



Miembros del equipo: Wilfredo Reyner Ramírez Ferreira, Dunia Chidinma Chike Tibary, Samia Neffat y Sandra Valentina Dinu Jinga.

Tutor: Leonardo Arenós Bordils.

Centro educativo: IES Álvaro Falomir.

ÍNDICE DEL PLAN

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

1.2. EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD

1.3. PERFIL DE LOS PROMOTORES

1.4. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y COHERENCIA

2. PLAN DE MARKETING

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.4. MARKETING MIX

2.5. IDENTIDAD CORPORATIVA

3. PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

3.1. PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS 3.2. CALIDAD

3.3. EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURA

3.4. SEGURIDAD E HIGIENE

3.5. MEDIO AMBIENTE

4. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

4.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. RECURSOS HUMANOS

4.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

4.4. INNOVACIÓN

5. ÁREA JURÍDICO-FISCAL

5.1. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

5.2. OBLIGACIONES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD

5.3. PATENTES Y MARCAS

5.4. PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL

6. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

6.1. PLAN DE INVERSIONES

6.2. AMORTIZACIONES

6.3. PLAN DE FINANCIACIÓN

6.4. SISTEMA DE COBRO A CLIENTES, DE PAGO A PROVEEDORES Y DE STOCKS

6.5. CUENTA DE EXPLOTACIÓN

6.6. ANÁLISIS DE RIESGOS EMPRESARIALES. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Cuidar la salud emocional no es nada nuevo, pero sí que la pandemia ha desencadenado mayor interés por vigilar el equilibrio mental y saber gestionar los momentos de crisis. Ahí es donde entra nuestro proyecto: una aplicación llamada **Mental Contact** que ofrece diversos servicios de asistencia psicológica a los usuarios, así como los pone en contacto con profesionales de la salud mental, en post de apoyar el desarrollo de psicólogos emergentes, contribuir a la salud mental de las personas y ofrecer herramientas para solucionar diversos problemas cotidianos relacionados con la mente, y todo vía online.

En cuanto a los beneficios de nuestro proyecto, hemos de decir que no solo proporcionamos un servicio al cual muchas personas no pueden acceder o solucionamos problemas mediante la aplicación, sino que también ayudamos en la creación de empleos para los nuevos psicólogos y psicólogas en condición de trabajar. Esta aplicación, disponible en todo momento para los usuarios, programará consultas de manera eficaz y rápida con estos psicólogos mediante diversas tarifas, además de ofrecer consejos y asistencia gratuita a quién necesite ayuda.

1.2. EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD

El origen de nuestro proyecto viene de la falta de accesibilidad a la asistencia psicológica e ignorancia de las personas ante los problemas y enfermedades mentales; porque aún existen bulos y desconocimiento generalizado acerca de estas y el cómo tratarlas. En la actualidad, tras una dura pandemia que nos ha afectado a todos, aspiramos a que las personas entiendan la importancia de la salud mental y reciban ayuda profesional asequible para todos, realizando avances en la salud de la sociedad y en la misma psicología.

1.3. PERFIL DE LOS PROMOTORES

Nuestra aplicación está al acceso de cualquier ciudadano, por eso queremos acercarnos a ti, en esta estarán integradas diversas herramientas y profesionales a los que podrás acudir en caso de necesitarlo desde la comodidad de tu hogar; tendrás toda la información que necesites a tu alcance. ¡Ofrecemos el mejor servicio y tenemos al mejor personal a tu disposición!

1.4. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTE Y COHERENCIA

El objetivo fundamental de nuestra empresa es ofrecer servicios de asistencia psicológica para los usuarios de nuestra *app*, así como ofrecer empleo a profesionales de la salud mental.

PUNTOS FUERTES:

- Especialización: nuestra empresa se especializa en ofrecer asistencia y ayuda psicológica.
- Diferenciación: nuestra empresa ofrece un servicio diferente al resto, ya que nuestro espacio de trabajo radica en internet, otorgando un servicio cómodo, rápido y eficaz.
- Profesionales: Al profesionalizar el servicio, se optimiza la coordinación de las diferentes áreas del negocio mediante personas con las competencias adecuadas para los distintos requerimientos que se presenten.
- Aprovechamos nuevos canales de venta.
- Entrar en un nuevo mercado debido a una nueva necesidad.
- Capacidad de captación de recursos externos.
- Estabilidad y solidez.
- Demanda creciente de empleo por parte de los trabajadores de la salud mental.
- Oportunidades relacionadas con aspectos geográficos y de deslocalización. Posibilidad de aprovechar zonas en las la asistencia psicológica no llega con normalidad.

2. PLAN DE MARKETING

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO

El producto que ofrecemos es una aplicación, a la que cualquier persona puede acceder y descargar en su teléfono u otros dispositivos tecnológicos. En esta aplicación se ofrecerá todo tipo de servicios relacionados con la salud mental y cómo gestionar los momentos de crisis. En nuestra aplicación **Mental Contact**, te ofrecemos todo lo que necesites en el momento que lo necesites. A veces en la vida se nos pueden presentar diversas circunstancias, y el problema viene cuando no sabemos cómo actuar o reaccionar. El objetivo principal que tienen **Mental Contact**, es ayudarte y estar contigo en todo tipo de circunstancias. Otra de las funciones que ofrece, es que puedas ayudarte a ti mismo, mediante nuestra aplicación, si te encuentras en un estado de ansiedad o estrés, podrás afrontarlo mediante los consejos de psicólogos profesionales, entre otras entidades expertas en esa situación. Además, nuestra aplicación te ofrece vídeos y charlas de psicólogos, sobre diversos temas.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

Planeamos ofertar nuestro servicio a nivel nacional, aunque se puede barajar la idea de expandirse, en cualquier caso, todo cliente que lo necesite puede solicitarnos, siempre. Esta aplicación solo necesita un dispositivo tecnológico, cosa que hoy en día ya no es un problema, ya que casi todo el mundo dispone de estos aparatos. Nuestra aplicación cumple con todas las características. Hoy en día las tiendas de aplicaciones Play Store y Apple Store acaparan el 80% de las descargas de Apps a nivel global, así pues, no hay dificultades para nuestra aplicación con respecto a las descargas, ya que disponemos de instrumentos para llevarlo a cabo. Hemos evolucionado todos, y asimilado internet y el comercio electrónico como un instrumento indispensable para hacer crecer nuestros negocios. Las redes sociales se han implantado en nuestro día a día como algo sin lo que prácticamente no podemos vivir, en lo personal y en lo profesional. Los smartphones son, en gran parte, los responsables de esta situación. La mayoría de consultas a las páginas web se hacen a través del móvil. Está comprobado que se usan los móviles primero como medio para realizar un sondeo, visualizar el producto, y aunque cada vez más compras se realizan directamente a través del móvil en esta primera visita, si no se atreven en este primer acercamiento, sí que ayuda al usuario a

identificar el producto que quiere para después comprarlo en la web en el ordenador de casa o portátil, o directamente en la tienda. Por esto, nuestra empresa apuesta por dirigir sus estrategias de marketing digital al entorno móvil con el desarrollo de aplicaciones móviles comerciales de captación o fidelización de clientes.

2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Hoy en día, casi todos utilizamos smartphone y otros dispositivos tecnológicos. Esto hace que el mundo de las aplicaciones crezca más. El mundo está conectado gracias a internet, se ha vuelto una herramienta necesaria en casi todos los ámbitos. Y todos nos apoyamos en ella. Muchas aplicaciones nos facilitan la vida, en todos los ámbitos. Pero lo que hace que una aplicación triunfe es que sea única, y nuestra aplicación lo es. Nuestra aplicación surge de los problemas que sufrimos los seres humanos, y que se han empezado a visualizar, pero aún queda mucho trabajo por hacer. Poco a poco se va cogiendo conciencia de lo importante que es la salud mental, y nuestra aplicación visualiza y apoya a todas las personas, que a veces no saben cómo reaccionar ante situaciones, como el estrés o la ansiedad, o cuando sus amigos sufren estas, y poder ayudarles. El tipo de aplicación que estamos ofreciendo, no está tan desarrollado a altas esferas, ya que después de la época de la pandemia, y de que muchos atletas en las olimpiadas empezaran a visualizar lo que no se ve, tu estado mental. Las aplicaciones mentales no están involucradas tanto en el ámbito digital, porque antes no era una necesidad, pero ahora sí, y todos necesitamos que nos diga cómo actuar, cuando no sabemos cómo hacerlo.

2.4. MARKETING MIX

Con nuestra aplicación, ofrecemos un servicio instantáneo y seguro, para todos nuestros clientes. El precio por adquirir nuestra aplicación es de 29.99€ al mes. Cuando se descargue la aplicación, se podrá hacer uso de ella durante una semana, de forma gratuita, para que así el cliente conozca la aplicación. A partir de ahí se pagarán 29.99€ mensuales. El incumplimiento del pago, provocará un bloqueo de la aplicación. Se ha planeado la creación de campañas publicitarias aprovechando la cercanía actual de las personas al Internet y los televisores: sketch, pequeños anuncios en Internet, además, de monos en forma de descuento

a los primeros 10 clientes que utilizan nuestros servicios. Al tratarse de una aplicación podemos automatizar y agilizar los trabajos, además, de hacer correr la voz sobre este servicio más rápida y eficazmente. También, pensamos estar actualizando nuestra aplicación, para poder ofrecer el mejor servicio posible. De este modo, cualquier cliente podrá estar al día de las novedades y podrá aprovechar al máximo las ventajas que ofrece nuestro servicio.

2.5. IDENTIDAD CORPORATIVA

Siendo un proyecto prácticamente nuevo en nuestra localidad, lograr la mejor imagen es un paso fundamental para nuestro crecimiento. Tenemos el fin de brindarle a nuestra empresa una imagen agradable y libre de polémicas con los medios, además de asegurarnos de que el cliente se sienta cómodo y satisfecho. En nuestra aplicación, se ha planeado dar un ambiente tranquilizador y seguro para todas las personas que nos visiten, además de tener como imagen principal a nuestro logotipo en nuestra aplicación. Así pues, nuestro logotipo es esencial y llamativo para poder atraer a todas las personas que necesiten nuestra aplicación.



3. PLAN DE PRODUCCIÓN Y CALIDAD

3.1. PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.

Para empezar, el proceso de elaboración de los servicios ofrecidos por parte de la empresa **Mental Contact**, tomarán parte al poseer una aplicación disponible en todas las plataformas para todos los clientes. Dicha aplicación será diseñada y elaborada en base a las necesidades crecientes de los usuarios, por informáticos especializados en la creación de aplicaciones, contratados por la empresa.

Por consiguiente, la tecnología aplicada será la siguiente: sistemas informáticos para la gestión de los servicios y un equipo de informáticos que se encarguen del mantenimiento de la aplicación. Al ser un servicio digital en su totalidad, será necesario realizar actualizaciones regularmente en la app, para mayor comodidad de los usuarios . Cabe destacar que dicha aplicación estará disponible para las siguientes tecnologías: tablets, ordenadores y portátiles.

3.2. CALIDAD

Por un lado, el control de calidad de los servicios, es decir, las acciones realizadas para detectar la presencia de errores se llevaría a cabo de la siguiente manera: gran control del cumplimiento de los pagos y diversos medios para realizar las transacciones; asistencia rápida y adecuada; buen acceso y disponibilidad a toda la información que guarde relación con la empresa; etc.

Por otro lado, la forma de detectar mejoras en todos los niveles de la empresa se llevaría a cabo de la siguiente manera: verificar o comprobar tanto el estado y condiciones de la aplicación como de el espacio de trabajo; controlar que el procedimiento realizado por los trabajadores sea el adecuado y, además, respete tanto las normas de prevención de riesgos laborales como las normas de convivencia.

3.3. EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

Disponemos de un local en el cual se sitúan nuestras oficinas y la sede de nuestra empresa, en el cual se localiza la base de datos de la aplicación. Se podría incluso recurrir a la proporción de recursos a los trabajadores para habilitar el teletrabajo. Además, se necesitarán vans dedicadas al transporte de los recursos necesarios para realizar la actividad.

3.4 SEGURIDAD E HIGIENE

Nuestra empresa ofrece la última tecnología en seguridad, para que los bienes de nuestros clientes estén seguros. Su información será protegida y su privacidad respetada en todo momento. Respecto a la higiene:

- Uso correcto y cuidado de los elementos de protección personal (EPP).
- Conservación y buen uso de todo elemento, aparato o dispositivo destinado a la prevención de riesgos.
- Se han tomado medidas de Covid-19 para que sus pertenencias estén en un lugar seguro.
- Se desinfectan todas las oficinas diariamente antes de su uso y después de su uso.
- Todos los empleados utilizarán las protecciones y cumplirán con todas las medidas de higiene establecidas.

3.5 MEDIO AMBIENTE

Nuestro servicio coopera con el medio ambiente, más bien, contribuye a mantener una sociedad más sana y preparada para lidiar con diversas situaciones. La actividad a realizar está libre de varios tipos de contaminación que atañen a nuestro planeta actualmente; en cuanto al transporte, nuestros vehículos usarán filtros para minimizar la emisión de gases nocivos a las atmósfera y se aspira, en un futuro, al uso de vehículos eléctricos. Por otro lado, está la recientemente preocupante contaminación digital, la cual se mantendrá a raya evitando conservar todo tipo de dato residual que requiera un gasto innecesario de energía. Aspiramos a recurrir a medios de generación de energía renovable para mejor y mayor preservación de nuestro medio ambiente.

4. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

A continuación, ofrecemos dos listas que analizan las posibles fortalezas y debilidades (análisis interno), y amenazas y oportunidades (análisis externo):

Fortalezas

- Buen trato a los empleados.
- Estrictas medidas de seguridad.
- Disponibilidad de los servicios las 24 horas.
- Respeto a la privacidad y otros derechos de clientes y empleados.
- Rapidez y eficacia en nuestro servicio.
- Servicio digital.

Debilidades

- Dependencia de los inversores y otras empresas.
- Falta de recursos (al menos en los primeros meses).

Amenazas

- Posible crecimiento acelerado de otras empresas que ofrezcan este servicio en un futuro.

Oportunidades

- Altas probabilidades de conseguir empleados rápidamente, dada la falta de empleo.
- Alta demanda por necesidad de actuar, dadas las situaciones que puedan ocurrir.
- Obtención de una cantidad importante de ingresos gracias al servicio de videos y charlas.
- Posibilidad de rápido crecimiento y expansión.
- Aprovechamiento del auge del internet y otros medios de ocio e información.

- Alta probabilidad de atraer a los clientes pertenecientes a familias numerosas.

Nuestro mayor objetivo es ganarnos un lugar en el mercado y llamar la atención de posibles inversionistas. Además de buscar asociación con otras empresas independientes que colaboren en nuestro proyecto. Al transcurso de más de un año, comenzaremos a centrarnos en la posible expansión de la empresa

4.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA. RECURSOS HUMANOS

En principio, solamente contrataremos empleados con estudios de informática, diseño de aplicaciones y desarrollo de las mismas, lo cual serían profesionales con experiencia eficaces perseverantes y rápidos en su trabajo; luego tendríamos el departamento de marketing imagen de la empresa , formado por empleados que demuestra iniciativa creatividad y modernidad. Tendríamos un departamento formado por los trabajadores que están más internos en la aplicación, es decir los que se ocupan de la publicación de vídeos, de asegurarse de que la información que estamos ofreciendo es 100% fiable, que no haya ningún problema a la hora de publicar el contenido. Otro departamento estaría compuesto por los trabajadores que mantendrían contacto con los psicólogos profesionales, y personas relacionadas con nuestro proyecto y con el servicio que ofrecemos. Y por último, un departamento formado por trabajadores que vuelven a analizar la información, que posteriormente se publicará, y a su vez están en contacto con los clientes a través de la aplicación por si hubiera problemas.

En el primer año se irá desarrollando la aplicación, conociendo a nuestros trabajadores, buscando personas que tengan formación universitaria, sean psicólogos, entre otros requisitos que necesitamos para poder llevar a cabo la aplicación con seguridad y que quieran trabajar en nuestra aplicación. Es importante que contemos con profesionales en nuestra aplicación, porque es un servicio que puede salvar personas y muchas personas necesitan de él. Estimamos que si logramos establecernos, comenzaremos a contar con mayor cantidad de personal.

4.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En primer lugar, responsabilidad social, en las empresas, es buscar ofrecer la excelencia en la calidad del servicio al cliente, considerar la experiencia de compra del producto o servicio (para ello, se cuenta con las encuestas de satisfacción del cliente), mantener el equilibrio entre el trabajo y la vida familiar, fomentar el buen ambiente laboral y disponer de una política remuneración a empleados.

En segundo lugar, la responsabilidad social hacia los clientes son:

Disponer de procedimientos ante reclamaciones y quejas, exactitud del sistema de facturación y tener una buena calidad en el trato.

En tercer lugar, la responsabilidad social empresarial ante los proveedores es la condición de pago

Por último, la responsabilidad social empresarial hacia la sociedad es, ofrecer externalidades positivas, preservarse del medio ambiente y generar empleo.

4.4. INNOVACIÓN

Antes de todo, Mental Contact, es una aplicación que ofrece diversos servicios de asistencia psicológica a los usuarios, así como los pone en contacto con profesionales de la salud mental, en pos de apoyar el desarrollo de psicólogos emergentes, contribuir a la salud mental de las personas y ofrecer herramientas para solucionar diversos problemas cotidianos relacionados con la mente, y todo vía online.

Por un lado, descargar esta aplicación es totalmente gratuita, no obstante las sesiones con los médicos, nutricionistas y psicólogos tienen un precio, pero plenamente accesible para los clientes. Y por otro lado, los especialistas estarán junto a ellos durante todo su proceso, como el propio slogan lo indica, no estarás solo.

5 ÁREA JURÍDICO-FISCAL

5.1. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Somos una sociedad limitada nueva empresa y hemos elegido esta forma jurídica, puesto que en la empresa somos 4 socios en total, no teníamos muchas opciones de tipos de formas jurídicas, ya que las otros eran de 3 o 1 socio máximo y este tipo de forma jurídica que hemos elegido tienen de máximo de 1 a 5 socios. También la hemos elegido porque nos permite un aplazamiento sin aportación de garantías de las deudas tributarias del Impuesto sobre Sociedades, correspondientes a los dos primeros períodos impositivos concluidos desde su constitución, además de un aplazamiento o fraccionamiento con garantías o sin ellas, de las cantidades derivadas de retenciones o ingresos a cuenta del IRPF, que se devenguen en el primer año desde su constitución. Y por último, no tenemos obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades, a cuenta de las liquidaciones correspondientes a los dos primeros períodos impositivos desde su constitución.

Una de las ventajas que tenemos es que en este tipo de sociedad, los trámites y costes se reducen y además de que el pago de impuestos es menor. También que tiene una rápida constitución, que el libro de registros de los socios no es obligatorio e incluso que el objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales, sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad, además poseemos unas medidas fiscales para ayudar a superar los primeros años de actividad empresarial y por último, la denominación social al estar compuesta del nombre y apellidos de uno de los socios más el ID-CIRCE, el trámite en el Registro Mercantil se hace en menos de 24 horas frente a los tres días hábiles para otros tipos de denominación social.

5.2. OBLIGACIONES PROPIAS DE LA ACTIVIDAD

- Las obligaciones de una sociedad limitada nueva empresa ante la hacienda son las siguientes:

- Declaraciones trimestrales y anuales de impuestos.

Se comunicará a Hacienda cuáles son las obligaciones tributarias a las que nos acogemos. Esto generará la obligación de presentar las declaraciones trimestrales y anuales correspondientes sobre impuestos de IVA e IRPF. Para ello, la contabilidad de una Sociedad Limitada deberá llevarse de forma estricta de conformidad a las reglas contables vigentes.

- En cuanto al Administrador en la Seguridad Social. Desde que se da el alta de actividad de la Sociedad en Hacienda, existe un plazo de 1 mes para notificar o dar de alta al Administrador de la Sociedad Limitada en la Seguridad Social. Estará enmarcado dentro del régimen correspondiente según sus características: Régimen Especial de Trabajador Autónomo, Régimen Especial Asimilado o Régimen General.

- Las obligaciones ante la seguridad social de una sociedad limitada son las siguientes:

Si disponemos de trabajadores asalariados, debemos cumplir con las siguientes obligaciones frente a la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS):

- El empresario deberá inscribirse en el Sistema de la Seguridad Social.

- Comunicar cualquier alta, modificación o baja de empleados.

- Abonar los seguros sociales de sus trabajadores.

- Las obligaciones ante el ayuntamiento son las siguientes:

- Solicitar la licencia de actividad y solicitar la licencia de obras.

5.3. PATENTES Y MARCAS

En la aplicación, sí se puede proteger y nosotros tendremos los derechos de exclusiva sobre su creación. Pero la vía no es por derecho de patente, sino por derecho de propiedad intelectual.

Por lo tanto, cuando hablamos de cómo patentar una aplicación o de patentar una app, en realidad nos referimos al registro de dicha app como propiedad intelectual.

La idea tampoco puede ser patentable ni protegible. Lo que se puede proteger y registrar es la materialización de esa idea, la concreta plasmación en la realidad de aquello que comenzó siendo una idea.

Es decir, el concreto programa informático que la desarrolla, con su código fuente y su ejecutable, con los soportes multimedia o imágenes que contenga, la descripción de su funcionamiento, etc. Puesto que una idea, se podría ejecutar de diferentes formas. Por tanto, son esas diferentes y concretas formas desarrolladas que permiten solucionar el problema las que son protegibles.

Sabiendo que no es posible patentar una App y tampoco se puede registrar una idea de app, si queremos proteger esa aplicación móvil que hemos creado y que es novedosa y original, lo que tenemos que hacer es acudir al Registro de la Propiedad Intelectual, de tu comunidad autónoma. El registro se puede realizar en cualquiera de ellos. En general, para llevar a cabo la inscripción de una app, lo que el registro nos va a solicitar, será en primer lugar los datos personales de los autores y el solicitante, si se trata de una persona diferente. En segundo lugar, una serie de instancias de solicitud y documentos relativos tanto a los autores como a la aplicación móvil. Por último, los documentos relativos a la propia aplicación.

5.4. PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL

Las aplicaciones se han convertido en un negocio muy rentable que las ha convertido en el producto estrella para muchos emprendedores, desarrolladores e inversores. Ahora bien, además de los requisitos técnicos, a la hora de crear una aplicación también hay que tener en cuenta que hay una serie de normativas que se tienen que cumplir, los cuales son:

1. Permisos, licencia y condiciones de uso

Hay que ser claros y explícitos a la hora de solicitar permisos al usuario para acceder a contactos de su dispositivo, realizar pagos o ceder datos. Además, es obligatorio desarrollar licencias y condiciones de uso.

2. Derechos propios y de terceros

Es obligatorio disponer de licencias de los recursos que se utilizarán.

3. Menores

En caso de aplicaciones dirigidas a menores de 14 años, se tienen que consultar las leyes correspondientes y las obligaciones impuestas.

4. Funcionalidades lícitas

Igual que en el marketing tradicional, el que es ilícito al offline, al app también lo es.

5. Privacidad y geolocalización

La recogida de información del usuario tiene que ser la indispensable para el funcionamiento de la app, y este tiene que tener la posibilidad de configurar la privacidad.

6. Información y cookies.

Es fundamental informar al usuario de los aspectos regulados en la ley y mostrar los datos sobre los creadores y sobre quienes hay detrás de la aplicación. También es necesario que el usuario acepte las cookies mediante un aviso informativo con la información básica y precisa sobre las mismas, así como los aspectos exigidos por la ley.

7. Markets

Tienen condiciones muy estrictas porque se pueden publicar las aplicaciones. Por lo tanto, hay que cumplir siempre el que piden

8. Publicidad

Si monetizamos una aplicación a través de publicidad, esta tiene que identificarse siempre como tal.

6. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

6.1. PLAN DE INVERSIONES

En este apartado mostraremos el Activo. Este refleja la estructura económica de la empresa, es decir, el total de sus inversiones o el destino de sus fondos (IVA incluido). Es más, los elementos del Activo se clasifican en función de su disponibilidad o liquidez y están formados por las siguientes masas patrimoniales: por un lado, el Activo no corriente, que está formado por aquellos elementos del patrimonio vinculados a la empresa durante más de un ejercicio económico (las masas patrimoniales de inmovilizado, inversiones financieras a largo plazo e inversiones inmobiliarias); por otro lado, el Activo corriente, que está formado por aquellos elementos que se renuevan varias veces en un mismo ejercicio económico (masas patrimoniales de las existencias, el realizable y el disponible).

1.

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
A) ACTIVO NO CORRIENTE			
I. Inmovilizado intangible	25.000,00	25.220,00	25.400,00
Aplicaciones informáticas	25.000,00	25.220,00	25.400,00
II. Inmovilizado material	11.985,00	12.535,00	13.178,50
Terrenos y bienes naturales	0,00	0,00	0,00
Construcciones	0,00	0,00	0,00

Maquinaria	3.500,00	3.700,00	3.990,00
Uillaje	450,00	470,00	495,00
Mobiliario	2.200,00	2.440,00	2.680,00
Equipos para procesos informáticos	12.000,00	12.200,00	12.400,00
Elementos de transporte	0,00	0,00	0,00
Amortización acumulada de inmovilizado	-6.165,00	-6.275,00	-6.386,50

2.

B) ACTIVO CORRIENTE			
I. Existencias	100,00	150,00	170,00
Mercaderías	100,00	150,00	170,00
II. Deudores comerciales y otras cuentas	1.090,00	1.215,00	1.290,00
Clientes	150,00	240,00	250,00
Clientes efectivos a cobrar	450,00	455,00	490,00
Deudores	490,00	520,00	550,00

III. Efectivo y otros activos líquidos	7.950,00	8.000,00	8.698,00
Caja, euros...	1.800,00	1.900,00	1.998,00
Bancos e instituciones de crédito	6.150,00	6.100,00	6.700,00

3.

TOTAL ACTIVO (A+B)	46.125,00	47.120,00	48.736,50
---------------------------	------------------	------------------	------------------

6.2. AMORTIZACIONES

Ante todo, la amortización refleja de forma periódica la pérdida o depreciación del valor que experimentan a lo largo del tiempo los bienes adquiridos por una empresa, que constituyen tanto el inmovilizado material e intangible o inmaterial como las inversiones inmobiliarias.

Asimismo, los porcentajes y los plazos a aplicar en el cálculo de las amortizaciones son los establecidos por ley. No obstante, existe la posibilidad de adecuarse, siempre dentro de los límites establecidos, a las características del elemento. Así pues, generalmente, se atribuye un 10% de amortización a los siguientes elementos:

ELEMENTOS AMORTIZABLES	TASA DE AMORTIZACIÓN %
Edificios y locales	10%
Instalaciones, maquinaria y utillaje	10%
Otras instalaciones	10%

Mobiliario y enseres	10%
Equipos para procesos de información	15%
Elementos de transporte	10%
Propiedad industrial y derechos de traspaso	10%
Aplicaciones informáticas	15%
Depósitos y fianzas	10%
Gastos de constitución y puesta en marcha	10%

Por añadidura, cabe indicar que los porcentajes indicados con anterioridad se encuentran aplicados en la tabla realizada en el apartado anterior.

6.3. PLAN DE FINANCIACIÓN

En este apartado mostraremos el Patrimonio neto y Pasivo. Este refleja la estructura financiera de la empresa, es decir, el origen de los medios de financiación de los que dispone (recursos propios más deudas con terceros ajenos a la empresa). Es más, los elementos del Patrimonio neto y del Pasivo se clasifican en función de su exigibilidad (las deudas más exigibles son aquellas que vencen antes) y están formados por las siguientes masas patrimoniales: en primer lugar, el Patrimonio neto, que representa los recursos de la empresa que se destinan a la autofinanciación (fondos propios) y aquellos que son ajenos pero que no hay que devolver (subvenciones o donaciones), más aún, la parte principal es el capital (aportación de los socios) o, dicho de otra forma, *no exigible*; en segundo lugar, el Pasivo no corriente, que está formado por aquellos elementos del patrimonio que suponen una deuda que la empresa tiene que devolver a largo plazo (más de un año) o, dicho de otra forma, *exigible a largo plazo*; y, en tercer lugar, el Pasivo corriente, que está compuesto por las deudas que la empresa debe devolver a corto plazo o, dicho de otra forma, *exigible a corto plazo*.

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
A) PATRIMONIO NETO			
A-1) FONDOS PROPIOS	11.075,00	12.165,00	12.586,50
Capital social/ capital	2.950,00	2.950,00	2.950,00
Resultado del ejercicio	8.125,00	9.215,00	9.636,50
A-2) SUBVENCIONES Y DONACIONES	3.000,00	3.000,00	3.000,00
B) PASIVO NO CORRIENTE			
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	19.950,00	18.500,00	17.900,00
Proveedores de inmovilizados a largo plazo	1.100,00	1.155,00	1.250,00
C) PASIVO CORRIENTE			
Deudas a corto plazo con entidades de crédito	2.000,00	2.200,00	2.250,00
Proveedores de	0,00	0,00	0,00

Inmovilizado a corto plazo			
Proveedores	6.000,00	6.500,00	7.000,00
Proveedores, efectos comerciales a pagar	0,00	0,00	0,00
Acreedores por prestaciones de servicios	2.000,00	2.400,00	2.800,00
Hacienda pública, acreedora por concepto	0,00	0,00	0,00
Organismos de la Seguridad Social	1.000,00	1.200,00	1.950,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	46.125,00	47.120,00	48.736,50

6.4. SISTEMA DE COBRO A CLIENTES, DE PAGO A PROVEEDORES Y DE STOCKS

CIRCULANTE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rotación de stocks	2	2	2
Plazo cobro ventas (días)	29	29	29
Plazo pago compras (días)	30	30	30

En relación a la anterior tabla, los plazos de cobro de ventas ofrecidos a nuestros clientes será de un máximo de veintinueve días, pues dicho número de días será el período de tiempo en que la aplicación, Mental Contact, tardará en cobrar a su clientela. De aquí que, tras la descarga, la cuantía promedio que han de pagar los clientes es de 29,99€ mensualmente; ya sea en efectivo o mediante tarjetas de crédito y/o débito. Por añadidura, Mental Contact ofrecerá tarjetas de afiliación a sus usuarios, de modo que podrán tanto adquirir y beneficiarse de ciertos descuentos u ofertas como de varios incentivos y regalos.

Igualmente, siempre que no se dé lugar a irregularidades, los plazos de pago establecidos con los proveedores será de treinta días. Ahora bien, en función de la cuantía indicada en la factura, dicho pago se realizará mediante cheques o transferencias. Además, la frecuencia media de renovación de las existencias consideradas será de dos veces al año. Con todo ello, pretendemos mantener los servicios ofrecidos en la aplicación renovados y adecuados al contexto social y cultural.

6.5. CUENTA DE EXPLOTACIÓN

En este apartado mostraremos la cuenta de pérdidas y ganancias. Esta es un estado contable que tiene como objetivo calcular el resultado que una empresa ha obtenido durante un ejercicio económico, además de explicitar su composición y las operaciones que se han tenido que hacer para llegar a este resultado. Ahora bien, en dicha cuenta se suman los ingresos y se restan los gastos obteniendo unos resultados sucesivos: el resultado de explotación, que es el fruto de la actividad propia de la empresa, más aún, también es conocido como *beneficio antes de intereses e impuestos* (BAII); el resultado financiero, que es la diferencia de las operaciones financieras (inversión y financiación); el resultado antes de impuestos, que es la suma de los dos anteriores resultados o, dicho de otra forma, *beneficio antes de impuestos* (BAI); y, por último, el resultado del ejercicio económico (resultado neto), en el que se determinan las pérdidas (si los gastos son mayores que los ingresos) o las ganancias (si los ingresos son mayores que los gastos), una vez se ha descontado el Impuesto sobre Beneficios o, dicho de otra forma, *beneficio neto* (BN).

PARTIDAS DE INGRESOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	50.000,00	55.800,00	55.990,00
Compras	-5.084,17	-6.000,00	-5.000,00
Gastos personal	-15.000,00	-16.000,00	-16.098,09
Servicios prof independientes	-9.000,00	-10.506,00	-10.100,00
Arrendamientos y cánones	0,00	0,00	0,00
Amortización de Inmovilizado	-3.082,50	-3.137,34	-3.193,25
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	17.833,33	20.156,66	21.598,66
Ing financieros	4.000,00	4.230,00	4.550,00
Gastos Financieros	-11.000,00	-12.100,00	-13.300,00
RESULTADO FINANCIERO	-7.000,00	-7.780,00	-8.750,00
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO	10.833,33	12.286,66	12.848,66
Imp sobre beneficios 25%	2.708,33	3.071,66	3.212,16
RESULTADO DEL EJERCICIO	8.125,00	9.215,00	9.636,50

6.6. ANÁLISIS DE RIESGOS EMPRESARIALES. VALORACIÓN GLOBAL DEL PROYECTO

Por un lado, el riesgo y la incertidumbre siempre están presentes a la hora de iniciar cualquier proyecto empresarial. No obstante, todo *emprendedor* ha de estar dispuesto a enfrentarse a ello. A continuación, realizaremos tanto un análisis de los riesgos empresariales que puedan tener lugar durante y después de la constitución de la aplicación, Mental Contact, como una valoración global de la misma. Por consiguiente, en primer lugar, nos encontramos con el riesgo de no satisfacer la necesidad real de la posible clientela, al igual que no se cumpla ni la proyección financiera ni el plan de negocios. Seguidamente, cabe la posibilidad de que la aplicación Mental Contact, la aplicación diseñada y creada, no funcione una vez acabada su elaboración y, unido a la propia inercia interna de la empresa, conlleve a costes extras. Aún más, la competencia en el mercado cuenta con ciertas aplicaciones que ya poseen las *best practices* del mercado y, por tanto, Mental Contact ha de cumplir, desde el primer momento, con su objetivo: cuidar de la salud mental de cada usuario.

Por otro lado, a pesar de los posibles riesgos expuestos, desde nuestro punto de vista, Mental Contact puede llegar a tener un gran éxito. Pues, es una aplicación que puede potenciar la inteligencia emocional y la concienciación de la salud mental. Por tanto, puede llegar a incrementar tanto el bienestar mental y emocional como la calidad de vida de cada usuario. Igualmente, las innovaciones presentes en Mental Contact ofrecerán una mayor comodidad y facilidad a los servicios ofrecidos. En suma, todo lo redactado acerca de Mental Contact, muestra una visión emprendedora e innovadora de la aplicación. Así pues, podemos afirmar que merece la pena afrontar los riesgos que pueda conllevar, ya que detrás de estos peligros se encuentra nuestra aptitud para ofrecer un servicio que cuide de tu salud mental, de la de tu familia y amigos.