

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

Universidad nacional de San Agustín

Facultad de Ingeniería de producción y servicios

Escuela Profesional de Ciencia de la Computación

Curso de Formación de Empresas de base tecnológicas II

PLAN DE EMPRESA

eLibrary



Diego David Charrez Ticona

Ruben Edwin Hualla Quispe

dcharrezt@unsa.edu.pe

Arequipa, Julio 2018

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

[01 ANTECEDENTES DEL PROYECTO Y GRUPO PROMOTOR](#)

[02 EL PRODUCTO/SERVICIO](#)

[03 ANALISIS FODA](#)

[04 ANALISIS DE MERCADO](#)

[05 POLÍTICA COMERCIAL](#)

[06 POLITICA DE COMUNICACION](#)

[07 ANÁLISIS DE ENTORNO](#)

[08 PLAN DE MARKETING](#)

[09 PLAN DE OPERACIONES](#)

[10 RECURSOS MATERIALES NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA](#)

[11 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS](#)

[12 LEGALIZACIÓN](#)

[13 PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO](#)

[14 CRONOGRAMAS](#)

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

01 ANTECEDENTES DEL PROYECTO Y GRUPO PROMOTOR

1.- Origen de la idea

En estos tiempos donde en realidad el tiempo vale más que el dinero, personas de todo el mundo prefieren usar su tiempo en cosas que importan y dejan de lado las actividades triviales como las de ir de compras por alimentos las personas pagan a terceros para que hagan esas actividades, bajo esta premisa se han creado innumerables de empresas en el rubro tecnológico como Amazon o Alibaba que sirven de plataforma de compras en línea y sin moverte de tu hogar puedes comprar artículos desde comida a autopartes y recibirlos en la puerta de tu casa.

En nuestro país por experiencia propia como esto aún no es tan común en la época escolar específicamente antes del inicio de labores escolares en los colegios debido a que los padres a pesar de recibir sus listas de útiles en diciembre o enero dejan las compras para unas semanas antes lo cual genera largas colas en librerías, también se hacen en múltiples distritos las llamadas ferias escolares, los padres usualmente no encuentran todo la lista completa en un solo lugar y deben buscar en varias librerías y a su vez esperar largas colas, y a su darse con la sorpresa de que los precios varían drásticamente de un lugar a otro.

Nuestra aplicación pretende acabar con múltiples problemas mencionados mediante una interfaz sencilla que permita realizar compras en algunos minutos sin tener que hacer colas ni caminar de librería en librería.

2.- Presentación del grupo promotor

Actualmente, el equipo cuenta con dos integrantes.

CO/CTO: Diego David Charrez Ticona

Visionario en el área de emprendedurismo, promotor de la idea. Estudiante de último año de Ciencia de la Computación.

Admin/Programador: Ruben Edwin Hualla Quispe

Parcial-contratado, Programador y encargado de la imagen y diseño para el marketing de la empresa.

02 EL PRODUCTO/SERVICIO

1.- Descripción del producto/servicio

Se busca crear un espacio web para que diferentes empresas que vendan productos del rubro de útiles escolares u oficina puedan vender sus productos mediante la plataforma, dando un enfoque especial a listas escolares.

2.- Ventajas competitivas del producto/servicio

Ya no habrá necesidad de buscar un librería hacer inmensas colas y completar todos los ítems de las listas que demandan mucho tiempo en completarlas.

Además este será el media donde cualquier librerías pequeñas puedan comprar mercadería de librerías más grandes para abastecerse.

Ahorrar en cuanto a costos porque podrían prepararse varias listas de un determinado colegio de la base de datos.

3.- Evolución posible de productos/servicios

Si bien se tienen ciertos objetivos y metas, acorde al feedback recolectado en el estudio de mercado el proyecto podría ofrecer ciertas funciones premium, como delivery, buscando que este sea más eficaz que el ya conocido por los supermercado brindados. La idea es que nuestro producto tenga la aceptación y confianza de los usuarios, para que nos permita desarrollar estas funciones sin problema.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

03 ANALISIS FODA

Fortalezas:

- Somos la única plataforma de este tipo en el mercado peruano.
- Nuestros servicios benefician al público consumidor y a nuestros socios(librerías físicas).
- Los consumidores tendrán la oportunidad de consultar por su lista de útiles una vez y obtener diferentes resultados que se acomoden a sus necesidades, gustos y economía.
- Las librerías socias tendrán la oportunidad de ofertar sus productos a un mercado mayor al actual y además competir con grandes cadenas de librerías.

Oportunidades:

- No hay competencias específica.
- Mercado mal atendido. 3/6

Debilidades:

- Dependemos de la cantidad de librerías que se unan a la plataforma.
- Tenemos que educar al público consumidor en el uso.
- Nuestras ganancias están directamente conectadas a la temporada en la que nos encontramos, siendo el pico máximo durante la época escolar.

Amenazas:

- Falta de presupuesto y financiamiento.
- Falta de experiencia del personal.
- Competencia desleal.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

04 ANALISIS DE MERCADO

Mercado Objetivo:

Padres de familia, estudiantes, pequeños empresarios en el rubro de librerías, colegios.

Análisis de competencia:

Actualmente no hay empresa que se pueda considerar como competencia ya que nadie ha implementado una plataforma parecida a la propuesta.

Factores de éxito:

- Reduce la tendencia a hacer ferias para vender útiles durante la campaña escolar.
- A su vez reduciría el costo de alquiler de locales o ferias para el expendio de sus productos.
- Los clientes podrán comparar precios desde sus hogares, sin tener que desplazarse entre varios puntos de venta.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

05 POLÍTICA COMERCIAL

1.- Objetivos comerciales. Formas de distribución

Los canales de distribución del producto se hará de forma online, utilizando la Internet. Los productos físicos, una vez comprados, serán distribuidos físicamente desde cada proveedor a cada consumidor, sin nuestra intervención.

2.- Política de precios

El precio para el usuario consumidor es nulo, pero se establecerá una escala de precios para aquellos socios o empresarios que quieran ofertar su producto en la plataforma. Nuestra estrategia de marketing inicial será minimizar este costo para los socios iniciales.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

06 POLITICA DE COMUNICACION

1.- Nombre de la empresa

eLibrary

2.- Imagen corporativa de la empresa. Logotipo



3.- Comunicación y promoción

Se ha diseñado un plan que nos permita dar a conocer nuestro negocio detallados a continuación:

- Crear encuestas
- Encontrar socios estratégicos que quieran ser parte de la empresa.
- Ofrecer por única vez una oportunidad a las librerías para unirse a nuestra plataforma a costo promocional.
- Crear una página web de facebook para promocionar el servicio al público consumidor.
- Crear un vídeo en youtube explicando el funcionamiento de nuestra plataforma.
- Pagar por Ads en google para promocionar nuestra empresa.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

07 ANÁLISIS DE ENTORNO

1.- Factores Político-Jurídicos

- La empresa se constituye durante el mandato del Presidente Martín Vizcarra. La estabilidad política mejoró después del cambio presidencial. Las expectativas de gobernabilidad aún son inciertas, pero con una reciente suba del I.G.V se prevé una desestabilidad económica durante todo el 2018.
- Se tratará de apoyar políticas de desarrollo tecnológico en las escuelas, ya que esto abrirá muchas oportunidades a nuestra empresa. La empresa se conformará como una empresa de base tecnológica, una vez establecida obtendremos los requisitos legales para el funcionamiento.

2.- Factores Socio-Culturales

- INEI estima que la población arequipeña es de 1 millón 301 mil habitantes. Por rango de edad, el 24,2% son menores de 15 años, el 67,9% tiene de 15 a 64 años y el 7,9% de 65 a más años de edad.
- El PBI del departamento de Arequipa tiene una participación del 5,2% en el Producto Bruto Interno (PBI) nacional, siendo el segundo más alto después del departamento de Lima (50,4%).
- Respecto al nivel de educación alcanzado por personas de 15 y más años de edad, el 44,4% cuenta con educación secundaria, el 37,5% superior, el 14,8% primaria y el 3,3% inicial o sin nivel de educación. La tasa de analfabetismo en la población de este grupo etario es de 4,7%.
- Después de Lima y Callao, Arequipa es el tercero en porcentaje de hogares que acceden al servicio de internet con 31,0%; superior en 7,8 puntos porcentuales al promedio nacional (23,2%). En acceso a telefonía móvil alcanza el 92,7%, televisión por cable 34,0% y teléfono fijo 26,2%.
- Según actividad económica, el 46,1% de empresas pertenecen al rubro de Comercio, seguido por el 13,3% dedicada a Otros servicios, el 9,3% a actividades de Alojamiento y de servicio de comidas, y el 8,7% a Servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial, entre los principales.
- Por ramas de actividad, los sectores de Agricultura, Pesca y Minería tienen en conjunto al 20,3% de la PEA ocupada, el sector Comercio al 18,8%, Manufactura 10,0%, Construcción 7,9% y Otros servicios 43,0%.
- El público objetivo por lo tanto se conforma de personas de todas las clases sociales, entre 10 y 40 años, alto nivel de educación, acceso a internet y con un nivel económico medio.

3.- Factores Económicos

- El PBI de Arequipa creció en 3,5%, por encima del promedio nacional (3,3%); donde destacan las actividades de Extracción de Petróleo, Gas y Minerales con 26,7% y Manufactura con 19%.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

- El PBI del departamento de Arequipa tiene una participación del 5,2% en el Producto Bruto Interno (PBI) nacional, siendo el segundo más alto después del departamento de Lima (50,4%).
- Recientemente el Banco Central de Reserva del Perú (BCR) , redujo su tasa de interés de referencia de 3.00% a 2.75% con el fin de abaratar el créditos en el sistema financiero.
- Según la SEAL, Arequipa consume hasta el 80.55% de la máxima potencia eléctrica de la región, cuenta con cerca de 500 mil clientes en la categoría Comun, el coste energético individual para consumos menores a 100 kwh es de s/. 1.80 y consumos mayores es cerca a s/. 4.00.

4.- Factores Tecnológicos

- El gobierno peruano destina 2.57% del PBI para inversiones en tecnología. Esta inversión es mayor a la media de otros países latinoamericanos. El 39% de esta inversión en tecnología se dirige a smartphones, mientras que el 0.09% se destina a proyectos IoT, y solo el 0.1% a hardware corporativo.
- Según el Organismo Peruano de Consumidores y Usuarios (Opecu), indica que las velocidades de conexión a Internet fija y móvil peruanas son 17.65 y 19.77 megabytes, respectivamente, y estamos en la posición 79 de 128 países en fija y 65 de 125 en móvil.
- El Indecopi permite la protección de las patentes tecnológicas en el Perú, el registro de patentes de invención y nuevas tecnologías está regulada en ley.

5.- Análisis Sectorial

El sector en el que se sitúa el negocio pertenece al de tecnologías de la información, ligado mas precisamente al rubro de librerías escolares.

- Edad: El sector librerías es muy antiguo, pero el auge de las pequeñas empresas en este sector se ha dado hace aproximadamente (50) años.
- Número de Empresas: En la actualidad existen un promedio de 5 empresas que lideran el mercado de distribución.
- Total Empleados: En promedio estas empresas tienen cientos de empleados debido a que cuentan múltiples sucursales.
- Ubicación espacial: Se encuentran en las ciudades y departamentos más importantes.
- Tecnología: Algunas de estas empresas cuentan con su página web para promocionar sus productos.
- Exportación/Importación: Estas empresas en su mayoría importan productos de china.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

08 PLAN DE MARKETING

1.- Fases del plan de marketing

1. Se concertaran reuniones con colegios con gran número de estudiantes, además que las familias de los alumnos en estos colegios pertenecen al sector económico objetivo. Las reuniones tienen la misión de ofrecer que sus listas escolares estén alojadas en nuestra plataforma sin ningún costo y con múltiples beneficios. Algunos colegios escogidos son:
 - a. Independencia Americana
 - b. Manuel Munoz Najar
 - c. Salesiano don bosco
 - d. San Juan Bautista de la Salle
 - e. Micaela Bastidas
2. Una vez se tenga una cantidad razonable de colegios dispuestos a proporcionar sus listas escolares, se concertaran reuniones con librerías reconocidas y preferidas que fueron mencionadas en las encuestas para hacerles saber sobre nuestra plataforma y cómo podrían aumentar sus ventas e ingresos.
3. Se buscarán marcas de útiles escolares que nos patrocinen, tendrán el beneficio de ser recomendados en nuestra plataforma.
4. Se lanzaran campañas por radios de duración corta orientado al horario de la amas de casa en las radios más populares de la ciudad como:
 - a. La exitosa
 - b. RPP
 - c. Oxígeno
 - d. Capital
5. Se programaran charlas en los centros educativos, donde se explicara el funcionamiento de la plataforma resaltando sus cualidades y beneficios, además de informarles que es totalmente gratuita, y para facilitar la explicación se usarán volantes.
6. Se organizaron concursos en redes sociales que consisten en regalar listas escolares completas por patrocinadores, lo cual ayudará a ser más conocida la aplicación.

2.- Recursos necesarios y presupuesto estimado

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

CONCEPTO	UNIDADES	Precio por unidad	PRECIO(./S)
afiches.	50	0.3	15.00
trifoliados.	1000	0.2	200.00
banners.	5	10.00	50.00
Publicidad en radio RPP	2 semanas	300.00	600.00
Publicidad en radio Exitosa	4 semanas	400.00	1200.00
Publicidad en radio Capital	2 semanas	200.00	400.00
Publicidad en radio Oxígeno	2 semanas	250.00	500.00
		TOTAL	2965.00

09 PLAN DE OPERACIONES

1.- Metas

Mantener una población activa que utilice nuestra aplicación, y puedan encontrarla fácil de usar, cumpla con sus expectativas y sobre todo les sea útil para reducir el tiempo que solían tomarse en realizar sus compras.

2.- Indicador de éxito

Sabremos que nuestras metas se alcanzan si se superan las 500 ventas semanales. Si sponsors están interesados en patrocinarnos. Si mas colegios quieren un perfil en nuestra aplicación. Si librerías pequeñas usan la aplicación para comprar productos faltantes.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

3.- Actividades Clave

3.1.- Portar a un nuevo servidor

Nuestro servidor debe ser capaz de contener un gran base datos para ello se usará el Google App Engine que no solo nos permite almacenar gran cantidad de datos ya que cobran segun tu necesidad, el precio será detallado más adelante.

También debe ser capaz de lidiar con el tráfico de las consultas de clientes que también nos garantiza Google App Engine

3.2.- Mejorar la interacción

Es necesario entender la necesidades de los usuarios por lo que se considera el feedback de los usuarios para hacer mejoras en la interacción con los usuarios de esta forma lograr que la aplicación sea muy fácil de usar.

3.3.- Aumentar funcionalidades

La aplicación necesita más funcionalidades que serán implementadas posteriormente.

- Los usuarios podrán puntuar librerías y productos.
- Los usuarios podrán comentar en productos y en librerías
- Considerar puntos y comentarios para generar reputación de proveedores y productos.
- Los usuarios podrán hacer comparaciones entre proveedores.
- Se generarán estadísticas para los colegios.
- Se podrán tomar fotos a listas escolares mediante la aplicación móvil la cual se digitalizara para agilizar el proceso de compra.

3.4.- Aplicación Móvil

Es necesario contar con la aplicación en plataformas móviles como android y IOS que son altamente usados por la mayor parte de la población.

4.- Responsabilidades

4.1.- Portar a un nuevo servidor

Esta tarea la llevarán a cabo los creadores de la aplicación Diego Charrez y Ruben Hualla se escogerá el mejor plan acorde a nuestras necesidades.

4.2.- Mejorar la interacción

Para esta tarea se encargará un programador web que será contratado.

4.3.- Aumentar funcionalidades

Estas tareas se llevará a cabo con dos programadores web al mando de Rubén Hualla

4.4.- Aplicación Móvil

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

Estas tareas se llevará a cabo con dos programadores android y ios al mando de Diego Charrez

5.- Líneas de tiempo

5.1.- Portar a un nuevo servidor

La migración al nuevo servidor se comenzará el 15 de setiembre del 2018 y aproximadamente tendra una duracion de 2 semanas, se espera que para el primero de octubre la aplicación esté funcionando correctamente en el nuevo servidor.

5.2.- Mejorar la interacción

Conforme la aplicación empiece a recibir feedback alrededor del la primera semana de noviembre comenzarán los refaccionamientos a la interfaz.

5.3.- Aumentar funcionalidades

Este es proceso extenso que comenzara inmediatamente después de la migración es decir los primeros días de octubre.

5.4.- Aplicación Móvil

Se priorizará la aplicación en la plataforma android debido a que la mayor parte de la población usa ese sistema operativo, su desarrollo comenzará el 20 de agosto y se espera tener la aplicación lista en 3 meses.

CONCEPTO	UNIDADES	Precio por unidad	PRECIO(./S)
afiches.	50	0.3	15.00
trifoliados.	1000	0.2	200.00
banners.	5	10.00	50.00
Publicidad en radio RPP	2 semanas	300.00	600.00
Publicidad en radio Exitosa	4 semanas	400.00	1200.00
Publicidad en radio Capital	2 semanas	200.00	400.00
Publicidad en radio Oxígeno	2 semanas	250.00	500.00
		TOTAL	2965.00

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

10 RECURSOS MATERIALES NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA

1.- Instalaciones

No se requieren instalaciones físicas, las aplicaciones serán hospedadas en la nube.

2.- Equipamiento e inversiones materiales

Serán necesarios materiales que faciliten la promoción de la plataforma como afiches y trifolios para explicación del funcionamiento, aproximadamente las siguientes cantidades.

- 50 afiches.
- 1000 trifolios.
- 5 banners.

También se adquirirán afiches para ser colocados en los colegios y en las librerías.

El servidor y dominio, probablemente sea donde inicialmente se centren las inversiones. A medida que el proyecto avance, las prioridades aumentaron, con la compra de equipos para los desarrolladores.

3.- Medidas de calidad, prevención y medio ambiente

El proyecto, no va en contra del medio ambiente, es independiente a este aspecto, aunque su misión sea brindar calidad al usuario, evita de causar problemas en la sociedad.

4.- Capacidad de producción de la empresa

El desarrollo de este software debe estar respaldado por un servidor que trabaje como punto de conexión y provea la información adecuadamente al usuario

5.- Subcontratación

Proveedor del servidor

6.- Proveedores

El servidor, dominio y parecidos.

11 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

1.- Sistema de organización.

Edwin Hualla y mi persona Diego Charrez, seremos los programadores a tiempo completo que como función principal será mejorar y agregar nuevas funciones a la plataforma.

2.- Personas necesarias, funciones y responsabilidades

- Se necesitan 1 persona de marketing, la cual tendrá la responsabilidad de generar la publicidad, tanto como el diseño y la ubicación de estos. También ayudará a concertar y hacer la presentación de la plataforma en distintos colegios.
- Se necesitan 2 programadores android y ios, cuya responsabilidad es generar las aplicaciones en las plataformas android y ios a partir de la plataforma web.
- Se necesita 1 abogado para asuntos legales, y constitución de la empresa.

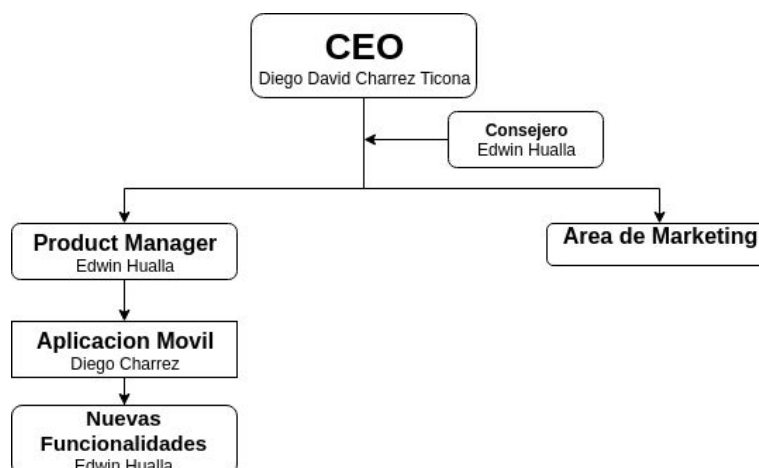
3.- Sistema de selección y forma de contratación

Entrevistas y medios de selección. La idea es conservar a aquellas personas que puedan desenvolverse de la forma más cómoda en la empresa, además de tener las aptitudes, basadas en conocimiento, esas personas deben de tener ciertos atributos o características para impulsar la empresa y el trabajo en equipo.

4.- Asesores externos

Financiadores , patrocinadores.

5.- Organigrama



Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

CONCEPTO	UNIDADES	Precio por mes	Subtotal por mes	Número de meses de contratación	PRECIO(./S)
Marketing	1	400.00	400.00	12	4800.00
Programadores	2	400.00	800.00	12	9600.00
Abogado	1	500.00	500.00	1	500.00
		TOTAL	1700.00	TOTAL	14900.00

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

12 LEGALIZACIÓN

1.- Forma Jurídica

Se decidido formar una Sociedad Anónima Cerrada, para ello se seguirán los siguientes pasos:

- Elaboración de la Minuta de Constitución de la empresa o sociedad o acto constitutivo. La minuta de constitución es el documento que contiene la voluntad de constituir la empresa. Aquí se detallará el tipo de sociedad a constituir, el dato de lo socios o accionistas y los estatutos.
- Elaboración de la escritura pública ante el Notario. La escritura pública sirve para darle formalidad a la minuta.
- Inscripción de la sociedad en la SUNARP, en el Registro de Personas Jurídicas, ya sea en el Registro de Sociedades: para las sociedades anónimas cerradas, abiertas, sociedad comercial de responsabilidad limitada; o en el registro de empresa individual de responsabilidad limitada.
- En la SUNARP obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa como persona jurídica.
- Obtener un R.U.C. en la SUNAT. Esta entidad le entregará un certificado con respecto a su inscripción en el Registro Único del Contribuyente.
- Autorización de planillas de pago por parte de la autoridad administrativa de trabajo, en el caso se tenga trabajadores a cargo.
- Registrar a sus trabajadores dependiente ante ESSALUD, que es el Seguro Social de Salud.
- Tramitar una autorización o permiso especial ante el sector correspondiente según el giro del negocio. Por ejemplo, si se dedica al sector minero, deberá dirigirse al Ministerio de Energía y Minas o en el caso de restaurantes al Mincetur.
- Licencia de funcionamiento del local ante la Municipalidad donde se encuentra ubicada la actividad empresarial. La municipalidad otorgará un permiso para el desarrollo de las actividades empresariales.
- Legalizar los libros contables. Esta legalización se realiza ante un notario en la primera hoja útil del libro contable.

2.- Protección de la propiedad industrial e intelectual

Declaración de privacidad e intelectual del producto frente a indecopi.

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

13 PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

Para todo el proyecto (un año), se requiere un mínimo de 50,000 soles. (30,000-50,000). Entre las alternativas se busca participar de startups o algún tipo de financiamiento relacionado a la universidad, sin embargo. Mientras el proyecto toma cabida, este va ir evolucionando de forma independiente.

Plan de inversión inicial

Concepto	Importe (./s)
ACTIVO NO CORRIENTE	
Inmovilizado Intangible:	
Gastos de Investigación y Desarrollo	500.00
Aplicaciones informáticas	0.00
Otro Inmovilizado Intangible	0.00
Inmovilizado Material:	
Terrenos	0.00
Edificios y construcciones	0.00
Instalaciones	300.00
Maquinaria y utillaje	0.00
Mobiliario	0.00
Equipamiento informático	0.00
Elementos de transporte	200.00
Otro Inmovillizado Material	0.00
ACTIVO CORRIENTE	
Circulante:	0.00
Existencias iniciales	0.00
Provisión de fondos	0.00
Otros	0.00
TOTAL INVERSIONES	1000.00

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

Plan de financiación

Concepto	Importe
PATRIMONIO NETO:	
Capital y otras aportaciones de socios	500.00
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0.00
PASIVO NO CORRIENTE:	
Deudas a largo plazo por préstamos recibidos y otros conceptos	0.00
PASIVO CORRIENTE:	
Deudas a corto plazo con entidades de crédito	0.00
Otros (Proveedores, Acreedores, Anticipos de clientes)	0.00
TOTAL FINANCIACIÓN	500.00

Previsión de Ventas / Consumos

Concepto	Año 1
Producto/Servicio(*)	venta de lista
Unidades	30000
Precio venta/unidad	3.00
Importe	90000.00
TOTAL VENTAS	S/. 90000.00

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

Previsión de Tesorería

CONCEPTO	08/18	09/18	10/18	11/18	12/18	01/19	02/19	03/19	04/19	05/19	06/19	07/19
(1) Saldo Inicial												
Cobros	500.00	2000.0	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Cobros clientes / ventas	1000.00	1000.0	10000.00	20000.00	25000.00	30000.00	10000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00
Subvenciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Capital/Recursos propios	1000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Préstamos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otra financiación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(2) Total cobros	2500.00	3600.00	10500.00	20500.00	25500.00	30500.00	10500.00	10500.00	10500.00	10500.00	10500.00	10500.00
Pagos												
Inversiones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pagos a proveedores	300.00	300.00	500.00	550.00	600.00	700.00	550.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Otros proveedores	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sueldos y Salarios (Netos) de Personal contratado	0.00	1500.00	1500.0	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00	1500.00
Seguridad Social de Personal contratado	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Retribuciones de personal no laboral	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguros Sociales de personal no laboral	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	2000.00	500.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Servicios de profesionales independientes	500.00	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

Primas de seguros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Arrendamientos y cánones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos en I+D del ejercicio	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Suministros	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Comunicaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Servicios bancarios y similares	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Reparaciones y conservación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Transportes	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros servicios (gastos de viaje , formación, etc.)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos financieros de préstamos, créditos, etc.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Devolución préstamos, créditos, etc.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total pagos	1900.00	2900.00	2200.00	2350.00	2400.00	2500.00	2250.00	2100.00	2100.00	2100.00	2100.00	2100.00

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

14 CRONOGRAMAS

Cronograma de actividades

Actividades	Fecha Límite	Roles
Creación de la base de datos	24/05/2018	Edwin Hualla
Primer avance del MVP	24/05/2018	Edwin Hualla, Diego Charrez
Análisis sectorial y de entorno	28/05/2018	Edwin Hualla
Análisis de mercado	28/05/2018	Edwin Hualla
Análisis estratégico	04/06/2018	Diego Charrez
Segundo avance del MVP	07/06/2018	Edwin Hualla, Diego Charrez
Creación del plan de Marketing	11/06/2018	Diego Charrez
Plan de organización y recursos humanos	18/06/2018	Edwin Hualla
Plan de producción y operaciones	25/06/2018	Diego Charrez
Tercer avance del MVP	02/07/2018	Edwin Hualla, Diego Charrez
Organización	05/07/2018	Diego Charrez
Legalización	09/07/2018	Diego Charrez
Plan económico financiero	12/07/2018	Edwin Hualla
Cuarto avance del MVP	12/07/2018	Edwin Hualla, Diego Charrez

Avances de MVP

Empresas de base tecnológica II – Plan de Empresa

Producto Mínimo Viable	Fecha	Roles
Diseño de la base datos	24/05/2018	Diego Charrez
Implementación de la base datos	24/05/2018	Diego Charrez
Conexión de la base de datos con la interfaz	07/06/2018	Edwin Hualla
Cargar imágenes desde la base de datos	07/06/2018	Diego Charrez
Rediseño de la interfaz	07/06/2018	Edwin Hualla
Agregar publicidad, marcas y patrocinadores	02/07/2018	Edwin Hualla
Carrito de compras	02/07/2018	Diego Charrez
Creación de cuentas	02/07/2018	Edwin Hualla
Login a la plataforma	12/07/2018	Edwin Hualla
Listas escolar	12/07/2018	Diego Charrez