KEISER UNIVERSITY

Propuesta de lanzamiento:

VECI: Plataforma de servicios para hogares y empresas en Nicaragua

Presentan:

Andrea Franchyeska Alvarez Flores

Alejandro David Cruz Muñoz

Instructor:

Constantino Gómez

Managua, Nicaragua 22 de abril de 2024

Resumen

VECI es una plataforma que se destaca por su capacidad para mejorar la vida diaria de los usuarios, ofreciendo soluciones para una variedad de desafíos domésticos y de oficina, tales como limpieza, electricidad, fontanería, jardinería entre otros. Funciona como un facilitador que promueve la eficiencia y la comodidad en múltiples aspectos de la vida cotidiana. Además de resolver problemas, impulsa el crecimiento económico al involucrar a empresas locales en la prestación de servicios. También se destaca por optimizar recursos y proporcionar una red de servicios disponibles en cualquier momento. Es decir, si te enfrentas a una fuga de agua a las 11 de la noche, un fin de semana, nuestra aplicación podrá darte en minutos el acceso a plomeros profesionales disponibles las 24 horas del día. Con precios transparentes y reseñas de otros usuarios, se logrará encontrar la ayuda que se necesita de manera rápida, eficiente y sin complicaciones, garantizando tranquilidad en cualquier momento del día o de la noche.

Índice

1. Resumen.....*2*
2. Objetivos.....*4*
2.1 Objetivo general.....4
2.2. Objetivos específicos.....4
3. Antecedentes.....*5*
4. Metodología.....*6*
5. Introducción.....*7*
6. Viabilidad del mercado.....*8*
7. Análisis de la competencia.....*8*
8. Estrategias de Marketing.....*9*
8.1 Fase 1, Contenido Online.....9
Fase 2, atraer a la audiencia.....11
9. Lineamientos Operativos Financieros.....*12*
9.1 Pre-inversión:.....12
9.2 Activos fijos.....12
9.4 Gastos Administrativos.....13
9.5 Gastos de ventas.....13
9.6 Gasto recurrente anual.....13
10. Conclusión.....*14*
11. Referencias bibliográficas.....*15*
12. Anexos.....*16*

Objetivo general

Desarrollar una plataforma digital proporcionando una variedad de servicios para el hogar y empresas en Nicaragua, permitiendo obtener conveniencia, transparencia y eficiencia a los usuarios.

Objetivos específicos

1. Definir la viabilidad del mercado a través de un estudio que nos permita conocer las preferencias de los consumidores

2. Definir los lineamientos operativos financieros para la creación de la plataforma digital.

3. Crear una propuesta para el lanzamiento de los servicios acompañados de marketing y comunicación.

Antecedentes

La gestión de problemas domésticos y empresariales es una tarea que consume mucho tiempo y esfuerzo tanto para individuos como para empresas en Nicaragua. Esta realidad se ve agravada por la falta de una plataforma integral que aborde estas necesidades de manera efectiva y disponible las 24 horas del día en todo el país.

La situación actual ha dejado un vacío significativo en el mercado, donde los usuarios se enfrentan a dificultades para encontrar soluciones rápidas y confiables para sus problemas cotidianos en el hogar y en la oficina. La ausencia de una plataforma centralizada ha generado una dispersión de recursos y dificultades logísticas para acceder a servicios esenciales en momentos de necesidad.

Es en este contexto que surge la necesidad imperiosa de una plataforma como VECI, que se presenta como una solución integral para estas problemáticas. VECI ofrece un espacio centralizado y accesible donde los usuarios pueden encontrar una amplia gama de servicios esenciales para el hogar y la oficina, todo ello disponible las 24 horas del día y accesible desde cualquier lugar del país.

Es importante subrayar que la gestión de tareas domésticas y de cuidado constituye un sector fundamental en la economía, con un peso significativo en la estructura social y económica de Nicaragua.

Si bien existen algunas empresas similares en el mercado, estas suelen tener limitaciones en términos de disponibilidad las 24 horas del día y cobertura geográfica, lo que deja una brecha en la satisfacción de las necesidades de los usuarios. VECI se posiciona como una alternativa superior al ofrecer un servicio continuo y una cobertura nacional, asegurando así la tranquilidad y comodidad de sus clientes en todo momento al contar con un socio confiable para resolver sus necesidades cotidianas, ya sea en el hogar o en la oficina.

Metodología

El presente proyecto “Lanzamiento de VECI, Plataforma integral de servicios para el hogar y empresas en Nicaragua”, corresponde a una aplicación encaminada a resolver problemas prácticos tanto en el hogar como en empresas.

Para esto, se realizó una combinación de investigación cualitativa y cuantitativa, mediante la interpretación y comprensión hermenéutica de los procesos, logrando identificar las necesidades del mercado, percepciones, opiniones y evaluación de la factibilidad de la plataforma.

La recopilación de datos se realizó mediante dos encuestas estructuradas, las cuales fueron distribuidas mediante diversas plataformas tales como Facebook, Instagram y WhatsApp. En base al estudio, se determinó que el público objetivo será hombres y mujeres de 18 años en adelante, residiendo en los distintos departamentos de Nicaragua y que hayan solicitado o estén interesados en servicios para el hogar o negocio.

Las conclusiones se basan en los hallazgos del estudio en relación con los objetivos establecidos, considerando las implicaciones prácticas, teóricas o estratégicas de los resultados, junto con el reconocimiento de posibles limitaciones metodológicas y sesgos. La presentación de resultados se lleva a cabo a través de un informe detallado que comprende la metodología, resultados, análisis y conclusiones, comunicando los hallazgos de manera clara y concisa a las partes interesadas pertinentes.

Lanzamiento de Veci: Plataforma integral de servicios para el hogar y empresas en Nicaragua

En la era digital en la que nos encontramos inmersos, la búsqueda de soluciones prácticas y eficientes para nuestras necesidades cotidianas se ha convertido en una prioridad. En este contexto, el lanzamiento de VECI: Plataforma Integral de Servicios para el Hogar y Empresas en Nicaragua surge como una respuesta innovadora y oportuna a las demandas de conveniencia, transparencia y eficiencia por parte de los usuarios en el país.

VECI representa un hito significativo en el panorama tecnológico nicaragüense al introducir una plataforma digital que no sólo reúne una amplia gama de servicios para el hogar y empresas, sino que también se compromete a proporcionar una experiencia integral y satisfactoria a sus usuarios. Con la misión de simplificar la vida cotidiana de las personas y mejorar la operatividad de las empresas, VECI se erige como un catalizador de cambio en la manera en que se accede y se gestionan los servicios en Nicaragua. Basado en esto, VECI busca proporcionar a los usuarios nicaragüenses una herramienta que no solo simplifique sus tareas diarias, sino que también garantice la calidad y confiabilidad de los servicios ofrecidos.

A través de un enfoque multidimensional, este proyecto propone analizar diversos aspectos relacionados con el desarrollo, implementación y adopción de VECI en Nicaragua. Se examinará la génesis de la idea, el proceso de diseño y desarrollo tecnológico, así como la estrategia de marketing, comunicación, administración y posicionamiento en el mercado. Además, se estudiará detalladamente cómo VECI se integra en el ecosistema empresarial nicaragüense, promoviendo la colaboración y la competitividad.

En el dinámico panorama de los servicios para el hogar y las empresas en Nicaragua, la confianza y la calidad son pilares indispensables para garantizar una experiencia satisfactoria para los usuarios. En este contexto, se pretende establecer una red de seguridad mediante la verificación y calificación de los proveedores de servicios, asegurando así a los usuarios una atención profesional y de alta calidad.

Asimismo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del impacto de VECI en la vida cotidiana de los usuarios, evaluando cómo la plataforma facilita la contratación de servicios, brinda mayor seguridad y confianza en las transacciones, y contribuye al ahorro de tiempo y recursos.

Para alcanzar este propósito, se han establecido objetivos específicos que guiarán el proceso de desarrollo y funcionamiento de VECI. En primer lugar, se busca ofrecer una diversidad de servicios esenciales a través de una plataforma digital unificada, abarcando desde mantenimiento del hogar hasta soluciones para empresas (limpieza, albañilería, plomería, fontanería, cuido de personas, seguridad, carpintería entre otros), todo ello con el fin de cubrir las necesidades más apremiantes de los usuarios, estando disponibles las 24 horas del día y accesible desde cualquier lugar del país.

Para esto, es necesario determinar la viabilidad del mercado nicaragüense de estos servicios. Esto implicó realizar una investigación profunda abarcando varios aspectos claves, llevando a cabo una investigación exhaustiva del mercado para comprender las necesidades y preferencias de los consumidores en relación con los servicios para el hogar y empresas. Esto se logró a través de la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos a través de encuestas, con el 10% del error muestral. Dichos resultados indicaron que el 66.7% de la población le pareció atractiva una propuesta que abarque estas necesidades, al mismo tiempo, expresaron que los servicios más solicitados fueron: limpieza (con un 65.3%), electricista (con un 51.5%), servicios de fontanería (con un 42.6%), jardinería (con un 38.6%) y cuido de personas/ niños (con un 22.8%)

Además, se realizó un análisis detallado de la competencia para identificar a los principales actores y comprender sus estrategias y posición en el mercado. Entre ellos tenemos a CLEANUP, con una fuerte estrategia publicitaria, desde sus redes sociales tiene una publicidad activa, ya que publican videos de sus trabajos, demostrando la calidad del servicio que ofrecen. Por otro lado, promociona sus servicios a través de personas influyentes en el país con alta presencia en redes sociales. También logramos identificar a SERLISA, la cual se visualiza una constante actualización de sus productos de limpieza profunda y máquinas de trabajo, así como capacitaciones a sus empleados, denotando mucho profesionalismo en sus servicios y un perfil más inclinado hacia lo corporativo.

Por último, URGEHOGAR sería nuestro competidor más directo, ya que ofrecen servicios similares, pero con personal propio. En base a nuestras investigaciones, logramos identificar que el servicio de atención al cliente es deficiente, ya que no se logra respuesta inmediata cuando se trata de contactarse con ellos, y en ocasiones no se obtiene respuesta. Otro indicador es que cuentan con limitaciones geográficas y disponibilidad de tan solo 8 horas al día.

Todos estos competidores tienen muy buena presencia en redes, por lo cual será necesario impulsar una campaña de posicionamiento de marca agresiva que ayude a colocar a la marca al lado o por encima de dichos competidores.

Tomando en cuenta esto, es importante que VECI inicie desde los objetivos del negocio para lograr una mayor diferenciación a las competencias, en este caso la identidad de la marca incluye varias tareas: monitorización, reputación online, Google My Business, perfiles en redes sociales, creación de contenidos de la marca o relacionados, publicidad online.

El contenido online permitirá aumentar nuestra visibilidad de VECI de dos formas diferenciadas. Por una parte, el contenido de calidad nos permite construir una comunidad de usuarios dispuestos a informarse a través de nosotros y compartir con sus amigos nuestras novedades, aumentando notablemente nuestra relevancia de marca. De igual forma, el contenido de calidad nos permite tener un mejor posicionamiento SEO y, por tanto, que los usuarios que tengan una necesidad y estén buscando un servicio con las características del que ofrece VECI. En el primer acercamiento para la planificación y ejecución del plan de marketing digital, el fin es crear los objetivos de Marketing Online, que, por supuesto, tienen que cimentarse en los objetivos de negocio, por lo cual VECI dará inicio con las dos redes más conocidas a nivel mundial, Facebook e Instagram, al ser una empresa de base tecnológica, enfocará sus esfuerzos de marketing en las redes sociales, en las que se encuentre su buyer persona, al planificar detenidamente la estrategia de contenidos, el esmero será para dos redes esenciales:

Facebook: Es la red más social, sus usuarios se conectan a cualquier hora del día desde cualquier dispositivo, su periodicidad debe ser diaria y requiere de contenidos, interacción y generar comunidad.

Instagram: Contenido muy visual, fácil de consumir y la red social preferida de muchos. La imagen es el principal contenido, aunque cada vez más los pequeños videos tanto formato horizontal como vertical (historias)toman más protagonismos.
Se definirá una fecha para iniciar la gestión de la marca en redes sociales con las estrategias y tácticas previamente aprobadas por el emprendedor, para la elección de las redes sociales y el aporte que estas tendrán dentro del plan de marketing digital, se analizaron las plataformas sociales más usadas del mundo y las redes sociales más utilizadas en Nicaragua, en las gráficas que aparecen a continuación se evidencia los niveles de uso a nivel nacional.

"La Cámara Nicaragüense de Internet y Telecomunicaciones (CANITEL) informó sobre un estudio del "Uso del Internet en Nicaragua 2018", destacando que un 80% se usa en redes sociales, un 9% para Google, Netflix, Amazon entre otros; y un 11% para contenidos educativos. Asimismo, el estudio refleja que, de las redes sociales, el Facebook domina con el 28%, Twitter tiene un 5%, WhatsApp un 13%, e Instagram un 6%. CANITEL informó que el 100% de los municipios de Nicaragua cuentan con teléfonos móviles (celular), pero solo el 65% tienen tecnología 4G LTE." (CANITEL REVELA INFORME SOBRE EL USO DEL INTERNET EN NICARAGUA, 2018)

Todo este análisis exhaustivo logró proporcionar a la aplicación una base sólida para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias efectivas para el éxito de VECI en el mercado nicaragüense.

Durante el inicio del proceso de implementación de la estrategia digital es importante considerar como pilar el crecimiento de la comunidad, ya que esta propuesta busca construir una comunidad con intereses afines a los del servicio que ofrece VECI.

Se proyecta potencializar el alcance del contenido, para llegar a personas similares a los seguidores que ya están familiarizados e interactuando con la página y la aplicación, así mismo

se impulsará en la comunidad el compromiso e interacción con la página, creando conversaciones en las publicaciones.

Contando ya con una comunidad educada sobre VECI, posicionada en su TOM, se invita a realizar un llamado a la acción no solo generando descargas de la aplicación, sino que también la contratación de servicios y cierres de venta.

La segunda fase consiste en atraer a la audiencia creando los contenidos que ellos buscan. Cuando se diseña una buena estrategia de marketing se consigue captar nuevos clientes a un menor coste de adquisición. VECI se compromete a proporcionar una interfaz intuitiva y fácil de usar que guíe a los usuarios a través de cada paso del proceso, desde la selección del servicio hasta la confirmación de la reserva y el pago.

Se prioriza la claridad y la transparencia en la presentación de información relevante, garantizando así una experiencia fluida y sin contratiempos para los usuarios. En las primeras cuatro semanas de lanzamiento, se dará publicidad masiva tanto en plataformas como Facebook e Instagram. De la misma forma, se implementarán estrategias de lanzamiento para captar la atención del público. Una de estas es promocionar veinte suscripciones gratis a los primeros que ingresen en nuestra aplicación. Eventualmente, se pretende también motivar con beneficios exclusivos para ciertas ocasiones, contando con diversas colaboraciones de empresas, entre ellas SINSA.

Para lograr todo esto, se realizó un plan de inversión para la propuesta VECI, enfocándose en definir los lineamientos operativos financieros para la creación de la plataforma digital VECI, abarcando diversas áreas relacionadas con la viabilidad económica del proyecto.
En él se presenta el detalle de montos correspondientes a la pre-inversión, activos fijos y capital de trabajo. De igual manera, se detallan gastos administrativos y de ventas.

Pre-inversión: Se incluye un estudio de mercado que se desarrolla para evaluar la viabilidad del proyecto, la constitución de la empresa incluyendo trámites Y honorarios del abogado a cargo del proceso, registro de marca, y desarrollo tanto de la página web como de una aplicación móvil.

La presente iniciativa, corresponde a una plataforma donde técnicos y personal enfocado en servicios, podrá acceder a oportunidades laborales a través de solicitudes puntuales por parte de cabezas del hogar y empresas, enfocado en servicios de línea blanca.

En este sentido, tomando en cuenta el contexto del personal técnico, que cuenta comúnmente con un celular como medio de acceso de plataformas digitales, se
trabajará además del sitio web, una aplicación móvil intuitiva y amigable que sirva de canal para conectar a la base de datos de personas, con potenciales demandantes de servicios.

Activos fijos: Por otra parte, respecto a los activos fijos necesarios para el proyecto, se contempla la compra de equipos de cómputo para operar, así como una Tablet que será utilizada por el encargado de ventas. Parte de sus funciones será mostrar las funcionalidades y uso de la aplicación, tanto a potenciales clientes, como personal técnico que tenga interés de pertenecer a la base de datos.

Capital de trabajo: Respecto al capital de trabajo, se incluye el pago de dominio para el sitio web que se desarrollará, el cual se paga de manera anual. Así mismo, se incluye el sueldo del desarrollador a cargo del diseño y creación de la plataforma digital en su versión web y app móvil. El pago mensual durante los 12 meses de operación será de $600.
Por otra parte, el pago de base de datos permitirá almacenar información relevante de cada una de las personas que se inscriban y deseen ofrecer sus servicios a través de la plataforma.

Gastos Administrativos: A continuación, se incluyen otros rubros necesarios para operar, que complementan al capital de trabajo. En primer lugar, el salario de un responsable de innovación y contabilidad, que deberá analizar el mercado continuamente para proponer mejoras en el modelo de negocios y las formas de entregar valor a los usuarios. Así mismo, será responsable del control contable y cumplimiento de obligaciones fiscales. El sueldo asignado para cumplir esta labor asciende a $300.

Finalmente, se incluye en el presente plan, los gastos asociados a ventas. A como se observa en la tabla, se contará con un responsable de ventas y marketing digital, quien recibirá un sueldo

mensual de $300 durante el primer año de operaciones. La publicidad, emplea estrategia que integre canales digitales y tradicionales, tomando en cuenta la necesidad de captar diversos tipos de clientes y oferentes de servicios.

En este sentido, se destinará un monto para viáticos cuando se deba realizar visitas, las que están principalmente dirigidas a captar personas que ofrezcan servicios de interés para VECI. De igual manera se destina un pago moderado para artículos promocionales que sean utilizados durante las visitas, así como un presupuesto para publicidad digital.

Gastos de ventas: Se presenta el total de gastos necesarios para el primer año de operación de la empresa, sumando un total de 10,470.00 dólares.

Los gastos se distribuyen de manera bastante equitativa entre acciones enfocadas para la venta, y actividades meramente administrativas.

En este sentido, es recomendable operar con poco personal hasta superar el punto de equilibrio.

Gasto recurrente anual: Respecto a la estimación de ventas, se pretende brindar 1,560 servicios en el primer año promedio. Respecto a servicios corporativos, cuyo precio asciende a $1000, se tiene como meta lograr siete servicios en el año, para un total de $22,100. En los años siguientes se estima un crecimiento de 40% en la demanda, gracias a una mayor presencia y validación en el mercado nacional.

Basado en este análisis, VECI podrá tener una mejor planificación financiera. Se pretende posicionar como una solución que ayudará en tu casa, la limpieza de tu hogar, el cuidado de tu propiedad y todo el apoyo que siempre necesitamos, pero no decimos, a través de un servicio de calidad y confianza.

Centraremos nuestra estrategia en nuestra audiencia con el objetivo de poderles brindar un contenido de valor que nos permita crear una comunidad más comprometida con la marca y sus valores.

Definir las etapas y dividir los objetivos por cada una de ellas, nos ayudará a que conectemos e interactuemos de forma más directa con la comunidad y sus usuarios que son el segmento meta, llevándolos por el proceso central de esta estrategia que es: La atracción, La consideración y la Acción o respuesta.

En conclusión, se ha obtenido una comprensión profunda de las preferencias de los consumidores y las oportunidades disponibles. Esto proporciona a VECI una ventaja competitiva al adaptar sus servicios a las necesidades del mercado. Asimismo, la definición de los lineamientos operativos financieros garantiza la sostenibilidad económica del proyecto a largo plazo. Con un modelo financiero sólido y proyecciones realistas, VECI puede tomar decisiones informadas y asegurar una gestión financiera eficaz. Además, la propuesta integral de lanzamiento, respaldada por estrategias de marketing y comunicación efectivas, posiciona a VECI para generar interés y participación entre el público objetivo desde el inicio. La identidad de marca distintiva y los materiales promocionales elaborados aseguran una presentación coherente y atractiva en el mercado.

En conjunto, estos logros preparan a la aplicación ofrecer servicios de alta calidad, satisfacer las necesidades del mercado nicaragüense y lograr un crecimiento sostenible en el futuro. Con una base sólida y una visión clara, VECI está lista para convertirse en una plataforma integral y confiable para hogares y empresas en Nicaragua.

Referencias bibliográficas

CANITEL REVELA INFORME SOBRE EL USO DEL INTERNET EN NICARAGUA. (22 de 03 de 2018). Obtenido de 100% NOTICIAS: https://100noticias.com.ni/actualidad/89893-canitel-revela-informe-sobre-el-uso-del-internet-e/

CLEANUP. (2023). Obtenido de Cleanup: Expertos en Limpieza Profunda, Control de Plagas y Sanitización de Ambientes: https://www.cleanupnicaragua.com/

Pallas, G. (26 de 04 de 2023). *Captación de clientes: qué es, estrategias y ejemplos reales.* Obtenido de INBOUNDCYCLE: https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/captacion-de-clientes-11-estrategias-ganadoras

Serlisa, G. (2021). *SERLISA.* Obtenido de Serlisa: https://gruposerlisa.com.ni/

URGE HOGAR. (2020). Obtenido de URGE HOGAR, LIDERES EN SOLUCIONES: https://urgehogar.com/ni/

Cruz, A. Álvarez, A. (10 de 04 de 2023). Encuesta de análisis de mercado VECI (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc7V4l6e6vccVpxvzyq7Cbkv9K-yn_fBqqzU96paR6Q_z8-fQ/viewform?usp=sf_link

Anexos

Figura 1. Respuestas de encuesta

Figura 2. Público meta

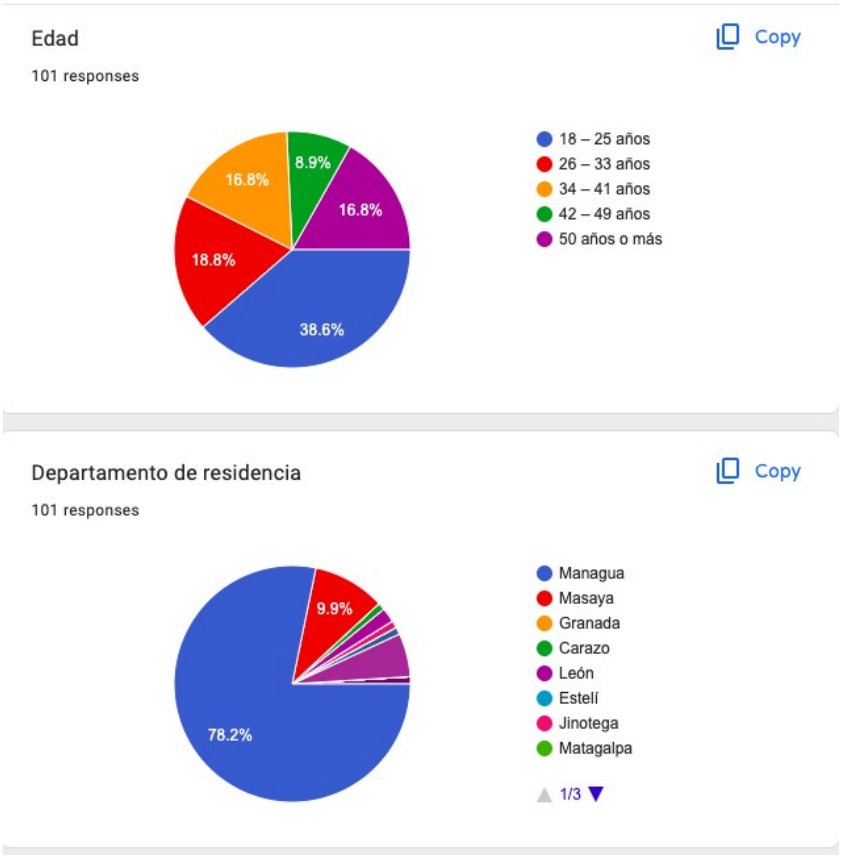

Figura 3. Resultados de servicios más solicitados en Nicaragua

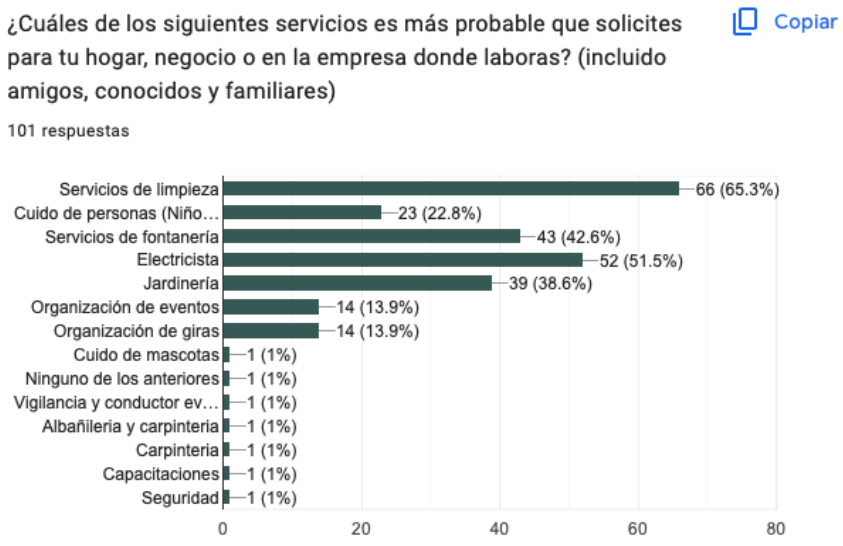

Figura 4. Resultado sobre propuesta atractiva

Figura 5. Resultado de investigación de medios y plataformas

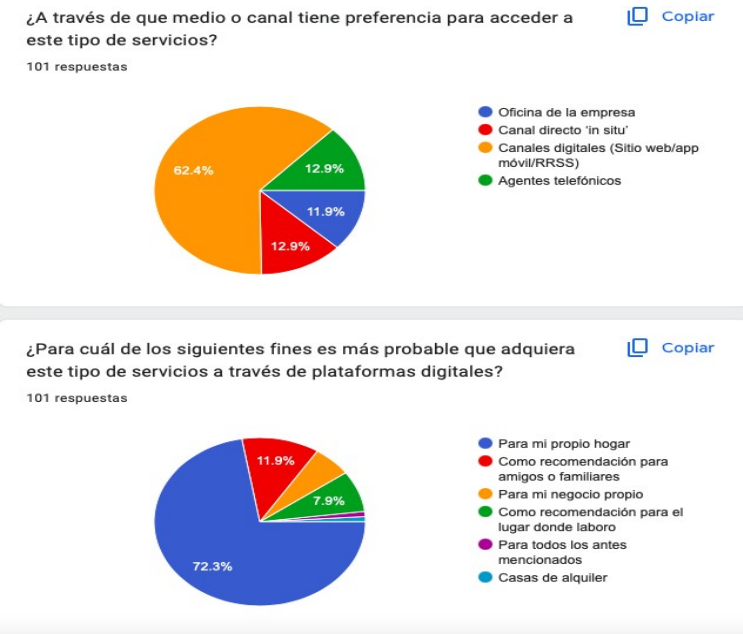

Figura 6. Resultado de cotización de servicios

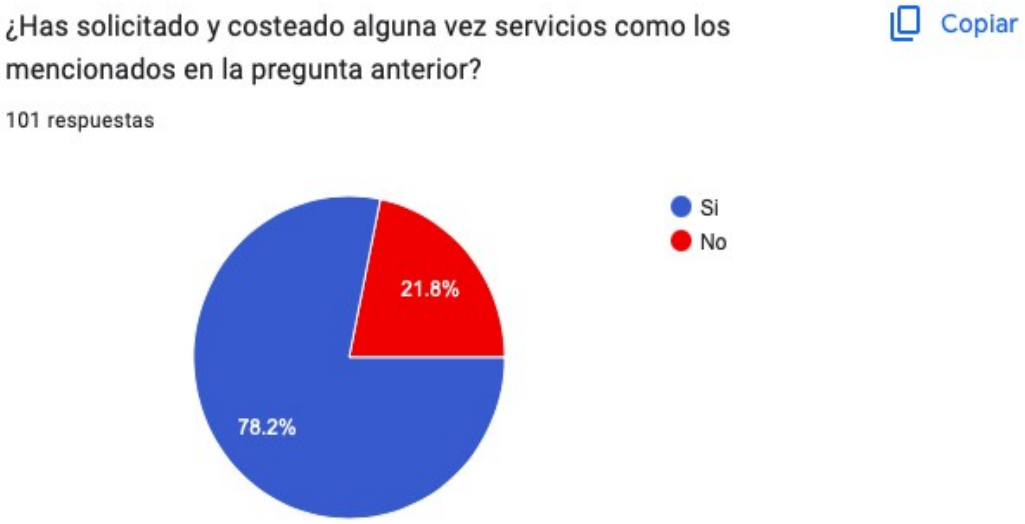

Figura 7. Resultado de precio de preferencia a pagar y modalidad de pago

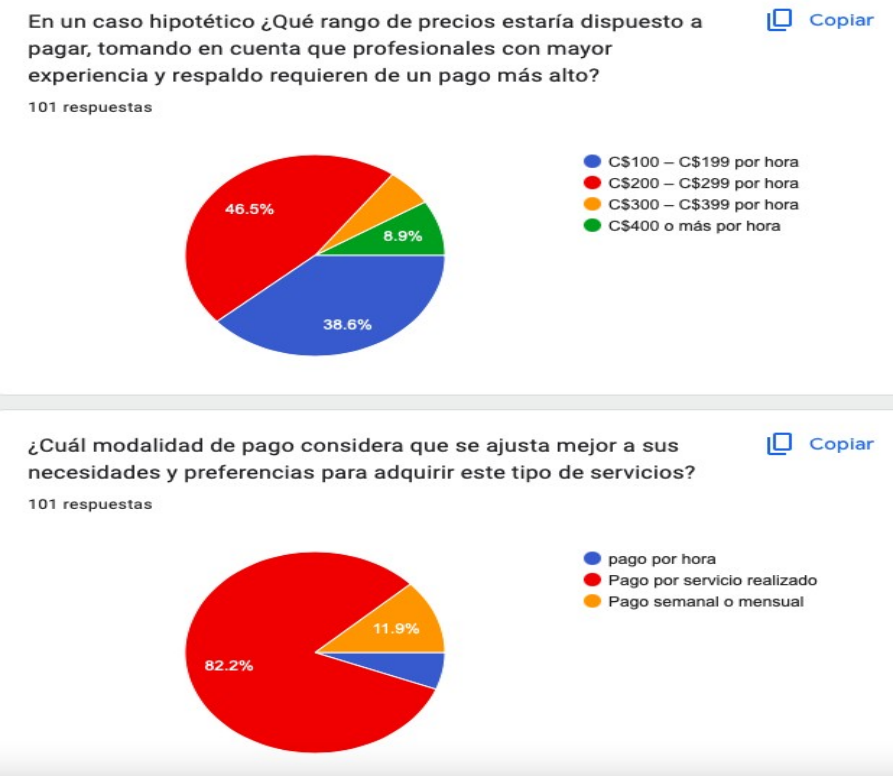

Figura 8. Imagen de portada de Facebook

Figura 9. Publicaciones cuadradas en Facebook

Figura 10. Publicaciones cuadradas en Instagram

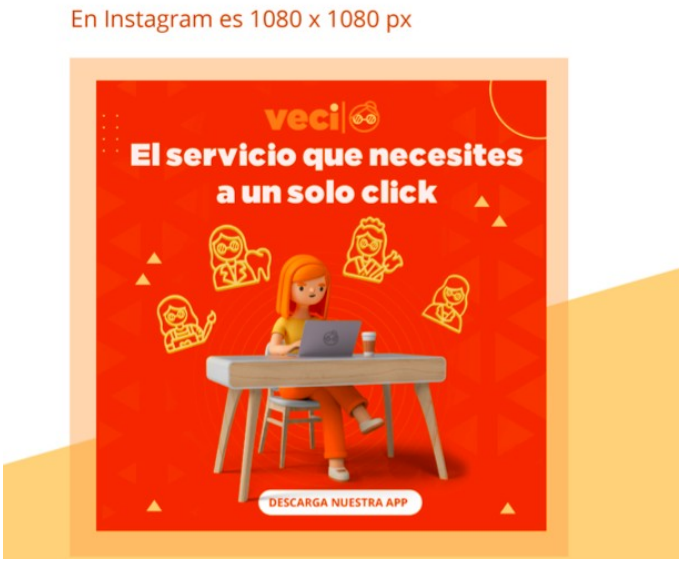

Figura 11. Publicaciones en stories en Facebook e Instagram

Figura 12. Foto de perfil en Facebook e Instagram

Figura 13. Activos fijos

ACTIVOS FIJOS DE VECI				
Tipo de inversion	U/M	Cant.	Precio	Total
ACTIVO FIJO				
Equipo de computo	$	3	262	786
Tablet	$	1	200	200
Muebleria	-	-	-	-
Otros activos necesarios	-	-	-	-
TOTALINVERSION				986

Figura 14. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
Tipo de inversion	U/M	Cant.	Precio	Total
CAPITAL DE TRABAJO				
Pago de dominio	$	1	100	100
Alojamiento de App	$	1	150	150
Almacenamiento base de dato	$	1	150	150
Sueldos (Respo. De desarrollo tecnologico	$	12	600	7200
TOTAL DE INVERSION				7,600

Figura 15. Gastos Administrativos

RUBRO DE GASTOS	U/M	CANT.	PRECIO	TOTAL
Gastos Administrativos				
Sueldos (resp. Innovacion y contabilidad)	$	12	300	3600
Utiles de oficina y papeles	$	6	20	120
Utiles de limpieza	-	-	0	-
Alquiler de local (oficina)	$	6	150	900
Telefono	$	6	20	120
Energia electrica	-	-	0	-
Mantenimiento de equipos, muebles y enseres	$	1	200	200
Agua	-	-	0	-
Otros	$	6	20	120
GASTOS TOTALES				5,060

Figura 16. Gastos de venta

	GASTOS DE VENTA			
RUBRO DE GASTOS	**U/M**	**CANT.**	**PRECIO**	**TOTAL**
Gastos de ventas				
Sueldos (Resp. Ventas y Mk	$	12	300	3600
Comision de ventas	-	-	0	0
Movilidad y viaticos	$	3	100	300
Articulos promocionales	$	4	100	400
Publicidad digital	$	6	150	900
Otros	$	6	35	210
GASTOS TOTALES				5,410

Figura 17. Gastos recurrentes anuales

GASTOS RECURRENTE ANNUAL					
CONCEPTO	$MES	CANT	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Innovación y contabilidad	300	12	$3,600	$3,780	$3,969
Utiles de oficina y papeleria	20	12	$240	$252	$265
Utiles de limpieza	-	12	$-	$-	$-
Alquiler de oficina	150	12	$1,800	$1,890	$1,985
Telefono	20	12	$240	$252	$265
Energia electrica	-	12	$-	$-	$-
Mantenimiento de equipo	200	4	$800	$840	$882
Agua	-	12	$-	$-	$-
otros	20	12	$240	$252	$265
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos de venta y mk digital	300	12	$3,600	$3,780	$3,969
Comision de ventas	-	12	$-	$-	$-
Movilidad y viaticos	100	12	1200	1,260	1,323
Articulos promocionales	100	12	1200	1,260	1,323
Publicidad digital	150	12	$1,800	$1,890	$1,985
otros	35	12	$420	$441	$463
			$-	$-	$-
			$-	$-	$-
TOTAL			$15,140	$15,897	$16,694
		ESTRUCTURA DE INGRESOS			
Comision por servicio Contratado					
Venta de Publicidad					
Contrato con marcas para uso exclusivo					
TOTAL					