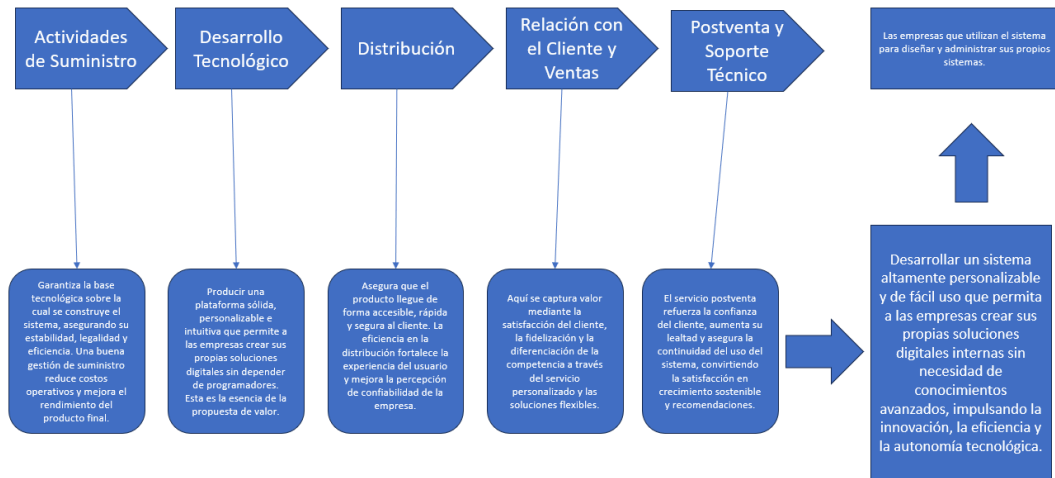
2. ¿Qué actividades requieren las relaciones con clientes?

Soporte técnico efectivo y acompañamiento continuo. Para ello, se brindará atención al cliente personalizada a través de múltiples canales, incluyendo correo, chat y videollamadas, asegurando respuestas rápidas y efectivas. También se implementarán programas de capacitación para que las empresas comprendan el funcionamiento del sistema y puedan aprovechar todas sus herramientas. Además, se recopilará la retroalimentación de los usuarios con el fin de mejorar las funcionalidades del software, fortalecer la relación con los clientes y ofrecer planes personalizados que se ajusten a su crecimiento y necesidades específicas.

3. ¿De qué manera se llevarán a cabo?

El equipo de desarrollo trabajará bajo metodologías ágiles, permitiendo adaptaciones rápidas según los requerimientos de los clientes. El área de soporte técnico y atención al cliente se encargará de mantener la comunicación directa con las empresas usuarias mediante sistemas de seguimiento y control de incidencias. A su vez, el departamento de capacitación generará materiales didácticos, tutoriales y sesiones de entrenamiento tanto presenciales como virtuales. Finalmente, la administración y finanzas asegurarán los recursos necesarios para la correcta operación del sistema, garantizando la calidad del servicio y el cumplimiento de los objetivos del modelo de negocio.

7.1.- Análisis de la cadena de valor



8.- Socios - Alianzas estratégicas

OBJETIVOS: Describir la red de PROVEEDORES Y SOCIOS que contribuyen al funcionamiento de nuestro modelo de negocio. ALIANZAS que complementen nuestras capacidades y potencien nuestra propuesta de valor, optimizando de esa forma los recursos consumidos y reduciendo la incertidumbre.

1. ¿Quiénes son nuestros socios clave?

Nuestros socios clave serían inversionistas, del área de contabilidad para el manejo correcto de las finanzas del negocio y distribuidores que tengan relaciones con los clientes que queremos alcanzar.

2. ¿Quiénes son nuestros principales proveedores?

Necesitaremos proveedores de infraestructura tecnológica como google cloud para el alojamiento del ERP y así no tener la necesidad de comprar dispositivos físicos.

3. ¿Qué recursos claves se necesitan para la adquisición de los socios?

Una base sólida del funcionamiento del plan de negocio de la empresa para que así los socios tengan certeza de que la empresa tiene una visión viable y acorde a lo que ellos buscan también

4. ¿Qué actividades clave realizan los socios?

Los socios clave realizarán actividades de financiamiento, de marketing y de generación de contactos para la obtención de clientes.

5. ¿Qué Partners pueden hacer mejor o a un costo menor y aportar valor añadido a tu negocio?

Creadores de contenido para poder llegar a más PYMES.

9.- Estructura de costes

OBJETIVO: Describir todos los COSTES QUE IMPLICA LA PUESTA EN MARCHA de un modelo de negocio. Los costes en los que se incurre dependen del modelo de negocio con el que se trabaje. Por ello, se trata de conocer los COSTES TANTO DE LA CREACIÓN Y LA ENTREGA DE VALOR, como del MANTENIMIENTO DE LAS RELACIONES CON CLIENTES o la GENERACIÓN DE INGRESOS que tienen un coste.

1. ¿Cuáles son los costes (fijos, variables) más importantes dentro de nuestro modelo de negocio?

Salarios de personal, inversión para nuevas características, costes de infraestructura en general.

2. ¿Qué recursos clave son los más costosos?

Almacenamiento persistente (on-site, en la nube), compra y configuración de dominios.

3. ¿Qué actividades clave son las más costosas?

Publicidad y outreaching, despliegue de soluciones y mantenimiento a largo plazo.

4. ¿Cuál es la estructura de costes de este modelo de negocio?

Costes fijos estimados mensuales: \$10000

Costes variables estimados por unidad o período: \$5000

Intereses por crédito bancario: \$125

Tipo de coste	Estimado (\$)	Porcentaje del total (%)
Costes fijos	\$10000	40%
Costes variables	\$3000	12.5%
Costes financieros	\$125	0.5%
Total	\$13125	100%

La estructura de costes del modelo de negocio se basa principalmente en costes fijos asociados al alquiler y personal (aproximadamente 40% del total), complementados por costes variables derivados de la compra de insumos y logística (12.5%) y un pequeño porcentaje de costes financieros (0.5%). Esta estructura permite mantener la estabilidad operativa y escalar las ventas con un incremento proporcional de los costes variables.

9.1.- Previsión económico-financiera

Capital necesario para iniciar la actividad.

En este apartado se detalla el monto total requerido para poner en marcha la empresa, incluyendo inversiones iniciales, gastos de constitución, adquisición de equipos, mobiliario, licencias, y otros recursos esenciales.

Capital necesario total: \$13000

Detalle de inversiones iniciales:

- Equipos y herramientas: \$8000
- Mobiliario e instalaciones: \$1417
- Licencias y registros: \$900
- Otros (marketing, outreach): ~\$2000

Plan de previsión de ingresos (Ventas) y Gastos (compras).

Aquí se estiman los ingresos previstos por ventas de productos o servicios y los gastos relacionados con las compras de materiales, suministros o mercancías.

Período de previsión: Ago-Dic 2026

Ventas previstas (mensuales/anuales): \$119500 - \$25000 mensual

Compras previstas: \$43870

Margen estimado bruto: \$76630

Cuenta de pérdidas y ganancias.

Tras realizar los cálculos correspondientes con las estimaciones iniciales, se espera que por cada dólar invertido en el negocio se pueda obtener un \$0.5 de ganancia inicialmente. Se pronostican potenciales pérdidas de aproximadamente -\$0.3 al inicio de actividades.

Plan de previsión de Cobros y Pagos. Tesorería.

Se buscaría ofertar el servicio mediante un pago inicial que cubre el costo del software, y con el cual se tendría una copia libre para uso empresarial. Se ofrecerá, además, un paquete con mantenimiento a corto o largo plazo, dependiendo de lo que solicite el cliente.

Balance inicial de la actividad.

ACTIVO

- Activo no corriente (inmovilizado): \$1000
- Activo corriente (existencias, caja, bancos, clientes): \$50000

PASIVO Y PATRIMONIO NETO

- Fondos propios: \$8000
- Pasivo a largo plazo: \$10000
- Pasivo a corto plazo: \$2000

Total Activo: \$51000

Total Pasivo + Patrimonio Neto: \$71000

Financiación de la creación y puesta en marcha de la nueva empresa: Fondos propios y ajenos.

Fondos propios: \$13000

Fondos ajenos: \$50000

Total financiación disponible: \$63000

Gestión de la contabilidad de la empresa.

- Tipo de contabilidad: simplificada
- Periodicidad de registros: 3 meses
- Software o sistema utilizado: Holded

9.2.- Previsión de ingresos y gastos (plan a 3 años)

PatitoERP		Previsión de ingresos y gastos					
	2026		Eje +1		Eje +2		Total
TOTAL INGRESOS	119,500	100.0%	350,000	100.0%	475,000	100.0%	944,502
Línea de productos o servicios 1	119,500	100.0%	300,000	85.7%	400,000	84.2%	819,502
Línea de productos o servicios 2	0	0.0%	50,000	14.3%	75,000	15.8%	125,000
TOTAL GASTOS DIRECTOS	-1,550	-1.3%	-7,575	-2.2%	-20,000	-4.2%	-29,125
Coste de las ventas	-1,075	-0.9%	-6,000	-1.7%	-18,000	-3.8%	-25,075
Otros gastos directos	-475	-0.4%	-1,575	-0.5%	-2,000	-0.4%	-4,050
	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	-26,300	-22.0%	-144,000	-41.1%	-164,250	-34.6%	-334,551
Salario promotor	-6,500	-5.4%	-25,000	-7.1%	-32,000	-6.7%	-63,500
Cuota autónomos	-500	-0.4%	-1,000	-0.3%	-2,250	-0.5%	-3,750
Trabajador 1	-9,300	-7.8%	-58,000	-16.6%	-60,000	-12.6%	-127,300
Trabajador 2	-10,000	-8.4%	-60,000	-17.1%	-70,000	-14.7%	-140,000
TOTAL GASTOS GENERALES	-10,320	-8.6%	-16,092	-4.6%	-60,652	-12.8%	-87,064
Arrendamiento local	0	0.0%	0	0.0%	-40,000	-8.4%	-40,000
Otros arrendamientos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Gestoría y abogados	-700	-0.6%	-2,200	-0.6%	-3,150	-0.7%	-6,050
Patentes y marcas	-2,000	-1.7%	-2,000	-0.6%	-2,000	-0.4%	-6,000
Gastos web. Diseño, hosting y dominio	-520	-0.4%	-520	-0.1%	-520	-0.1%	-1,560
Transporte	-315	-0.3%	-650	-0.2%	-1,220	-0.3%	-2,185
Seguros	-3,000	-2.5%	-3,000	-0.9%	-3,000	-0.6%	-9,000
Publicidad y Relaciones públicas	-163	-0.1%	-350	-0.1%	-506	-0.1%	-1,019
Suministros (electricidad, agua...)	-481	-0.4%	-751	-0.2%	-922	-0.2%	-2,154
Material de oficina	-30	0.0%	-60	0.0%	-75	0.0%	-165
Teléfonos y Comunicaciones	-2,900	-2.4%	-6,000	-1.7%	-8,500	-1.8%	-17,400
Gastos varios	-211	-0.2%	-561	-0.2%	-759	-0.2%	-1,531
Amortización	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Resultado de la actividad	81,330	68.1%	182,333	52.1%	230,098	48.4%	493,762
TOTAL OTROS INGRESOS Y GASTOS	0	0.0%	-1,025	-0.3%	0	0.0%	-1,025
Subvenciones	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Intereses préstamos	0	0.0%	-1,025	-0.3%	0	0.0%	-1,025
Ingresos y gastos extraordinarios	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Otros ingresos y gastos	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0
Resultado antes de impuestos	81,330	68.1%	181,308	51.8%	230,098	48.4%	492,737
IMPUESTO DE SOCIEDADES /IRPF	-11,495	-9.6%	0	0.0%	0	0.0%	-11,495
Resultado final	69,836	58.4%	181,308	51.8%	230,098	48.4%	481,243
Resultado acumulado	69,836		251,144		481,242		

10. Resumen - Modelo Canvas

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none">Socios financieros e InversionistasAsesores contablesSocios comerciales y distribuidores	Desarrollo, mantenimiento y mejora del ERP personalizable, soporte técnico, capacitación y atención al cliente.	*Dueños del negocio: +Los erp son muy utilizados y cada vez existen más empresas. +Facilidad de uso ya que solo tenemos que juntar código ya funcional.	La relación con el cliente es de tipo indiferenciada dado que ofreceremos un mismo servicio a todo nuestro mercado, buscando siempre transmitir confianza y seriedad.	Nuestro ERP se dirige principalmente a PYMES y empresas con alto volumen de datos, como comercializadoras y distribuidores.
	Recursos claves Desarrolladores especializados, infraestructura tecnológica, software con licencias y recursos financieros.	*Clientes finales: +ERP personalizado +Facilidad de uso +Mantenimiento +Precio accesible +Mejora el rendimiento administrativo.	Canales *Redes sociales *Anuncios publicitarios *Página web *Búsqueda de posibles clientes físicamente	
Estructura de coste Costes fijos estimados mensuales: \$10000 Costes variables estimados por unidad o período: \$5000 Intereses por crédito bancario: \$125 Período de previsión: Ago-Dic 2026 Ventas previstas (mensuales/anuales): \$119500 - \$25000 mensual Compras previstas: \$43870 Margen estimado bruto: \$76630			Fuentes de Ingreso Las principales fuentes de ingreso serán las ventas del software y el mantenimiento del mismo a corto y largo plazo. Se estimaría una ganancia del 50% inicialmente, lo cuál cubriría los gastos de la empresa.	