



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Plan de negocio para UniApps, desarrolladora de aplicaciones móviles

Presentado por:

Miguel Vaquero Gutiérrez

Valladolid, 02 de Julio de 2021

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. DESCRIPCIÓN DE UNIAPPS, IDEA DE NEGOCIO	6
3. MARCO TEÓRICO	8
3.1. Influencia de las aplicaciones móviles en la vida cotidiana.....	8
3.2. Sector de las aplicaciones móviles en la actualidad	9
4. ANÁLISIS DEL MERCADO	11
4.1. Análisis del entorno general.....	11
4.1.1. Análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico).....	11
4.2. Análisis del entorno específico.....	18
4.2.1. Modelo de Abell	18
4.2.2. 5 fuerzas Porter.....	20
4.3. Análisis DAFO	26
4.3.1. Amenazas	26
4.3.2. Oportunidades.....	26
5. PLAN FINANCIERO	27
5.1. Introducción	27
5.2. Previsión del nivel de inversión	27
5.3. Previsión de gastos	29
5.3.1. Gastos fijos:	29
5.3.2. Gastos de personal	30
5.3.3. Gastos publicidad	33
5.3.4. Gastos variables	34
5.4. Balance de situación.....	34
5.5. Cuenta de resultados, punto muerto.....	37
6. CONCLUSIONES	40
7. BIBLIOGRAFÍA	41

Índice de tablas:

Tabla 1 : 5.1. Previsión del nivel de inversión UniApps.....	27
Tabla 2 : 5.2. Previsión de gastos fijos para el desarrollo de la actividad de UniApps	29
Tabla 3 : 5.3. Estimación gastos de personal UniApps primer año	30
Tabla 4 : 5.4. Estimación gastos personal UniApps años 2 y 3.....	31
Tabla 5 : 5.5. Estimación gastos de publicidad en UniApps primeros 3 años ...	33
Tabla 6 : 5.6. Balance de situación UniApps: Activo	35
Tabla 7 : 5.7. Balance de situación UniApps. Pasivo	36

Índice de gráficos:

Gráfico 1 : 3.1. Número de usuarios de smartphones 2016-2021	8
Gráfico 2 : 4.1. Variación interanual del PIB español	14
Gráfico 4 : 4.3. Porcentaje de ciudadanos que compran por internet en la UE.	16
Gráfico 5 : 4.4. Modelo de Abell	19
Gráfico 6 : 4.5. Modelo de las 5 fuerzas Porter	20

Índice de ilustraciones:

Ilustración 1 : 4.1. Logos de AppStore y PlayStore	24
--	----

GLOSARIO:

GLOSARIO	
Android	Sistema operativo para dispositivos móviles propiedad de Google
App Store	Tienda de aplicaciones para dispositivos iOS propiedad de Apple
Freelance	Desarrollador independiente que realiza trabajos para terceros
Freemium	Modelo de negocio que ofrece características básicas de forma gratuita y cobra por servicios adicionales.
Google Play	Tienda de aplicaciones para dispositivos Android
Influencer	Persona con capacidad de influir en las decisiones de sus seguidores
Smartphone	Teléfono móvil que posee mayores capacidades y unas características más avanzadas que las de un teléfono común.
UniApps	Empresa desarrolladora de aplicaciones móviles
iOS	Sistema operativo para dispositivos móviles propiedad de Apple.
Coworking	Espacio de trabajo compartido donde varias empresas y profesionales llevan a cabo su actividad.

Resumen

El presente proyecto ha sido realizado para la creación de una empresa que se dedica al desarrollo de aplicaciones móviles.

Visto el auge del mercado observamos que la demanda cada vez es mayor debido a que las empresas se encuentran en su mayoría en el proceso de digitalización.

Para describir y desarrollar esta idea de negocio, elaboraremos un plan de negocio, examinando la viabilidad técnica, económica y financiera, explicando que procedimientos, factores y estrategias son necesarios para convertir esta idea en un proyecto empresarial.

Palabras clave:

Aplicaciones, Web, Servidor, Programador, Internet, Smartphone, Mercado, Estrategias.

Clasificación JEL: O30, O33, M13

Abstract

This project has been carried out for the creation of a company that is dedicated to the development of mobile applications.

Given the boom in the market, we see that the demand is increasing due to the fact that the majority of companies are in the process of digitization.

To describe and develop this business idea, we will prepare a business plan, examining the technical, economic and financial feasibility, explaining what procedures, factors and strategies are necessary to turn this idea into a business project.

Keywords:

Applications, Web, Server, Programmer, Internet, Smartphone, Market, Strategies.

JEL Classification: O30, O33, M13



1. INTRODUCCIÓN

Una vez que finalicemos nuestros estudios del Grado en Administración y Dirección de Empresas, estaremos preparados para entrar a formar parte del mercado laboral y uno de los posibles caminos a tomar será el de crear nuestra propia empresa.

Este plan de negocio se realiza en especial, con la intención de comprobar la viabilidad, o no de lo que supondría la creación de una nueva empresa dedicada al desarrollo de aplicaciones móviles.

Es un proyecto que personalmente alguna vez se me ha pasado por la cabeza, más concretamente en lanzar una aplicación al mercado junto con mi hermano, por lo que realizar un plan de negocio para este tipo de empresa me parecía interesante.

Debido al interés en este estilo de empresas y su mercado correspondiente, junto con los conocimientos y la información recabada durante los estudios del grado de Administración y Dirección de Empresas, considero que tengo las herramientas adecuadas para llevar a cabo este plan de negocio.

2. DESCRIPCIÓN DE UNIAPPS, IDEA DE NEGOCIO

UniApps es una desarrolladora de aplicaciones móviles, tanto para iOS como para Android, que trabaja en el desarrollo de aplicaciones a medida para empresas, buscando la excelencia en la experiencia del usuario y el diseño, aplicando la innovación a todas las aplicaciones móviles que desarrollan.

UniApps trabaja en su mayoría con empresas que contratan el desarrollo de la aplicación interna de la empresa para todos los servicios que esta requiera, pero también lanza al mercado aplicaciones para todos los usuarios, para ello, hay que entender cómo actúan las personas para optimizar la creación de estas aplicaciones.

En el desarrollo de aplicaciones UniApps logra aumentar la productividad y motivación mediante el diseño de mecánicas de juego y técnicas de gamificación integradas en el desarrollo de aplicaciones.

La gamificación proviene del anglicismo *gamification* y, a su vez, se deriva de la palabra *game*, que se traduce al español como “juego”. Es la adaptación de los distintos parámetros y dinámicas que se aprecian en juegos, de diversa índole, aplicada en otras áreas que convencionalmente no están vinculadas a dicho tipo de entretenimiento.

Las técnicas de gamificación tienen como objetivo integrar en este caso al trabajador para el correcto desarrollo de las aplicaciones y conseguir el objetivo al realizar la actividad, lo que sería, la aplicación móvil y su correcto funcionamiento. Estas técnicas pueden ser mecánicas, y están destinadas a brindar “recompensas” al participante o usuario por sus avances, logros u objetivos alcanzados.

Las técnicas de gamificación nos ayudan a lograr la fidelización, motivación y optimización de nuestros trabajadores, por lo que finalmente se les recompensa por el trabajo realizado, a parte del cobro por sus honorarios.

Las técnicas de gamificación nos van a beneficiar en nuestra empresa logrando en nuestros trabajadores los siguientes objetivos:

- Aumento de la productividad
- Aumento de la motivación
- Fomento de la creatividad
- Fortalecer los procesos de comunicación
- Favorece la implicación de los empleados
- Introduce dinámicas innovadoras
- Desarrolla habilidades concretas

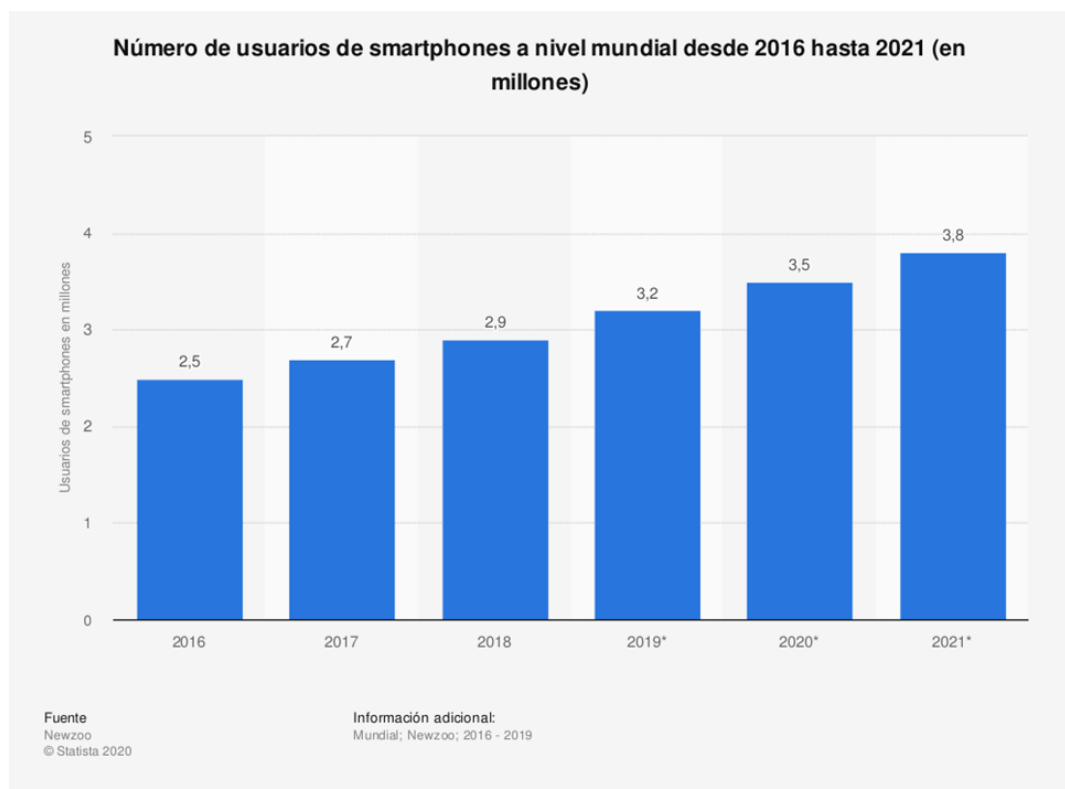
A continuación vamos a analizar el mercado e industria de las desarrolladoras de aplicaciones móviles, y vamos a ver dentro de UniApps, lo que supone un plan de negocio para esta empresa.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Influencia de las aplicaciones móviles en la vida cotidiana.

Hoy en día, resulta inconcebible que la tecnología no esté presente diariamente en nuestra vida cotidiana, y más en concreto, sin los teléfonos móviles. Debido al auge de la tecnología y con ello el auge de los teléfonos móviles, cada vez son más las personas que utilizan estos dispositivos, por los múltiples servicios que ofrecen, y estos servicios, son satisfechos y ofrecidos por la multitud de aplicaciones móviles.

Gráfico 1 : 3.1. Número de usuarios de smartphones 2016-2021



Fuente: Statista 2020

En este gráfico observamos como ha aumentado el número de usuarios con smartphones a nivel mundial, con lo que con ello aumentará su consumo de aplicaciones.

Las aplicaciones móviles vienen formando parte de nuestros teléfonos móviles desde hace ya más de una década. El 90% del tiempo que los

usuarios dedican navegar en Internet a través de dispositivos móviles, está dedicado a las Apps.

El mercado de las aplicaciones móviles (Apps) es el de mayor crecimiento dentro de la industria móvil, debido a la multitud de desarrolladores conscientes del impacto de estas y del auge del sector.

Su impacto en la vida cotidiana es muy frecuente y recurrente, ya que nos ofrece toda una diversidad de servicios y comodidades para nuestro día a día, desde una simple alarma, hasta la planificación, gestión, control...de múltiples actividades.

3.2. Sector de las aplicaciones móviles en la actualidad

Las aplicaciones móviles se han convertido en un mercado dentro de nuestro propio teléfono móvil, ya que nos ofrecen multitud de servicios.

Hoy en día, pasamos una media de unas 5 horas con el teléfono móvil, por lo que las Apps tienen una influencia muy importante, y beneficia tanto a los propios usuarios como a empresas, ya que para las empresas supone un crecimiento muy alto, y son muchas las desarrolladoras de aplicaciones que trabajan para este fin, como nuestra empresa UniApps.

Hoy en día el sector es muy amplio, y las Apps se han posicionado como una de las herramientas más eficaces, debido a la multitud de servicios que ofrecen, y estos son:

Comunicación: Apps para poder comunicarnos y ponernos en contacto con multitud de personas, estando en cualquier parte del mundo.

WhatsApp es la más famosa para este servicio en España

Entretenimiento: sector muy amplio que nos permite relajarnos, desconectar y pasar un buen rato. Debido a que el sector es muy amplio, dividimos en sus principales categorías, como lo son, Música, Video, Juegos y Películas y Series.

- Música: Spotify, YouTube, Apps de radio.
- Vídeo: Twitch, Youtube.
- Juegos: todo tipo de juegos, en sus diferentes categorías, con los que buscamos pasar un buen rato y entretenernos.
- Películas y series: Netflix, HBO.

Transporte: Todo tipo de Apps que nos facilitan la movilidad y desplazamientos, como puede ser desde una aplicación de autobús urbano de la ciudad, hasta una aplicación para desplazamientos cortos como Uber o Cabify.

Información: todo tipo de Apps con las que nos informamos de la actualidad, como pueden ser aplicaciones de radios, periódicos, hasta de propias televisiones.

Redes sociales: Apps con bastantes servicios hoy en día como pueden ser: comunicación, información..., pero que por lo general como su nombre indica prima la interacción social con multitud de personas.

Comida: Apps que nos ofrecen servicio de comida a domicilio, han llegado recientemente y las más conocidas son Glovo, JustEat o UberEats entre otras.

Estos son los principales servicios y más populares, existen aún más variedad en función del servicio que estemos buscando, como vemos el sector es muy amplio y parece una locura pensar que todo esto lo podamos tener en nuestros teléfonos móviles.

Al ser una industria importante y reciente, vamos a analizar el plan de negocio de UniApps, desarrolladora de aplicaciones móviles, realizando un análisis del mercado y viendo nuestro plan de financiación y plan de marketing para la empresa.

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1. Análisis del entorno general

4.1.1. Análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico)

Este análisis va enfocado fundamentalmente al análisis de las cuatro dimensiones que afectan de manera directa al plan de negocio para UniApps, desarrolladora de aplicaciones móviles: la dimensión político legal, económica, social y tecnológica (Análisis PEST).

Actualmente, todos y cada uno de los factores PEST se han visto afectados por una crisis internacional y que ha afectado mundialmente a todos los países, debido a la pandemia del COVID-19, que no ha dejado ningún factor indiferente.

Político

El factor político en el sector no va a tener mucha relevancia, ya que no va a afectar como quien dice el tipo de gobierno, sino mas bien las políticas legales que giran entorno a las aplicaciones móviles. Estos aspectos legales van a afectar a todas las aplicaciones de igual modo, ya que cualquier tipo de empresa independientemente de su tamaño, podrá cumplirlo sin problema alguno, destacando entre estos aspectos:

- **Funcionalidades:** Las funcionalidades de la app deben ser lícitas. Hay que tener en cuenta que, lo que no se puede hacer en una campaña de marketing tradicional, tampoco se podrá hacer mediante una App.

- **Derechos propios y de terceros:** Las Apps son obras multimedia, compuestas por un conjunto muy amplio de elementos: librerías de programación, bases de datos, elementos gráficos, melodías, textos... Para poder publicarlos, debemos contar con las oportunas licencias sobre todos ellos. También debe prestarse atención a los contenidos con licencias copyleft: a veces, excluyen los fines comerciales.

- **Menores:** Si nuestra aplicación va dedicada a menores de 14 años, es necesario consultar las implicaciones y obligaciones legales que debe ser el primer paso antes de empezar el desarrollo, ya que a este colectivo les afecta especialmente la legislación en materia de consumidores y usuarios, derechos de imagen, protección de datos... por no hablar de los riesgos reputacionales que puede suponer un negligente tratamiento legal en este sentido.

- **Privacidad y geolocalización:** Si se pretende obtener datos personales de los usuarios, deben de tenerse en cuenta dos premisas: la recogida de información debe limitarse a la mínima necesaria, y el usuario tiene que tener la posibilidad de controlar, en la medida de lo posible, su configuración de privacidad. Todo ello, sin olvidar las cláusulas informativas pertinentes.

- **Licencia de uso y Condiciones:** En el texto de condiciones legales se incluirán tanto la licencia de uso y sus condiciones. Si su adecuación a la realidad de la aplicación y su ajuste a la legislación vigente son los adecuados, serán la mejor defensa posible en caso de cualquier posible reclamación. Por ello, su aceptación previa por el usuario es imprescindible.

- **Información y permisos:** Hay que ser claros y explícitos en la solicitud de permisos al usuario para temas como acceso a los contactos de la agenda o a contenidos del móvil, pagos, cesión de datos o instalación de cookies. Además, de ser informado el usuario debe validar su aceptación.

- **Condiciones de los "market":** Los grandes mercados de aplicaciones para móviles tienen estrictas condiciones para las aplicaciones que permiten vender. En su mayor parte, los "markets" son soberanos sobre las apps a vender, por lo que es posible que incluso cumpliendo todo lo que solicitan las condiciones en el momento de colgar la app, estas condiciones cambien y nos encontremos con que la aplicación queda fuera de disponibilidad para nuevos usuarios.

- **Cookies:** Es conveniente un aviso informativo con la información básica (qué son las cookies, su finalidad, quien las instala y cómo rechazarlas) y que esta dirija a una información con todos los aspectos exigidos por la ley.

- **Informar al usuario:** Hay que informar a los usuarios de los aspectos marcados por la ley, lo que puede hacerse a través de textos de las condiciones legales, o más claramente, en una sección que se denomine “acerca de” o “quiénes somos” Esta información incluye aspectos como el nombre y dominio de la empresa, los datos de inscripción del Registro Mercantil, NIF, la adhesión a códigos de conducta...

- **Publicidad:** La monetización de la mayoría de las aplicaciones gratuitas proviene de aspectos relacionados con la publicidad. Si bien es totalmente lícito que una App incluya publicidad, ésta deberá aparecer siempre identificada como tal.

Para el factor político en UniApps, consideramos que no nos va a afectar el tipo de gobierno ni tampoco los movimientos políticos, aunque si consideramos que la política fiscal puede afectarnos en un futuro a largo plazo. Esto lo trataremos en otro apartado.

De cara al futuro en UniApps, un factor que si tenemos que prestar especial atención sería cumplir las normas cada vez más estrictas en la protección de datos, siguiendo la ley:

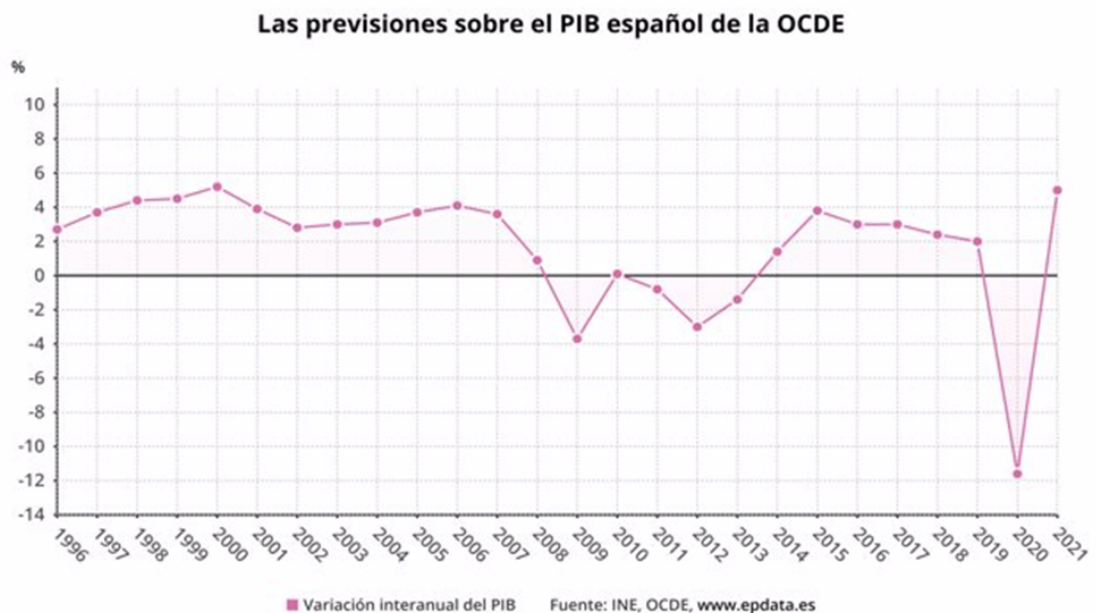
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

Económico

Los factores económicos son de los más determinantes de este análisis PEST, vamos a analizar una serie de factores que consideramos que afectan económicamente al sector de las desarrolladoras de aplicaciones, siendo los más relevantes: tendencias en canales de distribución, el ciclo económico.

Ciclo económico:

Gráfico 2 : 4.1. Variación interanual del PIB español



Fuente: OCDE

Como observamos en el gráfico anterior sobre la variación interanual del PIB español, estimamos que estamos en un ciclo de recuperación y crecimiento tras la crisis COVID.19.

Siempre que nos encontremos en ciclo creciente, el sector se beneficiará a la hora del crecimiento, ya que de no ser así, y encontramos en ciclo contrario, el desarrollo de nuestra actividad se vería afectado negativamente.

Personalmente para UniApps, al encontrarnos en un ciclo económico creciente nos permite impulsar el desarrollo de nuestras aplicaciones y con ello poder desarrollar nuestra actividad sin problema alguno, ya que de no ser así, al ser una nueva empresa en el sector y estar en un ciclo decreciente las empresas no apostarían por nuevas desarrolladoras como sería nuestro caso, y con ello nuestro volumen de trabajo sería inferior.

Con vista al futuro se prevé un ciclo de recuperación creciente después de la crisis del COVID-19, por lo que no afectará de manera negativa a nuestra actividad.

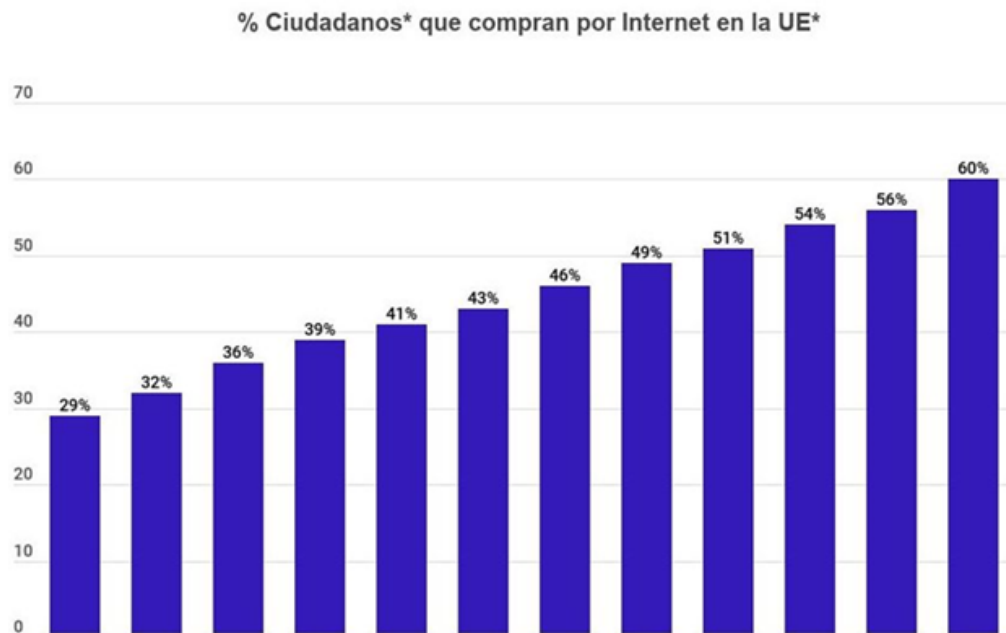
Social

En esta categoría hemos de tener en cuenta factores como los valores sociales, las tendencias sociales, la movilidad en el trabajo, modas, patrones de compra, estilo de vida entre otros. Considerando relevantes en el sector:

Patrones de compra:

Como vemos en la siguiente gráfica, los ciudadanos que compran por internet en la Unión Europea se han incrementado en más de un 30% en la última década, por lo que de cara al futuro vemos que la tendencia es creciente y beneficia al sector ya que se utilizarán más aplicaciones en todas las empresas que deseen vender sus productos.

Gráfico 3 : 4.3. Porcentaje de ciudadanos que compran por internet en la UE



Fuente: EUROSTAT

Estilo de vida:

En UniApps consideramos importante estos patrones de compras ya que, debido a la forma de vida en las grandes ciudades y parámetro como la falta de tiempo, horarios de trabajo, distancias desde el hogar al comercio tradicional..., gracias a nuestras aplicaciones móviles se facilitan estas tareas que por los factores mencionados resulta más complicado de realizar.

En definitiva, nuestro objetivo de cara al futuro es que nuestras aplicaciones faciliten la vida de las personas y conseguir que incremente el consumo de los hogares.

En conclusión, en UniApps tendremos que conocer bien a nuestro público y a nuestros clientes, bien para saber cómo llegar a ellos, o bien para saber plasmar esa idea que tiene el cliente, en la aplicación que le estamos desarrollando.

Tecnológico

Es una variable relevante ya que cualquier desarrolladora necesita tecnología, para el desarrollo de las aplicaciones. Hoy en día puede surgir un avance tecnológico a diario, y cualquier sector puede beneficiarse de ello.

El reto del sector es hacer ver a las empresas que tipos de tecnología pueden beneficiarles en su negocio, ya que no todas las empresas saben aprovechar estas tecnologías, y con estas ofrecer el máximo rendimiento a las empresas que va dirigido.

Un factor destacable que afecta al sector es la obsolescencia, ya que una aplicación obsoleta puede generar una serie de adversidades, provocando:

- Lentitud en la gestión de procesos.
- Problemas de seguridad y control.
- No poder incorporar nuevas funcionalidades ni herramientas.
- Problemas de capacidad, saturación y aplicaciones que trabajen al límite de sus capacidades.
- Problemas de instalación de nuevas aplicaciones en dispositivos actuales.
- Sobrecoste de encontrar personal para mantener sistemas antiguos.

En UniApps, de cara al futuro tendremos que estar al tanto de las noticias y de los nuevos avances; además de ofrecer para nuestro equipo, una variedad de procesos formativos y cursos para tratar de estar constantemente actualizados, ya que de no ser así, cualquier aplicación aunque por mínimo avance sea puede mejorar la tuya.



4.2. Análisis del entorno específico.

4.2.1. Modelo de Abell

Delimitación del mercado de referencia:

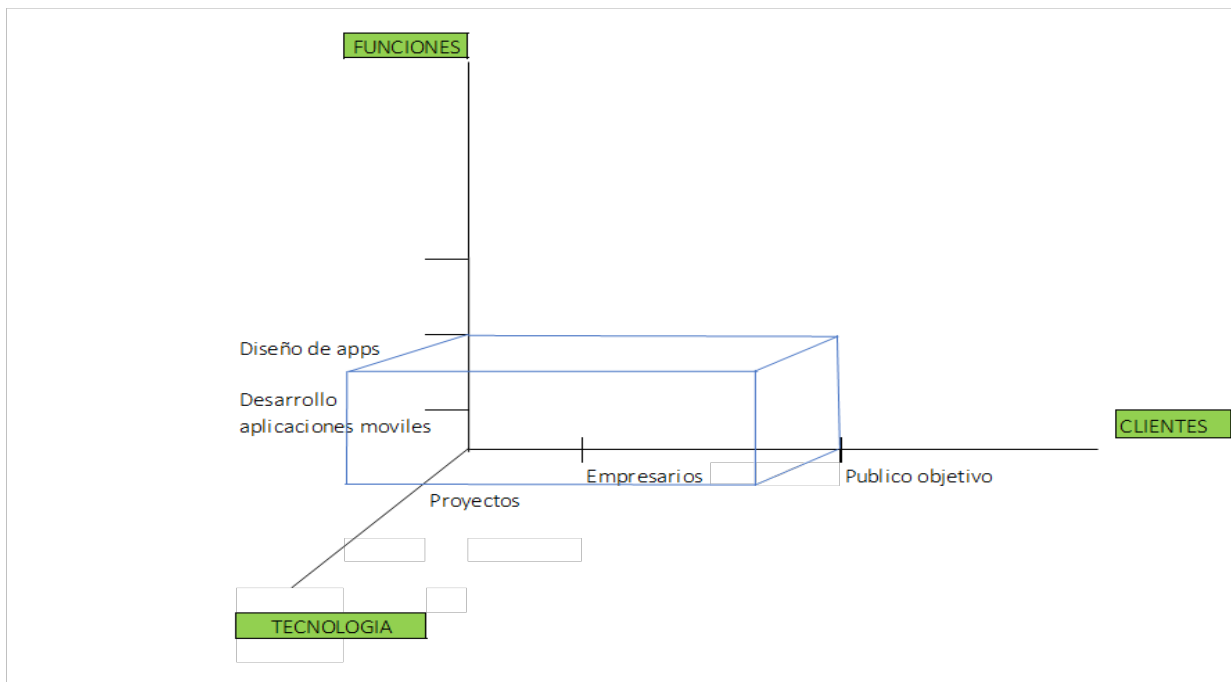
Previamente al análisis del sector, vamos a analizar el mercado de referencia en el que opera nuestra empresa UniApps. Definimos el mercado de referencia como aquel que cubre una necesidad genérica.

Para definir y representar gráficamente el mercado de referencia de UniApps, lo hacemos a través del modelo de Abell, quien plantea tres dimensiones para delimitar este: el grupo de clientes a los que satisfacemos, las funciones que se cubren de los clientes y la dimensión tecnológica que utilizamos para ello.

Mediante este modelo se responde a las siguientes preguntas: ¿A quién se atiende?, ¿qué necesidad se satisface? y ¿cómo las funciones de los clientes?.

En el gráfico de la figura de Abell, mostrado previamente, se definen las principales funciones que UniApps ofrece a los clientes, así como la tecnología a través de la cual ofrecemos nuestros servicios a los mismos.

Gráfico 4 : 4.4. Modelo de Abell



Fuente: Elaboración Propia a partir de Marketing-Esencial.

Funciones:

Las funciones representan los servicios que realizamos en UniApps como son:

- Desarrollo de aplicaciones móviles: desarrollamos todo tipo de aplicaciones y dentro de nuestra empresa las dividimos en dos: aplicaciones que lanzamos al mercado para todo tipo de usuarios y aplicaciones para empresas, que desarrollamos a gusto y forma del cliente.
- Diseño de aplicaciones: el diseño va unido al desarrollo, con esto buscamos conseguir la atención del cliente, es la parte estética de la aplicación.

Clientes:

Nuestro grupo de clientes se divide principalmente en dos, el público objetivo y empresas.

Para público objetivo nuestra finalidad es lanzar aplicaciones al mercado, que estos pueden obtener en las principales tiendas de aplicaciones, de forma gratuita.

Para las empresas nuestro objetivo es cumplir con sus necesidades, realizando una aplicación que cumpla todos los requisitos del cliente, ya sean de uso interno de la empresa como de uso externo.

Tecnología:

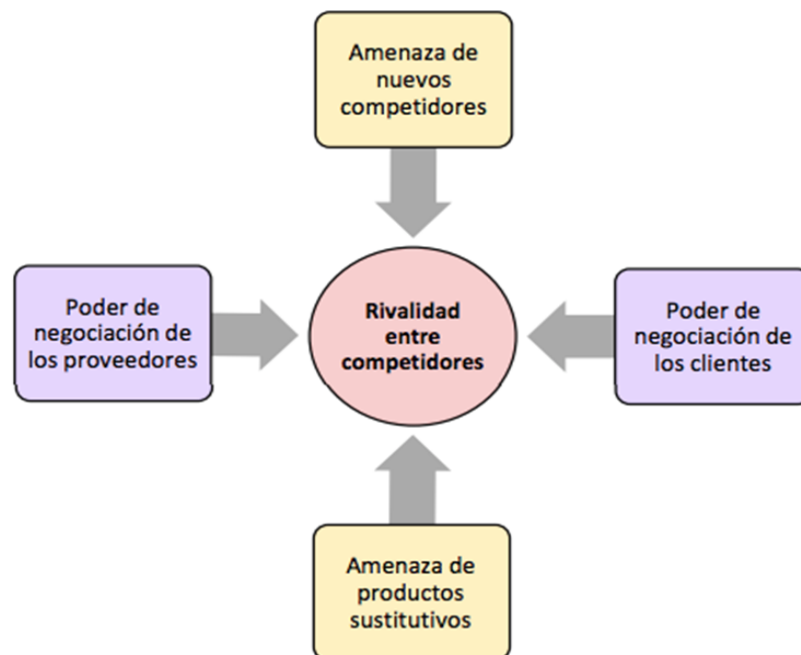
El desarrollo de nuestras aplicaciones lo realizamos mediante proyectos. En el caso de las aplicaciones para empresas, el proyecto es a gusto del consumidor, el empresario nos explica sus necesidades y nosotros le ofrecemos una serie de propuestas de aplicación que cubrirán y mejorarán esas necesidades.

Y para las aplicaciones destinadas al público objetivo, se realizará un proyecto interno con un estudio de mercado previo en función de las necesidades que queramos cubrir.

4.2.2. 5 fuerzas Porter

En este apartado se analizará el atractivo de las desarrolladoras de aplicaciones móviles, utilizando el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

Gráfico 5 : 4.5. Modelo de las 5 fuerzas Porter



Fuente: Enciclopedia Económica.

4.2.2.1. *Rivalidad Competitiva*

Para valorar la rivalidad competitiva del sector tendremos que hacer hincapié en una serie de factores que determinarán ante qué grado de rivalidad nos encontramos.

Grado de concentración: la gran rivalidad entre empresas de desarrollo de aplicaciones y la multitud de desarrolladores “freelance” (independientes), ha derivado en el descenso del precio de ventas en el cómputo general de aplicaciones y en una rivalidad máxima en esas aplicaciones que las empresas desean a gusto y forma. Por lo que podemos decir que el grado de concentración en el sector es elevado.

UniApps se enfrenta a una fuerte rivalidad contra otras desarrolladoras de aplicaciones como lo son: Neoattack, Vanadis, Abalit, Develapps y Mobivery, entre otras, por lo que en ese sentido prima para decantarse entre unas u otras la diferenciación, otro factor determinante de la rivalidad.

Crecimiento del sector: el sector de las aplicaciones móviles, es un sector como quien dice muy joven, ya que nace después de la creación de los Smartphone, es un sector en continuo crecimiento ya que permanentemente se mejoran y renuevan las aplicaciones ya existentes.

Diferenciación: es un factor determinante a la hora de analizar la rivalidad, ya que debido a la multitud de ofertas de aplicaciones estas tienen que destacar por su diferenciación, ya que los pequeños matices y diferencias con las demás, harán que el cliente se decante por aquellas que estén un paso por encima de las demás.

Costes fijos: Determinar la importancia de los costes fijos hace que esto sea un factor a tener en cuenta a la hora de determinar el grado de rivalidad, el sector de las aplicaciones móviles es un sector muy variable ya que puede haber desde empresas con costes fijos muy elevados a empresas que sean capaces de reducir estos costes fijos al mínimo posible, o incluso autónomos o *freelance* cuyos costes fijos serían mínimos comparados con la media del sector.

No es un factor muy determinante pero tener unos costes fijos elevados determinará en cierta medida el nivel de empresa a la que nos estamos enfrentando.

En definitiva, tras analizar todos estos factores que hemos considerado relevantes, podemos observar que el grado de rivalidad del sector es elevado, por lo que en UniApps trabajaremos mucho en la diferenciación, sencillez, eficacia y calidad precio de nuestros productos.

4.2.2.2. *Productos Sustitutivos*

En este caso nosotros con nuestro producto estamos actuando como sustitutos de los productos ya existentes.

Desde UniApps lo que hacemos crear estas aplicaciones con la finalidad de utilizar un producto con la capacidad de satisfacer la misma necesidad ya existente, facilitándole al consumidor el servicio del producto en el momento que desee, evitando desplazamientos, pérdida de tiempo, productos físicos...etc. Gracias a esto conseguimos que el cliente tenga mayor interés por consumir esos servicios.

4.2.2.3. *Competidores potenciales*

Un desarrollador nuevo, inexperto, a priori encontrará grandes barreras de entrada al no estar situado al comienzo de la curva de aprendizaje, su inexperiencia y no conocer en profundidad los gustos de los consumidores, por lo que la mayoría acaba en las grandes desarrolladoras.

Sin embargo, cada vez se reducen más estas barreras de entrada para los desarrolladores, debido a la existencia de nuevos programas que permiten crear aplicaciones, sin necesidad de tener unos conocimientos avanzados previos, como se podrían necesitar anteriormente, y sin necesidad de una gran inversión. En otras palabras, hoy en día, el acceso a las herramientas para poder comenzar en la industria es fácil.

En UniApps tratamos de dar oportunidad a esos nuevos desarrolladores que consideramos con gran potencial y con grandes ideas, sabiendo que en este sector la innovación es continua y muy relevante, y estos nuevos competidores en el futuro pueden ser un problema.

En definitiva, podemos decir que las barreras de entrada son moderadas y si un nuevo desarrollador detecta esas necesidades de los consumidores, en cualquier servicio, este puede crear y lanzar una aplicación nueva y mejorada en un periodo de tiempo determinado, por lo que esta industria tiene potencial para nuevos competidores.

4.2.2.4. Poder de negociación de proveedores

Los proveedores de esta industria se componen principalmente de:

- Los propios fabricantes de dispositivos móviles (Apple, Samsung...) y operadores de telefonía móvil (Movistar, Vodafone...).
- Las desarrolladoras de aplicaciones móviles, como lo son: Neoattack, Vanadis, Abalit, Develapps y Mobivery, entre otras, que distribuyen sus aplicaciones en las plataformas digitales, siendo las más conocidas App Store y Play Store.

Ilustración 1 : 4.1. Logos de AppStore y PlayStore



Fuente: Macpoin

En UniApps realizamos aplicaciones multiplataforma, es decir, que independientemente del sistema del usuario, este pueda disponer de la aplicación en su teléfono. Hoy en día la mayoría de las aplicaciones son multiplataforma, y las disponibles de una sola plataforma suelen ser las aplicaciones exclusivas que ofrecen los fabricantes de dispositivos móviles, como por ejemplo Apple.

El número de proveedores se ha reducido en los últimos años, ya que las desarrolladoras están implantadas, pero el de los desarrolladores sigue aumentando de forma significativa y cada vez son más los que trabajan independientemente.

En definitiva, podemos decir que la clave para el éxito como proveedor en esta industria es la innovación continua y hacer llegar a los consumidores productos de uso sencillo.

4.2.2.5. *Poder de negociación de clientes*

En esta industria el volumen de consumidores o compradores se puede calificar de inmenso; los usuarios gracias a internet cada vez tienen más información sobre los últimos avances, productos lanzados y características y funciones de los mismos.

Los usuarios solo usan aquellas aplicaciones que consideran mejor para satisfacer sus necesidades, siendo estas entretenidas y fáciles de utilizar; por eso en UniApps buscamos de qué forma y manera, a través de un producto eficaz y sencillo, podemos llegar a los consumidores de forma que el servicio sea lo más eficaz y sencillo posible.

En cuanto al coste de sustitución, dependerá del dispositivo móvil, tenemos de que diferenciar si tenemos un dispositivo iOS o un dispositivo Android, por lo general este coste no varía ya que hoy en día la mayoría de las aplicaciones son multiplataforma, es decir, puedo encontrar la misma aplicación ya tenga un dispositivo Apple o Android.

Este coste de sustitución será significativo en aplicaciones específicas y exclusivas de cada plataforma, como venimos comentando, ya que son aplicaciones exclusivas de la plataforma y sabemos que son aplicaciones que no voy a poder encontrar en la otra plataforma o en caso de encontrarla tendrá un precio elevado.

En definitiva, en cuanto al poder de negociación de los clientes, en esta industria, podemos decir que es bastante alto, y nuestro objetivo como UniApps, es buscar esa necesidad del cliente para que así se decante por nuestras aplicaciones.

4.3. Análisis DAFO

4.3.1. Amenazas

- La elevada competencia de la industria hace que los nuevos desarrolladores tengan muy difícil alcanzar el éxito, a no ser que su producto sea una solución muy diferente e innovadora para el usuario con respecto a los demás competidores.
- Debido a la decadencia del precio de la que hablamos anteriormente, llegando a ser en su mayoría las aplicaciones a precio gratuito, el objetivo en este tipo de aplicaciones de cara a todos los usuarios es conseguir el mayor número de descargas y hacerse eco entre los consumidores; y nuestro objetivo para las aplicaciones que nos encargan determinados clientes es poder satisfacer todos esos requisitos que nos piden para que de esta forma no acudan a otra desarrolladora para obtener dicha aplicación.

4.3.2. Oportunidades

- La demanda cada día crece más, debido que es todavía un mercado en auge con mucho potencial.
- Con el avance de las tecnologías, como venimos comentando, surgen nuevas ideas de aplicaciones, es decir, es un mercado en continua innovación.

5. PLAN FINANCIERO

5.1. Introducción

En el plan financiero estudiaremos la viabilidad del proyecto de UniApps, vamos a analizar si el proyecto posee las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez que necesita.

Para el desarrollo del plan financiero, realizaremos una hipótesis de volumen de negocio esperado y crecimiento de este. Detallaremos los estados financieros provisionales y el estudio de la viabilidad.

5.2. Previsión del nivel de inversión

En esta previsión analizaremos la inversión inicial en la que incurrirá la empresa, tanto de inmovilizado material como de inmovilizado intangible necesarios para poner en marcha la empresa, esta será la inversión amortizable y que sólo se realiza una vez al principio del proyecto.

Tabla 1 : 5.1. Previsión del nivel de inversión UniApps

INMOVILIZADO MATERIAL	
Mobiliario	500,00 €
Equipos de proceso de informacion	4.800,00 €
Maquinaria	3.200,00 €
INMOVILIZADO INTANGIBLE	
Pagina web, Dominios	1.500,00 €
Software	800,00 €
Patente	900,00 €
TOTAL	11.700,00 €

Fuente: Elaboración propia

Mobiliario: observamos que es un importe bajo, debido a que nuestro lugar de trabajo no requerirá de mucho mobiliario, ya que como comentaremos mas adelante utilizaremos un espacio coworking.

Equipos para procesos de información: pieza fundamental para el desarrollo de nuestra actividad, ya que para programar nuestras aplicaciones requeriremos de equipos con un rendimiento adecuado para la actividad; el coste unitario por ordenador estimamos unos 1.300€.

Maquinaria: en cuanto a la maquinaria metemos en este grupo los teléfonos móviles que tendrá cada trabajador a un precio de 800€ cada uno, lo que hace un total de 3.200€.

INMOVILIZADO INTANGIBLE: no requeriremos de una gran inversión inicial para este grupo, destacamos:

- Página web y dominios: no nos requiere gran inversión ya que la página web será realizada por nuestros programadores, el importe viene de la suma del mantenimiento de la página web estimado en 125€ al mes sumado al coste del dominio con un valor en el mercado de 15€.

Patente: Registraremos nuestra marca a nivel internacional con un coste aproximado de unos 900€, dicho registro nos incluye todos los trámites de solicitud, tasas administrativas, honorarios profesionales, avisos de vigilancia, retirada del título, seguimiento del expediente durante los 10 primeros años y la publicación en el Boletín Oficial Propiedad Industrial.

Software: requeriremos de un software especial para la programación de nuestras aplicaciones con un coste de 800€.

5.3. Previsión de gastos

La previsión de gastos para UniApps, la dividiremos en: gastos fijos, donde encontraremos todos los gastos a los que tendremos que hacer independientemente de los ingresos y rentabilidad, y los gastos de personal.

5.3.1. Gastos fijos:

Tabla 2 : 5.2. Previsión de gastos fijos para el desarrollo de la actividad de UniApps

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ALQUILER	8.400,00 €	8.400,00 €	8.400,00 €
LUZ, AGUA	0,00 €	0,00 €	0,00 €
GAS	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TELEFONO/INTERNET	720,00 €	720,00 €	720,00 €
SEGUROS	250,00 €	250,00 €	250,00 €
PUBLICIDAD	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €
AMORTIZACION	2.340,00 €	2.340,00 €	2.340,00 €
TOTAL	15.710,00 €	15.710,00 €	15.710,00 €

Fuente: Elaboración propia

Para los gastos de alquiler, trabajaremos en un espacio coworking con un precio de 175€ mensuales por empleado, suponiendo una estimación de unos 700€ al mes y anualmente un gasto por alquiler de 8.400€, hemos elegido este tipo de instalación ya que, al ser una empresa nueva, buscamos minimizar todo tipo de gastos siempre que sea posible, con la idea a futuro de contar con nuestras propias oficinas.

Al trabajar en este tipo de establecimientos no nos supondrá gastos de luz ni agua ya que en la tarifa que nos aplican van incluidos estos gastos. Para la línea de teléfono e internet, nuestros gastos serán de unos 60€ mensuales, ya que para el desarrollo de nuestra actividad, necesitamos una conexión a internet óptima y cada trabajador contará con una línea personal de teléfono de empresa.

En cuanto a los gastos de publicidad, que desarrollaremos más adelante, requieren una inversión inicial elevada, y buscamos mantener una cantidad mínima en gastos publicitarios en los años siguientes, que podría variar en función de los resultados de la actividad.

La amortización del inmovilizado, tendremos una amortización lineal a 5 años lo que supone una cantidad fija anual de 2.340€ para el primer año, esta cantidad aumentará en el caso de que en los años posteriores incorporemos nuevo inmovilizado.

5.3.2. Gastos de personal

El personal dependerá de la demanda de nuestros servicios y rendimiento de la plantilla, consideramos también un gasto fijo, para el primer año la contratación y coste sería el siguiente:

Tabla 3 : 5.3. Estimación gastos de personal UniApps primer año

1º AÑO				
PUESTO	Nº DE PLAZAS	SALARIO Base	Coste personal con Seguridad Social (mensual)	COSTE TOTAL ANUAL 14 PAGAS
Programador	3	1.300,00 €	5.141,76 €	71.984,64 €
TOTAL		1.300,00 €	5.141,76 €	71.984,64 €

Fuente. Elaboración propia

Tabla 4 : 5.4. Estimación gastos personal UniApps años 2 y 3.

2º y 3º AÑO				
PUESTO	Nº DE PLAZAS	SALARIO Base	Coste personal con Seguridad Social (mensual)	COSTE TOTAL ANUAL 14 PAGAS
Programador	4	1.300,00 €	6.855,68 €	95.979,52 €
Marketing	1	1.200,00 €	1.582,08 €	22.149,12 €
TOTAL		2.500,00 €	8.437,76 €	118.128,64 €

Fuente: Elaboración propia

En el primer año, al ser una nueva empresa de desarrollo de aplicaciones, contratamos el personal que hemos considerado necesario para el desarrollo de nuestra actividad, destacando que el puesto por excelencia es el de programador, por lo que para el primer año contaremos con 3 programadores únicamente, que además de realizar sus funciones como programadores, realizarán entre ellos el trabajo de marketing de las aplicaciones, ya que el primer año debemos de minimizar costes y permitirnos un puesto especializado el primer año nos generaría unos costes que igual no podríamos cubrir con la facturación estimada.

El puesto de programador contará con un salario base de 1.300€ netos mensuales, con dos pagas extra en los meses de Diciembre y Julio por el mismo importe, lo que hace un total de 14 pagas anuales con un gasto fijo anual por los tres trabajadores de 71.984,64€ incluido en este importe el pago con la Seguridad Social correspondiente por cada trabajador.

Son trabajadores cualificados, ya que la empresa dependerá totalmente este primer año de su trabajo para alcanzar los objetivos y obtener beneficios.

En el segundo año, estimamos unos resultados adecuados y contrataremos el personal necesario para poder cumplir con la demanda de nuestros servicios, para ello incorporaremos en la plantilla un nuevo programador y añadiremos un empleado especializado en marketing, para poder así promocionar de mejor manera nuestras aplicaciones móviles y debemos tener una buena organización con los clientes.

De este modo nuestros programadores se centran única y exclusivamente en el desarrollo de las aplicaciones. ya que al aumentar nuestra demanda debemos tener una buena organización con los clientes.

El salario este segundo año para los programadores se mantendrá de la misma manera, en el caso del especialista en marketing su salario base será de 1.200€ netos mensuales, tendrá también 14 pagas con dos extras en Diciembre y Julio al igual que sus compañeros, generando un coste anual de 22.149.12€ incluido en este importe el pago a la Seguridad Social correspondiente de dicho trabajador.

Este segundo año se pretende aumentar considerablemente la actividad de la empresa y poder realizar aplicaciones para empresas mas importantes, ya que con la entrada del especialista en Marketing nuestra imagen de cara a los clientes y contacto con los mismos deberá aumentar considerablemente.

5.3.3. Gastos publicidad

Tabla 5 : 5.5. Estimación gastos de publicidad en UniApps primeros 3 años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ANUNCIOS	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
Banners	350,00 €	350,00 €	350,00 €
Multimedia	350,00 €	350,00 €	350,00 €
Intersiciales	300,00 €	300,00 €	300,00 €
VENTA PERSONAL	500,00 €	500,00 €	500,00 €
RELACIONES PUBLICAS	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €
TOTAL	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla observamos la división anual que hacemos por gasto publicitario, queriendo como mínimo realizar un gasto de 4.000€ anuales en las diferentes secciones publicitarias.

Anuncios: emplearemos un gasto de 1.000€ anuales en todo tipo de anuncios mediante banners, multimedia e intersiciales. Estos anuncios son los que aparecen cuando estamos en una aplicación móvil y nos salta la publicidad, cuando abrimos una pagina web y salta una página de publicidad o un vídeo...

Venta personal: Se trata de una forma de comunicación oral e interactiva en la que además de transmitir un mensaje de forma directa y personal, mantenemos el control sobre el contenido de este. Estas reuniones tendrán lugar en salas especiales que nos generarán un coste de unos 500€ aproximadamente.

Relaciones públicas: Es un método de comunicación indirecta y no personal en el que, a través de un conjunto de actividades, pretendemos difundir información favorable respecto de nuestras

aplicaciones o respecto de nuestra empresa UniApps como trabajamos.

Este gasto como observamos es el más elevado debido a que hoy en día cualquier empresa se promociona a través de las relaciones públicas o más comúnmente conocidos como “influencers”, que con sus redes sociales son una forma de publicidad muy efectiva.

5.3.4. Gastos variables

En este apartado apenas incurrimos en gastos variables, ya que al trabajar en un espacio coworking no nos derivará los principales gastos variables de agua, luz y gas.

Nuestros gastos variables se darán en el desarrollo de cada aplicación en particular, y estos gastos variables vendrán de: Licencias de las plataformas tanto GooglePlay como AppStore, alquiler de servidores y su correspondiente mantenimiento, diseño..., estos gastos variables los veremos más adelante en el cálculo del umbral de rentabilidad.

5.4. Balance de situación

En el siguiente apartado realizaremos una previsión del balance de situación de UniApps a 31 de diciembre. El balance se dividirá en dos grandes apartados.

Activo: compuesto por el conjunto de bienes y derechos de los que será titular la empresa, así como otras partidas con la característica común de que se utilizan en la generación de ingresos.

Distinguimos entre Activo no corriente (bienes y derechos con intención de adquirirlos con una permanencia superior al año) y Activo corriente (bienes y derechos con intención de que permanezcan menos de un año).

Patrimonio Neto y Pasivo: El patrimonio neto es la diferencia entre el Activo y el Pasivo de la empresa. El Pasivo es el conjunto de recursos financieros obtenidos por la empresa para el desarrollo de sus funciones y por las estimaciones de gastos futuros.

Tabla 6 : 5.6. Balance de situación UniApps: Activo

ACTIVO	AÑO 1
A) ACTIVO NO CORRIENTE	13.240,00 €
I. Inmovilizado Intangible	2.400,00 €
Patentes	900,00 €
Pagina Web	1.500,00 €
II. Inmovilizado Material	8.500,00 €
EPI	4.800,00 €
Mobiliario	500,00 €
Maquinaria	3.200,00 €
III. Amortizacion acumulada	2.340,00 €
B) ACTIVO CORRIENTE	7.760,00 €
I. Existencias	500,00 €
Otros Aprovisionamientos	500,00 €
II. Deudores comerciales y otras cuentas	4.000,00 €
Clientes	4.000,00 €
VI. Efectivo	3.260,00 €
Bancos	3.260,00 €
TOTAL ACTIVO	21.000,00 €

Fuente: Elaboración propia

ACTIVO NO CORRIENTE: Es la inversión de inmovilizado, tanto material como intangible, que hemos representado en la tabla nº1 de la previsión de costes de inversión.

La partida más relevante es la de los EPI, equipos para procesos de información, debido a que cada miembro contará con uno de ellos y como es lógico son fundamentales para el desarrollo de nuestras aplicaciones móviles.

ACTIVO CORRIENTE: formado por las existencias que la empresa tiene a 31 de diciembre, las deudas de clientes y efectivo. En nuestro caso, las deudas de clientes se deben a algún retraso de algunos pagos o alguna empresa con las que acordamos pagos a dos o tres meses. La partida de mayor incremento como podemos observar es la de los bancos

Tabla 7 : 5.7. Balance de situación UniApps. Pasivo

PASIVO	AÑO 1
A) PATRIMONIO NETO	9.000,00 €
I. Capital	7.000,00 €
Capital Social	7.000,00 €
III. Reservas	0,00 €
VII. Resultado del ejercicio	2.000,00 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	11.700,00 €
II. Deudas a largo plazo	11.700,00 €
Deudas a largo plazo con entidades de credito	11.700,00 €
C) PASIVO CORRIENTE	300,00 €
I. Deudas a corto plazo	0,00 €
Deudas a corto plazo con entidades de credito	0,00 €
HP Acreedora por impuesto de sociedades	0,00 €
V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	300,00 €
Proveedores	300,00 €
TOTAL PN Y PASIVO	21.000,00 €

Fuente: Elaboración propia

PATRIMONIO NETO: en este apartado, tenemos un capital social de 7.000€ aportado por los 3 socios (3 programadores), aportando cada uno aproximadamente 2.335€, los socios acuerdan no repartir dividendos los 3 primeros años. El resultado del ejercicio estimamos que será positivo, pero de un importe pequeño debido a que el primer año buscamos cubrir costes y darnos a conocer con nuestros servicios.

PASIVO NO CORRIENTE: aquí aparece reflejado el préstamo inicial solicitado por la cantidad de 11.700€, en la que se hace una amortización lineal del inmovilizado a 5 años desde el momento de adquisición del mismo.

PASIVO CORRIENTE: apenas presentamos saldo debido a que únicamente presentaríamos saldo en la cuenta de proveedores por un importe irrelevante.

5.5. Cuenta de resultados, punto muerto

El umbral de rentabilidad es la cantidad mínima de unidades que un negocio necesita vender de uno o varios productos para sufragar costes y empezar a tener beneficios. Dicho de otro modo, se alcanza cuando los ingresos totales por ventas equivalen a los costes operativos del negocio.

Se considera que, una vez alcanzado el umbral de rentabilidad, la empresa ya está en el volumen mínimo de producción y venta que necesita para ser rentable. Al seguir produciendo y vendiendo sus productos a partir de ese punto, generará beneficios. En cambio, si produce pero no vende, generará pérdidas ya que tendrá que abonar su coste y, además, hacer frente al valor del almacenamiento.

En el caso de las aplicaciones y de nuestro mercado es algo más difícil de estimar, ya que no hay un precio estándar por aplicación y haremos una estimación de las aplicaciones que realizamos para empresas que sería nuestra especialidad.

El precio de la aplicación puede venir determinado por el tamaño de la empresa, ya que al ser más grande dispondrá de más servicios y por lo tanto tanto el proceso de creación como el tiempo de ejecución de la aplicación será más elevado, y con ello el cobro de los correspondientes servicios.

El precio que puede llegar a pagar una empresa por una aplicación varía desde los 15.000€ a 100.000€, supongamos que descartamos de primeras que las empresas grandes puedan contratarnos en primera instancia para el desarrollo de sus aplicaciones, debido a que estas empresas por su volumen de negocio contratan desarrolladoras con experiencia.

Nuestro mercado operativo será con las pequeñas y medianas empresas que al tener menos recursos, podrán apostar por nuestros servicios como nueva desarrolladora en el mercado, de esta manera su inversión sería menor y abaratarían costes.

Para UniApps los primeros años buscamos este tipo de clientes, primero debido a nuestra plantilla y segundo ya que al no ser empresas muy grandes el tiempo de desarrollo de la aplicación no sería muy elevado, permitiéndonos así a realizar varios trabajos en el mismo año.

Para el cálculo del umbral de rentabilidad o punto muerto, necesitamos saber los costes fijos, costes variables y el precio de venta.

$$\text{Umbral de rentabilidad} = \frac{\text{Costes Fijos}}{\text{Precio por unidad} - \text{Costes variables}}$$

Costes fijos: son todos aquellos gastos que no van a variar a corto plazo y son independientes la producción de UniApps. Estos costes fijos serán los que hemos vistos en la previsión de costes de inversión sumado a los gastos de personal. En total nuestros costes fijos sumarían la cantidad de 83.684,64 €.

Costes variables: todos aquellos gastos que varían en función a la producción, en este caso todos aquellos gastos que origina desarrollar una aplicación.

En el caso del desarrollo de aplicaciones móviles los gastos variables unitarios pueden ser muy elevados, siendo de media el coste por una aplicación simple de 9.000€ (12.000\$). Entre estos costes variables encontramos:

Diseño de la aplicación y complejidad del mismo.

Licencias de las plataformas tanto GooglePlay como AppStore.

Alquiler de servidores y su correspondiente mantenimiento, dicho coste dependerá del tipo de aplicación, numero de usuarios que tengan la aplicación, datos de almacenaje...etc.

Precio de venta: será el importe por cada aplicación desarrollada, en este caso como hemos comentado anteriormente no tendremos un precio fijo por aplicación, sino que este variará en función del servicio y tamaño de la empresa. En este caso hacemos una estimación del precio suponiendo que entraremos al mercado compitiendo con unos precios bajos, estimando aproximadamente 25.000€ por aplicación.

Aplicando la fórmula obtenemos:

$$X = 83.684,64 / (25.000 - 9.000) = 5 \text{ Uds. aprox.}$$

Este cálculo quiere decir que en UniApps obtendríamos beneficios a partir de vender 5 unidades, en este caso, tendríamos que desarrollar 5 aplicaciones sólo para cubrir los costes.



6. CONCLUSIONES

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado (TFG), es la realización de un Plan de Negocio para la creación de una empresa llamada UniApps, que se dedica al desarrollo de aplicaciones móviles.

El objetivo es comprobar la viabilidad del plan de negocio de esta empresa en su sector correspondiente utilizando muchos de los conceptos aprendidos en las asignaturas cursadas, para conocer esta viabilidad he estudiado el análisis del entorno general y el análisis del entorno específico, así como elaborado un plan financiero para conocer con datos de manera aproximada lo que sería la previsión de costes, inversiones y gastos y un umbral de rentabilidad para conocer cuantas unidades debemos vender para obtener beneficios.

Finalmente, con el estudio realizado, he comprobado que es un plan viable pero impacta en primera instancia, ya que es un sector muy variable y requiere de una inversión inicial elevada, pero a su vez, por otro lado al ser un sector en auge y novedoso, los beneficios pueden llegar a ser elevados ya que el precio de las aplicaciones que realizamos tienen un valor de venta muy elevado.

7. BIBLIOGRAFÍA

Pérez, David - González Tabares, Rafael (2019). *Así se hace un plan de empresa*. Disponible en:

https://almena.uva.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991008173467505774&context=L&vid=34BUC_UVA:VU1&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,plan%20de%20empresa,AND&mode=advanced&pfilter=rtype,exact,books,AND&offset=0 (Accedido, marzo, 2021).

Moreno Castro, Tercila Fernanda (2016). *Emprendimiento y Plan de Negocio*. Disponible en:

https://almena.uva.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991008168936205774&context=L&vid=34BUC_UVA:VU1&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,plan%20de%20negocio,AND&mode=advanced&pfilter=rtype,exact,books,AND&offset=0 (Accedido, marzo, 2021)

María Teresa Mariño (2004). *El plan de negocio: caso practico*.

Disponible en:

https://almena.uva.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991008167944505774&context=L&vid=34BUC_UVA:VU1&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,plan%20de%20negocio,AND&mode=advanced&pfilter=rtype,exact,books,AND&offset=0 (Accedido, marzo, 2021)

Oscar Hugo Pedraza Rendón (2014). *Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. Disponible en:

https://almena.uva.es/discovery/fulldisplay?docid=alma991008170201905774&context=L&vid=34BUC_UVA:VU1&lang=es&search_scope=MyInstitution&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=LibraryCatalog&query=any,contains,plan%20de%20empresa,AND&mode=advanced&pfilter=rtype,exact,books,AND&offset=0 (Accedido, marzo, 2021)

Gamelearn: Beneficios de aplicar las técnicas de gamificación. Extraído en: <https://www.game-learn.com/ventajas-gamificar-empresa> (Accedido, junio, 2021)

J.E. Navas López y L.A. Guerras Martín (2016). *Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa 2º Edición*.

Creative Agency: Tipos de servicios de las aplicaciones móviles. Extraído en: <https://ideascreativas.com.ec/blog/tipos-de-aplicaciones-moviles/> (Accedido, marzo, 2021)

Ibercenter: Coworking, precio de alquileres de sitios coworking. Extraído en: <https://ibercenter.com/tarifas/> (Accedido, junio, 2021)

Webnode: Precio de los dominios y dominios especiales web. Extraído en: <https://www.webnode.es/dominios-precios/> (Accedido, junio, 2021)

Imaginnovation: Relación de los costes variables para la creación de una aplicación móvil. Extraído en: <https://www.imaginnovation.net/blog/how-much-does-it-cost-to-build-mobile-app/> (Accedido, junio, 2021)

SevDesk: Estructura del umbral de rentabilidad. Extraído en: <https://sevdesk.es/glosario/umbral-de-rentabilidad/> (Accedido, junio, 2021)

Lidermark: Precio del registro de las patentes. Extraído en: <https://lidermark.es/cuanto-cuesta-registrar-una-marca/> (Accedido, junio, 2021)

Economipedia: Estructura del análisis PESTEL. Extraído en:

<https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>

(Accedido, abril, 2021)

Marketing Esencial: Modelo de Abell estructura de la pirámide de Maslow.

Disponible en: <https://www.marketing-esencial.com/2021/01/16/el-mercado-de-referencia/> (Accedido, julio, 2021).

Pymes y autónomos. Factores políticos que afectan al sector de las aplicaciones móviles. Extraído en:

<https://www.pymesyautonomos.com/tecnologia/conoces-los-aspectos-legales-que-afectan-a-una-app> (Accedido, julio, 2021)

ONiAd : “El 90% del tiempo que los usuarios dedican a navegar a través de sus dispositivos móviles está dedicado a las Apps”. Extraído en:

https://oniad.com/hacer-publicidad/apps/?cli_action=1621581226.787

(Accedido, marzo, 2021)

Xakata: “pasamos una media de unas 5 horas con el teléfono móvil”.

Extraído en: <https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/cuanto-tiempo-usas-el-movil-a-lo-largo-del-dia-un-estudio-afirma-que-el-doble-de-lo-que-crees> (Accedido, abril, 2021)

