



PLAN DE EMPRESA SALUD MENTAL APP

MARIO JIMÉNEZ MARSET
SERGIO BERRENDERO TOLEDANO

ÍNDICE

1. TEMA 1 - INTRODUCCIÓN A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA	3
2. TEMA 2 - EL ENTORNO DE LA EMPRESA	5
3. TEMA 3 - MARKETING E IDEA DE NEGOCIO	15
4. TEMA 4 - COSTES Y RECURSOS	26
5. TEMA 5 - RENTABILIDAD	28
6. TEMA 6 - FORMAS JURÍDICAS	39
7. TEMA 7 - TRÁMITES Y DOCUMENTACIÓN	40

1. TEMA 1 - INTRODUCCIÓN A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

El producto responde a una necesidad muy demandada en la sociedad actual, como es poder disfrutar de una buena salud mental. Es algo que nosotros percibimos como esencial para poder tener una vida plena. Vamos a intentar cubrir esa necesidad lo mejor posible.

La demanda actual es demasiado elevada, ya que este tema también está en boca de todos, lo cual implica que gente como nosotros proporcione una mayor oferta

La originalidad de la app consiste en ser asequible para todas las personas. Además, ponemos en conocimiento sus problemas a otras personas con problemas similares para que, de esta forma, esas personas se sientan apoyadas y entendidas en todo momento.

En futuros apartados se expondrá una característica que hace que destaque en originalidad: excursiones a diferentes lugares con el objetivo de encontrar la paz interior.

Las redes sociales Twitter y Reddit cumplen esta función de forma indirecta, ya que hay personas que deciden abrir sus pensamientos a través de tuits y mensajes públicos para tratar de solucionar sus problemas. Sin embargo, nuestra app está especializada en el tratamiento de estos temas, junto con los consejos de profesionales del ámbito psicológico dentro de la misma.

Como competencias directas encontramos a TherapyChat e Insight Timer. Esta última es una app que tienen como objetivo las terapias contra ansiedad y estrés, consiguiendo relajar cuerpo y mente. Es competencia de Salud Mental App (**SMA**) puesto que abarca el mismo sector y tiene como lema uno de los objetivos que SMA debe cumplir: ayudar a las personas a superar sus problemas.

TherapyChat es más parecida a SMA puesto que la idea de negocio es similar y se pretende cumplir con los mismos objetivos: ayudar a la gente. Sin embargo, hasta la actualidad, es SMA quien se sale un poco del papel convencional, ya que tiene ideas diferentes para tratar a sus clientes, no solo terapias a través de la pantalla.

Nunca antes ha existido una aplicación móvil que cubra la necesidad primaria de atender la salud mental.

El origen de esta necesidad es una sociedad muy vulnerable psicológicamente.

La salud mental pública, entonces, es un proceso muy lento, es decir, hay una lista de espera muy grande para recibir un tratamiento por lo que está abundantemente solicitada.

La app SaludMentalApp es una innovación tecnológica, la cual se basa en hacer ver al usuario que sus problemas tienen solución y no son únicos.

Esta app mejora la calidad de la salud mental y, sobre todo, cómo mantenerla en buen estado.

Nosotros ponemos al paciente en contacto con otras personas con problemas similares de una forma virtual, y además, la persona puede ver opiniones de distintos expertos, de esta manera se puede sentir más seguro en cuanto a la veracidad de la información.

Es el resultado de un invento con la incorporación de nuevas tecnologías, como añadir las redes sociales a terapias grupales. Este invento no es nuevo como tal, pero el hecho de fusionar varias tecnologías hace que esto sea innovador.

Como datos básicos del proyecto, tenemos:

Identificación de la empresa: el nombre del negocio es **“SANTUARIO MENTAL APP”**.

Ubicación: el municipio es **MADRID**, en el barrio de **SOL**.

Fecha prevista de inicio de la actividad: la fecha prevista de inicio de la actividad es el 1 de enero de 2023.

Forma jurídica inicial elegida: somos una **Sociedad Limitada Nueva Empresa**.

Los promotores del proyecto son:

Sergio Berrendero Toledano, 52521445K, 18, C/Newcastle 18, 647523615,
sergioberrendero54@gmail.com

Mario Jiménez Marset, 12345678S, 18, C/Crispulo 67, 612829364,
jimenezmarset2003mario@gmail.com

Los datos profesionales de los promotores son:

Sergio Berrendero Toledano -> La formación académica es el título de Bachillerato de Ciencias Sociales y el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma. Sin experiencia laboral. Además he pertenecido a una asociación en la que nos enseñaban a como lidiar con personas con problemas de ansiedad y depresión entre otros problemas.

Mario Jiménez Marset -> la formación académica consta del título de Bachillerato Tecnológico y el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma. Sin experiencia laboral. Curso de Inglés B2.

El producto que se va a desarrollar es una app.

Su finalidad consiste en ayudar a gente con problemas de salud mental, teniendo la opción de hacer ver sus problemas ante otros perfiles, ayudándose así entre ellos.

Una gran ventaja de la creación de esta app es que la sociedad va a mejorar en lo que a salud mental se refiere.

Otra ventaja es que tenemos filtros que hacen que la información dentro de la app sea verídica.

También se dispone de un amplio equipo que se encarga del soporte y desarrollo de la aplicación.

Esta app se distingue de las demás, debido a que cuenta con un grupo de profesionales en cuanto a lo que a la salud mental se refiere, es decir, disponemos de un amplio equipo de psicólogos los cuales están dispuestos a ayudar.

Esta última característica es la que nos diferencia de los competidores, ya que la app no se limita a ser una simple red social en la que mostrar los problemas, si no que también los solucionamos profesionalmente.

Sin embargo, esta opción de recurrir a un experto tiene una cuota de suscripción, renovable cada 3 meses.

2. TEMA 2 - EL ENTORNO DE LA EMPRESA

En cuanto al macroentorno:

Las tendencias sociales, sobre todo, son las que más nos afectan, ya que la app se basa en la salud mental de la población.

Si esta tiene unos problemas en específico, nos va a repercutir en el enfoque de la misma, ya que nos centraremos en el tratamiento de esos problemas al ser más “novedosos”.

Las tendencias económicas afectan sobre todo a nuestros clientes, puesto que, si llega una crisis económica, nos veremos obligados a subir los precios de nuestras tarifas y repercutirá en los clientes y, muy posiblemente, hará que nuestro número de suscritos baje.

Respecto a las tendencias políticas, al pertenecer la sociedad al sector privado, no va a realizar ningún acuerdo con ninguna empresa del sector público.

La opinión de la empresa respecto a la salud mental es clara y tajante: nadie debe tomarse la salud mental a broma ni tomársela como algo de lo que avergonzarse: los profesionales de la app trabajan con los clientes para convencerles de que no es algo malo tener algún trastorno mental, ya que lo más posible es que se pueda tratar.

Los factores socioculturales que afectan al mantenimiento de la salud mental son diferentes entre hombres y mujeres. Por ejemplo, en toda España se estima que un 19,5% de la población padece de un trastorno mental, afectando más a hombres que a mujeres.

Factores como el bienestar emocional, psíquico y social influyen en cómo una persona piensa, siente y actúa y reacciona ante momentos de estrés.

La inseguridad, desesperanza, rápido cambio social, riesgos de violencia, experiencias personales, escolares y laborales son los que también afectan y hacen que se cree un trastorno mental.

Vistas varias leyes relacionadas con la salud mental, no hay ninguna que afecte implícitamente a nuestra sociedad limitada: no hay una legislación concreta para nuestra app en concreto.

La ley de protección de datos garantiza los derechos de los clientes que se inscriban a nuestra app, por lo que la empresa adopta medidas de seguridad determinadas dentro del desarrollo software de la app (principalmente para saber a dónde van a parar los datos de los clientes). Los clientes deben habilitar su consentimiento para poder utilizar la app.

Además, la otra ley que afecta plenamente a la app es la LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico). Esto es puesto que en la app se comercializa a través de la versión premium los servicios mensuales para los clientes: se persigue un medio económico ofreciendo este servicio extra.

Por último, la ley de Derechos ARCO (ARSULIPO) también afecta a la empresa puesto que el cliente adquiere el control sobre los datos personales que inserta en la app. Derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

Respecto a los hábitos de la población:

El hábito de cuidar la salud mental, ya que es un pilar clave en la sociedad y todo el mundo debería tener acceso a desahogarse y hablar sobre sus problemas sin ser juzgado.

Por ejemplo, el porcentaje de personas que necesitan psicoterapia en España asciende al 6,4% (dato ofrecido por RTVE, 2023); al 5,8% de la población les prescribieron psicofármacos..

Nuestra tecnología influye positivamente, debido a que trabajamos con los últimos avances tecnológicos en nuestro sector.

Los profesionales que están en la plantilla de la empresa detectan más pronto los trastornos de los pacientes, a través de instrumental tecnológico como la realidad virtual: en este caso, el cliente deberá contar con sus propias gafas VR para contar con este servicio. Esto principalmente ayuda en tratamientos psicológicos ante situaciones de miedo y desasosiego.

En el caso de que el paciente prefiera una terapia online más “tradicional”, la aplicación tiene un acceso directo para cada paciente a una llamada de meet con su terapeuta. Previamente el paciente deberá haber avisado a su terapeuta de que quiere dar una terapia para que este se conecte, evidentemente.

Como medidas medioambientales, el uso excesivo de energía lumínica y la generación de CO₂, además de el uso de agua para poder refrigerar nuestros servidores y toda nuestra maquinaria

Respecto al microentorno:

Nuestro producto le puede interesar a todas las personas que necesitan ayuda psicológica o psiquiátrica, además de todas aquellas personas que estén pasando por un mal momento, pero no tienen ningún tipo de enfermedad.

Además, existen productos sustitutivos como pueden ser las terapias convencionales o las terapias online, ya que hacen una labor similar.

Nuestros clientes valoran el futuro de la app de una manera positiva, ya que apenas hay diferencias y es la manera en la que se ha hecho durante todo este tiempo. Además el cambio de psicólogos a veces puede ser bastante duro, debido a que con ese psicólogo se puede generar una confianza y facilidad a la hora de contar los problemas.

El acceso de otras empresas a este mercado es algo complicado, ya que nuestra empresa cuenta con expertos y profesionales cualificados que no todas las empresas pueden tener, por lo que no es fácil para ellas acceder a nuestro mercado. Nuestra empresa, al tener estas condiciones en la app, no es fácil hacernos la competencia.

En la decisión de compra, más allá de la idea de nuestro cliente de adquirir nuestro servicio, influye nuestra garantía de tener expertos que van a estar atentos al 100% de que el cliente resuelva sus problemas, o pueda vivir con ellos de la manera más amena posible, como por ejemplo enfermedades que no tienen cura como el TOC.

En el caso de los familiares y amigos es un caso peliagudo, debido a que no todos los familiares y amigos tienen constancia de que uno de los suyos está sufriendo, y en algunos casos a los que sufren este tipo de problemas les da vergüenza decírselo, ya que se sienten débiles, lo que provoca que estos no puedan recomendarle ningún tipo de terapia.

En el caso de que los familiares y amigos tengan constancia de que uno de los suyos está sufriendo, estos le recomendarán buscar ayuda, principalmente, en SMA puesto que es la app referencia de la salud mental, o al menos es el objetivo que se busca..

Para la luz y el gas tenemos contratado Iberdrola en nuestras sedes tecnológicas. También, para nuestros generadores utilizamos materias primas como el petróleo y el agua. Demás herramientas están principalmente hechas de metal. Todo esto nos lo suministra Repsol, el Canal de Isabel II...

Al ser una aplicación conocida, los psicólogos y psiquiatras se dan de alta en la app ya que les interesa trabajar en la misma, para también darse a conocer si pretenden crear su propia consulta o simplemente ser mejor considerado en su profesión o también con el objetivo de ascender profesionalmente.

Cuando inician sesión en la app, mandan su CV, DNI/NIE y una foto del título profesional, esta información será revisada por un algoritmo y en menos de 24 horas la app mandará una respuesta sobre si el profesional es cualificado y puede trabajar en la empresa.

Conocemos más o menos bien a nuestros competidores, siendo el más representativo TherapyChat, la cual tiene un funcionamiento similar a nuestra app, ya que en ella se puede encontrar a un psicólogo online y realizar video sesiones de terapia.

En lo que a precio se refiere, ellos doblan nuestros precios en el mismo tiempo de sesión, por lo que los clientes pueden ver esto como elección entre una app u otra.

Una idea de innovación puede ser una escapada grupal (entre psicólogos y sus pacientes) a algún sitio como una casa rural, que convivan entre ellos y hablen de sus problemas y sientan que no están solos. Además, los psicólogos les ofrecerán momentos de meditación para aprender a relajar la mente y controlar sus emociones.

Para que no haya problemas con la gente que acude, en cada excursión irán entre 3 y 5 psicólogos, quien cuenta con un máximo de 5 clientes (cada psicólogo) y estos serán de una ubicación próxima.

Por ejemplo, un psicólogo no podrá tener una persona residente en Madrid y otra en Roma, ya que esta actividad no podría realizarla, ya que es difícil establecer un punto común entre ellos.

En el caso de que un paciente no pueda acudir a dicha excursión, sabemos que la falta de terapia puede suponer un duro golpe, así que le asignará un psicólogo sustituto durante la duración de dicha excursión. Este psicólogo sustituto tendrá un informe sobre el paciente, ya que su psicólogo principal se lo habrá mandado

Por nuestro producto, la versión gratis de nuestra es, como su propio nombre indica, completamente gratis. La versión premium tiene un precio de 19.99 €/mes.

También hay un apartado donde se podrán realizar donaciones para que la app siga creciendo.

A través de publicidad y colaboraciones con famosos en redes sociales, se les hace llegar este producto al cliente final. Además, esta publicidad también se puede mandar a través de correo electrónico o en ventanas flotantes de páginas web medianamente conocidas.

Además de la forma de darnos a conocer como hemos explicado en la pregunta anterior, debemos de conseguir una buena imagen de nuestro trabajo, además de que la gente cree críticas positivas para que no se nos olvide y se siga hablando de nosotros.

Estamos dispuestos a asumir diferentes responsabilidades:

Respecto al sector sociocultural, ya hemos puesto precios que son bajos respecto al servicio que ofrecemos, por lo que la gente no debería de tener muchos problemas en pagarlos, además de estar comprometidos con los problemas de los clientes.

Respecto al sector ambiental, nuestra empresa está comprometida con el medioambiente y por ello una gran parte de nuestra energía utilizada es conseguida mediante energías renovables, además de tener filtros de polución para que no seamos tan contaminantes. Energías renovables como la eólica o la solar con placas solares instaladas en los techos de las sedes tecnológicas.

Respecto al sector económico, se genera empleo en el sector sanitario con psicólogos y demás profesionales, además de nuestros técnicos y especialistas en tecnología que trabajan en las sedes para lograr que la app siga en correcto funcionamiento.

Para nuestra empresa es un coste económico demasiado elevado, pero al ser mucha gente la que demanda nuestra app conseguimos recuperar nuestra inversión, además de tener beneficios.

La gente no sería nuestro único ingreso, ya que también nos financiamos mediante donaciones y publicidad.

Podemos rentabilizar estos aspectos intentando consumir la menor cantidad de energía posible, además de como hemos explicado en la anterior pregunta.

Puede suponer una diferenciación del producto, ya que nuestra app presenta innovaciones por las cuales los clientes estarían dispuestos a elegirnos como mejor app de salud mental frente a nuestros competidores como TherapyChat.

- ANÁLISIS EXTERNO:

Factores económicos:

Estos factores vienen determinados por la estructura económica del país en el que se ha creado la app (en este caso España). Por ello, el déficit público es muy grande (82.819 millones de euros, lo que hace que tengamos que pagar más impuestos como empresa), la inflación de un 7,3% (la rentabilidad disminuye cada vez más), previsiblemente los tipos de interés subirán, dificultando que la app se pueda financiar ajenamente; si bajasen, sería más fácil crecer con nuevas inversiones.

Respecto al nivel de empleo, es el sector sanitario el que genera más empleo desde el 2020 (debido a la pandemia), por lo que la app demanda gente cualificada.

Los datos están actualizados a principios de noviembre de 2022.

Factores socioculturales:

Estos factores se refieren a las características de la sociedad en la que se desenvuelve la empresa. Estos factores tienen una gran repercusión en los hábitos de consumo de la sociedad.

Nuestra empresa, ha conseguido visualizar un aumento y el intento de una desestigmatización en lo que a problemas mentales se refiere, viendo una clara oportunidad de mercado. Influyendo de tal manera en la sociedad para que cojan el hábito de consumo de asistir con regularidad a terapias psicológicas.

El servicio que se ofrece en la app también fue ideado a partir de las consecuencias del confinamiento por el Covid-19. Las personas se quedaron mal mentalmente y nuestra app es un servicio que intenta paliar estas necesidades.

Factores políticos y legales:

La legislación no habla concretamente sobre lo que ofrece nuestra app, por lo que legalmente nuestra empresa no tiene control. Laboralmente sí, ya que hay contratados expertos en el ámbito sanitario y hay que hacer cumplir las leyes que los protegen.

Los profesionales que se han dado de alta, al enviar sus datos, el algoritmo que tiene la app verifica si estos han estudiado en algún centro especializado.

Sí es necesario que el profesional esté adscrito a su colegio profesional, puesto que esto da a la empresa garantías de su profesionalidad y formación.

La app almacenará datos médicos de los pacientes, cumpliendo la ley de protección de datos.

Factores tecnológicos:

En la producción tecnológica contamos con trabajadores que, en nuestras sedes, idean innovaciones (con nuevas y mejoradas técnicas de producción), corrigen errores existentes en la app (escuchando a los clientes, que al fin y al cabo son los que disfrutan del servicio y quienes mejor pueden identificar los errores).

Se crean estudios de viabilidad tecnológica para saber si esas innovaciones son bienvenidas o no tienen futuro (por factores como su coste, por ejemplo).

Factores medioambientales:

Están relacionados con el entorno natural de la empresa. Como hemos explicado anteriormente, es cierto que nuestra empresa tiene un punto contaminante, pero estamos concienciados con el problema que supone, lo que significa que intentamos contaminar lo menos posible, utilizando energías renovables y poniendo filtros de CO2 en nuestra maquinaria contaminante.

Factores internacionales:

Hasta el momento, conflictos internacionales como el de Rusia - Ucrania no han llegado a afectarnos a nivel de empresa, ya que sólo comercializamos nuestro producto en España. Lo que sí nos puede llegar a afectar son las innovaciones tecnológicas que no se hayan ideado por nuestra parte, ya que pueden hacer mejor a nuestros competidores y quitarnos clientela.

- ANÁLISIS INTERNO:

La Competencia:

Nuestra app cuenta con la diferenciación del producto, ya que implantamos innovaciones cada poco tiempo, lo cual nos hace diferentes de nuestros competidores directos.

La capacidad productiva, entonces, es muy grande ya que la oferta supera la demanda. Sin embargo, la competencia no es muy grande ya que sólo hay una empresa más que hace un servicio similar al nuestro.

En cuanto al número de competidores, en nuestro sector solo tenemos a TherapyChat, lo que nos genera una competencia entre ambas empresas.

En nuestro caso, la estructura de costes, hace que tengamos unos precios muy competitivos en comparación con TherapyChat, ya que cobramos menos de la mitad de precio que ellos, lo que hace que podamos cubrir nuestros gastos de producción y tener una rentabilidad mínima. Esto es posible, ya que nos financiamos en gran parte por la publicidad y las donaciones de los usuarios.

La amenaza de entrada de nuevos competidores, en nuestro caso, no es muy grande, ya que, a pesar de que la salud mental está a la orden del día, no hay afluencia de empresas que pretendan invertir en una app como la nuestra. Sin embargo, para mantener la cuota de mercado, seguiremos con campañas publicitarias. Si hubiese nuevas empresas, habría una bajada de rentabilidad, pero no creemos que sea el caso.

El crecimiento del sector, como hemos explicado, está en auge, ya que es ahora cuando la sociedad se está dando cuenta de la importancia que tiene la salud mental. Esto hará que rivalicemos menos con TherapyChat, ya que sólo somos dos empresas para un montón de demanda, la cual crece más que la oferta (que somos nosotros).

En cuanto a las barreras de salida, la dificultad de la empresa para abandonar el sector no es muy elevada, debido a que no tenemos muchos competidores.

Por último, contamos con el liderazgo en costes respecto a TherapyChat y contamos con la diferenciación de producto (debido a las continuas innovaciones), lo cual hace que se aplique la segmentación en cada segmento de mercado de nuestra empresa.

Los Productos Sustitutivos:

En cuanto a los productos sustitutivos tenemos a TherapyChat, ya que prácticamente tienen un uso similar y satisfacen una misma necesidad. Las amenazas de TherapyChat influiría la capacidad de satisfacer la demanda y los costes de cambio que supondría para los clientes, ya que no tendrían ninguna

restricción, más allá de la diferencia de precio entre ambos, ya que en el precio TherapyChat cuesta más del doble.

Por último la obsolescencia real que pueden ocasionar en los bienes existentes puede ser un beneficio y una amenaza a la vez, ya que, por una parte son más clientes para la empresa, pero el problema de que nuestros competidores desaparezcan hace que se nos apliquen las restricciones del monopolio, haciendo que perdamos mucho dinero.

Proveedores y Clientes:

El poder negociador entre clientes y proveedores depende de varios factores:

El grado de concentración es bastante grande debido a que el número de clientes es excesivo y, por lo tanto, el de proveedores dentro de este sector también.

No contamos con la existencia de muchos productos sustitutivos, ya que la fuerza negociadora de los proveedores frente a las empresas disminuye. Por tanto, nuestra empresa no ve disminuida su capacidad de negociación frente a sus clientes.

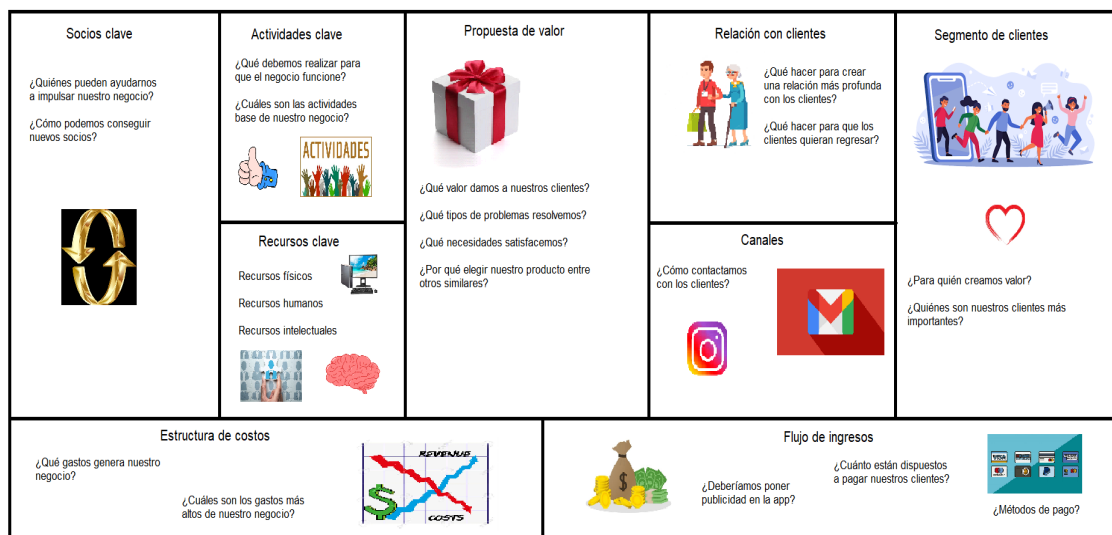
El cliente se fideliza con nuestra app, ya que contamos con la diferenciación de producto. Esto hace que el poder de negociación entre empresa y clientes disminuya.

Al seguir siendo importante para proveedores, nuestra empresa no ve cambiado su poder de negociación respecto a los proveedores.

Se presenta un DAFO con las características del entorno, tal y como lo ven los socios:

Debilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Costes elevados. - Dificultad de encontrar personal bien cualificado. - Poca visibilidad en la sociedad. - Estigma de la sociedad sobre nuestro servicio. 	Amenazas: <ul style="list-style-type: none"> - Innovaciones propias de otras empresas. - Aparición de nuevos competidores. - Aparición de crisis económicas más grandes que las actuales.
Fortalezas: <ul style="list-style-type: none"> - Tenemos precios muy competitivos. - Trabajamos codo con codo con profesionales - Gran capacidad de trabajo y organización. 	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none"> - Demanda desatendida. - Pocas empresas dedicadas a nuestro sector.

Se presenta un canvas incluyendo características de la app:



A impulsar nuestro negocio, nos ayudarán distintas personas con influencia en redes, además de anuncios publicitarios para darnos a conocer.

También influirá la profesionalidad de nuestros empleados, lo que dará una buena imagen de la empresa a los clientes.

Se pueden conseguir nuevos socios a través de colaboraciones con otras empresas del sector (de momento sólo se podría con TherapyChat).

Con las opiniones de los usuarios que hayan utilizado la aplicación.

Se puede conseguir nuevos socios a partir de acuerdos con los colegios profesionales asociados a los profesionales de la app. Estos acuerdos incluyen las prácticas de sus alumnos pero en clientes que no tengan una patología grave: habría un profesional para guiar a ese alumno.

La app no trabaja, hasta el momento, con asociaciones de psicólogos y similares; no se descarta en el futuro algún acuerdo.

Para que el negocio funcione, cumplir nuestros objetivos, como por ejemplo que nuestros clientes salgan mejor de nuestras sesiones (mentalmente).

Las actividades bases del negocio son las terapias a personas con distintos problemas mentales, las mini excursiones con otros clientes y psicólogos...

Se presentan los recursos clave:

Recursos físicos:

Ordenadores donde realizar el mantenimiento de la app (y errores), las sedes como tal (donde se gestiona todo)...

Recursos humanos:

Los empleados, quienes se encargan principalmente del sector tecnológico de la empresa.

Recursos intelectuales:

Como recursos, nuestros empleados cuentan con una mínima cualificación en programación equiparable al título de DAM o DAW, o superiores como títulos universitarios que tengan que ver con la informática.

El negocio genera gastos como el gasto de luz, gas y distintos tipos de energía que utilizaremos en nuestra sede, además de todos los salarios de nuestros empleados e impuestos que debemos de pagar.

Los gastos más elevados de nuestra empresa son los salarios de nuestros empleados, además del mantenimiento de la aplicación, ya que supone un gasto de energía.

A nuestros clientes se le da el valor máximo, puesto que son la clave para que la app prospere y funcione. Además, cada vez parece haber más y más clientes ya que la sociedad está peor mentalmente.

Resolvemos los problemas y necesidades de los clientes, los cuales acuden a nuestra app para ello.

Satisfacemos la necesidad de poder vivir de una manera tranquila, teniendo una buena salud mental.

Creemos que se debe elegir nuestro producto pues somos los que hacen un servicio único frente a los competidores (y de mejor calidad, con menor coste para el cliente).

Además de tener un trato cercano con los clientes, nuestra empresa también realizará excursiones, de esta forma nuestros clientes podrán ver que no están solos y que van a conseguir vivir de una manera mejor y más tranquila.

Para que los clientes quieran regresar, se les dota de una experiencia satisfactoria y acogedora.

Además, nuestra aplicación cuenta con un apartado de puntos (en cada consulta se consigue un punto), estos puntos servirán como bono, en el cual por cada 25 consultas se tiene un descuento en el próximo mes de premium de la aplicación, en el caso de ser 25 consultas el descuento es del 10% y en el caso de ser 50 o superiores del 25%.

Para contactar con los clientes lo hacemos a través de sus correos electrónicos, los cuales tenemos cuando ellos se registran en la app.

Creemos que es una buena opción poner publicidad en la app, pero con cautela y acerca de temas que no sean banales.

Pensamos que nuestros clientes están dispuestos a pagar precios razonables ya que se encarga de problemas de salud, el único problema es que esto depende de la situación económica de cada uno, pues la necesidad de cuidar la salud mental no está tan interiorizada.

Los métodos de pago disponibles son únicamente por tarjeta (débito o crédito), ya sea por Visa o MasterCard. También se aceptan Bizums al número 917 76 96 88.

La empresa crea valor para toda la sociedad en general.

Nuestros clientes más importantes son todas las personas que necesiten ayuda psicológica.

Se han originado más ideas y oportunidades, porque al realizar el modelo de negocio sobre el Canvas se profundiza en cada aspecto del mismo.

Resumidamente, utilizaremos ideas como la de llevar a clientes y profesionales a una escapada para tratar los problemas en un entorno más natural y donde los psicólogos hagan que entre ellos interactúen y no se sienten solos.

Otra idea que tenemos es la de hacer terapias por parejas donde sean dos clientes (físicamente o mentalmente) quienes se intenten ayudar entre sí. Al final de la sesión, el psicólogo en cuestión les preguntaría qué tal les ha ido, para también ver cómo reaccionan sus clientes con otras personas (en lo que a problemas mentales se refiere).

3. TEMA 3 - MARKETING E IDEA DE NEGOCIO

Dentro de nuestra app contamos principalmente con fuentes externas. Estas provienen de organismos ajenos a nuestra empresa.

Principalmente, la app se va a nutrir de páginas totalmente fiables de Internet (INE, fundación UNAM, SciELO, Iscii y EUMED entre muchas otras). Además, contamos con una gran selección de libros recomendados por los psicólogos que integran la app, para que los clientes también puedan consultarlos y ayudarse a sí mismos.

Además, en lo que a grado de elaboración respecta son fuentes secundarias, ya que la información se obtiene a partir de estudios ya existentes realizados por instituciones.

Con todas las estadísticas y datos, en la app nos damos cuenta de qué le ocurre en cada momento a la sociedad, como por ejemplo etapas en las que predomina la depresión en la gente u otras enfermedades mentales.

Por ejemplo en 2020 se cifró en 5,4% la población con algún tipo de cuadro depresivo. Estas estadísticas son proporcionadas por el INE.

Nuestros futuros clientes son cualquier tipo de persona con afán de pedir ayuda psicológica, ya que la salud mental no entiende de sexo ni de edades, es decir, no hay un perfil de cliente en concreto.

Nuestros competidores serán toda aquella app que se dedique a realizar una actividad similar a la nuestra, un ejemplo sería TherapyChat. Además también competiremos con los métodos más tradicionales de realizar terapia.

En cuanto a los precios de la competencia podemos observar que son mucho más elevados que los de nuestra empresa lo que hace que seamos una opción bastante más visible.

Esto hace que nos veamos en un océano rojo ya que tenemos mucha competencia y muchos competidores.

Reducir:

Las variables económicas, debido a su elevado coste, deben reducirse ya que hay muchas personas con un bajo poder adquisitivo y esas personas también merecen tener acceso a nuestra app.

Crear:

En nuestro caso vamos a innovar creando la posibilidad de que nuestros clientes hagan excursiones junto a otros clientes con problemas similares y a sus psicólogos personales. De esta forma harán una serie de terapias en grupo que serán bastante beneficiosas para ellos.

Incrementar:

El número de clientes, debido a que a día de hoy, muchas personas no se preocupan por su salud mental, o incluso llegan a negarse a ir a un psicólogo, ya que se suele

asociar erróneamente al peligro o a ser una persona débil. Cuando hablamos de peligro nos referimos a que las personas cuando tienen un brote psicótico pueden reaccionar de muchas maneras distintas y la más hablada es cuando se vuelven agresivas.

Eliminar:

La idea de que toda persona que necesita ayuda psicológica o que se preocupa por su salud mental está loca. Es una creencia que es muy dañina y totalmente falsa.

También la idea de que solo con una terapia ya te pones bien al 100% es una idea muy falsa, pero que a día de hoy mucha gente sigue creyendo.

Por último, otra creencia que no tiene sentido es que “para ir al psicólogo hay que acudir a la consulta”. Esto es totalmente falso, puesto que existe la vía telemática a través de, por ejemplo, Google Meet; esto también le viene bien a pacientes que no quieran salir de su casa por sus trastornos mentales y sí quieran acudir a la cita con su profesional.

Como características diferenciadoras tenemos que el producto que se ofrece dentro de nuestra app es básico, ya que tiene como objetivo satisfacer las necesidades del consumidor.

Según su tangibilidad, es un servicio, ya que satisface una necesidad del mercado.

Entonces, como características diferenciadoras contamos con que la marca es novedosa, con un nombre identificativo: “Santuario Mental App”. Es un nombre con un significado especial, el cual es hacer que los problemas mentales de quienes se registran serán bien tratados en un ‘santuario’, el cual es la app, su entorno. Es una marca única, ya que todos los servicios dentro de la app llevan el nombre de la misma.

En lo que a ‘envase’ se refiere, carecemos de productos físicos, ya la empresa únicamente cuenta con la app como servicio.

Como canales de distribución tenemos el de productor a consumidor, ya que es una aplicación disponible en el PlayStore que cualquier usuario podrá descargar y tenerla en su dispositivo móvil. Su coste para hacerla llegar al cliente será de 25 dólares que es la tasa que cobra Google para darse de alta como desarrollador de aplicaciones y poderlas publicar en la tienda.

Dentro del ciclo de vida, se encuentra en la introducción, es decir, en el periodo de lanzamiento del producto.

El método de fijación lo basaremos en el comprador debido a que fijamos el precio en base a lo que los clientes estén dispuestos a pagar. Además de tener unos precios que los pueda asumir todo el mundo.

Como sistemas de promoción utilizaremos anuncios en redes sociales, además de colaborar con distintos influencers que sean conocidos en este mundillo. También emplearemos el uso del correo electrónico y distinta publicidad on-line, de estas formas conseguiremos estar en boca de todo el mundo.

Estudio de Mercado:

Las fuentes de información con las que contamos son: Internet (fuente externa) y libros (fuente interna dentro de las sedes: para acceder a su información en la app, se van dando accesos a los expertos para que estos los lean o se ofrezcan a los clientes).

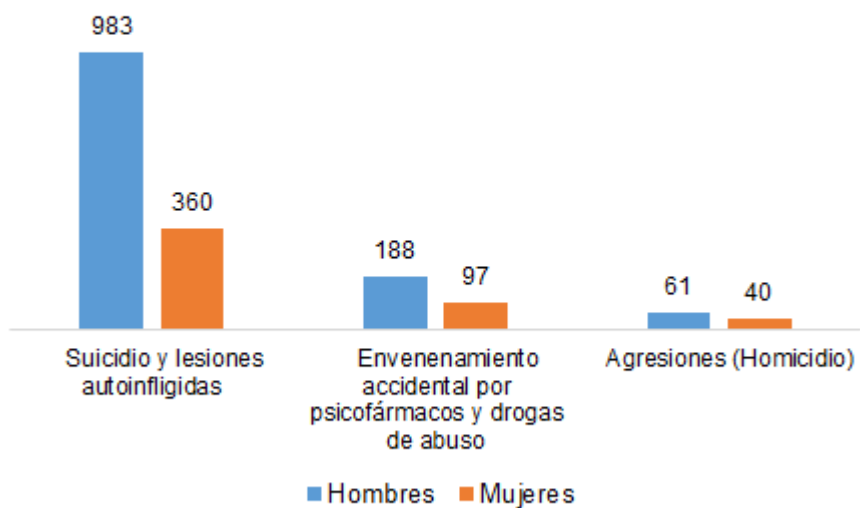
Los problemas mentales más comunes en España son los siguientes:

1. La depresión
2. Trastorno afectivo bipolar
3. Esquizofrenia
4. Ansiedad
5. Trastornos de alimentación
 - 5.1 Anorexia
 - 5.2 Bulimia
 - 5.3 Trastorno por atracón
6. Fobias
7. TDAH
8. TEA
9. Trastorno límite de personalidad
10. Demencia
11. TOC
12. Trastornos por uso de sustancias

Se estima que 1 de cada 4 personas en el mundo tiene un trastorno mental.

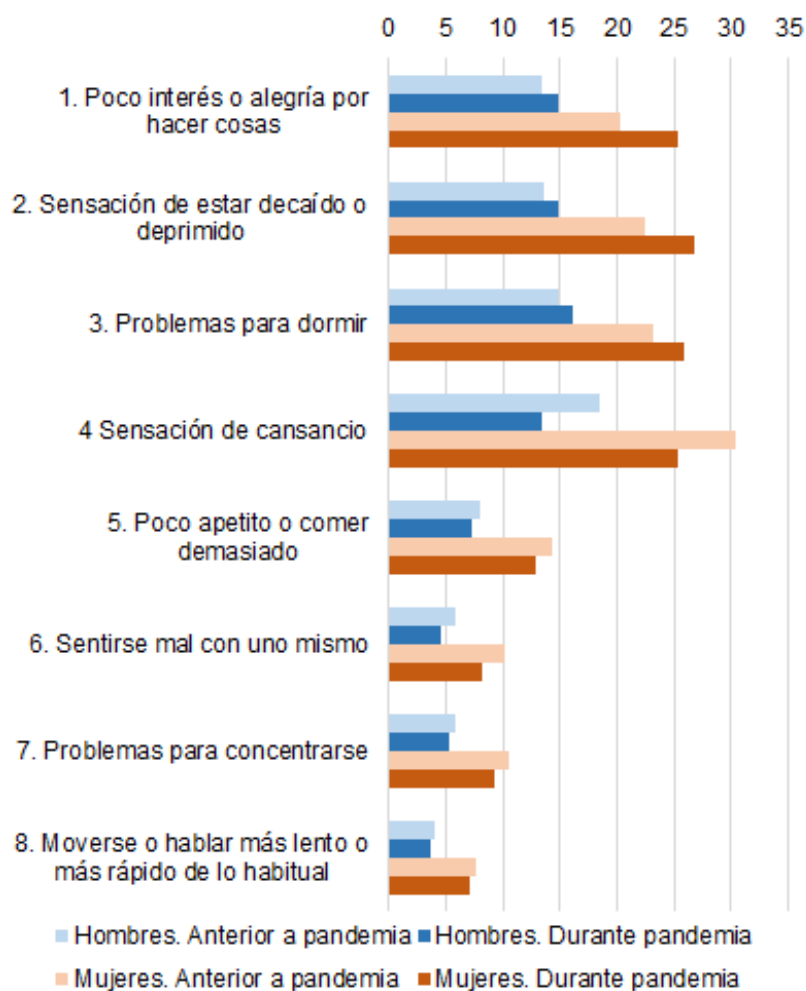
Los siguientes gráficos hacen referencia al año de la pandemia: sin embargo, los datos siguen siendo muy similares a día de hoy.

Defunciones por algunas causas externas según sexo. Enero a mayo 2020



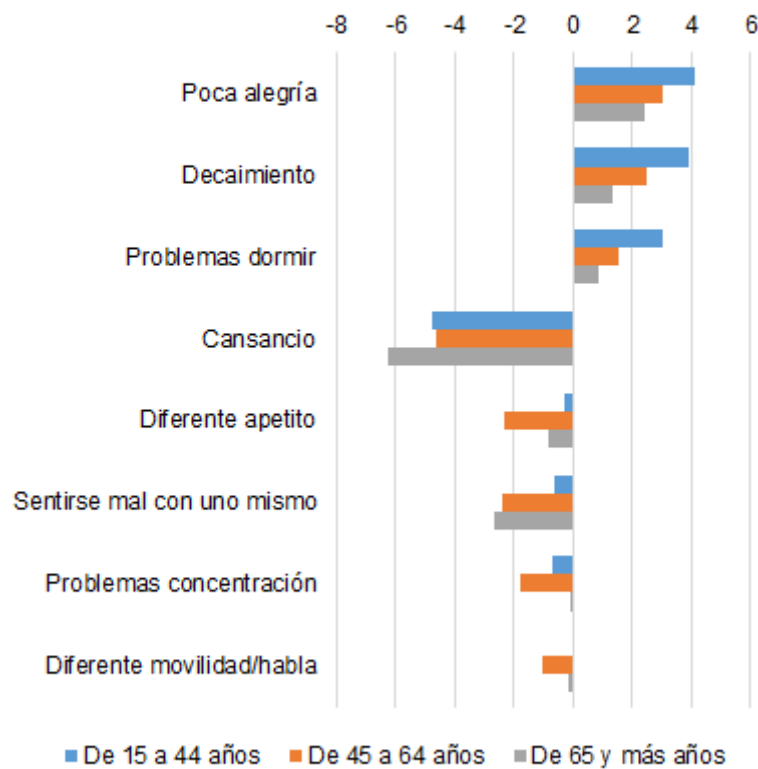
Indicadores de salud mental antes y durante la pandemia* en hombres y en mujeres. 2019-2020

(% población de 15 y más años)



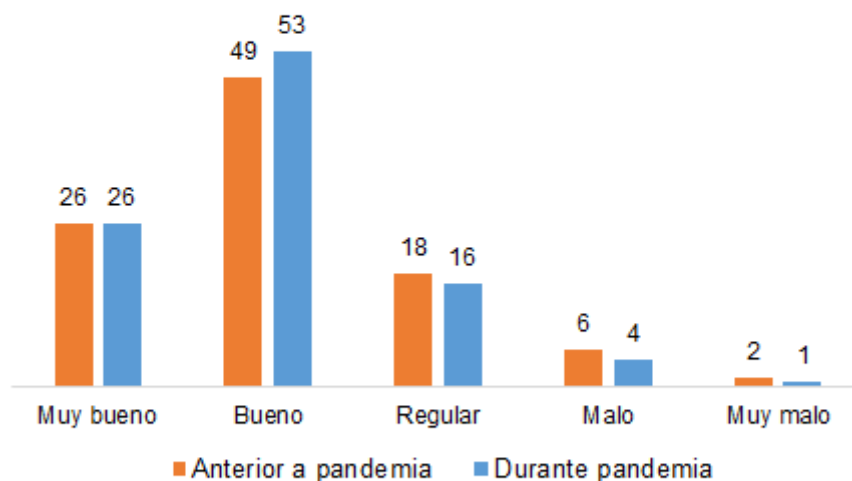
* Hasta julio de 2020.

Variación en los indicadores de salud mental según grupo de edad durante la pandemia*
(puntos porcentuales)



* Hasta julio de 2020.

Salud autopercebida antes y durante la pandemia*
(% población de 15 y más años)



* Hasta julio de 2020.

El porcentaje de personas que van a terapia en España: el 6,4% de las personas en España ha acudido al psicólogo por algún problema, sobre todo por trastornos depresivos o de ansiedad y el 5,8% de la población se le prescribieron psicofármacos.

A partir de Internet, con artículos como el del siguiente enlace:

<https://consaludmental.org/sala-prensa/salud-menta-poblacion-espanola-cae-en-picado-pandemia/>

La app consigue con este recopilamiento de información conseguir saber cómo se comporta la gente en un momento determinado, qué factores hacen que la gente esté así (por ejemplo, sufrir el encierro en la pandemia), el rango de edad peor mentalmente... Con todo esto, se informa a los psicólogos expertos y, estos, actúan sobre los clientes reforzando estos datos.

Todo lo anterior se consigue a través de la observación directa de nuestro mercado (salud, más específicamente la mental).

Además, la app gestiona encuestas que se hacen a pie de calle, con el objetivo de mantener 'actualizado' el estado de la salud mental de transeúntes con unas características definidas (por ejemplo, un rango de edad en específico).

Otra innovación a implementar es la de hacer terapias online (simples y llanas), pero sólo con un número concreto de clientes de un sólo psicólogo/experto. Así, se crean grupos de discusión que sirven para intentar ayudarse unos a otros.

Finalmente, con respecto a la competencia, solamente contamos con la app "TherapyChat". Sin embargo, en apartados anteriores ya se explicó que esta app es similar a la nuestra, no igual; esto implica en que competencia como tal, en la actualidad, apenas se tiene, ya que no hay una gran aglomeración de apps que realicen el mismo servicio que ofrecemos; esto se debe, principalmente, a que el servicio es una innovación total en este sector.

Sin embargo, estamos muy atentos a los servicios que ofrece TherapyChat, ya que pueden servirnos como idea o innovación futura.

Nuestro servicio va dirigido a toda aquella persona que no esté pasando por un buen momento y/o que esté diagnosticada con cualquier tipo de enfermedad mental. Ya que nuestro compromiso es poder ayudar a esas personas a que estén bien.

Breve memoria de la app:

Nuestros competidores se deben de tener en cuenta, TherapyChat, el más agresivo, el cual es una aplicación que tiene un funcionamiento similar a nuestra app, ya que en ella se puede encontrar a un psicólogo online y realizar video sesiones de terapia. En lo que a precio se refiere, ellos doblan nuestros precios en el mismo tiempo de sesión, por lo que los clientes pueden ver esto como elección entre una app u otra.

La app Salud Mental App tiene aproximadamente cada mes 50.000 descargas. Sin embargo, a la versión premium sólo se inscriben cerca de 4.000 usuarios, lo cual hace que cada vez tenga más implantación en la sociedad.

Cada vez se corre más la voz sobre lo bien que funciona en los clientes los servicios que proporciona la app: las descargas suben exponencialmente.

Dentro de la app, existe un apartado tipo 'foro', el cual sirve para enviar críticas constructivas a los desarrolladores de la app, además de a los profesionales, para ver en qué tienen que mejorar.

Las características de nuestro producto:

Será una aplicación cuya descarga es totalmente gratuita. Dicha aplicación tendrá distintos foros donde los clientes podrán interactuar entre ellos explicando sus problemas.

Por otra parte la aplicación tendrá una versión premium (esta será de pago), en ella se tendrá acceso a psicólogos y psiquiatras con los cuales se podrán hacer distintos tipos de terapia (grupales o individuales).

Esta versión también tiene la opción de hacer una excursión, en la que los pacientes y los psicólogos harán una convivencia de varios días, de esta manera los clientes podrán hablar de sus problemas y sentirán que no están solos. Además, los psicólogos les ofrecerán

Para que no haya problemas con la gente que acude, en cada excursión irán entre 3 y 5 psicólogos, quien cuenta con un máximo de 5 clientes (cada psicólogo) y estos serán de una ubicación próxima.

Por ejemplo, un psicólogo no podrá tener una persona residente en Madrid y otra en Roma, ya que esta actividad no podría realizarla, ya que es difícil establecer un punto común entre ellos.

En el caso de que un paciente no pueda acudir a dicha excursión, sabemos que la falta de terapia puede suponer un duro golpe, así que le asignará un psicólogo sustituto durante la duración de dicha excursión. Este psicólogo sustituto tendrá un informe sobre el paciente, ya que su psicólogo principal se lo habrá mandado.

Por último y no menos importante la opción premium tendrá la opción de no mostrar anuncios.

El precio de entrada es gratis, sin embargo, existe una versión premium la cual tiene un coste de 19,99 euros.

El canal de distribución más apropiado es PlayStore porque es una herramienta perfecta para hacer llegar nuestro producto al cliente de forma sencilla y poco costosa.

Para dar a conocer nuestro producto, tenemos como objetivo anunciarnos en redes sociales, para que la gente que cumpla nuestros requisitos (rango de edad, previsión de estado mental, etc). Por ejemplo, en Instagram, pueden salir nuestros anuncios como publicaciones o stories.

Nuestro presupuesto total es de 30.000 euros; de ese presupuesto, 4500 euros irán destinados a este plan de publicidad. La inversión de este dinero va a ir a agentes de publicidad expertos y diseñadores gráficos que realicen las campañas.

Aparte de anunciarnos en redes sociales, también lo hacemos en mensajes de correos electrónicos y páginas web de Internet.

Hemos pensado en estos sitios de promoción puesto que "TherapyChat" también se promociona en estos sitios. Así, haremos que, posiblemente, vengan clientes de esta app a probar la nuestra.

Además, influencers cuyo contenido tenga que ver con la salud y la psicología tendrán acuerdos con la empresa para promocionar la app. Se tiene pensado que, si un posible cliente sigue al influencer y participa en algún tipo de sorteo, se puede llevar la suscripción de dos meses de premium gratis.

Esto hará que, a parte del ganador, los demás participantes se interesen por la aplicación e incluso llegar a probarla sin el hecho de haber ganado ese sorteo.

Plan de Marketing:

Debilidades: <ul style="list-style-type: none">-Costes elevados.-Dificultad de encontrar personal bien cualificado.- Poca visibilidad en la sociedad.- Estigma de la sociedad sobre nuestro servicio.	Amenazas: <ul style="list-style-type: none">- Innovaciones propias de otras empresas.- Aparición de nuevos competidores.- Aparición de crisis económicas más grandes que las actuales
---	--

Fortalezas: <ul style="list-style-type: none">- Tenemos precios muy competitivos.- Trabajamos codo con codo con Profesionales.- Gran capacidad de trabajo y organización.	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none">- Demanda desatendida.- Pocas empresas dedicadas a nuestro sector.
--	---

Objetivos y estrategias:

Como estrategias contamos con 'inbound marketing', la cual busca que sean los clientes quienes se dirigen a nuestra app para resolver sus problemas. Por ejemplo, los libros que están puestos a disposición de los expertos y que estos pueden prestar a sus pacientes para tratarse.

Además, para el plan de publicidad se había pensado en el marketing de redes sociales, ya que hay demasiados jóvenes con problemas mentales y esta es una de las mejores estrategias para captar su atención.

Presupuesto:

De los 30000€ de presupuesto total, para el departamento de Marketing y publicidad irán destinados 9000€, de los cuales se dividirán 4500€ en publicidad y los 4500€ restantes serán empleados en estrategias de venta, crear una imagen para la empresa etc.

Para nuestra aplicación el mejor tipo de publicidad on-line son los anuncios en internet y en redes sociales ya que este tipo de aplicación son muy utilizadas. Además haremos distintas colaboraciones con distintos influencers para darnos a conocer en la gente más joven.

Nos diferenciamos de otras aplicaciones con la opción de que nuestros clientes se vayan de excursión durante unos días con otros clientes con problemas similares y con un equipo de psicólogos.

Para reducir costes en las sedes se utilizarán distintos tipos de energía renovable.

También, a nivel de sedes tenemos la idea de compartir nuestro espacio físico con otras empresas para compartir los costes de estas sedes y, así, que salga más barato el mantenimiento de las mismas.

Conseguimos ahorro de alquileres, ahorro en equipamiento y suministros, se simplifica la gestión de las mismas; esto último es debido a que, al centralizarse todos los servicios de una oficina en una única factura, la gestión de los gastos del negocio se vuelve mucho más sencilla.

Además, como el sector de la empresa es el tecnológico, el teletrabajo prima, por lo que es una gran idea de reducción de costes operativos.

Se puede aprovechar con todo esto que, en la actualidad, los teletrabajadores por cuenta ajena prefieren estar en un espacio profesional realizando sus funciones; será quienes ayuden a la empresa alquilando espacios de las sedes.

4. TEMA 4 - COSTES Y RECURSOS

Para nuestro negocio es importante conocer las inversiones puesto que es de vital importancia para una empresa como la nuestra conocer y controlar las cuentas para mantener la rentabilidad.

Principalmente, se deben conocer estas inversiones para que en el futuro se sepa cuánto hay que rentabilizar. También para saber en futuras inversiones dónde se puede ahorrar dinero y mejorarlas.

A la empresa le reporta beneficio calcular los gastos que va a ocasionar constituir la empresa, debido a que de esta forma podemos planear la gestión de nuestro dinero con más exactitud.

En caso de tener un problema, debemos saber a qué gastos nos vamos a enfrentar para poder tener un colchón de ahorros y no quedarnos sin dinero para resolver ese problema.

Además, si tenemos los futuros gastos calculados, podemos realizar algún estudio para intentar reducir esos gastos.

También para conseguir o adaptar las fuentes de financiación que sean necesarias.

Es útil realizar un cálculo de los gastos necesarios para la compra de las existencias, debido a que de esta manera nos podemos hacer una idea de cuánto dinero habrá que gastar, además de saber el precio que debemos de poner a nuestros productos para poder tener ganancias.

Sería conveniente crear un fondo de emergencia (más vale prevenir que lamentar), planificar un presupuesto mes a mes e identificar posibles fuentes de problemas y vigilarlos muy de cerca.

Inventario de Inversiones:

Tendremos inversiones del tipo local (tendremos sedes tecnológicas, las cuales iban a ser adquiridas en propiedad y, como técnica para recuperar inversión, alquilar parte de las mismas con la fórmula del co-working).

También tendremos inversiones dentro de estas sedes sobre el mobiliario y equipos informáticos: fotocopadoras, mesas, sillas, ficheros, ordenadores y dispositivos electrónicos...etc.

Además, nuestra principal inversión inmateral es el uso de apps informáticas como Android Studio o IDEs como Eclipse (se irán pagando las licencias periódicamente).

Inventario de Gastos:

Al principio, contaremos con tres abogados, un notario y un asesor financiero. La campaña de lanzamiento forma parte del plan de publicidad. Como mínimo, para iniciar la actividad necesitamos que una de las sedes se encuentre en funcionamiento. En stock tendremos una media de 4 ordenadores en funcionamiento, para las actividades de innovación, soporte y desarrollo. La compra de la sede es esencial para lo anterior. En lo que a suministros se refiere, se pagan el gas, la luz, el agua, el teléfono, Internet...etc. A los trabajadores se les pagará el sueldo, además de tener en regla todo lo referido a seguridad social con los trabajadores.

Coste inicial de stock de existencias:

Constitución y puesta en marcha -> $4000 + 3300 + 1100 + 1100 = 9500\text{€/mes}$

Stock -> $4 \times 650 = 2600\text{€}$

Dinero en efectivo -> 10000€

Suministros (luz, gas, agua, teléfono e internet) -> $230 + 170 + 60 + 40 = 500$

Sueldos y Seguridad Social -> 5733€

Total -> 28333€

Para nuestra empresa, las fuentes de financiación posibles a utilizar son:

- Confirming.
- Cuenta de crédito.
- Descubierto.
- Descuento Comercial.
- Factoring.

Sin embargo, sólo contemplamos el Confirming como fuente de financiación a implementar. Esto es debido a que la característica principal del "Confirming" (permitir a los clientes pagar en fecha aunque no dispongan de dinero en el momento) es algo que nos atrae como empresa, sobre todo los primeros meses, ya que es cuando menos dinero vamos a contar (puesto que habrán más gastos que ingresos, hasta estabilizar la situación comercial de la app).

No nos hemos decidido por la cuenta de crédito, puesto que no nos atrae la idea de que el banco nos cobre los intereses de forma periódica, puesto que esto puede originar desbarajustes en nuestra economía.

Tampoco nos gustaría emplear el descubierto, ya que es la forma más cara de financiación que existe.

El descuento comercial y el factoring (los cuales son similares) tampoco nos llama la atención. No nos llama la atención puesto que estas fuentes de financiación cuentan con muchas desventajas como que son instrumentos que conllevan numerosos gastos y comisiones, donde no se pueden modificar esos gastos.

No nos interesa que no se puedan modificar los gastos: tampoco nos gusta la idea de que, en caso de insolvencia, la entidad actuará contra la empresa para poder cobrar la deuda.

Subvenciones/ayudas públicas:

Hay ayudas tecnológicas a emprendedores y pymes que desarrollen su proyecto i+d+i. Por ejemplo, la sociedad mercantil ENISA tiene como fin financiar proyectos empresariales viables e innovadores, ayudando a su crecimiento, desarrollo y crecimiento. Esto es justo lo que nuestra empresa necesita y, además, esta sociedad

sólo necesita de un buen plan de empresa preparado para demostrar la viabilidad del proyecto.

De sus tres líneas de financiación activas, nos interesaría la línea ENISA-Jóvenes Emprendedores, la cual financia empresas de reciente creación y capital mayoritario de emprendedores menores de 40 años. En lo que a condiciones, a priori, se pueden cumplir 'fácilmente' (importe entre 25000 y 75000 euros, vencimiento máximo de 7 años, comisiones de amortización y vencimiento anticipado). El tipo de interés en el primer tramo: Euribor + 3.25%; en el segundo tramo: depende de la rentabilidad.

5. TEMA 5 - RENTABILIDAD

Dentro de las aportaciones de los socios, estos son desempleados, los cuales han escogido la opción de cobrar el desempleo de 24 meses (siendo esto capitalizar el desempleo), con el objetivo de financiar el proyecto, sumándose a la cantidad de las aportaciones de los socios. Cada socio tiene una remuneración por desempleo de 817,25€, 845,36€ y 802,65€.

En 24 meses, sería la suma total de $19.614 + 20.288,64 + 19.263,6 = 59.166,24€$

Las aportaciones de los socios en total eran de 27000€, A esta cantidad se le suma el desempleo de los socios. En total, la cifra es de 86166,24€.

Plan Financiero:

Plan de Tesorería y posteriores comentarios:

	Ene ro	Febr ero	Marz o	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos to	Septi embr e	Octub re	Novie mbre	Dicie mbre	Total
SALIDAS													
Compra de maquinaria	2.60 0€												2.600,0 0 €
Seguros	520, 00 €												520,00 €
Publicidad	4.50 0€												4.500,0 0 €
Salarios	4.40 0€	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	4.400, 00 €	4.400 ,00 €	4.400 ,00 €	52.800, 00 €
Seguridad Social	1.33 3€	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	1.333, 00 €	1.333 ,00 €	1.333 ,00 €	15.996, 32 €
Impuestos	120 5€						1205 €						2410,00 €
Suministros (agua, luz, gas, etc)	500 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	500,0 0 €	6.000,0 0 €
Total Salidas	14.6 33€	6.233 ,00 €	6.233 ,00 €	6.233 ,00 €	6.233 ,00 €	6.233 ,00 €	7.013 ,00 €	6.233 ,00 €	6.233 ,00 €	6.233, 00 €	6.233 ,00 €	6.233 ,00 €	84.756, 32 €
Entrada - Salidas	74.5 34€	-3.03 1,75 €	-4.01 1,75 €	-1.73 1,75 €	-1.45 1,75 €	-411, 75 €	-3.10 1,75 €	-4.49 1,75 €	-3.61 1,75 €	-4.73 1,75 €	-4.43 1,75 €	-3.53 1,75 €	39.214, 42 €

Saldo Banco	70.080€												70.080,00 €
ENTRADAS													
Aportaciones de los socios	86.166,24 €												86.166,24 €
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 €	0,00 €
Ventas	2.999,50 €	3.200,00 €	2.220,00 €	4.500,00 €	4.780,00 €	5.820,00 €	3.910,00 €	1.740,00 €	2.620,00 €	1.500,00 €	1.800,00 €	2.700,00 €	37.789,50 €
Intereses de la cuenta corriente	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	1,25 €	15,00 €
Total Entradas	89.166,99 €	3.201,25 €	2.221,25 €	4.501,25 €	4.781,25 €	5.821,25 €	3.911,25 €	1.741,25 €	2.621,25 €	1.501,25 €	1.801,25 €	2.701,25 €	123.970,74 €

Interpretación del Plan:

En primer lugar, se ha gastado en compra de ordenadores (maquinaria) 2.600€ (en un pago único en el mes de Enero), ya que no se necesitarán más el resto del año. Con los seguros y publicidad ocurre igual, gastándose 520€ y 4.500€ respectivamente. Con los salarios, cada mes, se gasta 4.400€ (1.100€ por cada trabajador), siendo en total 52.800€ lo gastado en un año. La Seguridad Social cada mes son 1.333€: al año son 15.996,32€.

En materia de impuestos se hacen dos pagos semestrales en enero y julio de 780€, siendo en total 1.560€ al año. Como IBI, por tener una sede en propiedad, se pagan 850 € al año. En impuestos, serían los 780 € iniciales más los 425 € (en dos meses).

Los suministros cuestan cada mes 500€: al año son 6.000€.

Las salidas, entonces, hacen un total en el mes de enero de 14.633€. Es una cantidad bastante elevada debido a que la empresa está empezando a dar sus primeros pasos. Sin embargo hasta junio las salidas decrecen hasta los 6.233€, elevándose un poco en julio (por el pago de impuestos) hasta los 7.013€. En el resto de meses se vuelve a los 6.233€.

En el marco de entradas, los socios llevan a cabo una aportación total de 86.166,24€ únicamente en el mes de enero. La empresa, al tener tanto dinero, no necesita de préstamos.

Las ventas van variando cada mes hasta llegar a la cifra total de 37.789,50€. En la cuenta corriente se cobran cada mes 1,25€ (15€ al año).

El total de entradas es de 123.970,74€ en el año. El saldo del banco no cambia (70.080€).

Entonces, en el final del año las entradas - salidas muestra que la empresa va viento en popa, ya que hay un superávit de 39.214,42€.

No hace falta entonces prever de dónde sacar más dinero, ya que no hace falta.

Cuentas de Pérdidas y Ganancias y comentarios posteriores:

CUENTA DE RESULTADOS / PÉRDIDAS Y GANANCIAS 1º AÑO

Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ventas	37.789,50 €	Alquileres	- €
Alquiler sede co-working	10.800,00 €	Amortización de la maquinaria	520,00 €
		Seguros	520,00 €
		Publicidad	4.500,00 €
		Compra de mercaderías	
		Salarios	52.800,00 €
		Seguridad Social	15.996,32 €
		Impuestos	2.410,00 €
		Suministros	6.000,00 €
Total ingresos de explotación	48.589,50 €	Total gastos de explotación	82.746,32 €

Ingresos financieros		Gastos financieros	
Intereses bancarios cc.	15,00 €	Interés préstamo	
Total ingresos financieros	15,00 €	Total gastos financieros	- €

Resultados de explotación	-34.156,82 €
Resultados financieros	15,00 €
Resultados antes de impuestos	-34.141,82 €

→ Resultado de la explotación (BAII)

BAI

→ Resultado financiero



-En el primer año se tienen como ingresos de explotación las ventas realizadas por la empresa: se obtienen 47.589,50 €, siendo este el total de ingresos de explotación. Como gastos de explotación, se carece de gasto por alquiler (debido a contar en propiedad la sede). La amortización de la maquinaria es de 520 € (plantada hasta dentro de cinco años por la tabla de amortización por módulos, ya que los ordenadores cuentan con ese periodo de tiempo para ser amortizados).

Como gastos de seguros son 520 € (cantidad fija en el resto de años), la publicidad, siendo 4500 € (se va aumentando el gasto según se vea si las ventas aumentan). No hay compra de mercaderías ninguna. Los salarios este primer año son un gran problema, ya que son el gasto más grande (52.800 €); esto induce a que a la Seguridad Social se la tenga que pagar 15.996,32 €. En materia de impuestos hay que pagar 1560 € (en total, ya que se paga en dos veces). Finalmente, los suministros acarrearán 6.000 € de gasto.

En total los gastos de explotación son de 82.746,32 €. Los ingresos financieros son de 15.00 € (en intereses bancarios), sin haber ningún gasto financiero (ya que no se han pedido préstamos).

Como resultado, se obtienen pérdidas por valor de 34.156,82 €. Deliberando esto, se ve que el negocio tiene pérdidas importantes, pero tiene potencial, por lo que en el siguiente año se tomarán medidas para hacer que el resultado de explotación cuadre.

CUENTA DE RESULTADOS / PÉRDIDAS Y GANANCIAS 2º AÑO					
Ingresos de explotación		Gastos de explotación		Resultado de la explotación (BAIL)	
Ventas	58.065,50 €	Alquileres			
Alquiler sede co-	10.800,00 €	Amortización de	520,00 €		
		Seguros	520,00 €		
		Publicidad	5.000,00 €		
		Compra de mercaderías			
		Salarios	26.400,00 €		
		Seguridad Social	7.998,16 €		
		Impuestos	2.410,00 €		
		Suministros	6.000,00 €		
Total ingresos de	68.865,50 €	Total gastos de e	48.848,16 €		
Ingresos financieros		Gastos financieros		Resultado financiero	
Intereses bancar	15,00 €	Interés préstamo			
Total ingresos fir	15,00 €	Total gastos fina	- €		
Resultados de e	20.017,34 €				
Resultados finan	15,00 €				
Resultados ante	20.032,34 €				

-En el segundo año, dos trabajadores dejan de trabajar con la empresa puesto que tenían contratos temporales. Esto induce a que los gastos de explotación (en materia de salarios), se reduzcan a la mitad. Esta medida hará que la cuenta de resultados cuadre.

Las ventas, al ir la empresa bien son de 58.065,50 €, siendo este el total de ingresos de explotación. Como gastos de explotación, se mantienen los del anterior año,

exceptuando la publicidad (donde se gastan 5000 €), en salarios se gasta la mitad (26400,00 €, ya que son la mitad de trabajadores), por lo que la Seguridad Social también es de 7.998,16 €. El total de gastos de explotación es de 47.008,16 €.

Además, son 68.865,50 € el total de ingresos de explotación.

Los ingresos financieros son los del anterior año (15,00 € en préstamos) y siguen sin haber gastos financieros.

El resultado de explotación, entonces, es de 20.032,34 €.

CUENTA DE RESULTADOS / PÉRDIDAS Y GANANCIAS 3º AÑO					
Ingresos de explotación		Gastos de explotación		Resultado de la explotación (BAll)	
Ventas	86.234,57 €	Alquileres			
Alquiler sede co-	10.800,00 €	Amortización de	520,00 €		
		Seguros	520,00 €		
		Publicidad	8.000,00 €		
		Compra de mercaderías			
		Salarios	26.400,00 €		
		Seguridad Social	7.998,16 €		
		Impuestos	2.410,00 €		
		Suministros	6.000,00 €		
Total ingresos de	97.034,57 €	Total gastos de e	51.848,16 €		
Ingresos financieros		Gastos financieros		Resultado financiero	
Intereses bancar	24,00 €	Interés préstamo			
Total ingresos fir	24,00 €	Total gastos fina	- €		
Resultados de e:	45.186,41 €				
Resultados finan	24,00 €				
Resultados ante	45.210,41 €				

-En el tercer año los trabajadores al igual que la amortización de la maquinaria, seguros, suministros e impuestos se mantienen igual. Se gastan 3000€ más en publicidad respecto al año anterior, debido a que las cosas en el año anterior han ido bastante bien y la empresa decidió invertir en ser más conocida. Esto ha llevado a la empresa a tener unos gastos de explotación de 51.848,16€

Este año ha sido el año en el cual la empresa ha obtenido más beneficio en comparación con los años anteriores, con un total de ingresos de explotación de 97.034,57€, un resultado de explotación de 45.186,41€, un resultado financiero de 24,00€, y un resultado antes de impuestos de 45.210,41€.

Lo que significa que la empresa es viable a corto/medio plazo, ya que después del primer año empiezan a subir las ganancias y se estabiliza la situación financiera de la empresa.

Patrimonio de la Empresa (Balances):

BALANCE

Activo

Activo no corriente

Inmovilizado intangible	
Prop. Industrial	21 345,00 €
Inmovilizado material	
Mobiliario	52 567,45 €
Alquiler sede co-working	10 800,00 €
Amortización mobiliario	-1 314,19 €
Maquinaria	2 600,00 €
Amortización maquinaria	520,00 €
Inversiones inmobiliarias	
Sede co-working	7 200,45 €
Inmovilizado financiero	
Depósito plazo fijo	0,00 €

Activo corriente

Existencias	0,00 €
Créditos pendientes de cobro	0,00 €
Efectivo	0,00 €

TOTAL 41.151,26 €

Pasivo

Patrimonio neto

Capital	86 166,24 €
Reservas	
Pérdidas y Ganancias	-44 091,82 €

Pasivo no corriente

Préstamo	0,00 €

Pasivo corriente

Proveedores	0,00 €
Cuenta de crédito	0,00 €

TOTAL 42.074,42 €

Capital, Reservas, Pérdidas y Ganacias y Subvenciones de capital

Deudas a largo plazo

Deudas a corto plazo

Elementos patrimoniales que van a permanecer en la empresa durante un plazo largo (más de 1 año).

Elementos que permanecen poco tiempo en la empresa, como materias primas, caja, etc.

En el primer año, la propiedad industrial simplemente es el valor dado a la aplicación Salud Mental App (21.345,00 €). En el apartado de mobiliario se encuentra el valor de la sede a la hora de su adquisición (52.567,45 €), siendo su amortización (a 40 años) de 1.314,19 € cada año. Además en el inmovilizado material, se establece el alquiler de la sede mediante un co-working con otra empresa, lo cual nos beneficia, ganando 10800€/año (lo que sería un alquiler de 900€/mes).

La maquinaria al ser adquirida fueron 2.600 €, por lo que su amortización (a 5 años) es de 520,00 € cada año. Para recuperar inversión de la sede, se tiene un acuerdo con una empresa, a la cual se le alquila parte de la sede con la fórmula del co-working, siendo el alquiler al año de 7200,45 € (al mes sería más o menos 650 €). En el apartado de activo corriente no se cuenta con existencias como tal (ya que no se cuenta con elementos vendidos a corto plazo), ni créditos pendientes de cobro ni efectivo. El total del activo entonces es de 41.151,26 €. En el pasivo no corriente no se cuenta con préstamos y en el pasivo corriente no se cuenta con deudas hacia proveedores (ya que no se cuenta con proveedores) ni con cuentas de crédito.

Finalmente, el patrimonio neto varía según el capital (86.166,24 €) y el resultado de las pérdidas y ganancias es de -44.091,82, siendo el total del pasivo de 42.074,42 €. No hay reservas de ningún tipo.

En el segundo y tercer año son las mismas cantidades, donde solo cambia el capital y el resultado de pérdidas y ganancias. En el segundo año, entonces, el pasivo varía hasta los 52.156,76 € y en el tercero hasta los 87.417,17 €.

Analizando los resultados, se comprueba que en los tres años hay situación de máxima estabilidad financiera, ya que el patrimonio neto financia el activo total, siendo el fondo de maniobra exactamente igual al activo corriente. Se concluye entonces viendo que la empresa es totalmente viable.

BALANCE

Nos dice en qué hemos gastado o invertido ese dinero

Activo		Pasivo	
		Patrimonio neto	
		Capital	42.074,42 €
		Reservas	0,00 €
		Pérdidas y Ganancias	10.082,34 €
		<i>Nos dice de dónde hemos obtenido el dinero para financiar la empresa</i>	
Activo no corriente		Pasivo no corriente	
Inmovilizado intangible		Préstamo	0,00 €
Prop. Industrial	21.345,00 €		
Inmovilizado material			
Mobiliario	52.567,45 €		
Alquiler sede co-working	10.800,00 €		
Amortización mobiliario	-1.314,19 €		
Maquinaria	2.600,00 €		
Amortización maquinaria	520,00 €		
Inversiones inmobiliarias			
Sede co-working	7.200,45 €		
Inmovilizado financiero			
Depósito plazo fijo	0,00 €		
		<i>Indica si existe una buena estructura del activo, es decir, si con los recursos permanentes se han financiado las inversiones a largo plazo y parte de las inversiones a corto</i>	
Activo corriente		Pasivo corriente	
Existencias	0,00 €	Proveedores	0,00 €
Créditos pendientes de cobro	0,00 €	Cuenta de crédito	
Efectivo	0,00 €		
TOTAL 41.151,26 €		TOTAL 52.156,76 €	
<i>Indica si la empresa tiene liquidez a corto plazo, es decir, si con sus bienes e inversiones puede cubrir sus deudas y compromisos a corto plazo</i>			

Balance social: la diferencia indicará beneficios o pérdidas.

Activo		Pasivo	
		Patrimonio neto	
		Capital	52.156,76 €
		Reservas	0,00 €
		Pérdidas y Ganancias	35.260,41 €
Activo no corriente		Pasivo no corriente	
Inmovilizado intangible		Préstamo	0,00 €
Prop. Industrial	21.345,00 €		
Inmovilizado material			
Mobiliario	52.567,45 €		
Alquiler sede co-working	10.080,00 €		
Amortización mobiliario	-1.314,19 €		
Maquinaria	2.600,00 €		
Amortización maquinaria	520,00 €		
Inversiones inmobiliarias			
Sede co-working	7.200,45 €		
Inmovilizado financiero			
Depósito plazo fijo	0,00 €		
Activo corriente		Pasivo corriente	
Existencias	0,00 €	Proveedores	0,00 €
Créditos pendientes de cobro	0,00 €	Cuenta de crédito	
Efectivo	0,00 €		
TOTAL	40.431,26 €	TOTAL	87.417,17 €

Nos parece bastante necesario conocer las entradas y salidas de dinero mes a mes, ya que conocer esos datos nos permite hacer los balances más cómodamente y sabiendo exactamente de dónde sale la información. Conocer el desarrollo de nuestra cuenta nos supone conocer si la empresa cuenta con un proyecto viable o si hay que cambiar cosas (ya sea ampliar o reducir plantilla, reducir otros costes...).

Sería interesante conocer cuáles serán los ingresos y gastos que se producirán en la empresa, debido a que conociéndolos podemos organizar nuestro dinero de una manera más responsable, además de estar preparados para cualquier tipo de imprevisto y que de esta manera nos afecte lo menos posible.

Conocer los resultados de explotación y los resultados financieros nos supone una ventaja, debido a que gracias a ellos podemos tener una idea de los beneficios que tendremos en un futuro y podremos saber si realmente la empresa puede llegar a ser rentable.

Reportaría mejoras como saber dónde poner el foco e invertir el dinero. Por ejemplo, si la empresa en el tercer año está en situación de quiebra, podríamos anticiparnos y, por ejemplo, contar con menos trabajadores en plantilla y ajustar cuentas.

Tiene sentido, ya que dependiendo de estar en una situación u otra se seguiría con el proyecto o no. Si el proyecto está endeudado, carecería de sentido seguir con él, ya que lo más probable es acabar peor de lo que se estaría.

Todos estos datos nos pueden ayudar a decidir si seguir adelante con la idea de negocio, debido a que gracias a estos datos podemos tener una idea de los beneficios y los gastos que tendremos, lo que hace que podamos observar si la empresa realmente es rentable o no lo es

6. TEMA 6 - FORMAS JURÍDICAS

Es un elemento importante a la hora de decidir la complejidad de la constitución y gestión. A la hora de elegir la forma jurídica la empresa tendrá en cuenta el número de socios, el capital social, la fiscalidad y la responsabilidad patrimonial.

Teniendo en cuenta todo esto, la empresa ha elegido constituirse como una Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E). Principalmente, se ha hecho esta elección puesto que es más sencilla que otro tipo de sociedades y el tiempo de constitución es menor. Obviamente, se cumplen con los requisitos de entrada.

En esta iniciativa, participan dos socios, esto implica que la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado. Influye a la hora de afrontar los gastos y a la hora de tomar decisiones. El número de socios siempre condiciona el tipo de empresa que se elige, esto es debido a que por ejemplo una empresa de tan solo 2 socios no puede ser una Sociedad Laboral (SLL).

En un principio hay una gran cantidad de capital aportado, por lo que sí hay suficiente y no hay por qué pedir préstamos ni nada por el estilo. Se aporta cerca de 90.000 € de capital, viéndose en el plan de tesorería que no hará falta ninguna inversión externa.

Respecto a la responsabilidad patrimonial, la de esta empresa va a responder de forma mancomunada, ya que cada socio debe responder de la deuda a su proporción al capital social. A efectos prácticos, la responsabilidad limitada tiene como objetivo que cada socio tenga participaciones de igual de valor y se responda de forma proporcional; si embargo, la ilimitada (no elegida para esta empresa) abarca todos los bienes y derechos de la empresa y, si no son suficientes, los propios de los socios.

El órgano de miembro estará formada por los dos socios, quienes gestionan la empresa de forma mancomunada. Por ejemplo, si se necesita firmar algo en nombre de la empresa, se necesitan las firmas de los dos socios.

La empresa, entonces, cuenta con participaciones. Cada participación tiene un valor de 1€, por lo que los dos socios cuentan con exactamente la mitad de participaciones (tras haber aportado el mismo capital los dos). Cada socio cuenta con 43.083 participaciones..

En el caso de esta empresa, al ser una Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E), debe de contribuir con el IS (Impuesto de Sociedades).

7. TEMA 7 - TRÁMITES Y DOCUMENTACIÓN

Respecto a los trámites de constitución, la empresa que va a ser una S.L.N.E va a tener que solicitar el certificado negativo de la denominación social en el Registro Mercantil Central, redactar los estatutos de la sociedad, solicitar el NIF en la Agencia Tributaria, solicitar el ingreso bancario del capital mínimo de constitución en la Entidad Bancaria que corresponda, un otorgamiento de la escritura pública, la escritura de constitución de la empresa (en una notaría).

Además, se pide la liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (en la Consejería de Hacienda de la CCAA), una inscripción de la sociedad jurídica en el Registro Mercantil y finalmente solicitar el NIF definitivo en la Agencia Tributaria.

Se pide una inscripción de la sociedad en el Registro Mercantil Provincial. Por último, se solicita el número de identificación fiscal (NIF) definitivo en la Agencia Tributaria.

(Todo esto respecto a los trámites de constitución).

Respecto a los trámites para la puesta en marcha, se pide en la Agencia Tributaria (en las delegaciones y administraciones) el alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores. Este trámite se pediría antes de iniciar la actividad de la empresa. Además, se pide la declaración de alta en el IAE, antes de haber transcurrido un mes de actividad. Se pide documentación específica para cada trámite.

Respecto a la Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social, se pide la Afiliación y número de la Seguridad Social de los socios, antes del alta de los socios en la Seguridad Social. También se dan de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, dentro de los 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad. Se pide el alta en el Régimen General de la Seguridad Social, antes de iniciar la relación laboral con la empresa. También se demanda la inscripción de la empresa en la Seguridad Social, antes de contratar al primer trabajador.

Al SEPE se le comunica el alta de las nuevas contrataciones en un plazo de 10 días desde el inicio de la relación laboral.

Respecto a la dirección provincial de trabajo y Seguridad Social, se debe comunicar la apertura del centro de trabajo y consultar y elaborar el calendario laboral del año. Al Ayuntamiento se le pide una solicitud de la licencia de obras (6 meses antes de comenzar la obra en la sede), la solicitud de la licencia de funcionamiento (también en los 6 meses antes de iniciar la actividad) y un abono de otros tributos municipales (tasas, impuestos...).

En el Registro Mercantil Provincial hay que registrar la escritura de la constitución de la sociedad, poderes y actas. Finalmente, según el Código de Comercio, se deben legalizar diferentes libros contables como el libro de inventarios y cuentas anuales, diario, actas y registro de socios.