

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

**TRABAJO FIN DE GRADO ADMINISTRACION
Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**



PROYECTO DE NEGOCIO:

**“VENTURE ASSISTANT” GESTORÍA *ONLINE*
MEDIANTE INTELIGENCIA ARTIFICIAL**

AUTORES:

HÉCTOR COB CHACÓN

HÉCTOR MARTÍNEZ LÓPEZ

DANIEL SUÁREZ ZAMORA

TUTORA DEL PROYECTO:

ANA MARÍA VILLAGRASA MEJIA

CURSO ACADÉMICO 2023-2024

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	11
RESUMEN EJECUTIVO	12
1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	14
1.1 Denominación de la empresa	14
1.2 Socios Promotores	15
1.3 Origen de Venture Assitant, razones y motivos	18
1.4 Objetivos y Propuestas del proyecto empresarial	19
1.4.1 Misión, Visión y Valor	19
1.4.2 Objetivos generales del proyecto.....	20
1.4.3 Propuestas del proyecto empresarial.....	20
2. LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA. SUS PRODUCTOS O SERVICIOS..	21
2.1 Definición de las características del producto (servicio, negocio).....	21
2.2 Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre	22
2.3 Características diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia.....	23
2.3.1 Características diferenciadoras de la propuesta.....	24
2.4 Normas que regulan la fabricación o comercialización del producto o la prestación del servicio	25
2.5 Necesidades tecnológicas para la explotación del negocio.....	26
2.6 Protección jurídica, patentes, marcas registradas	27

2.6.1 Registro de la marca	28
3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO	30
3.1 Definición del mercado al que se dirigirá el producto.....	30
3.2 Análisis del entorno y del sector	33
3.2.1 Pestel.....	35
3.2.2 Porter	36
3.2.3 DAFO.....	38
3.3 Identificación de empresas competidoras, sus productos o marcas.....	40
3.3.1 Estrategias a seguir.....	42
3.3.2 Modelo Canvas.....	44
4. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN.....	47
4.1 Decisión sobre el producto o servicio y política de marca.....	47
4.1.1 Presentación del servicio	47
4.1.2 Políticas de marca	48
4.2 Determinación del precio de venta y políticas de precios	49
4.2.1 Decisión sobre el precio de venta	49
4.2.2 Política de precios	50
4.3 Estrategia de precios	51
4.4 Decisiones sobre distribución y comunicación	52
4.4.1 Canales de distribución	52
4.4.2 Comunicación e imagen.....	52

4.5 Presupuesto de comunicación desglosado.....	52
4.6 Política de ventas	55
4.6.1 Ofertas y promociones	55
4.6.2 Pagos.....	56
4.7 Previsiones de ventas.....	56
4.7.1 Mercado potencial	57
4.8 Matriz BCG	59
4.9 Ciclo de vida del producto	60
5. PLAN DE OPERACIONES	62
5.1 Instalaciones, medios y equipos	62
5.1.1 Aplicación vs Página <i>Web</i>	63
5.2 Proceso de fabricación u operaciones	65
5.3 Aprovisionamiento	69
5.4 Calculo de costes de producción.....	70
5.4.1 Umbral de rentabilidad	73
5.5 Control de calidad y certificaciones	74
5.6 Fecha de puesta en marcha y programación de actividades	77
6. LOCALIZACIÓN	79
6.1 Criterios de localización	79
6.2 Instalaciones e infraestructura	80
6.3 Comunicaciones e infraestructura	81

7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	82
7.1 Diseño de puestos de trabajo	82
7.2 Organización y comunicación interna	84
7.2.1 División por Funciones, áreas y departamentos	84
7.2.2 Puestos de Dirección Asignados.....	86
7.2.3 Escala de Mando.....	87
7.2.4 Sistemas de Coordinación y Comunicación	87
7.3 Selección del personal	88
7.4 Métodos de reclutamiento y selección	90
7.5 Formas de contratación.....	91
7.6 Gestión de los recursos humanos	91
7.7 Externalización de actividades	94
8. PLAN FINANCIERO	97
8.1 Cuadro de inversión y financiación inicial	97
8.2 Cuadros de amortización	98
8.3 Cuadro de IVA	99
8.4 Previsión de tesorería.....	100
8.5 Cuadro de pérdidas y ganancias.....	102
8.6 Balance de situación y ratios.....	103
8.7 Cálculo del K_d, K_e y WACC.....	106

8.8 Cálculo de VAN y TIR	107
9. ASPECTOS FORMALES Y JURÍDICOS DEL PROYECTO.....	108
9.1 Elección de la forma jurídica y justificación de la elección	108
9.2 Reparto accionarial y administradores	109
9.3 Régimen fiscal aplicable.....	110
9.4 Trámites administrativos a realizar	112
9.5 Seguros, licencias, contratos mercantiles.....	115
9.6 Obligaciones contables, fiscales y laborales de la empresa.....	118
10. IMAGEN CORPORATIVA	121
10.1 Página <i>web</i> , <i>app</i> y funcionamiento	121
10.2 Branding	127
10.2.1 Logotipo.....	128
10.2.2 Eslogan.....	130
10.3 Redes sociales.....	130
10.4 Gestión de la calidad	131
10.5 Responsabilidad social	133
10.5.1 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	133
11. PLAN DE EXPANSIÓN.....	134
CONCLUSIONES.....	136
BIBLIOGRAFÍA.....	139

12. ANEXOS.....	145
1. Estatutos Sociales de la empresa	145
2. Nóminas de asalariados	147
2.1. Auxiliares	147
2.2. Informáticos	148
2.3. Socios	149
3. Intereses Préstamos ICO	150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto en comunicación	52
Tabla 2 Gastos de comunicación en el año 1.....	53
Tabla 3 Gastos de comunicación en los años 2 y 3	54
Tabla 4 Previsión de ventas en el primer año.....	56
Tabla 5 Coste de producción.....	73
Tabla 6 Umbral de rentabilidad	74
Tabla 7 Costes de mantenimiento y actualización.	75
Tabla 8 Costes legales y asesoramiento	77
Tabla 9 Coste mensual por la labor de los trabajadores en el año 1.....	92
Tabla 10 Coste anual por la labor de los trabajadores en los años 1, 2 y 3.....	93
Tabla 11 Cuadro de inversión y financiación inicial	97
Tabla 12 Cuadro de amortización de la web	98
Tabla 13 Cuadro de amortización de equipos para el proceso de la información	98
Tabla 14 Cuadro de amortización a 15 años	99
Tabla 15 Cuadro de IVA	99
Tabla 16 Previsión de tesorería	101
Tabla 17 Cuadro de pérdidas y ganancias	102
Tabla 18 Balance de situación	103

Tabla 19 Ratios financieros	104
-----------------------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Captura de verificación negativa del uso del nombre.....	15
<i>Figura 2 Matriz DAFO</i>	40
Figura 3.....	46
Figura 4: Logotipo.....	48
Figura 5 Matriz BCG.....	59
Figura 6 Ciclo de Vidal del producto	61
Figura 7 Ejemplo de líneas de código de una aplicación.....	67
Figura 8 Diagrama de Gantt.....	78
Figura 9 Localización sala de coworking	80
Figura 10: Espacio de coworking	81
Figura 11 Organigrama de la empresa	88
Figura 12 La externalización visualizada.....	96
Figura 13 Disposición de información en la web oficial del BOE.....	122
Figura 14 Ejemplo de cómo se vería la aplicación propuesta	124
Figura 15 Ejemplo de cómo se vería la aplicación propuesta	125
Figura 16 Ejemplo de cómo se vería la aplicación propuesta	126
Figura 17 Logotipo utilizado para el proyecto empresarial	128
Figura 18 Elección de color predominante	129

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realiza como Trabajo Fin de Grado en la rama de Administración y Dirección de Empresas, con el propósito de describir un plan de empresa analizando cada uno de los apartados que permiten demostrar las particularidades de la idea de negocio que se propone y su viabilidad, para lo cual se ha seguido la normativa y estructura establecidas por la Universidad Europea. Este proyecto ha sido elaborado por los alumnos Héctor Martín López, Héctor Cob Chacón y Daniel Suárez, supervisado por la tutora Ana María Villagrasa Mejía. Este proyecto fue realizado durante los meses de febrero a junio de 2024.

El proyecto que se desarrolla en las siguientes páginas consiste en el desarrollo de una aplicación, página web que funcione como una gestoría online automatizada mediante inteligencia artificial, para ofrecer servicio especializado a todo tipo de empresas, especialmente a pequeñas y medianas empresas, sean personas físicas o jurídicas, previendo ir ampliando el mercado objetivo a empresas de mayor envergadura en el mediano y largo plazo.

La estructura de este documento se inicia presentando la propuesta de negocio, los socios promotores, identidad y filosofía sobre la que se sostiene. Seguidamente se exponen las particularidades del mercado, analizando la situación actual y perspectivas del entorno (general y competitivo), para extraer las oportunidades y amenazas previstas, así como las fortalezas y debilidades internas que sirvieron de base para tomar decisiones en los siguientes apartados. Así mismo, se presenta el plan de marketing y comercialización que permitirá posicionar la marca de manera efectiva; el plan operativo, especificando las instalaciones, medios, equipos y tecnología necesaria para poner en marcha el proyecto, definiendo las acciones en un diagrama de Gantt. El análisis exhaustivo de las políticas y acciones vinculadas a la gestión de recursos humanos adquieren relevancia para direccionar el logro de los objetivos a partir del talento humano. Se realiza el plan económico- financiero para demostrar la viabilidad de la propuesta, describiendo los aspectos jurídicos y formales a considerar antes de iniciar operaciones, así como las acciones de Responsabilidad Social que se asumirán.

RESUMEN EJECUTIVO

El origen de este trabajo se establece en la asignatura de Gestión de la Innovación, impartida por el profesor Asaf Levi Alfaroviz, quien propuso una actividad para encontrar una idea innovadora que permitiera mitigar los riesgos que ocasiona la tecnología en la actualidad. Esta actividad fue evaluada y seleccionada para participar en un concurso de exposiciones organizado por la empresa Price Waterhouse, donde fue presentada y recibió una buena retroalimentación. A raíz de esto, el profesor nos animó a desarrollar la idea y elaborar un plan de empresa innovador.

Uno de los riesgos fundamentales que presenta la tecnología en la actualidad y sobre el que se ha basado el presente trabajo es la masificación de información que existe en las redes y que conlleva la desinformación de muchas personas sobre temas importantes. Sobre todo, para las pequeñas y medianas empresas que son los principales actores en la economía española. Sin embargo, debido a su pequeño tamaño y a su ajustada plantilla, muchos son los empresarios que han de encargarse en su tiempo de descanso de la parte legislativa de su compañía.

Los cambios de normativa pillan por sorpresa a muchos pequeños empresarios y no de la mejor forma, pues esta sorpresa se da en innumerables ocasiones en forma de multas y sanciones. A su vez, los empresarios que quieran estar al tanto de las actualizaciones legislativas del país y realizar cualquier tipo de trámite y/o actualización de datos han de pasar por el que es uno de los mayores laberintos del planeta: las *webs* oficiales.

Las *webs* oficiales del Reino de España, como pueden ser el Boletín Oficial de Estado o la Agencia Estatal de Administración Tributaria, son en la mayoría de los casos un conjunto de párrafos sin espaciado difíciles de leer, enlaces que saltan de una a otra página de forma liosa y errores de páginas no encontradas que van mucho más allá del error 404.

La aplicación propuesta trabajará bajo las automatizaciones de un *bot* para que, al usuario, principalmente empresarios de pequeñas y medianas empresas, se le avise de forma clara y ordenada de aquellas notificaciones relevantes para él, sin saltarse ni una sola que pueda ser significativa y sin exponerle aquellas que no lo son.

La empresa inicia con costes superiores a los 150,000€. Estos gastos incluyen diversos trámites, campañas de marketing y otros elementos importantes para su lanzamiento. Pero el gasto más relevante pertenece a la creación y desarrollo de la inteligencia utilizada en la página web y aplicación. A pesar de estos elevados costes, las proyecciones de ingresos y ventas demuestran que se cubren estos gastos en el primer año con beneficios modestos.

Gracias a un buen desarrollo y a las estrategias de marketing, hay un aumento de beneficios en más de 20,000€ para el segundo año, con incrementos exponenciales en los años siguientes. Además, buenos resultados en las ratios como el ROE (Retorno Sobre el Patrimonio) de un 15%, muestra un signo positivo de rentabilidad y eficiencia en la generación de ganancias, que si perdura en los siguientes años es un buen indicador de que la empresa es estable y rentable. Por lo tanto, podría considerarse que este proyecto es económicamente viable y atractivo para los inversores.

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Denominación de la empresa

La denominación social de la empresa es Venture Assistant SL, se ha decidido considerar como forma jurídica Sociedad de Responsabilidad Limitada por las ventajas que proporciona a los socios la limitación de la responsabilidad de los socios al capital aportado, lo cual es crucial dada la novedad de nuestro servicio y producto en el mercado. Esta característica brinda una seguridad adicional a los socios, ya que no se estaría obligados a responder con los bienes personales en caso de dificultades comerciales.

La decisión final de registrar la empresa bajo la forma de una sociedad limitada, con el nombre de Venture Assistant SL, se escogió principalmente porque este nombre refleja de manera clara y consistente la identidad que se utilizará tanto en la aplicación como en la página web, facilitando así la vinculación de todas las partes del proyecto bajo un único nombre y evitando confusiones. También se eligió una sociedad limitada porque ofrece varias ventajas para el proyecto. Entre estas ventajas se incluyen la deducción de una amplia variedad de gastos, como pueden ser los gastos de personal (formaciones), servicios (asesoría, marketing, mantenimiento), funcionamiento (suministros, alquileres, telecomunicaciones), dietas y viajes, financieros (intereses de préstamos, comisiones bancarias), amortización de activos fijos, y gastos de oficina (material, equipos informáticos, mobiliario).

Además, se pueden acceder a beneficios fiscales como incentivos a la innovación y desarrollo (deducciones por I+D e innovación tecnológica), incentivos a la formación (deducciones por formación de empleados), e incluso incentivos en caso de internacionalización (deducciones por gastos de apertura de nuevos mercados). Estas ventajas hacen que la forma jurídica de la sociedad limitada sea adecuada para este proyecto, proporcionando una estructura beneficiosa y adaptable a nuestras necesidades de crecimiento y expansión.

El proceso de registro de la marca comienza con la búsqueda de disponibilidad, realizando una investigación de antecedentes con ese nombre en el portal de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Seguidamente, se realiza la presentación de solicitud de registro de la OEPM. En el tercer paso, la solicitud va a examen por parte de la OEPM, seguido de su publicación y la apertura de un período de oposición en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BOPI). Finalmente, una vez completados todos estos pasos, ya se puede llevar a cabo el registro de la marca y se emite el certificado correspondiente por parte de la OEPM.

A pesar de no encontrar coincidencias en el buscador de marcas nacionales, se realizó también una búsqueda adicional en marcas internacionales que operan en España, con resultados similares. Por lo tanto, se procede a registrar de forma telemática en la OEPM, completando el formulario respectivo.

Figura 1

Captura de verificación negativa del uso del nombre



Fuente: Recuperado de (Oficina Española de Patentes y Marcas, s.f.)

1.2 Socios Promotores

Héctor Martínez López

Como estudiante de último curso de Administración y Dirección de Empresas, tiene una gran formación académica que incluye una amplia gama de conocimientos relacionados con la gestión empresarial. Su experiencia laboral en el campo de la contabilidad le ha

otorgado una comprensión práctica de los procesos financieros y contables esenciales para el éxito de un proyecto empresarial.

En cuanto a competencias específicas, Héctor ha demostrado habilidades analíticas y de resolución de problemas en su trabajo en contabilidad, lo que le permite abordar desafíos complicados con eficacia y eficiencia. Su habilidad para manejar datos financieros con precisión y atención al detalle lo convierte en una parte valiosa para cualquier proyecto empresarial. Además, su formación en ADE le da una comprensión completa de los diversos aspectos de la administración y la dirección de empresas, lo que le permite tener una visión global y estratégica que contribuye al desarrollo y crecimiento de un proyecto empresarial.

Héctor también cuenta con cualidades personales que son esenciales para una participación efectiva en el desarrollo de un proyecto empresarial. Su responsabilidad y meticulosidad garantizan que realice sus tareas con rapidez y precisión, lo que es crucial para mantener la calidad en todas las áreas de un proyecto. Además, su capacidad para trabajar de manera autónoma y en equipo permite colaborar adecuadamente con otros miembros del equipo y adaptarse a diferentes circunstancias laborales

Daniel Suárez Zamora

Estudiante de último curso de Administración y Dirección de Empresas (ADE), posee una sólida formación académica que lo capacita para comprender y abordar una gran variedad de aspectos relacionados con la gestión empresarial. Su experiencia laboral en el área de facturación y cobros le ha proporcionado una comprensión práctica de los procesos financieros y administrativos necesarios para el funcionamiento efectivo de un proyecto empresarial.

En términos de competencias, Daniel ha demostrado habilidades destacadas en el área de facturación y cobros. Esto incluye capacidad para gestionar eficientemente los procesos de facturación, garantizar la precisión de los registros financieros y administrar los cobros de manera efectiva, lo que ayuda a mantener la salud financiera de la empresa. Además, su experiencia también le ha permitido desarrollar habilidades en la gestión de relaciones con clientes y proveedores, que son esenciales para una comunicación fluida y establecer relaciones sólidas en el entorno empresarial.

Daniel también posee cualidades personales que son esenciales para su participación efectiva en la creación de un proyecto empresarial. Su creatividad le permite encontrar soluciones innovadoras a los desafíos que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto, lo que añade un valor al equipo. Además, su capacidad de resolución le permite abordar problemas de manera proactiva, lo que contribuye a la adaptabilidad del equipo ante situaciones adversas.

Héctor Cob Chacón

Héctor es estudiante de último curso de Administración y Dirección de Empresas (ADE), tiene una sólida formación académica que le permite comprender profundamente los principios y prácticas fundamentales relacionadas con la gestión empresarial. Su experiencia laboral en el departamento financiero le ha brindado una comprensión práctica de los procesos financieros que son necesarios para el éxito de un proyecto empresarial.

En términos de competencias específicas, ha demostrado ser un experto en finanzas y habilidades destacadas en el área financiera. Esto incluye una sólida comprensión de los principios contables y financieros, así como la capacidad para analizar datos financieros con y tomar decisiones. Además, su experiencia le ha permitido desarrollar habilidades en la gestión de presupuestos, análisis de riesgos financieros, y preparación de informes financieros, lo que ayuda a una administración eficiente de los recursos financieros de la empresa.

Héctor tiene características personales que son esenciales para su participación exitosa en la creación de un proyecto empresarial. Su capacidad de organización y ética de trabajo sólida le permiten cumplir con los plazos y objetivos establecidos mientras mantiene la calidad en su trabajo. Su habilidad para priorizar tareas y trabajar de manera organizada y eficiente lo convierte en un activo valioso para cualquier equipo empresarial.

1.3 Origen de Venture Assistant, razones y motivos

El nacimiento de Venture Assistant se fundamenta en la profunda observación de las necesidades y desafíos que enfrentan las empresas, especialmente las pequeñas y medianas empresas (pymes) al no contar con todos los recursos necesarios para llevar su actividad empresarial de la manera más eficiente y transparente posible.

La digitalización utilizada como un poderoso agente de cambio y ayuda se presenta en la actualidad como la clave para abordar estos desafíos y allanar el camino hacia un futuro empresarial eficiente y próspero de tal manera que esta propuesta se fundamenta en cuatro aspectos claves:

Identificación de Problemas Empresariales: El nacimiento de Venture Assistant surge de la identificación de los obstáculos y dificultades que las empresas, en particular las pymes, enfrentan en su día a día. Desde la gestión procesos hasta el cumplimiento de las regulaciones, se observa la necesidad de simplificar y optimizar estos aspectos.

Compromiso con la Transformación Digital: Hace tiempo que se reconoce la revolución digital como una fuerza transformadora con el potencial de empoderar a las empresas como plataformas para subir facturas. La convicción de que la tecnología puede ser una aliada estratégica para superar los desafíos cotidianos motivó la creación de esta solución.

Enfoque en las Pymes: Al centrarse en las pymes, se buscó abordar las necesidades de este segmento empresarial, mayoritario y desatendido. Las pymes al enfrentarse a recursos limitados requieren de herramientas que le brinden acceso fácil a información vital para su actividad, permitiéndoles competir en su entorno empresarial.

Inspiración en la Digitalización Empresarial: la inspiración para Venture Assistant se basa en la idea de que la digitalización es una oportunidad para transformar la forma de las empresas que tienen de trabajar. Se creó como respuesta a la pregunta ¿Cómo podemos utilizar la tecnología para mejorar la vida de las empresas?

Es decir, el nacimiento de Venture Assistant surge como forma de respuesta para aprovechar oportunidades y solventar desafíos vigentes en el ámbito empresarial, a

través de la digitalización como vía principal. El proyecto se ha creado con la misión de impulsar el crecimiento de las empresas permitiéndoles liderar el mercado en la época digital.

1.4 Objetivos y Propuestas del proyecto empresarial

1.4.1 Misión, Visión y Valor

La misión, visión y valores constituyen los pilares fundamentales que guían la dirección y comportamiento en el mercado de una empresa. En este apartado, se definen claramente estos elementos para la organización:

- Misión

Empoderar a personas y empresas proporcionándoles acceso inmediato y fiel a la información relevante sobre normativas legales, subvenciones y deducciones fiscales. Para así ofrecer una herramienta intuitiva y eficiente que ayude a los usuarios a cumplir con la legislación vigente, evitar multas, optimizar sus funciones y maximizar las oportunidades de crecimiento.

- Visión

La visualización de la empresa como líderes en el campo de la tecnología legal, utilizando inteligencia artificial para transformar la forma en que las personas y empresas acceden y entienden la compleja normativa legal. Aspiramos a que ser reconocidos como un socio de confianza que otorga soluciones innovadoras y personalizadas a cada empresa para facilitar el éxito empresarial y el cumplimiento normativo en un mundo en constante cambio.

- Valores

- Integridad: En todas las interacciones, con el compromiso a proporcionar información precisa y confiable, actuando con honestidad y transparencia.

- Innovación: Siempre buscar nuevas formas de utilizar la tecnología para superar las expectativas del mercado y mejorar la experiencia del usuario.
- Empoderamiento: Creencia en capacitar a los usuarios para que tomen decisiones informadas y alcancen sus objetivos.
- Colaboración: Valorar las asociaciones y colaboraciones estratégicas para aumentar el alcance y la utilidad del servicio
- Excelencia: En todo el proceso, desde el desarrollo tecnológico hasta el soporte al cliente, siempre buscando la mejora continua y la satisfacción del usuario.

1.4.2 Objetivos generales del proyecto

Eficiencia Empresarial: Optimizar y simplificar los procesos administrativos y operativos de las empresas, en especial, las pymes. Permitiéndoles dedicar más tiempo a su desarrollo y crecimiento.

Empoderamiento de las pymes: Proporcionar acceso a información relevante y actualizada de su actividad empresarial, fortaleciendo su capacidad de toma de decisiones informadas y estratégicas.

Cumplimiento Normativos: Facilitar a las pequeñas y medianas empresas el cumplimiento de sus obligaciones legales y fiscales al proporcionar avisos y guías, paso a paso sobre nuevas normativas, plazos fiscales y otros requisitos gubernamentales.

Acceso a Recursos Financieros: Proporcionar información sobre todas las subvenciones y programas de apoyo financieros que se adecuan a las actividades y necesidades específicas de cada una de las empresas que se suscriben a la plataforma.

1.4.3 Propuestas del proyecto empresarial

Servicio de consultoría personalizada: puesto que el servicio proporciona información automatizada únicamente de información interesante para el usuario.

Integración con herramientas de gestión empresarial: la aplicación añade ayudas con tutoriales para *softwares* de contabilidad o sistemas de RRHH como solución para una solución integral que ayude a los usuarios a cumplir la normativa legal.

Formación y capacitación continua: funciona como formación sobre asuntos legales y fiscales desarrollando sus habilidades.

Herramientas de análisis y optimización: además de la propia aplicación ofrece técnicas de análisis avanzadas para que los usuarios puedan observar el impacto de sus negocios tras el uso de la aplicación. Ya sea en sus regulaciones fiscales, áreas de riesgo, oportunidades de mejora, estructura empresarial etc.

Acceso a recursos legales: como bibliotecas digitales de jurisprudencia, documentos legales estándar y modelos de contratos.

Eventos y conferencias: para conocer el funcionamiento de la aplicación y aprender a leer las estadísticas y herramientas de análisis, además de establecer contactos con otros profesionales.

2. LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA. SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

2.1 Definición de las características del producto (servicio, negocio)

La plataforma va dirigida a la ayuda tanto de personas físicas como jurídicas y pymes, haciendo que estén informadas en todo momento de las actualizaciones del BOUE, BOE, boletines oficiales autonómicos y diputaciones autonómicas que se ajusten a sus características y así poder tener información acerca de modificaciones de normativa, subvenciones, deducciones fiscales, entre otras, y poder beneficiarse de estas. Esta información, solicitada por el cliente se le ofrecerá y actualizará diariamente mediante un sistema de IA, por el cual se analizará diariamente todos los boletines oficiales y filtrará la información por los parámetros indicados para poder ofrecer los datos deseados. La innovación de nuestro producto se basa en la utilización de la IA para una obtención de información inmediata y precisa necesaria para maximizar las oportunidades de tu empresa o personal.

De forma adicional el usuario también podrá modificar, mediante filtros y palabras claves, el tipo de información que desea obtener. De esta manera recibirá notificaciones de alerta de temas de su interés.

El producto cuenta también con atención al cliente de un *call center* y particulares para casos que requieran mayor atención y un servicio de ciberseguridad para evitar fugas de información privada de los clientes.

2.2 Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre

La plataforma va dirigida principalmente a todas las personas físicas y jurídicas y pymes, dado que les será de gran utilidad al no tener que depender de una gestoría y así tener un servicio personalizado de bajo coste

En la actualidad el mercado español tiene uno de los ratios más bajos de asesores por empresa tiene de toda Europa, lo que podemos decir que no es un mercado saturado y de gran oportunidad, esto viene avalado por el estudio del análisis de la asesoría en España, realizado por la Asociación Española de Consumidores (TimeNow Accountants, 2020), el cual también nos indica que España cuenta con una asesoría por cada 48 empresas, por lo que aplicar nuestro servicio con un precio competitivo podría ser viable.

Además, en la mayoría de las asesorías en activo, el 52% no tienen empleados, es decir, están formadas por un único asesor. El 31% solamente tienen uno o dos y el 10% entre tres y cinco. De estos datos se intuye que esta situación no puede permitir un trato muy personalizado y atento al cliente, lo cual nuestro servicio sí que ofrecería.

De este estudio también podemos extraer valiosa información que puede ayudarnos a comprender el sector, actualmente las empresas están optando por un modelo de asesoría unipersonal, el cual no esperamos que nos afecte dado que se podría ofrecer un servicio complementario. El dato más prometedor es el dato de negocios de nueva creación que deciden contratar un asesor, el 97% superior al 91% del total, lo que nos indica que las nuevas empresas cada vez están más interesadas en el servicio de asesoría para sus negocios y comprenden su importancia.

Según el estudio de (TimeNow Accountants, 2020), los principales servicios que buscan los negocios al contratar un asesor son:

- Fiscalidad
- Actualizaciones legales aplicados a tiempo.
- Formación
- Migración e integración de datos.
- Informes y comunicación con clientes.

Basándose en estas necesidades, mediante el servicio se puede cubrir tanto la necesidad de mantener a la empresa informada de todas las actualizaciones en el ámbito legal de su sector, como apoyo al área de fiscalidad.

Respecto al ámbito geográfico, en dicho estudio se recalca la concentración del sector en las comunidades de Madrid, Cataluña y Andalucía. Al prestar un servicio 100% *online*, dicho factor no afectaría a la estrategia organizativa de nuestro proyecto, dado que podremos tener presencia en todo el territorio nacional.

Por todo ello, se proyecta un alto potencial el uso de la herramienta que se propone, dado que también es complementaria a los servicios ya existentes y no excluyente.

2.3 Características diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia.

Actualmente no hay ninguna herramienta en el mercado que pudiese compararse a nuestro servicio, únicamente las consultorías o gestorías tradicionales, que no serían tan competitivas como nosotros dado que, con nuestra aplicación podríamos abarcar una gran cantidad de clientes sin la necesidad de realizar un gran esfuerzo, únicamente debemos crear un perfil de cliente con las características necesarias para poder ofrecer la información deseada.

Además, con la utilización de la IA la eficacia a la hora de recabar una gran cantidad de información en poco tiempo nos haría altamente competitivos, podríamos informar a

todos nuestros clientes de forma simultánea y diariamente de las modificaciones realizadas en los boletines oficiales que podrían afectar a su negocio o actividad.

2.3.1 Características diferenciadoras de la propuesta

Todo el funcionamiento de la aplicación y página *web* se explica al completo en el punto 10 Pagina *web*, *app* y su funcionamiento.

Tendrá un servicio de Asesoramiento Personalizado, gracias a los sistemas de filtro con los que cuenta la aplicación, el usuario puede recibir únicamente la información que crea que es más relevante para él.

Implementará una integración empresarial, con el inicio de sesión al comienzo de la aplicación detallado en el punto de funcionamiento de la *app* y página *web*, nuestro sistema y la empresa del cliente se encuentra conectada, tendremos acceso a los datos que el cliente quiera proporcionar y con ellos construiremos sinergia positiva entre ambos.

- Herramientas de Gestión Empresarial Avanzadas
 - Formación y capacitación continua con además de con los eventos *networking* que se lleven a cabo, gracias al sistema de alertas detallado en el punto del funcionamiento de la aplicación el usuario es capaz de aprender sobre nuevas reglamentaciones para su empresa.
 - Red de Profesionales y Colaboradores, contamos con expertos colaboradores que se unirán en campañas de *marketing* para impartir eventos sobre consejos financieros, además de forma interna contamos con profesionales administrativos y técnicos dispuestos a solucionar cualquier problema.
- Herramientas de Análisis y Optimización del Negocio
 - Acceso ilimitado a todos los recursos legales y documentos oficiales que utiliza el *bot* para diferenciar la información, de esta manera el usuario puede ver sin modificaciones cualquier texto que deseé.
 - Eventos *networking* como método de aprendizaje para los clientes, ya sea en forma de aprender a gestionar una empresa de manera más eficaz y efectiva por profesionales y gente reputada y eventos *online* para enseñar a utilizar la plataforma obteniendo el máximo rendimiento de ella.

2.4 Normas que regulan la fabricación o comercialización del producto o la prestación del servicio

Marco Legal de las Aplicaciones en España

En nuestro país, el uso de datos en las aplicaciones se regula en base a estas normativas:

- El Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, el nuevo Reglamento general de protección de datos (RGPD). (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2016)
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantías de los derechos digitales. (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2018)
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de Datos de carácter personal. (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 1999)
- Real Decreto 311/2022, de 3 de mayo por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad. (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2022)
- Orden HFP/837/2021, de 29 de julio, por la que se aprueba la Política de Seguridad de la información en el ámbito de la Administración digital del Ministerio de Hacienda y Función Pública. (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2021)

Un trato correcto de los datos de los futuros clientes es indispensable, ya que se confiarán datos sensibles que podrían comprometerles a nivel personal y profesional.

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, es decir, deben de ser solicitudes en las que no quepa lugar a duda en los permisos solicitados y datos que deben ser utilizados por la compañía.

Además, es obligatorio desarrollar licencias y condiciones de uso. En todos los casos no basta con informar al usuario, sino que éste tiene que aceptar, ya que en caso de reclamación se tendrá una mejor defensa.

Derechos propios y de terceros. Es obligatorio disponer de licencias de los recursos que se vayan a utilizar. Para ello, hay que leer detenidamente las condiciones ya que hay casos en los que los recursos excluyen el uso comercial, no pudiéndose ejecutar en aplicaciones. Además, conviene proteger el contenido para evitar plagios y copias.

Funcionalidades lícitas. Al igual que en el marketing tradicional, lo que es ilícito *offline* en la App también lo es como, por ejemplo, el estimular un ámbito de vida poco saludable, como el consumo excesivo de alcohol u otras sustancias.

Privacidad y geolocalización. La recogida de información del usuario debe ser la indispensable para el funcionamiento de la App y éste debe tener la posibilidad de configurar la privacidad. Además, si nuestra aplicación dispone de geolocalización, se tiene que contar con la aceptación del usuario para poder acceder a ella. De forma adicional se informará a los clientes que cuanto más información rellenen y añadan, más información relevante les llegará conforme a esa información que han relleno previamente.

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 se encuentra tras la App. También es necesario que el usuario acepte las cookies, mediante un aviso informativo con la información básica y precisa sobre las mismas, y los aspectos exigidos por la ley.

Publicidad. Si monetizas una aplicación a través de publicidad, ésta debe identificarse siempre como tal.

2.5 Necesidades tecnológicas para la explotación del negocio

Para la explotación del servicio, se necesita el desarrollo de una aplicación y página *web*, las cuales harán uso de la inteligencia artificial para su funcionamiento. Este desarrollo se realizará bajo supervisión para que su funcionalidad sea totalmente

compatible con este proyecto, dado que será hecho por un técnico con experiencia previa en el desarrollo de aplicaciones.

También se necesitarán equipos para el proceso de la información, licencias de *software*, servicios de seguridad informática y *call center* para el funcionamiento de la empresa. Estos equipos consisten en la compra de ordenadores HP Intel Core I7 que incluyan las licencias de Microsoft Office y Windows 8 para su uso por parte de los trabajadores en la empresa, los sistemas operativos especiales para el desarrollo de la *app* y página web son incluidos por el técnico. Tanto el *call center* como el servicio de ciberseguridad son externalizados por lo que cuentan con sus propios equipos. Estas necesidades se indicarán de forma más detallada en siguientes apartados.

2.6 Protección jurídica, patentes, marcas registradas

La única marca registrada similar localizada en la Oficina de Marcas y Patentes es IVC INTERNATIONAL VENTURE CONSULTANTS, cuya actividad se centra en realizar estudios de mercado, tanto nacionales como extranjeros y asesoramiento a empresas y particulares. Estudios técnicos, financieros y económicos, precisos para nuevos negocios. Por lo tanto, como dicha empresa no realiza la misma actividad ni utiliza los mismos medios que este proyecto, podemos determinar que no se incurriría en plagio.

A continuación, se explica el proceso de registro de la marca:

En España, el registro de una marca se realiza en la OEPM (Oficina Española de Patentes y Marcas) puesto que es el organismo público responsable de la concesión y registro de la materia sobre Propiedad Industrial, en este caso, la marca.

Este procedimiento puede realizarse de forma presencial en el organismo competente o bien, de forma telemática. Si se trata de un registro en papel deberá ser presentada en la OEPM, sin embargo, si se trata de un registro por Internet únicamente se requerirá un certificado digital o firma electrónica.

En primer lugar, la marca que se desea registrar debe ser lícita y para ello no puede contradecir las prohibiciones absolutas estipuladas en el art.5 de la LM (Ley de Marcas).

Por otro lado, la marca que se desea registrar debe encontrarse disponible, es decir, no debe encontrarse en conflicto con las prohibiciones relativas. La solicitud de la marca deberá contener según el art 12.1 de la LM (Ley de Marcas) “una instancia por la que se solicite el registro de marca; la información que permita identificar al solicitante; una representación de la marca que cumpla los requisitos establecidos en el art. 4.b; a lista de los productos o servicios para los que se solicita el registro”, es decir, declaración de que se solicita una marca, identificación y firma del solicitante, la denominación en la que la marca consista, los productos o servicios en los que se aplicará, justificante de pago de la tasa preceptiva y la autorización al representante en el caso de que hubiera designado alguno³⁰. Una vez realizada la solicitud dará lugar el pago de unas tasas determinadas por la legislación que deberán ser abonadas. (Oficina Española de Patentes y Marcas, 2024)

2.6.1 Registro de la marca

La solicitud de registro de marca ha de presentarse en el órgano competente de la Comunidad Autónoma, es decir, en los Centros Regionales de información de propiedad industrial de las distintas Comunidades Autónomas, donde el solicitante tenga su domicilio o establecimiento serio y efectivo y posteriormente será remitida a la OEPM, o bien en la propia OEPM. Sin embargo, si el solicitante se encuentra domiciliado en alguna de las ciudades autónomas, así como no se encuentre domiciliado en España, la solicitud deberá ser presentada en la OEPM. Según el art. 11.4 de la LM (Ley de Marcas) “también podrá presentarse la solicitud en el órgano competente de la Comunidad Autónoma donde el representante del solicitante tuviera su domicilio legal o una sucursal seria y efectiva” o bien, “podrán también presentarse las solicitudes ante la Oficina Española de Patentes y Marcas si el solicitante o su representante la solicitaran a través de un establecimiento comercial o industrial serio y efectivo que no tuviere carácter territorial”, según el art. 11.5 de la LM (Ley de Marcas).

La fecha de presentación de la solicitud será el momento en el que se entreguen los documentos que cumplen los requisitos del art. 12.1 de la LM (Ley de Marcas) en el órgano competente, momento en el cual se hará constar el momento y el número de la recepción, así como el día la hora y el minuto de presentación. En el caso de que los documentos se depositaran en una Oficina de Correos la fecha de presentación de la

solicitud será aquella en la que entreguen los documentos en la oficina, siempre y cuando sean presentados por correo certificado, con acuse de recibo dirigido al órgano competente de recibir la solicitud y en sobre cerrado. En el momento de la realización, la Oficina de Correos hará constar el día y hora de presentación de la solicitud.

Cabe mencionar que, en el caso de cualquier error a causa de los órganos administrativos a la hora de constar el momento de recepción de la solicitud en la hora, minuto o ambas, se le asignará la última del día, es decir, si no se le ha hecho constar la hora, se le asignará la última del día. Toda solicitud y documentos necesarios que deban presentarse para el registro de marca en la OEPM deberán estar redactados en castellano.

En el caso de que se realice en un órgano competente autonómico con lengua cooficial existente, podrán redactarse en dicha lengua. Recibida la solicitud, el órgano competente de la Comunidad Autónoma, en un plazo máximo de cinco días a la recepción ha de examinar que la solicitud cumpla los requisitos formales y el pago de las tasas, así como se encuentre legitimado para obtener el registro de la marca, para remitir la solicitud a la OEPM.

Si existiera algún defecto en la documentación presentada, se comunicarán éstos al solicitante para que los subsane en el plazo de un mes y la solicitud de tramitación quedará suspendida. Transcurrido el periodo, si el solicitante no hubiera contestado o los errores no hubieran sido subsanados, la solicitud quedará desistida. En el caso de no se observarán defectos o estos hubieran sido subsanados en el plazo pertinente, la solicitud será remitida a la OEPM, en caso de que hubiera sido presentada en el órgano competente de la Comunidad Autónoma.

Una vez remitida la solicitud a la OEPM, esta controlará si la solicitud presentada es contraria al orden público o a las buenas costumbres. Este examen de licitud podrá efectuarse junto con el examen de forma, cuando sea la OEPM el órgano competente por no haber iniciado aún sus competencias registrales la correspondiente Comunidad Autónoma.

Si la OEPM observara algún defecto de licitud lo comunicará al solicitante para que en el plazo de un mes alegue lo que considere oportuno. Si no se supera este examen la

solicitud será denegada. Si el examen de licitud es superado, la solicitud se publicará en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial, de ahora en adelante BOPI, por un plazo de dos meses para que aquella persona que se considere perjudicada pueda presentar oposición a la concesión de la marca solicitada.

Finalizado el plazo de presentación de oposiciones, el órgano competente examina la solicitud para ver si incurre en alguna de las prohibiciones absolutas establecidas por la ley o bien, incurre en conflicto con el nombre, apellido, seudónimo, imagen o riesgo de confusión por parte del público. Si se produjera alguna oposición o se incurra en alguna prohibición se suspende la tramitación de la solicitud y se comunicará al solicitante las oposiciones interpuestas para que, en el plazo de un mes desde la publicación de la solicitud en el BOPI, puedan presentarse alegaciones. Se presenten o no alegaciones se denegará el registro de la marca total o parcialmente, según proceda.

Cuando la marca solicitada no incurre en prohibición, así como tampoco se hayan presentado oposiciones la OEPM procede a la concesión de la marca, donde se publicará la concesión en el BOPI y se expedirá el título de marca, el cual podrá ser expedido por medios electrónicos. Por último, mencionar que el plazo máximo de que dispone la OEPM para resolver la solicitud de marca es de 12 meses si la solicitud no sufre ningún suspenso y no tuviera oposiciones, 20 meses si sufriera algún suspenso o tuviera alguna oposición. Estos plazos se computarán desde la fecha de recepción de la solicitud por la OEPM. Si se incumplieran estos plazos, la solicitud de marca se considerará concedida por silencio administrativo.

3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Definición del mercado al que se dirigirá el producto

El mercado objetivo del producto se define como todas aquellas compañías en territorio español, con un enfoque principal en las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). Las empresas con una condición económica más ajustada también serán las principales

interesadas en utilizar la aplicación y el servicio *web*. No se establece restricción en cuanto al sector industrial, ya que la aplicación y *web* se adaptarán a las características específicas de cada compañía. El único requisito es que la empresa esté en territorio nacional.

- **Dimensión del mercado**

El mercado se compone de un gran número de PYMEs en España, que representan una parte significativa del tejido empresarial del país. Según datos recientes, existen cerca de 3 millones de PYMEs, lo que evidencia una amplia base de potenciales usuarios para la aplicación.

Plataforma PYME (s. f.) a 13 de febrero de 2024.

- **Localización del mercado**

El mercado se extiende a lo largo de todo el territorio español. Las empresas ubicadas en diferentes comunidades autónomas y regiones podrán beneficiarse del producto, independientemente de su localización geográfica. Esto incluye tanto áreas urbanas como rurales.

- **Consumo del mercado**

El consumo del producto se enfocará en la necesidad de acceder a información relevante y específica sobre normativa y subvenciones. Las empresas pequeñas y medianas requieren de herramientas que simplifiquen y ordenen la información pública, facilitando la toma de decisiones y el cumplimiento regulatorio.

- **Estructura del mercado**

El mercado está compuesto principalmente por PYMEs, que abarcan diversos sectores industriales. La estructura del mercado es diversa, incluyendo sectores como comercio, servicios, manufactura, tecnología, entre otros. Esta diversidad implica una demanda heterogénea que la aplicación deberá cubrir mediante personalización y adaptación a diferentes necesidades empresariales.

- **Tipo de clientes**

Los clientes serán empresas españolas, principalmente pequeñas y medianas. Estos clientes buscan soluciones eficientes y económicas para gestionar información normativa y de subvenciones. Las empresas con recursos limitados y que no cuentan con departamentos dedicados exclusivamente a la gestión normativa serán los principales usuarios.

- **Mercado real**

El mercado real se refiere a las PYMEs que actualmente buscan activamente soluciones para gestionar información normativa y subvenciones. Estas empresas ya están invirtiendo tiempo y recursos en tratar de mantenerse actualizadas con las normativas y buscan maneras de optimizar este proceso.

- **Mercado potencial**

El mercado potencial incluye no solo las PYMEs que actualmente buscan soluciones activamente, sino también aquellas que podrían beneficiarse significativamente del producto, pero que aún no han identificado esta necesidad. Además, se incluye a empresas de mayor tamaño que también podrían encontrar valor en una herramienta que facilite la gestión de la información normativa y de subvenciones.

El mercado objetivo del producto se caracteriza por su amplitud y diversidad, abarcando una gran cantidad de PYMEs en todo el territorio español, con una necesidad común de simplificar y optimizar el acceso a información normativa y de subvenciones debido a los desafíos actuales presentes, destacando principalmente:

- Complejidad normativa: las PYMEs a menudo luchan con la complejidad de las normativas gubernamentales y las actualizaciones frecuentes en las leyes y regulaciones.
- Acceso a subvenciones: identificar y acceder a subvenciones gubernamentales es un proceso difícil y muchas empresas no aprovechan completamente estas oportunidades debido a la falta de información o comprensión.

- Gestión de sanciones: las sanciones por incumplimiento normativo pueden ser costosas y perjudiciales para las PYMEs. La gestión proactiva de este riesgo es esencial.
- Falta de información centralizada: las empresas a menudo dependen de fuentes dispersas para obtener información sobre normativas y subvenciones, lo que dificulta la toma de decisiones informadas.

3.2 Análisis del entorno y del sector

Venture Assistant SL en sí misma es una PYME, las cuales forman una parte significativa de la población activa, enfrentándose a desafíos constantes como la adaptación a un entorno normativo en constante cambio, la búsqueda de financiación y la necesidad de innovar para mantenerse competitivas. A pesar de su crucial papel en la economía, las PYMEs suelen contar con recursos limitados, lo que dificulta la gestión eficiente de información relevante sobre subvenciones y normativa legal. Esta situación subraya la necesidad urgente de soluciones tecnológicas que les permitan optimizar la gestión de esta información, mejorando así su capacidad de respuesta y su sostenibilidad en el mercado.

En el contexto actual, las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) desempeñan un papel crucial en la economía. Estas empresas, al ser más ágiles y flexibles que las grandes corporaciones, son fundamentales para la generación de empleo y el desarrollo económico. Sin embargo, muchas PYMEs enfrentan desafíos significativos relacionados con la gestión de normativas, subvenciones y sanciones.

- Tendencias del mercado
 - Automatización y tecnología: la tendencia hacia la automatización y la tecnología en la gestión empresarial está en aumento. Las empresas buscan soluciones que simplifiquen procesos, incluida la gestión de cumplimiento normativo.

- Enfoque en la sostenibilidad: las normativas y subvenciones relacionadas con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial están ganando importancia. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles pueden acceder a incentivos gubernamentales.
 - Cambio normativo constante: la rápida evolución de las leyes y regulaciones, especialmente en el contexto post-pandemia, hace que la adaptación constante sea esencial para las empresas.
 - Colaboración público-privada: existe una creciente colaboración entre el sector público y privado para simplificar los procesos normativos y facilitar el acceso a subvenciones.
- Previsiones de evolución
 - Mayor demanda de soluciones especializadas: se espera que la demanda de soluciones que simplifiquen la gestión normativa y de subvenciones crezca a medida que las empresas buscan optimizar sus operaciones.
 - Integración de inteligencia artificial: la integración de inteligencia artificial para el análisis de datos normativos y la identificación de oportunidades de subvención es una tendencia en crecimiento.
 - Enfoque en la educación empresarial: las empresas buscarán activamente herramientas que no solo les proporcionen información, sino que también eduquen sobre las implicaciones y beneficios de cumplir con las normativas.
 - Globalización y diversificación: a medida que las empresas buscan oportunidades en mercados internacionales, la gestión eficiente de normativas y subvenciones a nivel global se volverá crucial. El futuro de esta plataforma será el de llegar más lejos de las fronteras españolas.

El sector de gestión normativa y de subvenciones está evolucionando hacia soluciones más eficientes y centradas en el usuario (Mazars, 2023) .La demanda de herramientas

que ayuden a las PYMEs a navegar por el complejo panorama normativo y a aprovechar oportunidades de subvención seguirá en aumento, y las soluciones tecnológicas innovadoras jugarán un papel clave en la simplificación de estos procesos.

3.2.1 Pestel

El análisis PESTEL es una herramienta esencial en la elaboración de cualquier plan de empresa, ya que permite evaluar y comprender el entorno externo en el que opera la organización (Consulting, 2024). Este análisis se centra en seis factores clave: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales. Su propósito radica en identificar y analizar las influencias y tendencias externas que pueden impactar en la empresa, tanto de manera positiva como negativa. A través del análisis PESTEL, se obtiene una visión amplia y sistemática del contexto empresarial, lo que facilita la identificación de oportunidades y amenazas, así como la formulación de estrategias para adaptarse y responder eficazmente a los cambios del entorno.

Político

- Subvenciones Gubernamentales: Políticas gubernamentales que fomenten o restrinjan el acceso a subvenciones afectarán la demanda de la aplicación. (Cartagena, 2003)
- Estabilidad Normativa: Cambios frecuentes en la legislación pueden requerir una actualización constante de la aplicación.

Económico

- Ciclo Económico: En épocas de recesión, la demanda de subvenciones puede aumentar, pero las empresas pueden tener presupuestos más ajustados para servicios de asesoramiento. (Espés, 2022)
- Financiamiento Empresarial: Disponibilidad de financiamiento para pequeñas y medianas empresas influirá en su capacidad para aprovechar las subvenciones.

Social

- Conciencia Empresarial: La percepción de la importancia de las subvenciones y cambios normativos puede variar; la aplicación debe educar y crear conciencia.
- Tendencias Empresariales: Adaptarse a las cambiantes preferencias empresariales y tecnológicas es esencial.

Tecnológico

- Innovaciones Tecnológicas: La aplicación debe mantenerse al día con avances tecnológicos para ofrecer servicios de calidad. (Soluciones Informáticas Tecón, 2024)
- Ciberseguridad: La protección de datos y la seguridad cibernética son cruciales para ganar la confianza de las empresas. (Guzmán, 2022)

Ambiental

- Sostenibilidad Empresarial: La aplicación podría beneficiarse al asesorar sobre subvenciones relacionadas con prácticas sostenibles.
- Impacto Ambiental: Evaluar y comunicar el impacto ambiental positivo de las empresas puede ser estratégico. (El poder del consumidor, 2024)

Legal

- Cumplimiento Normativo: Cambios en regulaciones legales pueden afectar la operación y relevancia de la aplicación. (Morales, 2023)
- Protección de Datos: Cumplir con las leyes de protección de datos es esencial para la confianza del usuario.

3.2.2 Porter

El modelo de las 5 fuerzas de Porter es una herramienta analítica ampliamente utilizada en la elaboración de planes de empresa, diseñada para evaluar la competitividad y el

atractivo de un sector o industria específica. Este modelo examina cinco fuerzas clave que determinan la intensidad competitiva y el nivel de rentabilidad potencial de un mercado. Dichas fuerzas incluyen el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de productos o servicios sustitutos y la amenaza de nuevos entrantes al mercado.

El propósito del análisis de las 5 fuerzas de Porter en nuestro plan de empresa es proporcionar una comprensión detallada del entorno competitivo en el que operamos, permitiéndonos identificar oportunidades y amenazas clave. A través de este análisis, podemos desarrollar estrategias efectivas para posicionarnos de manera favorable en el mercado y mitigar los riesgos potenciales.

Poder de negociación de los proveedores

Bajo: Los proveedores de tecnología y servicios relacionados tienen múltiples opciones para los compradores, pero con precios innegociables. Las tarifas de almacenamiento, publicidad o adquisición de dominios son marcadas por las compañías e inamovibles.

Poder de negociación de los compradores

Moderado: Las pequeñas y medianas empresas son el principal mercado objetivo. Si la aplicación demuestra ser única y esencial, podría tener cierto poder de negociación. Sin embargo, la facilidad de cambiar a competidores *clásicos*, como son personas físicas, podría reducir este poder.

Rivalidad entre competidores existentes

Moderado a alto: Los competidores en el mercado de asesoramiento empresarial remarcan cierta rivalidad, pero al ser la nuestra una idea novedosa, dentro de nuestro sector en línea estamos solos en el mercado. La diferenciación y la calidad del servicio se vuelven cruciales, junto con la innovación constante necesaria para destacar.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Baja: La aplicación ofrece servicios especializados y únicos, la amenaza de sustitutos directos es baja. Sin embargo, la asesoría empresarial tradicional y otros medios de obtener información sobre subvenciones podrían considerarse sustitutos.

Amenaza de nuevos competidores

Moderada: La barrera inicial puede ser moderada, ya que el conocimiento especializado y la tecnología son esenciales. Sin embargo, la creciente conciencia sobre la importancia de subvenciones y cambios normativos podría atraer a nuevos competidores. La lealtad del cliente y la marca son factores clave.

3.2.3 DAFO

En el contexto de nuestro plan de empresa, el análisis DAFO permite evaluar de manera objetiva el entorno en el que operamos, así como los recursos y capacidades con los que contamos. Esto proporciona una base sólida para la formulación de estrategias y la toma de decisiones informadas, permitiendo capitalizar nuestras fortalezas, aprovechar las oportunidades del mercado, mitigar nuestras debilidades y la anticipación a las amenazas potenciales.

Debilidades

- Dependencia Tecnológica: La aplicación depende de la tecnología y la conectividad, lo que podría ser una debilidad si hay interrupciones en el servicio.
- Conciencia del Mercado: La falta de conciencia sobre la importancia de recibir subvenciones y cambios normativos en algunas pequeñas y medianas empresas podría ser un obstáculo inicial.
- Competencia Potencial: La presencia de competidores en el mercado de asesoramiento empresarial podría dificultar la diferenciación de la aplicación.

Amenazas

- Cambios Legislativos Inesperados: Cambios inesperados en la normativa podrían afectar la eficacia de la aplicación y la necesidad percibida por parte de las empresas.
- Cuestiones de Privacidad y Seguridad: Las preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la seguridad cibernética podrían generar desconfianza entre las empresas usuarias.

Fortalezas

- Nicho Específico: La especialización en asesoramiento para subvenciones y cambios normativos puede ser una fortaleza, ya que aborda una necesidad específica de las pequeñas y medianas empresas.
- Tecnología Avanzada: El uso de tecnología avanzada, como inteligencia artificial y aprendizaje automático, podría mejorar la eficacia del asesoramiento y la detección de cambios normativos.
- Red de Colaboradores: Establecer colaboraciones con entidades gubernamentales, expertos legales y organizaciones empresariales puede fortalecer la credibilidad y el alcance de la aplicación.

Oportunidades

- Demanda Creciente: La creciente complejidad de las normativas y la disponibilidad de subvenciones pueden generar una creciente demanda de servicios de asesoramiento.
- Educación del Mercado: Oportunidad para educar y concientizar a las empresas sobre la importancia estratégica de recibir subvenciones y estar al tanto de los cambios normativos.
- Expansión Internacional: Si la aplicación es exitosa a nivel local, existe la posibilidad de expandirse a mercados internacionales que también enfrentan desafíos similares.

Figura 2

Matriz DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
Dependencia Tecnológica	Cambios Legislativos
Conciencia del Mercado	Privacidad y Seguridad
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Nicho Específico	Demanda Creciente
Tecnología Avanzada	Educación del Mercado

Fuente: elaboración propia mediante plantilla de Google Imágenes.

3.3 Identificación de empresas competidoras, sus productos o marcas

El mercado de gestión normativa y subvenciones puede tener diversos competidores, desde aplicaciones especializadas hasta servicios de consultoría. Estos competidores o no son directos, puesto que pueden trabajar ligeramente con temas que nosotros gestionamos en profundidad, o, los que sí son directos, son personas físicas que traen consigo un costo mucho mayor.

Los principales competidores son:

- Plataformas de consultoría empresarial: empresas que ofrecen servicios de consultoría empresarial integral podrían ser competidores. Estas empresas suelen abordar aspectos más amplios de la gestión empresarial, pero también pueden ofrecer servicios específicos relacionados con normativas y

subvenciones. Dos ejemplos de empresas en este sector son las firmas de consultoría Kakuma Solutions & Adioirem consulting.

- *Software* de gestión empresarial: plataformas *ERP* (*Enterprise Resource Planning*) y *CRM* (*Customer Relationship Management*) que incluyen módulos de gestión normativa y legal podrían competir en parte con la aplicación. Algunas de estas plataformas ya ofrecen funciones relacionadas con el cumplimiento normativo. Como ejemplo de este *software* está SAP ERP, el cual se considera competidor indirecto al abordar con mayor amplitud módulos (finanzas, logística, producción y recursos humanos, entre otros) y no profundizar en el dedicado a este proyecto (asegurar el cumplimiento normativo).
- Aplicaciones especializadas en cumplimiento normativo: pueden existir aplicaciones específicas centradas en áreas particulares del cumplimiento normativo, como la gestión tributaria, la seguridad en el trabajo, etc. Estas aplicaciones compiten en nichos específicos sin cubrir todas las necesidades de una compañía en cuanto a la conformidad regulatoria y adhesión a las leyes.
- Plataformas de datos y análisis empresarial: empresas que ofrecen soluciones de análisis de datos empresariales pueden competir indirectamente al proporcionar información sobre tendencias normativas y oportunidades de subvenciones a través de análisis avanzados. El ejemplo más reconocible en este punto es Tableau, plataforma la cual no otorga los datos que la comprenden, pues los han de introducir los usuarios, pero que sí los ordena para ayudar a su análisis, visualización y divulgación.
- Servicios gubernamentales y plataformas oficiales: las plataformas gubernamentales y sitios oficiales también pueden considerarse competidores en el sentido de que ofrecen la misma información, aunque de manera menos amigable y centralizada.
- *Startups* innovadoras en *legal tech*: puede haber *startups* emergentes aún no conocidas que se centran en la aplicación de tecnologías innovadoras, como

inteligencia artificial y aprendizaje automático, para abordar los desafíos normativos y legales.

- Consultorías especializadas en subvenciones: empresas especializadas en ayudar a las organizaciones a acceder a subvenciones podrían competir en este espacio, como es el caso de la consultora FI Group. Sin embargo, la aplicación se diferencia al ofrecer una solución más integral y centrada en la automatización.
- Proveedores de contenido normativo: empresas que ofrecen bases de datos y servicios de suscripción para el acceso a información normativa podrían ser competidores en términos de suministrar datos. Nuestra propuesta de valor destaca por la personalización y la facilidad de uso, lo que dista mucho de la suscripción ofrecida por proveedores como Thomson Reuters Westlaw, donde los usuarios se ven obligados a investigar en la información otorgada para encontrar algo que realmente les compete e interesa.

3.3.1 Estrategias a seguir

Definir estrategias sólidas es clave para el éxito de la aplicación en un mercado competitivo.

Las principales líneas estratégicas por seguir, diseñadas para optimizar el rendimiento de la aplicación, maximizar su alcance en el mercado y asegurar su sostenibilidad a largo plazo son:

- Enfoque en la experiencia del usuario (UX):

Se diseñará la interfaz de usuario de la aplicación de manera intuitiva y fácil de usar. La simplicidad y la claridad son esenciales para que las pequeñas y medianas empresas adopten la plataforma. Se realizarán pruebas de usabilidad para asegurar de que la experiencia del usuario es óptima.

- Personalización y relevancia:

La capacidad de personalizar las alertas y notificaciones según las necesidades específicas de cada usuario es un diferenciador clave. Una de las principales metas es que la aplicación pueda adaptarse a diferentes industrias y tamaños de empresas.

- Integración con sistemas existentes:

Se tratará de facilitar la integración de la aplicación con sistemas de gestión empresarial (ERP, CRM, etc.) que las empresas ya estén utilizando. Esto reduce la resistencia al cambio y mejora la eficiencia.

- Automatización Inteligente:

Implementaremos funciones de automatización utilizando tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y los *bots*. Esto permitirá a las empresas ahorrar tiempo en la gestión de normativas y subvenciones al automatizar procesos repetitivos.

- Educación y soporte continuo:

En un futuro, se podrían proporcionar recursos educativos, tutoriales y soporte continuo para ayudar a las empresas a comprender las implicaciones de las normativas y aprovechar al máximo las oportunidades de subvención. Un enfoque proactivo en la educación construirá la confianza de los usuarios.

- Colaboración con instituciones no gubernamentales:

Busca establecer colaboraciones con instituciones no gubernamentales relevantes para asegurar el acceso oportuno a la información de subvenciones privadas. Esto podría implicar la obtención de datos en tiempo real o incluso la participación en iniciativas para simplificar las ayudas.

- Seguridad de datos y cumplimiento normativo:

Dado que la aplicación manejará datos sensibles, un claro enfoque es el de la seguridad de la información y cumplir con las regulaciones de privacidad. La confianza de los usuarios en la seguridad de sus datos es esencial.

- Modelo de negocio transparente:

Nos aseguraremos de que el modelo de negocio sea transparente y fácil de entender. Las pequeñas y medianas empresas pueden ser cautelosas con los costos adicionales, así que comunicaremos claramente cómo la aplicación puede proporcionar un retorno de inversión positivo.

- Retroalimentación continua y mejora iterativa:

Se establecerán canales de retroalimentación directa con los usuarios y se utilizarán sus comentarios para realizar mejoras continuas en la aplicación. La capacidad de adaptarse rápidamente a las necesidades cambiantes del mercado es crucial.

3.3.2 Modelo Canvas

- Segmentos de clientes
 - Pequeñas y medianas empresas (PYMEs).
 - Empresarios y propietarios de negocios.
- Propuesta de valor
 - Asesoramiento especializado en subvenciones.
 - Alertas instantáneas sobre cambios normativos.
 - Acceso a tecnología avanzada y análisis de datos.
- Canales
 - Plataforma *web* y aplicación móvil.

- *Marketing* digital y redes sociales.
- Colaboraciones con cámaras de comercio y entidades gubernamentales.
- Relaciones con los clientes
 - Soporte en línea y centro de ayuda.
 - Boletines informativos y actualizaciones periódicas.
 - *Feedback* activo y encuestas de satisfacción.
- Fuentes de ingresos
 - Modelo de suscripción mensual o anual.
 - Tarifas por servicios de asesoramiento personalizado.
 - Colaboraciones y acuerdos estratégicos.
- Recursos clave
 - Equipo de desarrollo de *software*.
 - Expertos en normativas y subvenciones.
 - Servidores y tecnología de la información.
 - Estrategias de *marketing*.
- Actividades clave
 - Desarrollo y mantenimiento de la plataforma.
 - Investigación continua de cambios normativos.
 - Ofrecer asesoramiento personalizado.
 - Estrategias de *marketing* y publicidad.

- Alianzas clave
 - Colaboraciones con entidades gubernamentales.
 - Asociaciones con empresas de tecnología.
 - Redes con firmas legales y consultoras empresariales.

- Estructura de costos
 - Desarrollo y mantenimiento de la plataforma.
 - Sueldos del equipo y expertos.
 - Costos de *marketing* y publicidad.
 - Costos de servidores y tecnología.
 -

- Métricas clave
 - Número de empresas registradas.
 - Tasa de retención de clientes.
 - Nivel de satisfacción del cliente.
 - Ingresos generados y rentabilidad.

Figura 3

Modelo Canvas de la compañía.

 <p>Entidades gubernamentales, empresas tecnológicas, firmas legales y consultoras empresariales</p>	 <p>Desarrollo, investigación, asesoramiento y marketing</p>	 <p>Asesoramiento especializado, alertas instantáneas, tecnología avanzada y análisis de datos</p>	 <p>Soporte, boletines y <i>feedback</i></p>	 <p>Empresas pequeñas y medianas registradas, retención, satisfacción y rentabilidad</p>
 <p>Expertos en normativa, subvenciones y marketing</p>			 <p>Web, app, RRSS y colaboraciones</p>	
<p>Desarrollo de la plataforma, equipo experto, publicidad, servidores y tecnología</p> 		 <p>Suscripción mensual o anual, asesoramiento personalizado y colaboraciones</p>		

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Word.

4. **MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN**

4.1 **Decisión sobre el producto o servicio y política de marca**

4.1.1 **Presentación del servicio**

La plataforma va dirigida a la ayuda tanto de personas físicas como jurídicas, haciendo que estén informadas en todo momento de las actualizaciones del BOUE, BOE, boletines oficiales autonómicos y diputaciones autonómicas que se ajusten a sus características y así poder tener información acerca de modificaciones de normativa, de esta manera se evita que los trabajadores más ocupados o que desean estar informados siempre, lo puedan estar de manera rápida y segura y aun que la desinformación no exime de su cumplimiento, se evitan conflictos. También recibir información de subvenciones, deducciones fiscales, entre otras, y poder beneficiarse de estas,

ahorrando dinero por opciones que desconocían. Esta información, solicitada por el cliente se le ofrecerá y actualizará diariamente mediante un sistema de IA, por el cual se analizará diariamente todos los boletines oficiales y filtrará la información por los parámetros indicados para poder ofrecer los datos deseados, esto hace que la información sea completamente verídica y actual. La innovación de nuestro producto se basa en la utilización de la IA para una obtención de información inmediata y precisa necesaria para maximizar las oportunidades de tu empresa o personal.

La interfaz será intuitiva y fácil de usar para que cualquier tipo de persona, mediante una introducción básica de datos pueda obtener la información deseada, esto ayuda a que personas menos ágiles con la tecnología sean capaces de perder menos tiempo en recibir la información que necesitan y que las personas que si estén familiarizadas con la tecnología aprecien el sistema eficiente que usarán.

4.1.2 Políticas de marca

La principal política de la empresa será la de involucrar la última tecnología en nuestros procesos para poder ofrecer un servicio *online* de la máxima calidad y esto se verá reflejado en todas nuestras campañas, donde daremos una imagen de innovación y aplicación de la última tecnología.

Otro de los objetivos de la empresa será el de hacer accesible el servicio a cualquier persona sin necesidad de tener unos conocimientos específicos de la materia, por lo cual será otro de los elementos a incluir en nuestras comunicaciones.

El logo diseñado para Venture Assistant será el protagonista en todas las campañas, así aplicando el color azul al entorno tanto de la web y acciones publicitarias realizadas para que el cliente asocie el color y simbología a nuestra marca.

Figura 4:

Logotipo de la empresa



Fuente: Elaboración propia mediante canva

Otro de los objetivos para crear una imagen de marca es asociar el término Venture a nuestro servicio, una abreviación del nombre de la empresa pegadizo y fácil de pronunciar o adaptar al castellano.

El seguimiento de una política de marca única se debe a que la empresa no ofrece una gama de productos, si no un producto con una amplia función y se busca que todas estas posibilidades que muestre este servicio se asocien a la marca en conjunto.

4.2 Determinación del precio de venta y políticas de precios

4.2.1 Decisión sobre el precio de venta

En el inicio de la actividad, al tratarse de un servicio tan innovador y desconocido por los clientes, se tratará de reducir el margen de beneficio lo máximo posible y ofrecer numerosos planes de contratación con permanencia para consolidar una base de usuarios.

El factor principal por el cual se determinará el precio de nuestro servicio en el inicio de su vida útil tales, y el margen de rentabilidad previsto; sin embargo, también es relevante tomar en cuenta las características del mercado y del público objetivo, así como su sensibilidad a los precios, a fin de asegurar una penetración rápida en el mercado con

precios competitivos. Para sustentar esta decisión, más adelante, en el plan financiero se explicará como aplicando un precio de 33€ anuales por cliente se puede conseguir incluso un pequeño beneficio además de cubrir los gastos de explotación, amortización y financieros si las previsiones de captación de clientes se cumplen.

El margen bruto durante los tres primeros años de explotación será del 3,61%, 14,87% y 28,14% respectivamente. Este se haya dividiendo el beneficio bruto entre los ingresos brutos y representa la parte de los ingresos que la empresa puede mantener como beneficio. Se observa como el precio marcado para el primer año está muy ajustado para que la empresa tome beneficios el primer año.

Esta decisión se toma debido a que según el estudio realizado por la empresa de servicios profesionales A&M, en colaboración con Retail Economics (Brookes, 2022), revela que los consumidores cada vez más seguían por los precios de los productos y un 40% de los consumidores antepone el precio a la calidad del producto.

4.2.2 Política de precios

Un servicio tan innovador es necesario que salga al mercado con un bajo precio para introducirlo más fácil en él, además los clientes serán menos reacios en contratarlo, dado que no supondría un gran desembolso. También se considera adecuada esta estrategia dado que es una actividad desempeñada mayoritariamente por las gestoras y asesorías tradicionales y cambiar los hábitos de consumo de los clientes puede ser más fácil de esta forma.

Además, esta estrategia permitirá que un mayor número de personas prueben el servicio, si se desempeña una buena labor y la experiencia del usuario es satisfactoria, se obtendrán beneficios de una mayor difusión de nuestro servicio y recomendación por parte de los usuarios.

Una vez que se haya conseguido un número de clientes estable y demostrado la utilidad, calidad y sencillez de este servicio, haciéndolo imprescindible para los clientes, se incrementarán los márgenes de beneficio. Una subida paulatina del precio del servicio hasta obtener beneficios que aseguren el crecimiento de la empresa de forma paulatina

mediante la reinversión de parte de los mismos en maximizar la calidad del servicio, diversificando la oferta en el mediano plazo, identifican la política de precios a seguir. Dado que no se ha identificado un competidor directo en el país que sirva como referente para establecer el precio de referencia. Logrando el máximo beneficio, que será el objetivo respecto a la política de precios a seguir

4.3 Estrategia de precios

Para la política de precios se ha adoptado una estrategia de penetración de mercado. Dicha estrategia consistirá en introducir el servicio a un costo inicial bajo para poder facilitar su introducción en el mercado. Al tener un precio accesible, se busca reducir la oposición de los clientes potenciales, puesto que no implica un gran desembolso. Esta táctica es esencialmente buena dado que la actividad puede ser confundida por gestoras y asesorías y cambiar los hábitos de consumo de los clientes puede ser más fácil así.

La estrategia de precios otorgará varios beneficios clave. El primero de ellos, permitirá que un mayor número de personas se atrevan a probar el servicio. Si el servicio se desenvuelve de manera eficiente y la experiencia del usuario es agradable, se obtendrán beneficios adicionales a través de una mayor difusión y recomendaciones por los usuarios, el famoso boca a boca.

Una vez que se haya conseguido un número de clientes estable y se haya demostrado la calidad, sencillez y utilidad del servicio, se planteará adoptará una estrategia de ajuste de precios. Que implica una subida moderada del precio hasta alcanzar un punto de equilibrio. Este enfoque permitirá subir los márgenes de beneficio sin alterar la cartera de clientes. El objetivo final de estas políticas de precios es lograr el máximo beneficio a la vez que se mantiene la lealtad y satisfacción de los clientes. Combinando ambas estrategias, se asegura una entrada al mercado efectiva, una difusión del servicio rápida y unos ingresos a largo plazo, garantizando el crecimiento y la sostenibilidad de Venture Assistant.

4.4 Decisiones sobre distribución y comunicación

4.4.1 Canales de distribución

El canal de distribución del servicio será a través de nuestra página web, también se tratará de realizar colaboraciones comerciales con entidades financieras *online*, como bancos digitales (Open Bank, EVO Banco, ING, entre otras) para dar a conocer el servicio y realizar descuentos a los clientes de dichas entidades.

4.4.2 Comunicación e imagen

Venture Assistant trata de dar una imagen de empresa tecnológica, innovadora y sobre todo segura, dado que el cliente deberá aportar información sensible y se debe garantizar la protección de sus datos. La comunicación se proporciona principalmente por medios digitales, dado que en esos entornos se moverá el público objetivo al ser sus usuarios más jóvenes y estar acostumbrados a consumir servicios *online*. Para ello se recurre al *marketing* digital, obteniendo anuncios en plataformas como YouTube o Instagram, periódicos digitales, creadores de contenido del mundo de las finanzas y la inversión y tratando de realizar colaboraciones con los principales bancos digitales que operan en España.

También se asistirá a ferias tecnológicas como Vapexpo Spain, BeDIGITAL, Digital Enterprise Show entre otras y eventos empresariales como el World Business Forum de Madrid, Procurecon Europe, Erospace entre otras para dar a conocer las capacidades de la tecnología que se ha desarrollado para este servicio y modelo de negocio.

4.5 Presupuesto de comunicación desglosado

El presupuesto ha sido desglosado por meses para el primer año de actividad según datos extraídos de los precios de las campañas de los principales medios y plataformas

Tabla 1

Presupuesto en comunicación

TikTok	50€ / día	Google Ads	5.000€
Radio	6.000€	Influencers	1.200€
Televisión	10.000€	Tarifa modulo diario digital 29 * 45 mm	1.200€

Fuente: Elaboración propia, mediante Microsoft Word

El gasto en comunicación del primer año estará destinado principalmente a campañas en medios y plataformas digitales mediante los cuales será más fácil llegar a el público objetivo y se distribuirá de la siguiente forma:

Tabla 2

Gastos de comunicación en el año 1

	GASTOS COMUNICACIÓN AÑO1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Tiktok		500				500		500		500		500	
You Tube	2500	1500	1700		1500		2500		1500		1500	1500	
Periódicos digitales									7200		6000		
Influencers	1200			1200			1200		1200		1200		
Televisión				10000									
Radio					6000	6000							
Google ADS	5000	5000	5000	5000	5000	5000		5000		5000		5000	
Total	8700	7000	6700	16200	12500	11500	3700	5500	9900	5500	8700	7000	TOTAL
													102900

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

Iniciando una fuerte campaña de comunicación el primer semestre del año con presencia en plataformas como Google ADS, You Tube y campañas con creadores de contenido relacionados con las finanzas. También realizando una campaña más agresiva durante los meses de abril, mayo y junio para promocionar el servicio y mostrar posibles ventajas a la hora de realizar la declaración de la renta, esta campaña se realizará en televisión y radio para llegar a un mayor público, cuando se añada este servicio en años siguientes.

En el segundo semestre se mantendrá la presencia en las plataformas digitales, dejando de lado los medios de comunicación tradicionales, pero introduciéndose en la publicidad de periódicos digitales.

El gasto total ascendería a los 102.900€ el primer año, la estrategia de comunicación para los siguientes años es realizar campañas agresivas hasta una instalación estable en el mercado, en ese momento mantener un nivel de campañas para momentos puntuales del año como los meses próximos a la declaración de la renta o cierre del ejercicio empresarial y para mantener la imagen de marca.

Todas estas acciones irán coordinadas por nuestro CMO, único integrante del equipo de márketing y ventas.

Durante el segundo y tercer año los gastos destinados al marketing serán de 115.335,00 € y 118.168,50 € respectivamente distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 3

Gastos de comunicación en los años 2 y 3

Segundo Año		Tercer Año	
Tiktok	2.500,00 €	Tiktok	2.200,00 €
You Tube	14.135,00 €	You Tube	13.200,00 €
Periódicos digitale	14.500,00 €	Periódicos digitale	14.500,00 €
Influencers	6.700,00 €	Influencers	6.100,00 €
Televisión	25.000,00 €	Televisión	28.100,00 €
Radio	12.000,00 €	Radio	13.068,00 €
Google ADS	40.500,00 €	Google ADS	41.000,00 €
Total	115.335,00 €	Total	118.168,00 €

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

4.6 Política de ventas

Con el fin de brindar un servicio de excelencia, eficaz y con calidad a todos los clientes, se indican a continuación las políticas de ventas para el servicio comercializado, aunque en la modalidad de negocio que se ha diseñado, el equipo de ventas no es un pilar fundamental, dado que no hay una captación directa de clientes, los clientes vienen.

Para darse de alta en el servicio, los clientes únicamente deberán darse de alta en la web e iniciar el proceso de registro y pago, en el cual deberá indicar las características de su negocio, notificaciones que desea recibir, periodicidad de las alertas, configuración de su espacio web y por último la forma de pago deseada y cobro.

4.6.1 Ofertas y promociones

A lo largo de la vida del producto se llevarán a cabo diversas campañas de ofertas o promociones, como la reducción de precio del servicio condicionado a una permanencia, rebajas en el precio si son contratados a través de algún canal de distribución en concreto u oferta para la compra de varias licencias de uso.

Esta serie de promociones se realizarán en función de las necesidades del negocio y dependiendo del punto en el que se encuentre la vida del producto, tendiendo a realizar más ofertas en los primeros años para introducirse en el mercado. Las ofertas y

promociones serán notificadas por medio de un correo masivo, también serán consultables a través de a través de la web.

4.6.2 Pagos

Los términos de pago serán pre-pago de forma general, esto podría modificarse con la aplicación de ofertas, pudiendo plantear un pago fraccionado mensual. Los cobros se realizarán a través de tarjeta de crédito visa y MasterCard, domiciliación bancaria o correos cash.

4.7 Previsiones de ventas

Estas son las estimaciones sobre la previsión de ventas para el primer año:

Tabla 4

Previsión de ventas en el primer año

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
NºCientes	500	800	1248	1772	2481	3300	4125	4950	5890	6891	7925	9035
Índice de crecimiento		60%	56%	42%	40%	33%	25%	20%	19%	17%	15%	14%

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

El inicio del año se espera un fuerte crecimiento gracias a las campañas de comunicación y la incursión en el mercado de un servicio novedoso, este crecimiento se mantendrá hasta los últimos meses del año, en los cuales el nivel de crecimiento desacelerará y se mantendrá constante, el índice de crecimiento actualmente en el sector de la consultoría se encuentra en el 7% anual, esperamos que el efecto de novedad de nuestro servicio pueda desvanecerse tras el quinto año de vida del producto, momento en el cual el crecimiento será más sostenido, pero hasta entonces es factible tener un crecimiento en ventas en torno al triple que el resto del sector.

Aplicando un precio de 33€ anuales a cada cliente, el ingreso por ventas el primer año se estima en 298.155€ para el primer año dado que se facturan en el momento de la contratación.

La estimación realizada en la facturación que realizará la empresa durante el segundo y tercer año de vida del proyecto es de 324.988,95 € y 389.986,74 € respectivamente. El primer año se estima un crecimiento del 9% respecto al año anterior, un porcentaje de crecimiento más cercano a la media del sector. Para el tercer año el crecimiento será del 20%, impulsado por varios factores, como el ligero incremento de los precios y la contratación de un empleado más para poder abarcar el aumento de altas de clientes y seguir gestionando eficientemente el servicio.

Las estimaciones indicadas se tratan de un escenario neutro, en caso de estimar de una forma optimista el volumen de ventas podríamos aumentar las cifras anteriormente dadas en torno a un 7% aún que es poco probable, en caso de tomar una postura pesimista, los resultados dados podrían verse reducidos en un 4%, la diferencia es menor al escenario pesimista dado que los datos plasmados en el escenario neutro son bastante conservadores y no contemplamos un escenario en el cual los resultados sean mucho peores.

4.7.1 Mercado potencial

Para el mercado potencial, la forma de calcular el potencial volumen de facturación de la empresa será utilizando las herramientas de análisis de mercado TAM (Total Addressable Market), SAM (Serviceable Addressable Market) y SOM (Serviceable Obtainable Market). El TAM significa la cantidad total de empresas o personas que podrían estar interesadas en adquirir el servicio, ofreciendo una visión amplia del mercado potencial en las que no se consideran las limitaciones prácticas. El SAM, se refiere al mercado al que se puede atender de una manera efectiva, teniendo en cuenta el tamaño, las características y los recursos de la empresa, lo cual proporciona una visión más realista del alcance posible. Finalmente, el SOM nos indica el mercado al que realmente se puede captar en la práctica, ahora si teniendo en cuenta las capacidades actuales de la empresa y sus limitaciones impuestas por la competencia,

así se proporciona una estimación de la participación de mercado que sería alcanzable en un entorno competitivo. (Plataforma PYME, 2024)

- TAM

Al ser emprendedores con un producto completamente innovador y no existir nuestro producto en el mundo, realizaremos nuestra estimación en función de los potenciales compradores y el porcentaje de ello que van a adquirir nuestro producto en los próximos años, situación común en negocios *online* y tecnológicos como es nuestro.

El TAM de nuestro negocio es la cifra total de pequeñas y medianas empresas.

El TAM mundial es 400 millones aproximadamente.

El TAM en España es de 2.921.277.

No se considerará para trabajar el mercado mundial sino solo el de España que es en el que la empresa se enfocará.

- SAM

Nuestro potencial de venta en el mercado nacional está 100% dirigido para el uso de cualquier pequeña y mediana empresa, ya sea como instrumento de ayuda para el jefe y dueño de la compañía como a los empleados de éstas.

Por lo tanto, el SAM es de 2.921.277, el mismo que el TAM en España.

- SOM

La capacidad de la compañía de abastecer la demanda de millones de empresas es plenamente real, dado que los servidores y los *bots* con los que funcionará son capaces de almacenar y trabajar con millones de datos.

Ahora bien, la publicidad que se estima utilizar sumado a ser una empresa nueva con un producto desconocido hará que un 0,33% de esos casi 3 millones de empresas se interesen por nosotros.

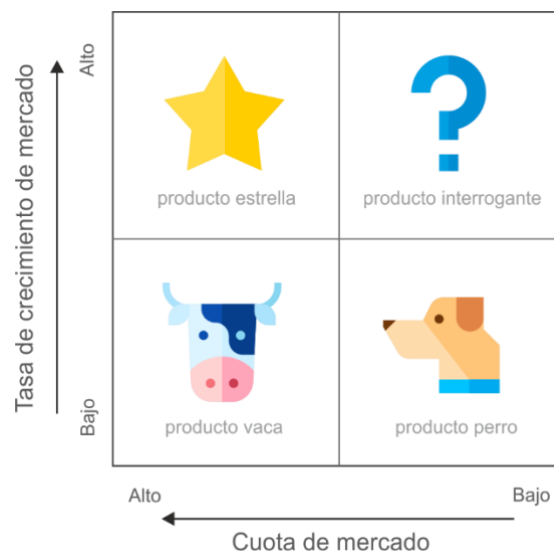
Por esto, el SOM es de ~9.640 de empresas pequeñas y medianas el primer año con un precio medio de 20€/año, dada nuestra capacidad para invertir en publicidad y unido a las ventas posibles.

4.8 Matriz BCG

La matriz BCG permite analizar qué productos son los más rentables para una compañía y definir así la estrategia de *marketing* más adecuada para cumplir un objetivo.

Figura 5

Matriz BCG



Fuente: Recuperado de (Espinosa, 2023)

La cuota de mercado que se espera para nuestro único producto que se lanzará durante los 3 primeros años de vida del proyecto es alta, dado que es un servicio próximo al de consultoría del que podría beneficiarse cualquier persona tanto física como jurídica y pymes, pudiendo aportar datos muy ventajosos para cualquier tipo de gestión, sin importar género, edad, procedencia, actividad, capacidad adquisitiva, tamaño de la empresa, entre otras cosas. Como se indica anteriormente en el modelo SAM, a medio plazo la empresa podría ser capaz de suministrar este servicio al 100% de PYMES de

España, por lo cual las expectativas son altas respecto a la capacidad de abarcar un volumen de trabajo tan alto.

Es decir que la población objetivo es muy amplia, aunque inicialmente se esté limitado a introducirse en el mercado al tratarse de un servicio de consultoría innovador y exclusivamente online, esto puede generar dudas en la cuota de mercado que podamos alcanzar, aún que cada vez este tipo de servicios están más presentes en el mercado.

Según el INE (Instituto nacional de estadística) (Estadística, 2021) y un estudio del CincoDías (CincoDías, 2022), el crecimiento del volumen de negocio de las empresas tecnológicas aumentó en un 3,35% en 2021 respecto al año anterior, además las empresas que realizaron I+D crecieron un 7,7%, tomando de referencia estos datos y mediante nuestras campañas de comunicación y una buena experiencia de cliente podemos pronosticar que se consiga una alta cuota de mercado.

Respecto a la tasa de crecimiento de mercado se tiene una expectativa muy alta, ya que al tratarse de un producto innovador y que no hay nada similar en el mercado nos permitirá alcanzar un alto nivel de crecimiento.

Como conclusión se puede determinar que el servicio de consultoría para personas físicas y jurídicas y pymes podría catalogarse como un producto estrella al tener un elevado crecimiento y una alta participación en el mercado, puede que se genere algo de incertidumbre en la cuota de mercado que podamos alcanzar, lo cual lo convertiría en un producto interrogante, pero con la campaña de comunicación planteada prevemos una alta cuota de mercado.

4.9 Ciclo de vida del producto

Dada la novedad de nuestro producto, estimamos que la fase de introducción en el mercado sea más duradera de lo normal, estimamos que pueda llegar a ser de unos 5 años, en esta etapa mantendremos una estrategia de precios bajos, pero ofreciendo un producto de máxima calidad a nuestros clientes. Una vez superada esa barrera

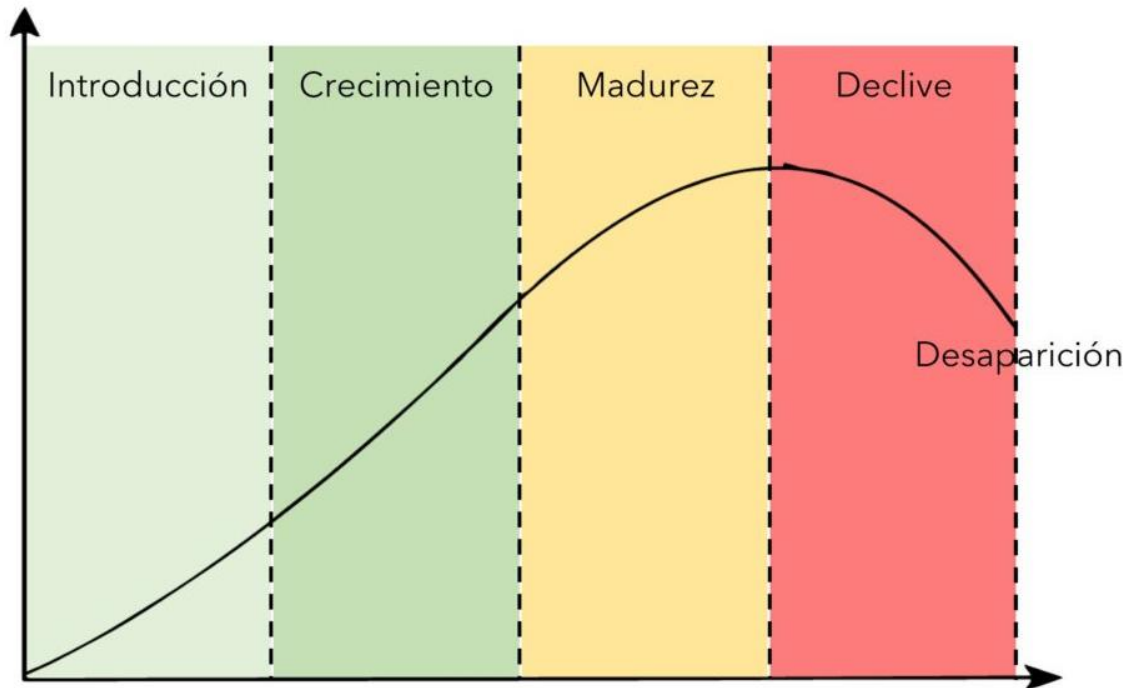
iniciaremos la fase de crecimiento en la cual deberemos de estar alerta a la aparición de nuevos competidores y mantener nuestra inversión en la innovación del producto para seguir generando valor, la estrategia en precios se mantendrá, pero aumentaremos el margen de beneficios, que esperamos que no impacte mucho en el precio gracias a las economías de escala adquirida en la etapa anterior y el aprendizaje de procesos lo que abaratará el coste.

Una vez llegada a la etapa de madurez y se estabilice el crecimiento será importante la innovación y la creación de nuevos servicios útiles para los clientes para así tratar de mantenernos en esta fase y luchar contra la competencia.

En el momento que no sepamos hacer frente a la competencia, quede obsoleto nuestro producto, los clientes pierdan el interés o se dañe nuestra imagen de marca entraremos en la fase de declive y es lo que deberemos de evitar a toda costa, para evitar esta situación la innovación y la evolución del producto será clave para alargar el ciclo de vida.

Figura 6

Ciclo de Vidal del producto



Fuente: Recuperado del artículo (Wardem Agency, 2023)

5. PLAN DE OPERACIONES

5.1 Instalaciones, medios y equipos

A continuación, se exponen los motivos que han sido claves para escoger un espacio de coworking donde realizar todas las tareas pertinentes de los socios. De este espacio obtenemos salas de reuniones, equipadas con todas las necesidades de internet 5G, para tener una conexión rápida y fluida. Zonas de comida para poder realizar las pausas de alimentación e hidratación y zonas de descansos con muebles confortables y cafeterías donde desconectar.

También ajeno al espacio de alquiler se proporcionarán los ordenadores de empresa y todo el sistema necesario adicional como cargadores, correos electrónicos de empresa

y monitores de asistencia auxiliar para trabajar con dos pantallas, estos ordenadores HP cuentan con el sistema operativo de Windows más actualizado y un procesador Intel Core I7, para navegar y desplegar todas las funciones de la *web* y *app* sin problemas. Todo ello para el correcto funcionamiento de la parte más importante como es la página *web* y aplicación, que constituyen los medios fundamentales de la empresa.

De forma adicional también se otorgarán a los empleados instrumentos básicos que acomoden sus necesidades dentro del trabajo como calculadoras científicas, modelo fx-82SPX Iberia e instrumentos de papelería como bolígrafos y cuadernos.

5.1.1 Aplicación vs Página *Web*

En un entorno tecnológico que se mantiene en constante evolución, la elección entre el lanzamiento de una plataforma *web* o aplicaciones móviles para este proyecto requiere un análisis detallado sobre las tendencias del mercado y las preferencias de los usuarios.

Para respaldar la decisión, se ha recurrido a una variedad de estudios e informes de fuentes confiables de la industria tecnológica y de investigación de mercado sobre el uso de los móviles, aplicaciones y páginas *webs*, que son mencionados en los párrafos siguientes.

El análisis del entorno digital actual revela un aumento en la dependencia de los dispositivos móviles en el acceso a Internet y el consumo de contenido digital. Según un informe reciente de Statista (Statista, "*Mobile Share of Web Traffic Worldwide*", 2023), más del 50% del tráfico *web* global proviene del uso de dispositivos móviles, lo que subraya la importancia cada vez mayor de los *smartphones* y *tablets* en la práctica en línea de los usuarios.

Este aumento en el uso de dispositivos móviles y *tablets* se atribuye en parte a la accesibilidad y portabilidad que ofrecen, así como a la mejora continua de la tecnología móvil y la conectividad. (PuroMarketing, 2012)

A pesar de este crecimiento del uso de dispositivos móviles, las plataformas *webs* siguen siendo un canal indispensable para muchas actividades en línea. Según un estudio de eMarketer, aproximadamente el 70% de los usuarios prefieren acceder a través de un

navegador *web* en lugar de una aplicación móvil para realizar actividades como las búsquedas de información, lectura de noticias y la realización de compras en línea (eMarketer, "*US Time Spent with Media 2023*", 2023).

Este descubrimiento resalta la importancia continua de las plataformas *web* como punto de entrada principal para la interacción en línea, especialmente para todas las actividades que requieren una navegación extensa y una experiencia de usuario más completa y compleja.

En términos de distribución de los dispositivos móviles y sistemas operativos, un informe de IDC señala que el sistema operativo Android sigue siendo el más utilizado a nivel mundial, con una cuota de mercado del 85% (IDC, "*Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker*", 2023).

Por otro lado, iOS de Apple representa aproximadamente el 14% de la cuota de mercado mundial de dispositivos móviles. Además, un estudio de Consumer Intelligence Research Partners (CIRP, 2023) muestra que, en los Estados Unidos, el 50% de los *smartphones* vendidos son modelos de iPhone (CIRP, "*Mobile Operating System Market Share*", 2023) lo mismo pasa en menor porcentaje en distintos países europeos como España, sobre todo en móviles de altos cargos directivos relacionados con el sector empresarial.

Estos datos ilustran la diversidad del mercado de los dispositivos móviles y la importancia de considerar tanto Android como iOS al desarrollar aplicaciones móviles.

Estos estudios defienden la necesidad de considerar tanto una plataforma *web* como aplicaciones móviles para este proyecto. Mientras que los dispositivos móviles siguen siendo una parte exhaustiva de la experiencia en línea, las plataformas *web* continúan siendo un canal vital para muchas actividades, en especial las referidas al campo empresarial donde la mayoría de las empresas trabajan con plataformas en línea y la distribución de dispositivos móviles y sistemas operativos muestra la diversidad que debe tenerse en cuenta al tomar decisiones estratégicas de desarrollo y distribución de nuestro producto. Esta decisión se fundamenta en varias razones:

Acceso Universal y Flexibilidad: Reconocemos la importancia del acceso universal y la flexibilidad en la experiencia del usuario tanto en la oficina como fuera de ella. Al ofrecer tanto aplicaciones móviles como plataformas *web*, aseguramos que nuestros usuarios puedan acceder a nuestro servicio desde una variedad de dispositivos, incluyendo *smartphones*, *tablets* de forma rápida y sencilla cuando tienen que hacer una gestión rápida fuera de la oficina y computadoras de escritorio para los casos que requieran de más tiempo y un análisis exhaustivo en el lugar de trabajo para tratar una noticia compleja. Esto maximiza la accesibilidad y la conveniencia para los clientes, independientemente del dispositivo que prefieran utilizar.

Diversidad de Preferencias del Usuario: Los estudios y análisis de la industria destacan la firmeza de las plataformas *web* como una opción preferida para ciertas actividades en línea para las amepresas, mientras que el crecimiento del uso de los dispositivos móviles refleja la importancia cada vez mayor de las aplicaciones móviles para consultas rápidas. Al ofrecer ambas opciones, respondemos a la variedad de preferencias de los usuarios y brindando una experiencia más confortable a sus necesidades individuales.

Maximización del Alcance y la Exposición: Reconocemos la diversidad del mercado de dispositivos móviles y sistemas operativos en Android y iOS como los dos principales sistemas operativos. Al desarrollar la aplicación de móviles para os sistemas todas las personas ya sean autónomas, con móviles particulares o móvil de empresa pueden hacer uso del servicio.

En resumen, al utilizar tanto aplicaciones móviles como las plataformas *web*, adoptamos una estrategia que maximiza la accesibilidad, responde a las desiguales preferencias de los usuarios y maximiza el alcance en el mercado actual.

5.2 Proceso de fabricación u operaciones

Dado que nuestros conocimientos técnicos como socios se limitan al uso habitual de las tecnologías actuales y a algunos programas informáticos específicos para contabilidad u otros temas financieros, hemos decidido recurrir a un especialista, un técnico informático para ayudarnos en el desarrollo de la aplicación y de la página *web*. De esta manera, no solo conoceremos los pasos necesarios para su creación y los costos asociados, detallados en el siguiente apartado, sino que también tendremos la

oportunidad de extender nuestros conocimientos informáticos mediante el desarrollo de este proyecto.

Cabe destacar que toda la información presentada en este apartado es una transcripción de los detalles proporcionados por Kevin de la Coba Malan, creador de la aplicación de alquiler Rent-O

Para el desarrollo de la página *web* y de la aplicación, se requiere un equipo informático estándar, sin importar en exceso las especificaciones técnicas del dispositivo. La elección del equipo no afecta en gran medida al proceso de desarrollo, ya que la programación se realiza principalmente a nivel de *software* utilizando herramientas específicas.

Para el desarrollo de la aplicación móvil, se utiliza el lenguaje de programación Python en conjunto con el entorno de desarrollo integrado (IDE) Xcode, proporcionado por la marca Apple. Xcode es una herramienta fundamental que ofrece un conjunto completo de características para la escritura, depuración y publicación de aplicaciones iOS en la App Store. Su utilización se necesita no solo por su capacidad para garantizar la compatibilidad y el cumplimiento de los estándares del sistema iOS, sino también por sus herramientas avanzadas que facilitan el desarrollo de aplicaciones móviles de alto rendimiento y de calidad. (Python España, s.f.)

En lo que respecta a la plataforma *web*, se recurre a tecnologías estándar como, CSS3, HTML5 y JavaScript, acompañadas de frameworks y de bibliotecas adicionales según las necesidades específicas del proyecto. El desarrollo de una plataforma *web* completa y que sea funcional implica la implementación de una arquitectura de tres capas, con una presentación de interfaz de usuario dinámica y adaptable, una capa de lógica de negocio robusta y que sea escalable, y una capa de acceso a datos eficiente y segura como los documentos y plataformas oficiales que habéis mencionado.

En la parte del diseño de interfaces de usuario, se emplean metodologías y herramientas como el diseño responsivo y la creación de prototipos interactivos mediante frameworks como Bootstrap o Foundation. La implementación de la lógica de negocio se realiza utilizando patrones de diseño como MVC (Modelo-Vista-Controlador) o MVVM (Modelo-Vista-Modelo-Vista-Modelo), garantizando así la modularidad y la reutilización del

código. La gestión de las bases de datos se lleva a cabo utilizando sistemas de gestión de bases de datos relacionales (RDBMS) o bases de datos NoSQL, según las necesidades de almacenamiento y consulta de datos del proyecto.

Además, se utilizan técnicas de optimización del rendimiento *web*, como la minimización de archivos CSS y JavaScript, uso de técnicas de almacenamiento en caché y la implementación de técnicas de carga diferida para poder mejorar la velocidad de carga y la experiencia del usuario.

El desarrollo tanto de la aplicación móvil como de la plataforma *web* implica la necesidad de un conjunto amplio de tecnologías, herramientas y técnicas avanzadas, con el objetivo de garantizar la entrega una aplicación y *web* de alta calidad y rendimiento que cumplan con los requisitos y expectativas.

Entonces podemos estructurar el proceso de desarrollo de la aplicación y la plataforma *web* en varias etapas, que pueden incluir:

- **Análisis de Requisitos:** Comprender los requisitos y definir los objetivos y funcionalidades claves de la aplicación y la plataforma *web*.
- **Diseño de la Arquitectura:** Definir la arquitectura y la estructura de la aplicación y la plataforma *web*, incluyendo la organización de los componentes, la interacción con los usuarios y la gestión de datos.
- **Implementación del Código:** Escribir el código fuente de la aplicación y la plataforma *web* utilizando un lenguaje de programación y herramientas seleccionadas, asegurando la calidad, la modularidad y la escalabilidad del código. En este caso el informático contactado utilizaría Python lo que se vería algo así:

Figura 7

Ejemplo de líneas de código de una aplicación

```

504     if not hasattr(self, '_headers_buffer'):
505         self._headers_buffer = []
506     self._headers_buffer.append((" %s %s\r\n" %
507                                 (self.protocol_version, code, message)).encode(
508                                     'latin-1', 'strict'))
509
510     def send_header(self, keyword, value):
511         """Send a MIME header to the headers buffer."""
512         if self.request_version != 'HTTP/0.9':
513             if not hasattr(self, '_headers_buffer'):
514                 self._headers_buffer = []
515             self._headers_buffer.append(
516                 ("%s: %s\r\n" % (keyword, value)).encode('latin-1', 'strict'))
517
518             if keyword.lower() == 'connection':
519                 if value.lower() == 'close':
520                     self.close_connection = True
521                 elif value.lower() == 'keep-alive':
522                     self.close_connection = False
523

```

Fuente: Recuperado de (Python España, s.f.)

- Pruebas y Depuración: Realizar muchas pruebas exhaustivas para garantizar el correcto funcionamiento y la estabilidad de la aplicación y de la plataforma *web*, identificando y corrigiendo errores o fallos. Para ello requerimos de un ordenador propio para realizar todas esas pruebas y borradores que lleguen de parte del informático
- Despliegue y Publicación: Desplegar la aplicación y plataforma *web* en servidores de producción y publicar la aplicación tanto en la App Store y/o Google Play Store, siguiendo los procedimientos y protocolos establecidos por Apple y Google.

En cuanto a la viabilidad del desarrollo, es importante tener en cuenta varios factores, incluyendo el alcance y la complejidad del proyecto, los recursos disponibles, y el presupuesto con el que vamos a contar. Ya que el costo del desarrollo de una plataforma *web* varía significativamente dependiendo de la escala y las características específicas del proyecto, mientras que el costo del desarrollo de una aplicación móvil dependerá también de factores como son la plataforma objetivo (iOS, Android, o ambas) y las funcionalidades requeridas.

En resumen, el desarrollo de la aplicación y la plataforma *web* implica un proceso técnico y meticuloso que requiere experiencia y conocimientos exhaustivos en programación y desarrollo de *software*, así como la utilización de herramientas y tecnologías específicas para cada plataforma.

5.3 Aprovechamiento

En el modelo del sector tecnológico donde se desarrolla la idea, el concepto de aprovisionamiento tiene una connotación diferente en comparación con sectores más tradicionales que implican la adquisición de materias primas físicas para la fabricación de productos. En este caso, el aprovisionamiento tiene referencia a la recolección y gestión de información que desempeña un papel importante en el proceso de entrega de servicios a nuestros clientes.

La información que se recopila y gestiona tiene una intervención directa y relevancia significativa en cómo llega al cliente correspondiente para su actividad empresarial. Desde actualizaciones legislativas hasta cambios en las regulaciones fiscales, pasando por oportunidades de subvenciones y deducciones, cada uno de los datos recopilados y entregados a los usuarios tiene el potencial de influir en sus decisiones comerciales y en una gestión eficaz de sus operaciones.

Por lo tanto, es de suma importancia que toda la información integrada en la plataforma de servicio sea oficial, segura y verídica. Esta garantía de autenticidad y fiabilidad asegura a todos los clientes que los cambios y actualizaciones presentados a través de la aplicación tienen una base sólida y están respaldados por fuentes confiables.

Es decir, todo el proceso de aprovisionamiento se centra en la obtención y gestión de información precisa y actualizada, garantizando así que los clientes puedan confiar plenamente en la información que reciben a través de la plataforma para tomar decisiones informadas y estratégicas durante su actividad empresarial.

Para asegurar que se cumplan todas estas características, el *bot* tomará los datos de organismos públicos, principalmente de los siguientes:

- Diario Oficial de la Unión Europea.
- Boletín Oficial del Estado.
- Diarios y boletines de las comunidades autónomas y ciudades autónomas.

- Boletines provinciales de las comunidades no uniprovinciales.

Por ejemplo, a una empresa de un pueblo de Guadalajara le pueden llegar tanto avisos de Guadalajara (provincia) como de Castilla-La Mancha (comunidad autónoma).

Como fuentes extra, el usuario podrá recoger también datos a su convenir de otras páginas como pueden ser:

- Cámaras de comercio (Madrid, Barcelona, etc).
- Organizaciones empresariales.
- Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).
- Ministerio de Industria y Turismo (nivel estatal), la Consejería de Industria (nivel de comunidad autónoma) y la concejalía/Departamento de Industria (nivel municipal).
- Ordenanzas de ciertos ayuntamientos en específico.

Todas estas fuentes extra son informativas y/o redundantes, puesto que todo lo que se publica en estas páginas también se publica en las cuatro principales anteriormente expuestas. Por ejemplo, las ordenanzas de los ayuntamientos van dentro del boletín de la provincia (aunque, por gran importancia, hay excepciones de algunas ordenanzas que se publican en el BOE o en el DOUE).

Se les dará a los usuarios de esta forma la posibilidad de llegar a un destino mediante dos caminos diferentes, puesto que las alertas siempre irán acompañadas de un enlace directo a la fuente y al texto de relevancia.

5.4 Calculo de costes de producción

En esta sección se detallan todos los costos asociados al desarrollo tanto de la página *web* como de la aplicación para móviles. Además, se incluyen los gastos correspondientes al proceso de publicación de la aplicación y la página *web* en Internet y en sus respectivas plataformas. Asimismo, se proporciona una estimación del coste

total del proyecto, basada en la información proporcionada por el informático involucrado en el desarrollo.

Primeramente, vamos a explicar cuáles son los costos fijos y variables, sin contar la mano de obra, únicamente teniendo en cuenta utilización de programas informáticos, precio de subir una aplicación o mantener un servidor activo

- Coste por pago:

No hay costos asociados directamente con los pagos, ya que no se realizan transacciones monetarias en la plataforma. Sin embargo, si se implementan opciones de pago en el futuro, es importante considerar las tarifas de procesamiento de pagos ofrecidas por proveedores como Stripe y PayPal. Por ejemplo, para una transacción de 10€, las tarifas de Stripe; 0,25€ + 1,5% – 2,9% del pago, podrían estar entre 0,40€ y 0,54€ si se hace un pago 10€, mientras que las de PayPal; 0,35€ + 1,2% - 2,9% del pago, podrían oscilar entre 0.47€ y 0.64€ en un pago de 10€, dependiendo del banco de la tarjeta del cliente y la tarifa aplicada. Coste Variable

- Coste por base de datos:

Aunque no se cobra directamente por el uso de la base de datos, es importante considerar los posibles costos en función de la cantidad de lecturas y escrituras que realices. Por ejemplo, un mes estándar implica 20 céntimos por 1.000.000 de lecturas y 1€ por cada 1.000.000 de escrituras, esto indica un bajo impacto financiero en este aspecto. Coste Variable

- Coste por contenedor de archivos:

Similar al caso de la base de datos, aunque Firebase no cobra directamente, es importante considerar los costos en función del uso de transferencia y almacenamiento de datos (0,12€ por cada GB transferido). Por ejemplo, teniendo en cuenta que contamos con 9 documentos de los que obtenemos la información, que descargar un boletín oficial del estado ocupa 500 kb de almacenamiento y que se publican todos los días menos los domingos podemos calcular aproximadamente

$[(365 \text{ días} - 52 \text{ domingos}) * 9 \text{ documentos}] / 2$ (cada documento es media GB) =

1408,5 GB * 0,12€ = 169,02. Coste Variable

- Coste servidor:

El costo mensual del servidor es de 7€, un costo fijo por mantener la plataforma en línea y accesible para los usuarios. Coste Fijo

- Coste dominio *web*:

El costo anual del dominio *web* varía, dependiendo del proveedor y las características adicionales escogidas. Esto es un costo estándar y esencial para asegurar la presencia en línea de tu plataforma. En este caso utilizando la página *web* Hostinger.es sabemos que el gasto por utilizar el nombre de nuestra empresa con un dominio de primer nivel (TLD), que son extensiones más conocidas y por tanto con mayor credibilidad y fácil de recordar, es de 9,99 € al año y de 14,99 para renovarlo. (Hostinger, s.f.). Coste Fijo

- Coste dominio correos:

El costo mensual de correos por el dominio es de 6€, lo que cubre los gastos asociados con el uso de direcciones de correo electrónico personalizadas para la empresa. Este costo es justificado y proporciona una comunicación profesional con los usuarios y clientes. Coste Fijo

- Coste de desarrollo:

Dinero que recibirá el técnico por desarrollar y lanzar tanto la aplicación como la página *web*, este coste asciende a 115000€ fraccionado en 5 pagos, 1 por año, según acuerdo con él. Coste Fijo

Tabla 5

Coste de producción

Coste de producción	mes (estándar)	anual	
Coste por base de datos	1,20 €	14,40 €	
Coste por contenedor de archivos		169,02 €	
Coste servidor	7,00 €	84,00 €	
Coste dominio <i>web</i>		9,99 €	
Coste dominio correos	6,00 €	72,00 €	
Coste por desarrollo		115.000,00 €	
		115.349,41 €	total

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en los costes asociados al programa.

5.4.1 Umbral de rentabilidad

Para saber que cantidad se debe vender para hacer frente a los costes de producción se ha calculado el umbral de rentabilidad, incluyendo el precio de venta del producto y distinguiendo entre los costes fijos y variables.

Costes Fijos: coste por desarrollo, coste de dominio web, coste dominio correos y coste servidor.

Costes Variables: coste por contenedor de archivos y coste por base de datos.

Tabla 6

Umbral de rentabilidad

Umbral de Rentabilidad	
CF/P-CVu	3635,29
CF	115 165,99
Cvu	1,32
P	33

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en los costes asociados al programa

Una vez calculado, es necesario vender 3635,29 suscripciones a el producto para poder compensar los costes iniciales de producción.

5.5 Control de calidad y certificaciones

Estos costos incluyen el mantenimiento de la plataforma y aplicación para actualizaciones, ciberseguridad y temas relacionados, así como los costes asociados con una guía legal estricta y responsable para garantizar la conformidad con las regulaciones y leyes, y asegurar la transparencia del proyecto.

De esta forma no solo aseguramos los estándares de calidad, sino que se brinda seguridad para los clientes con sus datos, para ello requerimos de ciertos certificados como:

ISO 27001: Esta certificación se está enfocada en la gestión de la seguridad de la información, asegurando que tanto los sistemas y procesos de la plataforma y aplicación cumplen con estándares internacionales de seguridad.

ISO 9001: se centra en la gestión de la calidad, garantizando así que la empresa sigue procesos estandarizados y eficientes en todas las áreas de operación, incluyendo el mantenimiento y desarrollo de la plataforma y la aplicación.

GDPR (General Data Protection Regulation): Aunque esta no es una certificación en sí misma, el cumplimiento con las regulaciones de privacidad de la UE, como el GDPR, es crucial para poder garantizar la protección de los datos a todos nuestros usuarios. Obtener una evaluación de cumplimiento con GDPR podría ser fundamental para demostrar nuestro compromiso con la privacidad de los datos de los clientes.

Estas certificaciones conllevan unos costes asociados que se ven incluidos con el gasto de la auditoria y su evolución.

- Costos de mantenimiento y actualización

Una vez que la aplicación y la plataforma estén en funcionamiento, se necesita un mantenimiento continuo de ciberseguridad y actualizaciones. Esto ayudaría en la resolución de problemas técnicos, implementación de nuevas características y actualizaciones de seguridad. El costo mensual de este servicio será de 1788,79€, correspondiente a las dos nóminas de los técnicos informáticos contratados, que se irán contratando según la expansión de la empresa y 1000€ anuales en un programa de ciberseguridad externalizado. (Cronoshare, s.f.)

Tabla 7

Costes de mantenimiento y actualización.

Costes de mantenimiento y actualización	mes	anual	
ciberseguridad y mantenimiento	3577 ,58 €	50.0086,12 €	total

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en costes asociados al programa.

- Asesoramiento de cumplimiento normativo:

Obtener asesoramiento por expertos en ámbito de cumplimiento normativo para garantizar que la aplicación y la plataforma cumplan con todas las leyes y regulaciones aplicables, como el RGPD (Reglamento General de Protección de Datos) en la Unión Europea (Protección de Datos LOPD, s.f.). Como el cumplimiento normativo puede ser un aspecto crítico de este proyecto, es esencial invertir en un asesoramiento legal

especializado. Los costos de este tipo de asesoramiento podrían estar en el rango de 2,000€ a 5,000€. Desde 1.100€ anuales utilizando el grupo Ático 34.

- Auditorías de seguridad y cumplimiento:

Realizar auditorías de seguridad y cumplimiento para verificar el cumplimiento de la aplicación y plataforma con las normativas y estándares de seguridad relevantes. Dado que este proyecto implica el manejo de datos empresariales y posiblemente información confidencial, es esencial garantizar la seguridad y el cumplimiento normativo. Los costos de una auditoría pueden variar según el alcance y la complejidad del trabajo, pero podrían estar en el rango de 5,000€ a 10,000€. Una media de 60€ la hora por un mínimo de 140 horas según Milla, Martínez y Asociados Auditores, S.L.

- Registro de marcas y patentes:

Primero; búsqueda de disponibilidad de la marca, búsqueda de antecedentes de la marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Este servicio es gratuito en la *web* de la OEPM. (Oficina Española de Patentes y Marcas, s.f.)

Segundo; Presentación de la solicitud de registro de la marca en la OEPM. La tarifa básica para presentar una solicitud de marca en una clase de productos o servicios es de aproximadamente 132€. Se aplican tarifas extras por cada clase adicional de productos o servicios.

Tercer paso; Examen de la solicitud de la marca por parte de la OEPM, no hay un costo adicional para el examen de la solicitud de marca.

Cuarto; Publicación y oposiciones de la solicitud de la marca en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BOPI) y período de oposición de terceros. La tarifa para la publicación en el BOPI es de aproximadamente 58€.

Último paso; Registro de la marca y emisión del certificado de registro por parte de la OEPM. La tarifa para el registro de la marca es de aproximadamente 178€.

- Costos de análisis y seguimientos de datos

Para monitorear y analizar el rendimiento del proyecto en general, es posible que invertir en herramientas de análisis y seguimiento de datos sea de gran ayuda. Por eso se incluye también como gasto el costo de suscripciones a plataformas de análisis *web*, herramientas de seguimiento de usuarios y servicios de análisis de datos. El caso de Google Analytics por nuestra plataforma es gratuito y utilizando plataformas más completas como Tableau podría presupuestarse en 75€ mensuales. (Tableau, s.f.)

Tabla 8

Costes legales y asesoramiento

Costes legales y asesoramiento		
Asesoramiento de cumplimiento normativo	91,67 €	1.100,00 €
Auditorías de seguridad		8.400,00 €
Registro de marcas y patentes		368,00 €
Análisis y datos	75,00 €	900,00 €
		10.768,00 € total

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en costes asociados al programa.

5.6 Fecha de puesta en marcha y programación de actividades

Dado el tiempo que llevará desarrollar y lanzar la página *web*, así como la estrategia de lanzamiento considerando el cierre del año contable, una fecha de puesta en marcha recomendada para tener una beta de la aplicación y *web* podría ser a principios del último trimestre del año fiscal en curso. Esto proporcionaría un margen de tiempo adecuado para completar el desarrollo y realizar pruebas exhaustivas antes del lanzamiento oficial.

De esta manera si el año contable de muchas empresas finaliza el 31 de diciembre, sería estratégico lanzar la página *web* a principios de enero o febrero de 2025. Esto permitiría que las empresas conozcan el servicio ofrecido antes de cerrar su año fiscal de 2025 o puedan planificar su adopción para el próximo año, teniendo en cuenta los

fallos y dificultades experimentadas durante el año ese mismo año. De esta forma también se aprovecha el año 2025 para realizar campañas de *marketing*. Todo este proceso se puede ver en el Diagrama de Gantt

Figura 8

Diagrama de Gantt



Fuente: Elaboración propia mediante ClickUp

6. LOCALIZACIÓN

6.1 Criterios de localización

Dada la naturaleza intrínsecamente digital de nuestra empresa, hemos decidido que todo el ciclo de vida de nuestro proyecto empresarial, desde el inicio operaciones hasta su funcionamiento continuado, se realice íntegramente en línea. Esta elección se fundamenta en el reconocimiento de que todas las funciones requeridas para el desarrollo de nuestra actividad pueden llevarse a cabo de forma remota, aprovechando así las ventajas del teletrabajo, una tendencia que se encuentra en constante crecimiento en el ámbito laboral actual.

Al prescindir de la necesidad de contar con un edificio u oficina física para nuestro desarrollo, estamos evitando los costos considerablemente elevados asociados con los alquileres y los suministros relacionados con el mantenimiento de tener instalaciones físicas. Esta estrategia nos permite optimizar nuestros recursos financieros y destinarlos hacia áreas prioritarias de inversión, como son el desarrollo de nuestra plataforma digital, la mejora de nuestros servicios, o la expansión de nuestro alcance en el mercado a través de técnicas de *marketing*.

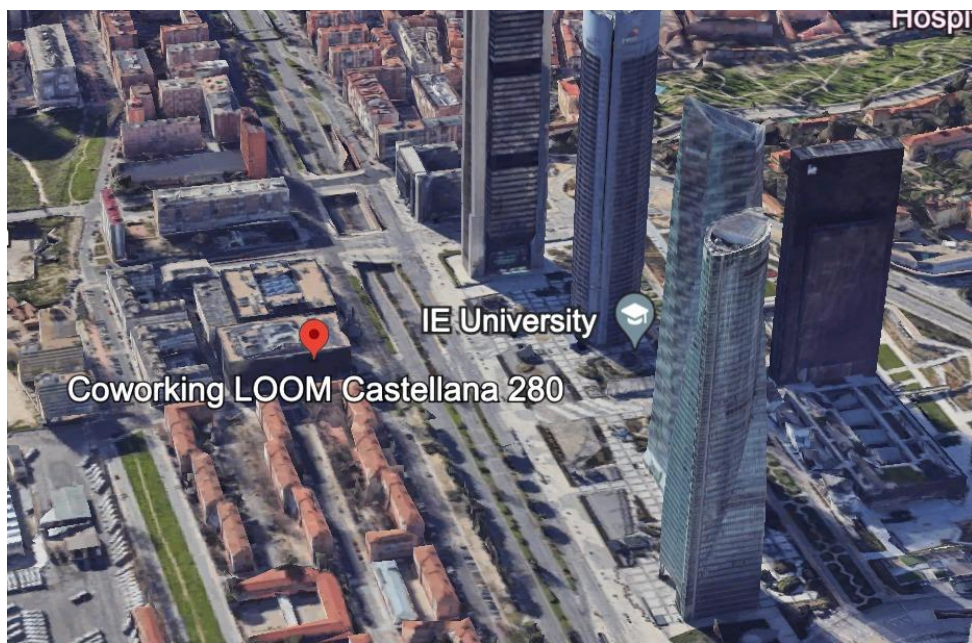
Además de los beneficios económicos, operar de manera exclusivamente telemática nos brinda una mayor flexibilidad y agilidad en nuestras operaciones y trabajadores. El grupo podrá trabajar desde cualquier ubicación con conexión a internet, lo que favorece la conciliación entre la vida personal y laboral, así como la colaboración eficiente entre los miembros del equipo, independientemente de su ubicación.

En resumen, al optar por un enfoque puramente *online*, estamos maximizando la eficiencia de nuestras operaciones, reduciendo así los costos asociados con la infraestructura física y maximizando las ventajas del teletrabajo para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de nuestro proyecto empresarial en el entorno digital contemporáneo.

La ubicación de nuestra empresa será en forma de alquiler de una sala de coworking. Este alquiler conlleva un costo de 4.000€ e incluye servicios básicos como agua, luz y conexión a internet. La sala de coworking seleccionada es Loom (Loom, 2024), reconocida por ofrecer espacios de trabajo en un entorno de alto standing y con una infraestructura innovadora.

Figura 9

Localización sala de coworking



Fuente: Elaboración propia mediante Google Earth

6.2 Instalaciones e infraestructura

Basándonos en lo mencionado en el apartado anterior, la única instalación e infraestructura que requerimos son los equipos y dispositivos informáticos que permitirán a nuestros empleados realizar sus funciones de manera óptima. Esta propuesta garantiza que puedan llevar a cabo sus tareas de manera más eficiente y con la flexibilidad de trasladar su espacio de trabajo a cualquier ubicación, manteniendo siempre un entorno profesional.

El espacio donde alojaremos nuestros servicios está completamente equipado y con habitaciones insonorizadas y preparadas para reuniones, con mesas amplias para albergar un gran número de personas y proyectores para que todos los asistentes puedan visualizar el contenido de la exposición. Además, cuenta con servicios de wifi 5G para una conexión a internet rápida, servicio de limpieza que mantiene el sitio con una buena higiene, cafetería y zonas de descanso para almorzar e interactuar con más trabajadores, así como acceso 24 horas para poder acceder en ocasiones que se necesiten reunirse forma imprevista.

Figura 10:

Espacio de coworking



Fuente: Recuperado de salas de coworking Loom (Loom,2024)

6.3 Comunicaciones e infraestructura

La elección de este espacio se basa en su ubicación estratégica en el Paseo de la Castellana 280, frente a las principales empresas del país ubicadas en las famosas Cuatro Torres de Madrid. Esta ubicación estratégica nos proporciona una ventaja competitiva al facilitar puntos de contacto con importantes figuras del mundo empresarial. Además, al estar cerca de la estación de Chamartín, una de las principales

estaciones ferroviarias de España, nos brinda la oportunidad de establecer conexiones con personas y empresas de otras comunidades de manera más rápida.

Gracias a los espacios compartidos de salas comunes también se favorece la sinergia entre empleados tanto de nuestra empresa como con demás empresas que se alojen en el espacio de coworking. De esta manera estas interacciones también pueden contener un trasfondo laboral y establecer puntos de contactos importantes para la empresa.

7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

7.1 Diseño de puestos de trabajo

Para este proyecto, se considerará la creación de varios roles especializados que contribuyan al funcionamiento eficiente de la aplicación y plataforma *web*. Los principales puestos de trabajo por implementar son:

- Desarrollador de *software*:
 - Responsable de la programación y desarrollo de la aplicación y la plataforma *web*.
 - Experiencia en lenguajes de programación relevantes, como *Python*, *JavaScript*, etc.
 - Colaboración con otros desarrolladores para mantener y mejorar continuamente la plataforma.
- Analista de datos:
 - Encargado de recopilar, analizar y visualizar datos para identificar patrones y tendencias.

- Habilidades en análisis estadístico y conocimientos de herramientas como SQL, Excel, u otras herramientas de visualización de datos.
- Experto en normativas y subvenciones:
 - Investigación constante de cambios en normativas y subvenciones gubernamentales.
 - Traducción de la información legal a términos comprensibles para los usuarios de la aplicación.
 - Colaboración con el equipo de desarrollo para implementar actualizaciones pertinentes.

Este puesto de trabajo destacará principalmente en la etapa temprana de la compañía, con el objetivo futuro de que quede obsoleto a corto plazo por el *bot* en el que se basará la aplicación y página *web*.

- Especialista en experiencia de usuario (*UX*):
 - Responsable de diseñar una interfaz de usuario intuitiva y atractiva.
 - Realización de pruebas de usuario para garantizar la usabilidad y la satisfacción del cliente.
- Soporte al cliente:
 - Atención al cliente para resolver consultas y problemas a través de una empresa externalizada en *Call Center Online*. (*Call Center Online*, s.f.)
 - Recopilación de comentarios de los usuarios para mejorar la experiencia general.
- Gerente de proyecto:
 - Coordinación y supervisión de tareas para garantizar que el proyecto se desarrolle según el cronograma.

- Comunicación efectiva entre los distintos equipos y garantía de la entrega oportuna de las actualizaciones.
- Especialista en ciberseguridad:
 - Protección de la aplicación y la plataforma *web* contra amenazas de seguridad.
 - Implementación de medidas de seguridad para salvaguardar la información sensible de los usuarios.
- Estratega de *marketing* digital:
 - Desarrollo de estrategias de *marketing* para aumentar la visibilidad y la adopción de la aplicación.
 - Creación y gestión de campañas publicitarias en línea.

Estos roles representan una combinación de habilidades técnicas y especializadas que pueden contribuir al éxito y funcionamiento eficiente del proyecto. Adaptarlos según las necesidades específicas de la empresa puede ser clave para lograr una operación fluida y brindar un servicio de calidad a los usuarios.

Se debe recordar que ciertos puestos de trabajo, aun habiendo sido diseñados por los propios fundadores de la compañía, pueden ser externalizados y no necesariamente requerir una presencia física constante en las instalaciones de la empresa. Esta externalización no solo permite una mayor flexibilidad operativa, sino también el acceso a talentos especializados sin las limitaciones geográficas tradicionales, fomentando así la eficiencia y la optimización de costos para la organización, como se desarrollará más adelante.

7.2 Organización y comunicación interna

7.2.1 División por Funciones, áreas y departamentos

- Desarrollo de producto y tecnología:

Este departamento se encarga del diseño, desarrollo y mantenimiento de la aplicación y la plataforma *web*.

Roles principales: desarrollador de *software*, analista de datos, y especialista en experiencia de Usuario (*UX*).

- Investigación y normativas:

Responsable de monitorear los cambios en normativas y subvenciones, así como de realizar investigaciones relevantes para mejorar el servicio ofrecido.

Roles principales: experto en normativas y experto en subvenciones.

- Atención al cliente:

Este departamento se dedica a brindar soporte y asistencia a los usuarios de la aplicación.

Rol principal: soporte al cliente.

- Gestión de proyectos:

Encargado de coordinar y supervisar el desarrollo de proyectos, garantizando su entrega oportuna y dentro del presupuesto.

Rol principal: gerente de proyecto.

- Seguridad de la información:

Este departamento se encarga de proteger los datos sensibles de la empresa y sus clientes, así como de garantizar la seguridad de la aplicación y la plataforma *web*.

Rol principal: especialista en ciberseguridad.

- *Marketing* y comunicaciones:

Responsable de desarrollar estrategias de *marketing* para promover la aplicación, así como de gestionar la comunicación con los clientes y la prensa.

Rol principal: estrategia de *marketing* digital.

7.2.2 Puestos de Dirección Asignados

- CEO (Director Ejecutivo):

Encargado de establecer la visión estratégica de la empresa y de tomar decisiones clave para su crecimiento y desarrollo. Es el responsable de la coordinación general de todas las áreas y departamentos.

En el caso de la empresa del proyecto, el cargo de Director Ejecutivo será compromiso de los tres socios fundadores de la entidad: Héctor Martínez López, Héctor Cob Chacón y Daniel Suárez Zamora.

- COO (Director de Operaciones):

Responsable de la gestión diaria de las operaciones de la empresa, garantizando la eficiencia y la rentabilidad. Controlará directamente los departamentos de Desarrollo de Producto y Tecnología, Atención al Cliente y Gestión de Proyectos.

Por su destreza notoria en el área, Héctor Cob Chacón y Daniel Suárez Zamora serán los responsables de este cargo.

- CIO (Director de Tecnología de la Información):

Encargado de supervisar la estrategia tecnológica de la empresa y de garantizar la seguridad y el buen funcionamiento de los sistemas de información. Supervisa directamente el departamento de Seguridad de la Información.

Prestando atención a las tareas por completar en este cargo, el currículum del informático empleado es el más adecuado para su correcta resolución, siendo este, por lo tanto, el CIO de Venture Assistant SL.

- CMO (Director de *Marketing*):

Responsable de desarrollar e implementar estrategias de marketing efectivas para promover la aplicación y aumentar su base de usuarios. Vigilará directamente el departamento de *Marketing* y Comunicaciones.

Debido a su visión empresarial y preferencias personales, este cargo es óptimo para Héctor Martínez López, siendo así el CMO de la compañía.

7.2.3 Escala de Mando

La escala de mando sigue una estructura jerárquica clara, con los directores reportando directamente al CEO. Cada departamento tiene un líder o gerente que reporta al director correspondiente.

Se fomentará una cultura de comunicación abierta y colaborativa, donde los empleados pueden comunicarse libremente con sus superiores para resolver problemas y proponer ideas.

7.2.4 Sistemas de Coordinación y Comunicación

Se utilizarán herramientas de gestión de proyectos y comunicación interna, como *Slack*, *Trello* o *Asana*, para facilitar la colaboración entre equipos y mantener a todos informados sobre el progreso de los proyectos.

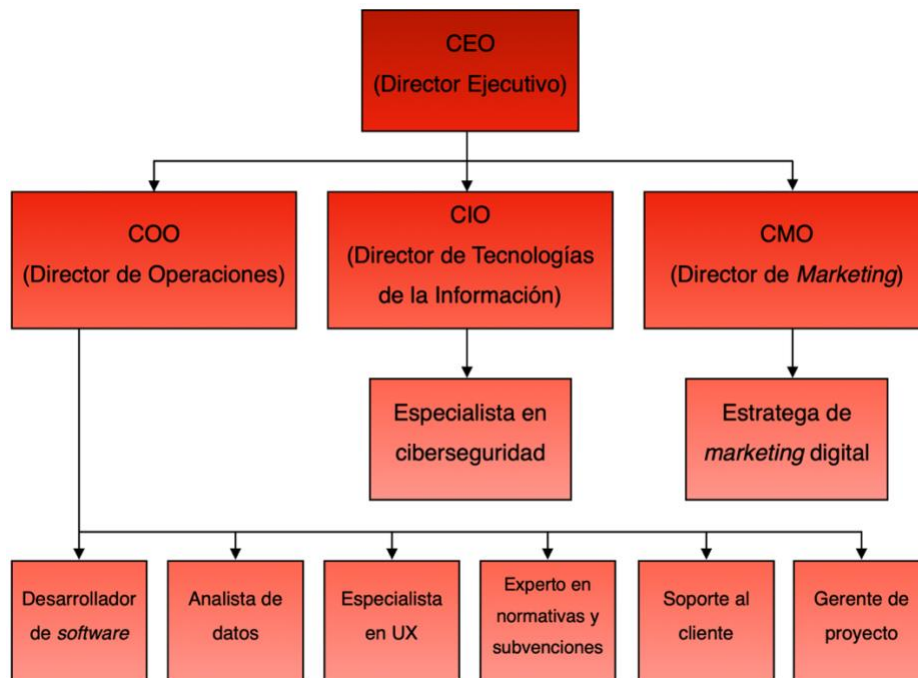
Se realizarán reuniones periódicas de equipo y actualizaciones de estado para garantizar que todos estén alineados con los objetivos de la empresa y las prioridades del proyecto.

Se impulsará la transparencia y la retroalimentación constructiva, permitiendo que los empleados compartan sus ideas y preocupaciones de manera abierta y honesta.

A continuación, se expondrá el organigrama de la empresa, presentando la estructura jerárquica y funcional que define las responsabilidades y relaciones entre los distintos departamentos y posiciones dentro de la organización. Esta representación gráfica permitirá comprender la distribución de roles y la cadena de mando, facilitando una visión clara de cómo se coordinan y gestionan las actividades empresariales:

Figura 11

Organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia mediante Apple Pages.

7.3 Selección del personal

Es esencial identificar perfiles que no solo posean habilidades técnicas sólidas, sino también la capacidad de adaptarse rápidamente a cambios normativos y entender las complejidades de la legislación empresarial. Los perfiles clave en detalle son:

- Desarrollador de *software* especializado en aplicaciones empresariales:
 - Experiencia en desarrollo de aplicaciones *web* y móviles.
 - Conocimientos sólidos en lenguajes como *Python*, *JavaScript*, y experiencia en el diseño de bases de datos, así como en el manejo de consultas SQL. También puede ser beneficioso tener conocimientos en bases de datos NoSQL.

- Deberá tener un grado universitario en informática, ingeniería informática, ciencias de la computación o equivalente. Se podrá tener en cuenta candidatos con título en un campo relacionado, como ingeniería matemática.
- Analista de datos con enfoque en legislación:
 - Experiencia en análisis de datos, preferiblemente en el contexto de cambios normativos.
 - Habilidades para interpretar y traducir información legal en datos comprensibles para los usuarios.
 - Título universitario en un campo como Derecho, Ciencias Políticas o Estudios Legales. El enfoque informático del proyecto valorará positivamente los candidatos que, además de tener uno de los grados anteriores, también posean uno en Ciencias de la Información, Estadística, Matemáticas, Ingeniería de *Software*, o un campo similar.
- Experto en legislación y subvenciones:
 - Conocimiento profundo de la legislación empresarial y las subvenciones disponibles.
 - Capacidad para mantenerse actualizado sobre cambios normativos y evaluar su impacto en las empresas.
 - Se espera que el candidato tenga al menos un título universitario en Derecho, Ciencias Políticas, Administración Pública, Estudios Jurídicos u otro campo relacionado.
- Especialista en experiencia de usuario (*UX*) para plataformas legales:
 - Experiencia en diseñar interfaces de usuario intuitivas y accesibles para personas no familiarizadas con la terminología legal.
 - Entendimiento de las necesidades del usuario en el ámbito empresarial.

- Se requerirá un grado universitario en Diseño de Interacción, Diseño de Experiencia de Usuario (*UX*), Informática, Diseño Gráfico, o campo relacionado.

7.4 Métodos de reclutamiento y selección

Se reconoce la crucial relevancia de llevar a cabo métodos de reclutamiento y selección adecuados. Estos métodos no solo facilitan la identificación de talento cualificado capaz de desarrollar y mantener el sistema, sino que también aseguran que el equipo posea las habilidades y conocimientos necesarios para entender y filtrar la vasta cantidad de datos disponibles en boletines oficiales como el BOE y BOCAM. Una correcta selección del personal permite optimizar los procesos internos, garantizar la precisión y relevancia de la información presentada, y, en última instancia, mejorar la satisfacción y eficiencia de las empresas usuarias de la aplicación.

- Publicación en plataformas especializadas:

Anuncios detallados en plataformas especializadas en tecnología y legalidad para atraer candidatos con la combinación adecuada de habilidades. Se publicarán anuncios detallados en plataformas especializadas en tecnología y legalidad, como LinkedIn e InfoJobs, con el fin de atraer candidatos que posean la combinación adecuada de habilidades técnicas y conocimiento legal necesario para el desarrollo de la aplicación.

- Redes profesionales y colaboraciones académicas:

Establecimiento de conexiones con universidades y organizaciones especializadas para atraer a candidatos calificados y recién graduados. Las ferias universitarias de empleo son un objetivo clave.

- Entrevistas técnicas y evaluaciones prácticas:

Realización de entrevistas técnicas para evaluar habilidades específicas y pruebas prácticas que simulan situaciones laborales reales.

7.5 Formas de contratación

- Contratos a tiempo completo:

Para roles clave como desarrolladores y expertos en legislación, ofrecer contratos a tiempo completo para garantizar una dedicación completa a la empresa.

Además, serán contratos de plazo fijo, no indefinidos. Al ser una empresa nueva, de esta manera se otorgará mayor flexibilidad, se podrá tratar como una prueba de ajuste que permita evaluar el desempeño y la dinámica de estos puestos de trabajo y se mitigarán riesgos financieros de obligaciones laborales a largo plazo.

- Contratación *freelance* especializada:

Para proyectos específicos, considerar la contratación de profesionales independientes con experiencia en legislación y tecnología.

- Prácticas profesionales y programas de formación:

Implementar programas de formación para perfiles prometedores, permitiendo una transición más suave hacia roles especializados.

Este enfoque de selección y contratación garantiza la adquisición de un equipo diverso y altamente calificado, capaz de abordar las complejidades legales y tecnológicas de la aplicación y plataforma.

7.6 Gestión de los recursos humanos

Las directrices clave en las áreas de retribución, formación, motivación y evaluación del rendimiento para este proyecto son:

- Políticas de retribución:

Se implementará un sistema de retribución competitivo y equitativo para atraer y retener talento. Se basará en el análisis del mercado laboral y la contribución individual al éxito

de la empresa. Además, se considerarán beneficios adicionales, como planes de seguro de salud, opciones de trabajo flexible y bonificaciones basadas en el rendimiento.

- Políticas de formación:

Se establecerán programas de formación continua para mantener al equipo actualizado sobre las últimas tendencias normativas y tecnológicas. Se fomentará la participación en cursos externos y se desarrollarán programas internos de mentoría para impulsar el crecimiento profesional.

- Políticas de motivación:

Se promoverá un entorno de trabajo positivo mediante reconocimientos, eventos de *team building* y programas de bienestar. Se creará un sistema de incentivos basado en el logro de objetivos y la contribución excepcional. Además, se facilitarán oportunidades de desarrollo personal y profesional.

- Políticas de evaluación del rendimiento:

Se llevarán a cabo evaluaciones periódicas del rendimiento, utilizando métricas específicas para cada rol. Se fomentará el diálogo entre empleados y supervisores para establecer metas y proporcionar retroalimentación constructiva. El rendimiento individual se vinculará a las oportunidades de crecimiento y recompensas.

- Costes laborales estimados:

Los costes laborales se calcularán considerando salarios, beneficios, programas de formación y los costes asociados con la implementación de políticas de bienestar y motivación. Se realizarán análisis periódicos para ajustar los costes según las necesidades y el crecimiento de la empresa.

Tabla 9

Coste mensual por la labor de los trabajadores en el año 1

Año 1											
Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.

Aux. 1	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€
Aux. 2	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€	1.354,87€
Aux. 3												
Inf. 1	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€
Inf. 2	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€
Inf. 3												
H. Martínez	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€
H. Cob	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€
D. Suárez	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€	1.788,79€

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Word basado en datos de la hoja de cálculo «Nóminas», adjunta en Anexos.

Tabla 10

Coste anual por la labor de los trabajadores en los años 1, 2 y 3

	Año 1	Año 2	Año 3
Auxiliar 1	18.968,18€	18.968,18€	18.968,18€
Auxiliar 2	18.968,18€	18.968,18€	18.968,18€
Auxiliar 3		18.968,18€	18.968,18€
Informático 1	25.043,06€	25.043,06€	25.043,06€
Informático 2	25.043,06€	25.043,06€	25.043,06€
Informático 3		25.043,06€	25.043,06€
H. Martínez	25.043,06€	25.043,06€	25.043,06€
H. Cob	25.043,06€	25.043,06€	25.043,06€
D. Suárez	25.043,06€	25.043,06€	25.043,06€

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Word basado en datos de la hoja de cálculo «Nóminas», adjunta en Anexos.

- Previsiones de crecimiento y empleo:

Se establecerán proyecciones de crecimiento anuales basadas en la expansión del servicio y la adquisición de nuevos clientes. Estas previsiones determinarán las necesidades de contratación y permitirán una planificación estratégica para la expansión del equipo.

- Sistema y estilo de dirección:

Se adoptará un estilo de dirección participativo y orientado al equipo. La toma de decisiones se realizará de manera colaborativa, fomentando la creatividad y la

innovación, mediante el uso de la herramienta Design Thinking, a fin de considerar todas las ideas que se generen de nuestros trabajadores y colaboradores y valorarlas en conjunto. La comunicación abierta será fundamental, permitiendo que los empleados contribuyan activamente a la dirección de la empresa.

Estas políticas y enfoques buscan no solo satisfacer las necesidades básicas de los empleados, sino también cultivar un ambiente que promueva la excelencia, la colaboración y la satisfacción laboral. La inversión en el desarrollo del talento se considera una piedra angular para el éxito sostenido de la empresa.

7.7 Externalización de actividades

En el contexto de la externalización de actividades para la compañía, se han establecido diversas subcontrataciones y colaboraciones estratégicas con firmas especializadas para optimizar las operaciones y ofrecer un servicio integral. Algunas de las actividades a externalizar y las ventajas asociadas que más convendrán al porvenir de la empresa son:

- Desarrollo de *software* y mantenimiento de plataforma:

Se subcontratará el desarrollo de *software* a una empresa especializada en tecnologías *web* y móviles. Esto garantiza una implementación eficiente y actualizaciones regulares para mantener la aplicación alineada con las últimas tendencias tecnológicas y cambios normativos. La encargada será ThoughtWorks.

- Gestión de infraestructura tecnológica:

Una firma de servicios de alojamiento y gestión de servidores se encarga de la infraestructura tecnológica. Esto garantiza la seguridad, escalabilidad y disponibilidad constante de la plataforma. Se trabajará con Amazon Web Services (AWS).

- Servicios de seguridad cibernética:

Se ha establecido una colaboración con una empresa especializada en seguridad cibernética para garantizar la protección continua de los datos de la empresa y de los usuarios. Esto incluye auditorías regulares y la implementación de medidas de seguridad avanzadas. La empresa contratada es Phised, con un coste anual de 1.000€.

- Colaboración con expertos en legislación:

Se externalizará la monitorización continua de cambios normativos y la interpretación de legislación a una firma legal especializada. Esto asegura la precisión y relevancia de las alertas emitidas a los usuarios.

- Externalización del soporte técnico:

Se ha establecido una colaboración con un centro de atención al cliente externo para gestionar consultas y problemas técnicos. Esto garantiza una atención rápida y eficiente a los usuarios, liberando al equipo interno para centrarse en mejoras y desarrollo. La empresa será Grupo Ático 34.

- Ventajas de la Externalización

- Especialización y eficiencia: cada firma colaboradora se especializa en su área, lo que garantiza un alto nivel de experiencia y eficiencia en las operaciones externalizadas.
- Reducción de costes operativos: externalizar ciertas funciones permite reducir costes operativos al eliminar la necesidad de mantener equipos internos especializados y la infraestructura asociada.
- Enfoque en el *Core Business*: al externalizar tareas no centrales, el equipo interno puede enfocarse en el desarrollo de la aplicación, estrategias de crecimiento y mejoras continuas.
- Acceso a recursos especializados: las colaboraciones estratégicas proporcionan acceso instantáneo a conocimientos y habilidades especializadas que pueden ser difíciles de mantener internamente.

- Flexibilidad y escalabilidad: la externalización permite adaptarse rápidamente a cambios en la demanda, ya que las firmas colaboradoras pueden ajustar sus recursos según sea necesario.
- Gestión de riesgos: la externalización de aspectos críticos, como la seguridad cibernética y la gestión legal, permite una mejor gestión de riesgos al confiar en expertos dedicados.

Estos acuerdos de externalización no solo optimizan las operaciones diarias, sino que también fortalecen la posición para enfrentar desafíos futuros y mantenerse ágil en un entorno empresarial dinámico.

Figura 12

La externalización visualizada



Fuente: Artículo *Five Benefits Of Outsourcing Your Digital Marketing*, de Elly Cattermole (7 de noviembre de 2022) para la web One2Create.

8. PLAN FINANCIERO

8.1 Cuadro de inversión y financiación inicial

Para iniciar la actividad y poder financiar los gastos iniciales del proyecto hemos acordado la aportación de 150.000€ por parte de los socios, 50.000€ cada uno de su propio capital, además de la solicitud de 1 préstamos a 15 años de 35.000€ a un tipo de interés de 7,728%, los datos han sido tomados de la página del ministerio de economía, comercio y empresa, en la cual se especifican los distintos tipos de interés de los préstamos ICO según el plazo y cantidad.

Los gastos iniciales para la puesta en marcha del proyecto son los de la adquisición de los equipos informáticos y el pago del desarrollo de la *web*.

Tabla 11

Cuadro de inversión y financiación inicial

1- CUADRO DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN INICIAL			
INVERSIÓN INICIAL		FINANCIACIÓN INICIAL	
ACTIVOS		CAPITAL SOCIAL	150.000,00 €
EQUIPOS PARA PROCESOS DE LA INFORMACIÓN	4.299,90 €		
ACTIVOS INTANGIBLES		PRÉSTAMO LP	
		15 AÑOS	33.711,74 €
DESARROLLO WEB	115.349,41 €		1.288,26 €
IVA ACTIVOS	25.126,36 €	PRÉSTAMO CP	
DINERO DISPONIBLE	40.224,33 €	1 AÑO	
TOTAL	185.000,00 €	TOTAL	185.000,00 €

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

8.2 Cuadros de amortización

Después elaborar los cuadros de amortización de los activos tangibles e intangibles. Para la *web* se ha determinado un plazo de amortización de 15 años y para los equipos informáticos 7 años.

También, se añadió el cuadro de amortización del préstamo, elaborado mediante el método de amortización francés.

Tabla 12

Cuadro de amortización de la web

AMORTIZACIÓN WEB						
T= n AÑOS		T=1	T=2	T=3	T=4	T=5
INTANGIBLE	115.349,41 €					
CUOTA AMORTIZACIÓN		7.689,96 €	7.689,96 €	7.689,96 €	7.689,96 €	7.689,96 €
AMORT. ACUMULADA		7.689,96 €	15.379,92 €	23.069,88 €	30.759,84 €	38.449,80 €
INMOVILIZADO NETO		107.659,45 €	99.969,49 €	92.279,53 €	84.589,57 €	76.899,61 €

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

Tabla 13

Cuadro de amortización de equipos, proceso de la información

AMORTIZACIÓN EQUIPOS PROCESOS DE LA INFORMACIÓN						
T= n AÑOS		T=1	T=2	T=3	T=4	T=5
ACTIVO TANGIBLE	€ 4.299,90					
CUOTA AMORTIZACIÓN		€ 614,27	€ 614,27	614,27 €	€ 614,27	614,27 €
AMORT. ACUMULADA		€ 614,27	€ 1.228,54	1.842,81 €	€ 2.457,09	3.071,36 €
INTANGIBLE NETO		€ 3.685,63	€ 3.071,36	2.457,09 €	€ 1.842,81	1.228,54 €

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

Tabla 14

Cuadro de amortización a 15 años

CUADRO AMORTIZACIÓN 35.000€ 15 AÑOS						
	Tipo Interés	Cuota Calculada	Intereses	Capital mort	Capital pte	Cuotas Pendientes
0	7,728				35.000,00	180,00
1	7,728	329,01	225,40	103,61	34.896,39	179,00
2	7,728	329,01	224,73	104,27	34.792,12	178,00
3	7,728	329,01	224,06	104,94	34.687,18	177,00
4	7,728	329,01	223,39	105,62	34.581,56	176,00
5	7,728	329,01	222,71	106,30	34.475,26	175,00
6	7,728	329,01	222,02	106,98	34.368,27	174,00
7	7,728	329,01	221,33	107,67	34.260,60	173,00
8	7,728	329,01	220,64	108,37	34.152,23	172,00
9	7,728	329,01	219,94	109,07	34.043,17	171,00
10	7,728	329,01	219,24	109,77	33.933,40	170,00
11	7,728	329,01	218,53	110,47	33.822,92	169,00
12	7,728	329,01	217,82	111,19	33.711,74	168,00
TOTAL T=1		3.948,07 €	2.659,80 €	1.288,26 €		

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

8.3 Cuadro de IVA

En cuarto lugar, realizamos el cuadro del IVA, en el cual calculamos el IVA repercutido mediante las ventas prevista y el IVA soportado derivado de los diversos gastos de explotación. El resultado indica un mayor IVA repercutido dado que los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad son menores que los ingresos generados por las ventas. Este resultado se debe a que es una empresa del sector servicios.

Tabla 15

Cuadro de IVA

4- CUADRO IVA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS PREVISTAS	298.155,00 €	324.988,95 €	389.986,74 €
IVA VENTAS 21% (REPERCUTIDO)	62.612,55 €	68.247,68 €	81.897,22 €
IVA SOPORTADO	49.508,83 €	26.908,35 €	27.503,39 €
LIQUIDACIÓN IVA ACREDORA	13.103,72 €	41.339,33 €	54.393,83 €

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

8.4 Previsión de tesorería

En quinto lugar, realizamos la previsión de tesorería, añadimos el saldo inicial y añadimos los diferentes gastos derivados de la actividad. Como se puede observar, en él, las ventas previstas año a año crecen paulatinamente fruto de la mejora continua de procesos, inversión creciente en *marketing* y optimización de actividades, así como la captación de un mayor número de clientes. Estas estimaciones también están marcadas por el crecimiento del sector.

A partir del tercer año los salarios se incrementan por la incorporación de un trabajador más para poder cubrir el volumen de trabajo y poder ofrecer un servicio óptimo.

Se añaden los gastos generados por el *call centre* y seguridad informática, dos servicios subcontratados y que hemos estimado un coste de 6.600€ que se mantendrá durante los tres primeros años de la actividad. Estos costes los mantenemos fijos dado que contrataremos el servicio de mayor capacidad durante todos los años.

En la previsión de la tesorería también añadimos los gastos de alquiler del local en el cual se desarrollará la actividad que será un lugar de coworking, el pago de los intereses del préstamo solicitado, el pago del desarrollo de la *web*, los equipos informático, los gastos derivados de la constitución de la empresa, gastos en servicios de *software*, que aumentarán a lo largo de la actividad dado que necesitaremos programas de análisis de datos más potentes y una partida de otros servicios destinada a gastos que pueden surgir a lo largo de la actividad.

Tabla 16

Previsión de tesorería

5-PREVISIÓN DE TESORERÍA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ENTRADAS DE DINERO			
SALDO INICIAL	185.000,00 €	76.686,76 €	102.493,77 €
COBROS VENTAS PREVISTAS	298.155,00 €	324.988,95 €	389.986,74 €
IVA VENTAS 21% (REPERCUTIDO)	62.612,55 €	68.247,68 €	81.897,22 €
SALIDAS DE DINERO			
Gasto constitución empresa	1.650,00 €	30,00 €	30,00 €
Gastos marketing y publicidad	102.900,00 €	115.335,00 €	118.168,50 €
Otros servicios (licencia de <u>software</u>)	247,20 €	1.147,20 €	1.147,20 €
Coworking	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €
Otros servicios (Seguros)	4.322,00 €	4.322,00 €	4.322,00 €
CC, SEGURIDAD <u>INFORMATICA</u> (SIN IVA)	6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €
GASTOS DE PERSONAL (sueldos + <u>seg. social</u>)	163.151,66 €	163.151,66 €	207.162,90 €
PAGOS DEV. PRÉSTAMO (SIN LOS INTERESES)	1.288,26 €	1.391,42 €	1.474,18 €
GASTOS FINANCIEROS (INTERESES PRÉSTAMO)	2.659,80 €	2.556,64 €	2.473,89 €
PAGO WEB	115.349,41 €		
EQUIPOS PARA PROCESOS DE LA INFORMACIÓN	4.299,90 €		
<u>TOTAL IVA SOPORTADO</u>	50.267,39 €	27.601,18 €	28.196,22 €
PAGO LIQUIDACIÓN IVA	12.345,16 €	40.646,50 €	53.701,00 €
PAGO IMPUESTO SOCIEDADES (15% AÑO 1 Y 2, 25% AÑO 3)		648,02 €	2.931,33 €
<u>TOTAL ENTRADAS</u>	545.767,55 €	469.923,39 €	574.377,73 €
<u>TOTAL SALIDAS</u>	469.080,79 €	367.429,62 €	430.207,21 €
SALDO TESORERÍA	76.686,76 €	102.493,77 €	144.170,51 €

Fuente: elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

8.5 Cuadro de pérdidas y ganancias

A continuación, hemos realizado el cuadro de pérdidas y ganancias en el cual, a los ingresos esperados le hemos restado el gasto de explotación, gastos de personal y las amortizaciones para obtener un resultado de explotación de 10.592,11 €, a este resultado le restamos los gastos derivados de los intereses generados por el préstamo obteniendo el resultado financiero y beneficio antes de impuestos de 7.932,30€. Un resultado optimista para el negocio el poder iniciar el primer año con un resultado positivo aun siendo bajo. La previsión de beneficios antes de impuestos de los años 2 y 3 es de 22.841,41€ y 41.077,22€ respectivamente, este incremento se debe principalmente a que el resultado del primer año está lastrado por el pago del diseño de la *web* y la adquisición de los equipos informáticos.

Tabla 17

Cuadro de pérdidas y ganancias

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS	298.155,00	324.988,95	389.986,74
GASTOS EXPLOTACIÓN	119.719,20 €	131.434,20 €	134.267,70 €
GASTOS PERSONAL	163.151,66 €	163.151,66 €	207.162,90 €
AMORTIZACIONES	8.304,23 €	8.304,23 €	8.304,23 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	6.979,91 €	22.098,86 €	40.251,91 €
GASTOS FINANCIEROS	2.659,80 €	2.556,64 €	2.473,89 €
RESULTADO FINANCIERO	4.320,10 €	19.542,21 €	37.778,02 €
Bº ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	4.320,10 €	19.542,21 €	37.778,02 €
ISS 15%/15%/25%	648,02 €	2.931,33 €	9.444,50 €
BENEFICIO NETO	3.672,09 €	16.610,88 €	28.333,51 €

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

8.6 Balance de situación y ratios

Por último, aportamos el balance de situación esperado para los próximos tres años y los ratios derivados del mismo.

Tabla 18

Balance de situación

	1	2	3		1	2	3
ACTIVOS				CAPITAL SOCIAL	150.000,00 €	150.000,00 €	150.000,00 €
EQUIPOS PARA PROCESOS DE LA INFORMACIÓN	3.685,63 €	3.071,36 €	2.457,09 €	RESULTADO DEL EJERCICIO	3.672,09 €	16.610,88 €	28.333,51 €
ACTIVOS INTANGIBLES				RESERVAS		3.672,09 €	20.164,92 €
				PRÉSTAMO LP			
DESARROLLO WEB	107.659,45 €	99.969,49 €	92.279,53 €	15 AÑOS	32.320,31 €	30.846,13 €	29.371,96 €
				PRÉSTAMO CP	1.391,42 €	1.474,18 €	1.592,23 €
SALDO TESORERÍA	76.686,76 €	102.493,77 €	144.170,51 €	HP ISS	648,02 €	2.931,33 €	9.444,50 €
TOTAL	188.031,84 €	205.534,62 €	238.907,12 €	TOTAL	188.031,84 €	205.534,62 €	238.907,12 €

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

Tabla 19

Ratios financieros

TIPO DE RATIO O INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
RATIOS DE LIQUIDEZ				
Fondo de maniobra	Activo corriente – Pasivo corriente	74.647,32 €	98.088,26 €	133.133,78 €
Ratio de liquidez o solvencia técnica	Activo corriente / Pasivo Corriente	38	23	13
Ratio de tesorería	Disponibile / Pasivo Corriente	38	23	13
RATIOS DE ENDEUDAMIENTO				
Ratio de endeudamiento (1)	Total pasivo / (Total pasivo + Patrimonio Neto)	18,27%	17,15%	16,91%
Ratio de endeudamiento (2)	Total pasivo / Patrimonio neto	22,36%	21,16%	22,66%
Ratio de patrimonio neto	Total Patrimonio Neto / (Total pasivo + Patrimonio Neto)	81,73%	81,06%	74,65%
Ratio de firmeza	Activo no corriente / Pasivo no corriente	344,50%	334,05%	322,54%
Ratio de garantía	Activo total / Pasivo total	547,24%	583,05%	591,23%
RATIOS DE RENTABILIDAD				
Ratio de beneficio	Beneficio neto x 100 / Ventas anuales.	1,23%	5,11%	7,27%
ROE (Rentabilidad financiera)	Beneficio Neto x 100 / Total patrimonio neto medio.	2,39%	9,97%	15,89%
ROA (Rentabilidad económica)	Beneficio económico (BAII) x 100 / Activo total medio	2,30%	9,51%	15,81%

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel, basado en el plan financiero.

- Los valores del fondo de maniobra nos indican que la empresa tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus deudas y gastos a corto plazo.
- El ratio de liquidez al ser mayor que 1 señala la salud financiera de la empresa es capaz de pagar sus deudas sin comprometer las inversiones.

- El ratio de endeudamiento nos muestra la proporción de deuda que tiene una empresa en relación al patrimonio que dispone, en este año al ser menor del 40% puede indicar que la empresa no está capitalizando eficientemente sus recursos propios. Eso sí, en este caso, la empresa no depende de fondos prestados y en consecuencia es financieramente más estable.
- El ratio de patrimonio neto mide la proporción del patrimonio neto de una empresa que está financiada por deuda, en este caso el patrimonio neto representa en torno a un 80% del pasivo de la empresa, lo que indica poca dependencia de deuda.
- El ratio de garantía es la relación entre el activo y las deudas, este ratio nos indica al ser tan elevado que mayoritariamente el activo está financiado con recursos propios.
- El ratio de beneficio proporciona una medida de rentabilidad de una empresa, podemos interpretarlo como el porcentaje de beneficio que genera la empresa por euro invertido
- El ROE es el ratio más usado por analistas para medir la rentabilidad financiera y proporciona una visión detallada en el uso de los recursos propios de la empresa. Dentro del sector un ROE entre el 15%-20% es bueno, ratio que alcanzaríamos a partir del tercer año de actividad.
- El ROA es el ratio que indica el rendimiento que obtiene una empresa por las inversiones realizadas, en este caso obtendríamos una rentabilidad económica muy aceptable a partir del segundo año de actividad.

8.7 Cálculo del Kd, Ke y WACC

La Ke es la rentabilidad exigida o esperada por los accionistas, el rendimiento mínimo esperado que se quisiera obtener al invertir en un proyecto de negocio. Además, es la tasa que vamos a utilizar para calcular el VAN del proyecto. Para obtener Ke, aplicamos la siguiente fórmula:

$Ke = Rf + \beta (Rm - Rf)$; Siendo: Rf (rentabilidad del bono español); β (coeficiente Beta); $(Rm - Rf)$ (Prima riesgo mercado).

RF, la cotización del bono español a 10 años a 01/05/2024 es del 3,35%, dato que utilizaremos como referencia de activo libre de riesgo.

La beta que se utilizará es la indicada en la web “damoradan” dada para el sector de servicios financieros no bancarios, la cual es del 1,14, lo que indica que el movimiento del valor de las acciones de las empresas del sector, aumentan en misma dirección que el mercado al ser una beta positiva y al ser mayor a 1 el crecimiento o decrecimiento de la acción es mayor a la media del mercado. Esta beta la multiplicaremos por 2 al tratarse de un proyecto experimental y novedoso.

Por último, la prima de riesgo de mercado se determinará en un 7,5% como establece la web “datosmacro”.

El resultado de la rentabilidad exigida o esperada sería del 20,45%

Coste promedio ponderado del *mix* de financiación elegido (parte de capital propio + parte de deuda bancaria), y que se conoce como “WACC” (*Weighted Average Cost of Capital*). Representa el coste de financiación del proyecto.

$WACC = Kd \times \%D(1 - \text{Impuesto de Sociedades}) + Ke \times \%E$

Kd es el coste del préstamo solicitado que su interés es del 7,728%.

El porcentaje de deuda de la empresa el primer año es del 18,27%.

El porcentaje del impuesto de sociedades del primer año es del 15%.

Ke, la rentabilidad exigida por los accionistas anteriormente calculada es del 20,45%.

Y por último el ratio del patrimonio neto es del 81,73%.

Tras aplicar la fórmula se obtiene un resultado del 16,92%, siendo este porcentaje en base a lo que se estimará el coste financiero del proyecto.

8.8 Cálculo de VAN y TIR

Para el cálculo del VAN necesitaremos calcular inicialmente la Ke que es del 20.45%, el desembolso inicial de los socios de 150.000€, los flujos de caja a lo largo de los tres años proyectados del negocio.

$$VAN = - D + Q1 / (1 + Ke) + Q2 / (1 + Ke)^2 + \dots + Qn / (1 + Ke)^n + VR / (1 + Ke)^n$$

Tras la aplicación de la fórmula el resultado del VAN es de - 44.696,07 €

Al ser menor que 0 indica que el proyecto no es viable en los 3 primeros años.

El resultado de la TIR es del -2%, menor a la Ke por lo cual es menor a la rentabilidad esperada y no representaría un proyecto interesante en los tres primeros años de vida del negocio.

Se puede justificar la viabilidad del proyecto dado que, únicamente están proyectados los 3 primeros años y en los primeros años, el primero sobre todo, se ha soportado un alto porcentaje de costes que se reducirá paulatinamente junto a un incremento del beneficio, lo que hará que el valor del VAN y la TIR aumenten considerablemente.

9. ASPECTOS FORMALES Y JURÍDICOS DEL PROYECTO

9.1 Elección de la forma jurídica y justificación de la elección

La compañía se registrará bajo el nombre de una sociedad de responsabilidad limitada: Venture Assistant SL.

Se ha elegido la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL) como la forma jurídica para la empresa. Esta elección se fundamenta en la normativa establecida en la Ley de Sociedades de Capital (Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio), la cual regula las sociedades de responsabilidad limitada en España.

Criterios considerados y ventajas de la adopción de la Sociedad Limitada:

- **Capital social:** La Sociedad Limitada requiere un capital social mínimo de 3.000 euros. Esto hace que la constitución de la empresa sea más accesible para emprendedores y pequeñas empresas, sin necesidad de grandes desembolsos iniciales.
- **Actividad a realizar:** La S.L. es adecuada para una amplia gama de actividades comerciales e industriales, proporcionando una estructura flexible y adaptable a diferentes tipos de negocio. Se considera ideal para pequeñas y medianas empresas debido a su sencillez administrativa y operativa.
- **Aportes:** Los aportes de los socios pueden ser en dinero, bienes o derechos, lo que ofrece flexibilidad a la hora de constituir el capital social. Además, no se permite la cotización en bolsa de las participaciones sociales, lo que protege la estabilidad de la composición societaria.
- **Responsabilidad de los socios:** La responsabilidad de los socios se limita al capital aportado, lo que implica que no responden con su patrimonio personal por las deudas de la empresa. Esto proporciona seguridad y tranquilidad a los socios, promoviendo la inversión y la participación en la empresa.

- **Gestión y administración:** La gestión de una Sociedad Limitada es más simple y menos costosa en comparación con otras formas jurídicas como la sociedad anónima. Se permite la designación de un administrador único, varios administradores solidarios o mancomunados, o un consejo de administración, lo que facilita la adaptación a las necesidades específicas de la empresa.
- **Transmisión de participaciones:** La transmisión de participaciones sociales está restringida, requiriendo el consentimiento de los demás socios o el cumplimiento de ciertos requisitos legales. Esto asegura el control sobre la entrada de nuevos socios y protege la estabilidad y coherencia del grupo de socios.
- **Financiación:** Aunque la S.L. no puede emitir acciones para cotizar en bolsa, se puede acceder a diversas formas de financiación, como préstamos bancarios, subvenciones y ayudas públicas. La estructura de S.L. también facilita la obtención de financiación de familiares y amigos, así como de inversores privados que valoren la seguridad de su inversión.

La elección de la Sociedad de Responsabilidad Limitada como forma jurídica se justifica por las ventajas significativas en términos de accesibilidad del capital inicial, limitación de responsabilidad, flexibilidad en los aportes y en la gestión, y control sobre la transmisión de participaciones. Estos aspectos hacen de la SL una opción óptima para emprendedores y pequeñas y medianas empresas que buscan una estructura jurídica segura, flexible y adecuada a sus necesidades operativas y financieras.

Plataforma PYME, *Formas jurídicas al detalle – Sociedad de Responsabilidad Limitada* (s. f.).

9.2 Reparto accionario y administradores

En primera instancia, al haber tres socios fundadores con un capital aportado de 50.000€ cada uno, se repartirán 1.000 acciones de 3.000 en total a cada uno de estos, otorgándose de esta manera una representación del 33,33% de la empresa a cada uno.

Todos los fundadores actuarán como administradores, siendo responsables de la gestión y toma de decisiones de la compañía.

En el inquietante ecosistema empresarial actual, las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) requieren herramientas innovadoras para prosperar y crecer. Nuestra empresa, joven y dinámica, se ha creado con la misión de ofrecer una aplicación móvil y un portal *web* que faciliten y optimicen la gestión de estas PYMEs. Los estatutos que presentamos a continuación (*regidos en los anexos del proyecto, Anexo 1*) delinean las responsabilidades fundamentales que guiarán nuestras operaciones y nuestro crecimiento.

Estos estatutos definen la estrategia de la empresa, estableciendo una visión clara y objetivos a largo plazo que aseguren un desarrollo sostenido y coherente. Además, especifican los procesos para la toma de decisiones, garantizando que estas sean informadas, eficientes y alineadas con nuestros valores y metas. También se detalla la estructura organizativa, estableciendo roles y responsabilidades que promuevan la colaboración y la innovación dentro de nuestro equipo.

Estos estatutos de nuestra empresa no solo establecen un marco legal y operativo, sino que también representan nuestro compromiso con la excelencia, la transparencia y el servicio a nuestros clientes, quienes son el corazón de nuestro negocio.

9.3 Régimen fiscal aplicable

El régimen fiscal aplicable a una empresa dedicada al desarrollo de un *software* que simplifica la comprensión de normativas oficiales españolas puede dividirse en varias categorías, considerando las distintas obligaciones fiscales que deben cumplirse en el ámbito español. A continuación, se detallan las principales consideraciones fiscales para este tipo de empresa:

- Impuesto sobre Sociedades (IS)

El Impuesto sobre Sociedades grava la renta de las sociedades y entidades jurídicas residentes en España. La base imponible se determina a partir del resultado contable,

ajustado por las diferencias permanentes y temporarias, así como por los incentivos fiscales aplicables. La tasa general del IS en España es del 25%, aunque existen tipos reducidos para determinadas entidades y circunstancias específicas, como las empresas de nueva creación, que durante los dos primeros ejercicios en los que se obtienen beneficios tributan al 15%. (Tributaria, Impuesto sobre Sociedades, 2022)

- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)

El IVA es un impuesto indirecto que recae sobre el consumo de bienes y servicios y afecta a la mayoría de las operaciones comerciales. La venta del *software*, siendo un servicio, está sujeta al IVA. La tasa general es del 21%, aunque existen tipos reducidos del 10% y del 4% para ciertos productos y servicios. Las empresas deben emitir facturas con el IVA correspondiente y declarar y liquidar trimestralmente este impuesto a través de los modelos 303 y 390, entre otros. (Tributaria, Impuesto Sobre el Valor Añadido, 2024)

- Retenciones e Ingresos a Cuenta

Las empresas deben practicar retenciones sobre ciertos pagos que realicen, como los salarios a los empleados, los pagos a profesionales y las rentas del capital mobiliario. Estas retenciones se ingresan trimestralmente en la Agencia Tributaria mediante los modelos correspondientes (modelos 111 y 115, entre otros). Además, al final del ejercicio, se presenta el resumen anual de retenciones (modelos 190 y 180). (Agencia Tributaria, s.f.)

- Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

El IAE es un impuesto local que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas en territorio español. Las empresas de nueva creación están exentas de este impuesto durante los dos primeros años de actividad. Posteriormente, el impuesto se calcula en función del epígrafe de actividad y la ubicación del negocio. (Tributaria, Impuesto sobre Actividades Económicas, 2024)

- Cotizaciones a la Seguridad Social

Las empresas deben cumplir con las obligaciones de cotización a la Seguridad Social por los empleados contratados. Esto incluye las aportaciones a la Seguridad Social que cubren las contingencias comunes, las contingencias profesionales, el desempleo, la formación profesional y el Fondo de Garantía Salarial (FOGASA). Las bases y tipos de cotización varían según la categoría profesional y el tipo de contrato. (Social, 2024)

- Incentivos Fiscales y Deducciones

Existen diversos incentivos fiscales y deducciones aplicables a las empresas de base tecnológica y aquellas que realizan actividades de investigación y desarrollo (I+D). Las empresas que desarrollan *software* innovador pueden beneficiarse de deducciones fiscales por I+D+i, que pueden alcanzar hasta el 42% de los gastos realizados en estas actividades. También pueden acogerse a bonificaciones en la cotización a la Seguridad Social por personal investigador. (Tributaria, Deducciones para incentivar la realización de determinadas actividades, 2024) (Tributaria, Deducciones y beneficios fiscales en el Impuesto sobre Sociedades, 2024)

9.4 Trámites administrativos a realizar

Para formalizar la creación de esta empresa, se seguirá un procedimiento administrativo basado en las normas establecidas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Los pasos seguidos por el alumnado han sido los siguientes:

- Certificación negativa del nombre

Se acudirá al Registro Mercantil de Madrid situado en el Paseo de la Castellana 44, para solicitar la certificación negativa del nombre de nuestra sociedad.

Se presentará el documento con tres posibles nombres para la empresa en caso de que la primera preferencia no estuviera disponible.

Así, el nombre quedará reservado durante seis meses, teniendo validez durante tres meses para su registro ante notario.

El coste de esta certificación será de 14 euros + IVA.

- Certificación del depósito del capital social

Se asistió a la entidad bancaria BBVA en la Avenida de la Sierra, Madrid, 29 para abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa y para depositar el capital de 150.000 euros.

El banco emitirá un certificado de dicho ingreso, el cual se presentó en una notaría.

No se podrá disponer de este dinero hasta que no se presente el alta en Hacienda y las escrituras selladas por el Registro Mercantil.

- Estatutos y escritura de constitución de la sociedad

Quedarán redactados los Estatutos Sociales de la empresa, que se adjuntarán a la escritura pública de la sociedad, con la ayuda de un PAE, sin coste alguno de asesoría por parte de un abogado o similar.

Se acudirá a una notaría donde se adjuntarán:

- Los estatutos sociales de la sociedad.
- Copia original de la certificación negativa del Registro Mercantil.
- Certificación bancaria de la aportación dineraria al Capital Social.
- DNI original de cada uno de los socios fundadores.

El coste será un porcentaje sobre el capital escriturado, del 2,5% (3.750 euros).

Se otorgará la firma de la escritura de constitución de la sociedad.

- NIF provisional y alta censal

Se acudirá a la Agencia Tributaria en Calle de Ruperto Chapí 30, Alcobendas, para obtener el NIF de la empresa y de esta forma poder comenzar con los trámites para la deducción del IVA de gastos e inversiones.

Será necesario presentar una fotocopia del DNI de cada uno de los socios y pedir el NIF mediante el modelo 036.

- Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales.

Quedará liquidado en las Oficinas Liquidadoras de San Sebastián de los Reyes, con dirección Calle Teide 1, el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos, teniendo un plazo de treinta días desde el otorgamiento de la escritura.

Se aportará cumplimentado el modelo 600, junto con una fotocopia de la escritura pública y fotocopia de la tarjeta del NIF de la empresa.

El importe de esta liquidación ascenderá al 1% del capital social (1.500 euros).

- Inscripción en el Registro Mercantil

Con plazo de dos meses desde la obtención de la escritura de la constitución, se asistirá al Registro Mercantil de Madrid, en el Paseo de la Castellana 44, para inscribir la sociedad.

Se adjuntará:

- Copia auténtica de la escritura de constitución de la sociedad.
 - Certificación negativa de denominación social.
 - Documento acreditativo de haber liquidado el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
 - Copia del NIF provisional.
- Paso extra de gran conveniencia: Certificado digital

Para obtener el certificado digital se requerirá de la certificación del cargo de administrador.

Se entregará:

- Escritura de la constitución de la sociedad.
- Certificado negativo de la nominación social.
- Copia compulsada del NIF provisional.

El coste de será de 25 euros + IVA, puesto que se realizará de forma *online*.

- Obtención del NIF definitivo

Se asistirá nuevamente a Hacienda para canjear la tarjeta provisional de NIF por la tarjeta definitiva.

- Trámites adicionales para comenzar con la actividad

Para comenzar con la actividad, se complementará una serie de obligaciones con la Seguridad Social.

Se solicitará el Código de Cuenta de Cotización de la empresa. Más adelante, se dará de alta a los trabajadores en el régimen correspondiente, de la misma forma que se comunicarán los contratos de trabajo al SEPE.

Finalmente, con el Plan de Prevención de Riesgos Laborales completo, se logrará comunicar la apertura del centro de trabajo ante la Inspección Provincial de Trabajo (Madrid).

De esta forma, la empresa quedará formada, constituida y lista para comenzar a realizar operaciones.

9.5 Seguros, licencias, contratos mercantiles

Se deben adquirir seguros adecuados para proteger tanto los activos de la empresa como a sus empleados. Esto incluye seguros de responsabilidad civil, seguros de propiedad para cubrir daños a los activos físicos de la empresa, y seguros de accidentes

laborales para garantizar la protección de los empleados en caso de lesiones durante el trabajo. Es esencial revisar las diferentes opciones de seguros disponibles y seleccionar las que mejor se adapten a las necesidades y riesgos específicos de la empresa.

Para una empresa de desarrollo de *software*, los seguros más importantes incluyen:

- Seguro de responsabilidad civil profesional: Protege contra reclamaciones por errores, negligencias u omisiones en el desarrollo de *software* que puedan causar daños financieros o pérdidas a los clientes. El coste de este seguro con la compañía TechInsurance es de 83€ al mes, siendo un total de 996€ al año.
- Seguro de ciberseguridad: Es esencial para proteger contra el robo de datos, violaciones de seguridad y otras amenazas cibernéticas que pueden afectar la integridad y la confidencialidad de los sistemas de *software* desarrollados. De nuevo, el coste por afrontar con TechInsurance en este caso es de 148€ al mes, con un total de 1.776€ al año.
- Seguro de interrupción del negocio: Cubre los costos y pérdidas financieras asociadas con la interrupción del negocio debido a eventos como fallos de *software*, ataques cibernéticos o desastres naturales. Finalmente, este seguro con TechInsurance es el único que sí se abona de forma anual, con un coste de 1.000€.

Además de estos seguros específicos, la empresa puede necesitar otros seguros generales, como seguro de propiedad para equipos informáticos y mobiliario de oficina. Esta cobertura básica se hará bajo la firma Insureon, con un coste de 550€ anuales. (Insureon, s.f.)

En cuanto a las licencias, la empresa de desarrollo de *software* debe obtener las siguientes licencias y permisos:

- Licencia de negocio: Necesaria para operar legalmente como empresa de desarrollo de *software*. Los costos derivados en esta parte son los expuestos en el punto «9.4 Trámites administrativos a realizar», además de una licencia de apertura de 400€.
- Licencias de *software*: Requeridas para el uso de *software* comercial o de código abierto en el proceso de desarrollo, asegurando que se cumplan los términos de

licencia y los derechos de autor. Aprovechando la multitud de programas a coste 0 en esta sección, el único coste anual por encontrar en esta parte es la *suite* de Microsoft Office 365 Empresa Premium con un coste de 247,20€ al año.

- Licencias de propiedad intelectual: Si la empresa desarrolla *software* propietario, debe asegurarse de tener los derechos de propiedad intelectual necesarios para comercializar y distribuir su producto. Los montos por afrontar en esta parte según dicta la OEPM son:
 - Tasa de presentación de la solicitud de patente: 132€.
 - Búsqueda de antecedentes en la *web* de la OEPM: sin coste alguno.
 - Tasa de examen de la solicitud: 350€.
 - Publicación de la solicitud en el BOPI: 58€.
 - Tasas anuales para mantener la patente: 30€/año.

Será de esta forma el coste total del proceso de licencias de propiedad intelectual igual a 570€.

La empresa debe establecer contratos sólidos con clientes, proveedores y otros socios comerciales para garantizar relaciones comerciales claras y proteger los intereses de la empresa. Estos contratos pueden incluir contratos de venta, contratos de arrendamiento, acuerdos de distribución, contratos de servicio, entre otros. Es esencial redactar estos contratos de manera clara y detallada, especificando la identificación de ambas partes y el motivo del contrato, los términos de pago, las condiciones de entrega y cualquier otra cláusula relevante para evitar malentendidos y conflictos en el futuro, como acuerdos de confidencialidad, garantías y penalizaciones, entre otros.

Los contratos mercantiles importantes para una empresa de desarrollo de *software* incluyen:

- Contratos de desarrollo de *software*: Establecen los términos y condiciones para el desarrollo de *software* a medida para clientes, incluyendo alcance del proyecto, plazos, tarifas y derechos de propiedad intelectual.
- Contratos de licencia de *software*: Regulan el uso y la distribución del *software* desarrollado por la empresa, especificando los derechos y restricciones de los usuarios finales.
- Acuerdos de confidencialidad y no divulgación (NDA): Esenciales para proteger la propiedad intelectual y la información confidencial de la empresa durante las negociaciones y colaboraciones con clientes y socios comerciales.

Es fundamental redactar estos contratos de manera precisa y detallada para proteger los intereses de la empresa y evitar malentendidos o disputas en el futuro. Además, la empresa debe revisar y negociar cuidadosamente todos los contratos antes de firmarlos, para asegurarse de que reflejen adecuadamente los términos acordados y los objetivos comerciales.

Dada la complejidad y la importancia de estos aspectos legales, se buscará asesoramiento legal especializado para garantizar que todos los seguros, licencias y contratos mercantiles estén en cumplimiento con la legislación aplicable y protejan adecuadamente los intereses de la empresa. Un abogado especializado en derecho comercial puede brindar orientación experta y ayudar a evitar problemas legales y financieros en el futuro.

Al abordar estas áreas de manera cuidadosa y diligente, la empresa puede mitigar riesgos legales y operativos, y establecer una base sólida para su funcionamiento y crecimiento futuro.

9.6 Obligaciones contables, fiscales y laborales de la empresa

En primer lugar, las obligaciones contables de la empresa requieren un seguimiento meticuloso y detallado de todas las transacciones financieras que se realizan. Esto implica registrar cada ingreso, gasto, activo y pasivo de manera precisa y oportuna en

los libros contables de la empresa. Los registros contables deben reflejar fielmente la actividad económica de la empresa y estar organizados de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados.

Además de mantener registros precisos, la empresa también tiene la responsabilidad de preparar estados financieros periódicos, como el balance, la cuenta de resultados y el estado de flujos de efectivo. Estos estados financieros proporcionan una visión integral de la situación financiera de la empresa y son fundamentales para la toma de decisiones empresariales informadas y para cumplir con los requisitos de informes a las autoridades fiscales y reguladoras.

La compañía debe llevar una contabilidad ajustada al Plan General de Contabilidad (Cuentas, 2024) y presentar anualmente las cuentas anuales, balance de situación, estado de pérdidas y ganancias, estado de cambios en el patrimonio neto y la memoria en el Registro Mercantil. La empresa también llevará libros registros de facturas emitidas, libros de inventario y libro diario.

La contabilidad de la empresa también implica la gestión adecuada de los activos y pasivos, asegurándose de que los activos se registren correctamente y se deprecien según corresponda, y de que los pasivos se reconozcan y se paguen en los plazos establecidos. Esto incluye la gestión de cuentas por cobrar y cuentas por pagar, así como la reconciliación de cuentas bancarias y la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras.

Las obligaciones fiscales de la empresa son igualmente importantes y abarcan una amplia gama de actividades y responsabilidades. En primer lugar, la empresa debe cumplir con todas las leyes y regulaciones fiscales aplicables en su jurisdicción, incluyendo la presentación oportuna de declaraciones de impuestos sobre la renta, el valor añadido y otros impuestos indirectos.

Además de presentar declaraciones de impuestos, la empresa también tiene la responsabilidad de retener y pagar impuestos sobre los salarios de los empleados, así como de gestionar cualquier otro tipo de retención fiscal que pueda aplicarse a ciertos pagos, como los pagos a proveedores no residentes.

La planificación fiscal también es una parte importante de las obligaciones fiscales de la empresa, ya que implica identificar y aprovechar las oportunidades para minimizar la carga fiscal de la empresa de manera legal y ética. Esto puede implicar la utilización de deducciones fiscales, créditos fiscales y otros incentivos disponibles para las empresas en su jurisdicción.

Además de cumplir con las obligaciones fiscales actuales, la empresa también debe mantenerse al tanto de cualquier cambio en la legislación fiscal que pueda afectar su situación fiscal y ajustar sus prácticas fiscales en consecuencia.

Las obligaciones laborales de la empresa se refieren a todas las leyes y regulaciones que rigen las relaciones laborales entre la empresa y sus empleados. Esto incluye aspectos como la contratación y el despido de empleados, las condiciones de trabajo, la compensación y los beneficios, la salud y la seguridad laboral, y los derechos laborales.

En primer lugar, la empresa tiene la responsabilidad de cumplir con todas las leyes y regulaciones laborales pertinentes en su jurisdicción, incluyendo leyes federales, estatales y locales que puedan aplicarse a su actividad comercial. Esto implica familiarizarse con las leyes laborales aplicables y asegurarse de que todas las políticas y prácticas de la empresa estén en conformidad con dichas leyes.

En cuanto a la contratación y el despido de empleados, la empresa debe cumplir con las leyes antidiscriminación y de igualdad de oportunidades en el empleo, así como con cualquier ley específica sobre contratación y despido en su jurisdicción. Esto implica llevar a cabo procesos de contratación justos y transparentes, así como proporcionar un aviso adecuado y una compensación justa en caso de despido.

Además, la empresa tiene la responsabilidad de proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable para sus empleados, cumpliendo con todas las normativas de salud y seguridad laboral y tomando las medidas necesarias para prevenir lesiones y enfermedades laborales.

10. IMAGEN CORPORATIVA

10.1 Página web, app y funcionamiento

En este apartado, se detalla uno de los aspectos más importantes del proyecto después del plan financiero y la viabilidad técnica y es el propio funcionamiento de la aplicación y cómo se materializa la idea detrás de ella. Con este propósito, se ha desarrollado un pequeño simulacro que muestra cómo se vería la aplicación en una fase beta en un dispositivo móvil y sus usos, de forma adicional se ha elaborado una página web preliminar, no del funcionamiento del proyecto, sino, orientada como punto de información de los servicios ofrecidos. Para poder acceder a la web se debe ingresar en este enlace "<https://arugula-cod-c6r7.squarespace.com/>" e introducir la contraseña 1111.

Primero, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos causados por la digitalización a los que se enfrentan la sociedad, centrándose en la desinformación en lo que respecta a la normativa y la digitalización. Esto implica prevenir una serie de riesgos, entre ellos, la dificultad de mantenerse al día con la normativa actualizada, ya que cada día publican nuevas regulaciones que podrían afectar a las empresas. Además, estas normativas suelen distribuirse a través de múltiples canales, lo que dificulta su seguimiento para los empresarios que ya se encuentran saturados de trabajo. En ocasiones, estas regulaciones son propuestas de ley que finalmente no se implementan o no afectan a determinadas empresas debido a sus criterios específicos, lo que puede generar confusión y pérdida de tiempo.

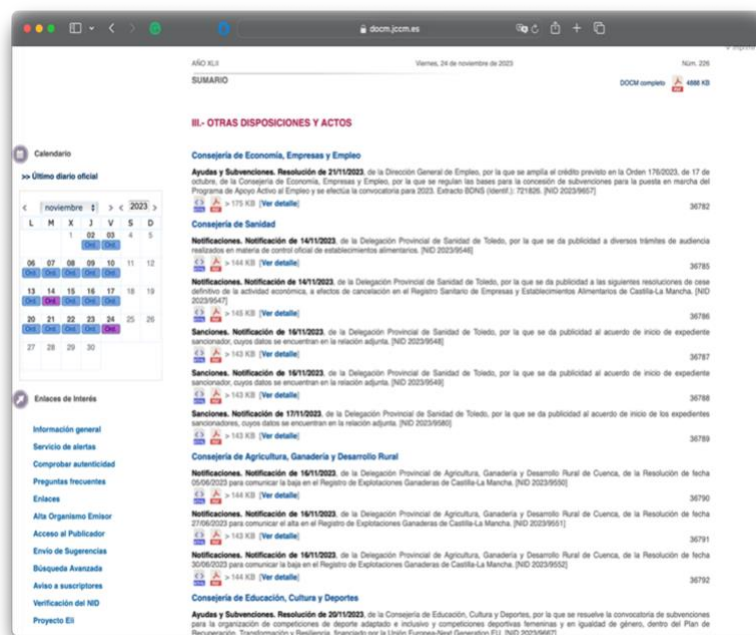
Asimismo, este servicio intenta mitigar otro de los riesgos de la digitalización como evitar las posibles sanciones derivadas de un desconocimiento normativo, brindando apoyo e información sobre los expedientes y procedimientos pertinentes. Se aborda también la dificultad asociada con el uso de plataformas oficiales, las cuales, en muchos casos, no ofrecen una claridad suficiente y requieren de horas de búsqueda para encontrar la información necesaria. En resumen, el objetivo es proporcionar una solución integral

que simplifique el acceso a la información normativa relevante y ayude a las empresas a cumplir con sus obligaciones legales de manera eficiente y efectiva.

Aquí se muestra una imagen de como se ve en una plataforma oficial del estado, información que será de gran valor para las empresas, por lo que presenta como hemos mencionado un riesgo para ellas dado que la información que se muestra es de difícil comprensión para algunos empresarios y directivos, especialmente de pequeñas y medianas empresas.

Figura 13

Disposición de información en la web oficial del BOE



Fuente: Recuperado de (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, s.f.)

Es importante recordar de dónde obtiene el bot los datos. Principalmente, el bot recopilará información de organismos públicos, centrándose en los siguientes:

- Diario Oficial de la Unión Europea.

- Boletín Oficial del Estado.
- Diarios y boletines oficiales de las comunidades autónomas y ciudades autónomas.
- Boletines provinciales de las comunidades autónomas que no sean uniprovinciales.

Por ejemplo, una empresa ubicada en el municipio de Guadalajara podría recibir avisos tanto de la provincia de Guadalajara como de la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha. Es importante tener en cuenta esta variedad de fuentes para garantizar una cobertura amplia y precisa de la información relevante para las empresas.

Una vez que se accede a la plataforma, se procede a un detallado proceso de inicio de sesión y selección de alertas. Esta etapa es concluyente, ya que el cliente debe proporcionar todos los detalles sobre su empresa para que el bot pueda enviarle la información pertinente de manera precisa y evitar el envío de datos innecesarios o irrelevantes.

Es importante mencionar que los datos proporcionados por el cliente durante el registro son de elección voluntaria. En ningún momento se obliga al cliente a proporcionar información que considere confidencial, como puede ser la facturación. A pesar de contar con una base de datos segura y cifrada para evitar ciberataques, es entendible la desconfianza inicial de los clientes. Por lo tanto, a medida que los clientes utilicen este servicio y se sientan más cómodos, podrán completar más campos sobre las características de su empresa. Esto se realiza con el único propósito de garantizar que reciban información relevante y adaptada a sus necesidades específicas.

Figura 14

Ejemplo de cómo se vería la aplicación propuesta



Fuente: Elaboración propia mediante aplicación (Canva, s.f.)

Como se menciona al final del apartado anterior, los datos proporcionados tienen el único propósito de permitir que el bot detecte la información relevante para el usuario. Esta información se recibirá en forma de alertas, que el usuario podrá leer en el momento que prefiera, incluso durante un descanso debido a que estas están diseñadas para presentar la información de una manera accesible, resumiendo los comunicados oficiales en un lenguaje más común para que todos puedan entender fácilmente su contenido, sin utilizar tecnicismos. Además, de forma adicional se proporcionará la referencia del documento oficial subrayada para facilitar su rápida identificación por si el cliente desea leer con más detalle textualmente el contenido de la alerta recibida.

Figura 15

Ejemplo de cómo se vería la aplicación propuesta



Fuente: Elaboración propia mediante aplicación (Canva, s.f.)

Además de la función básica de recibir alertas generales, este sistema ofrece una opción de personalización avanzada para los usuarios. Esta característica permite adaptar las notificaciones a sus necesidades específicas. Por ejemplo, el usuario puede elegir la fuente de las alertas, como el Boletín Oficial del Estado (BOE) o el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid (BOCM), o incluso ambas, según su relevancia para su negocio o ámbito de interés.

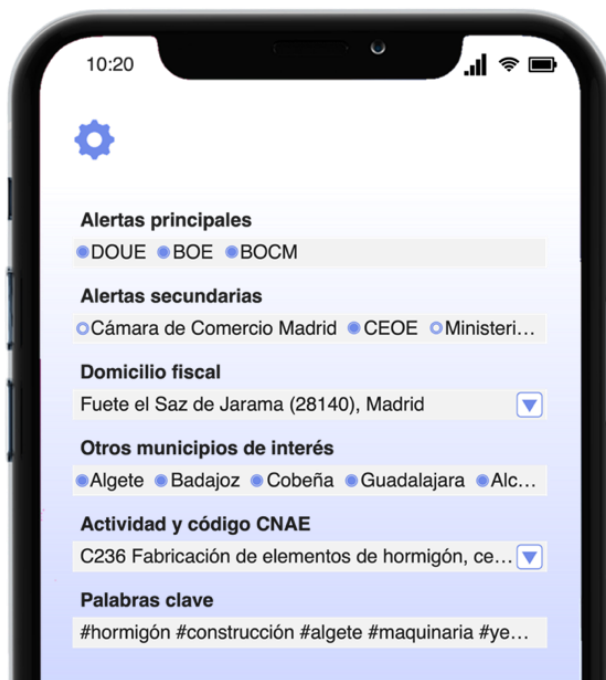
Aparte de seleccionar la fuente de las alertas, el usuario también puede especificar los municipios de los cuales desea recibir información. Esta funcionalidad es especialmente interesante para empresas con operaciones en diferentes localidades o para profesionales que deseen estar al tanto de los acontecimientos en áreas geográficas específicas.

Para una personalización más detallada, el sistema da la opción a los usuarios filtrar las alertas por palabras clave. Esto significa que el usuario puede configurar el sistema para

que le notifique sobre todas las alertas que contengan términos específicos que considere relevantes para su negocio. Esto garantiza que el usuario reciba únicamente la información más pertinente y valiosa para sus operaciones comerciales.

Figura 16

Ejemplo de cómo se vería la aplicación propuesta



Fuente: Elaboración propia mediante aplicación (Canva, s.f.)

El ejemplo está orientado a ilustrar cómo un autónomo del sector de la construcción con sede en Algete podría beneficiarse del servicio, pero su aplicabilidad se extiende a una amplia gama de empresas. Es especialmente útil para todas las pymes, que a menudo tienen recursos limitados para contratar gestores o profesionales que les proporcionen asistencia. Estas empresas pueden carecer de tiempo o medios para mantenerse actualizados de los cambios normativos y necesitan una forma rápida y segura de acceder a esta información relevante.

Por otro lado, incluso las empresas más grandes pueden encontrar atractivo en este servicio. Pueden utilizar la aplicación como un asistente o recurso de consulta cuando tengan dudas sobre legislaciones específicas u otros aspectos normativos. La

capacidad de acceder rápidamente a la información necesaria y validarla dentro de la misma plataforma les permite continuar con sus actividades laborales de manera eficiente y productiva. Por ejemplo, un administrativo que deba consultar una ley de forma rápida para asegurarse rápidamente y dar servicio a un cliente que este en llamada.

En resumen, esta aplicación y plataforma ofrece una amplia gama de servicios de asistencia para autónomos, pymes y empresas de mayor calibre. El objetivo es proporcionar ayuda de manera rápida, sencilla y eficiente, permitiendo a los usuarios acceder a la información que necesitan de manera oportuna y precisa.

10.2 Branding

El nombre "Venture Assistant" encapsula la esencia misma del proyecto, siendo un reflejo claro de su propósito: servir como un asistente empresarial en el ámbito de los negocios. La palabra "Venture" sugiere exploración y aventura, transmitiendo el espíritu dinámico e innovador del proyecto, mientras que "Assistant" evoca la idea de ayuda, facilitación y apoyo, indicando que la página *web* y la aplicación actúan como un compañero de confianza para los empresarios en la gestión de sus empresas y el cumplimiento normativo.

Existen varias razones por las cuales "Venture Assistant" es un excelente branding para este proyecto. En primer lugar, el nombre es claro y descriptivo, describiendo de manera clara la función principal del proyecto: asistir de manera innovadora y dinámica a las empresas. Esta claridad facilita la comprensión e identificación por parte de los clientes y el mercado.

Además, el nombre es memorable y fácil de recordar gracias a su sonoridad y a la combinación de palabras, que transmiten conceptos positivos de asistencia y aventura. Esta cualidad contribuye a establecer una conexión duradera con los usuarios y a diferenciar el proyecto de otras empresas como consultorías.

La versatilidad del branding es otra ventaja a destacar, ya que el nombre "Venture Assistant" puede adaptarse a diferentes servicios que ofrecemos y funciones relacionadas con la gestión empresarial. Esta flexibilidad proporciona oportunidades para posibles futuras expansiones y diversificaciones del proyecto, lo que permite mantener su relevancia y adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado.

Por último, el uso del inglés en el branding agrega un elemento de actualización y profesionalismo, lo que contribuye a transmitir una imagen de credibilidad y confianza con los clientes. Además, esta elección lingüística amplía el potencial reconocimiento del proyecto por parte de entidades extranjeras, facilitando una posible expansión a mercados internacionales en un futuro.

10.2.1 Logotipo

El logotipo es una parte esencial de la identidad visual de una empresa, ya que representa la primera impresión que se lleva el público. En el caso de Venture Assistant, el logotipo ha sido diseñado para captar la esencia de la empresa de una manera impactante y memorable.

Figura 17

Logotipo utilizado para el proyecto empresarial



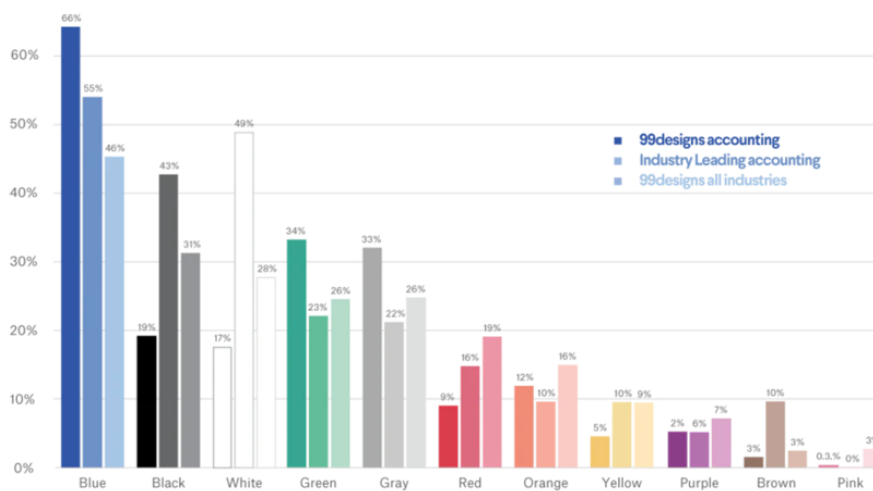
Fuente: Elaboración propia mediante aplicación (Canva, s.f.)

El diseño del logotipo de Venture Assistant se basa en una composición visual que incorpora de manera abstracta pero claramente legible las iniciales del nombre, V y A. Esta abstracción permite una rápida identificación del nombre de la empresa, mientras que la forma futurista transmite un enfoque avanzado y tecnológico, en línea con los servicios que ofrecemos, que se centran en el ámbito digital. Además, el diseño minimalista del logotipo busca maximizar la legibilidad y reconocimiento, evitando elementos ornamentales que puedan distraer.

En cuanto a los colores seleccionados para el logotipo, se ha optado por el azul. Según varios estudios, el azul es un color que se asocia con la tecnología y la confianza, siendo utilizado por más del 60% de las consultorías. Además, el azul tiene la ventaja de ser percibido como un color calmante y profesional, lo que refuerza la imagen de confiabilidad de la empresa. El degradado de azul oscuro a azul claro agrega dinamismo y modernidad al diseño, creando un aspecto innovador y distintivo. En la siguiente imagen podemos comprobar el color azul es el preferido por las consultoras.

Figura 18

Elección de color predominante



Fuente: Recuperado de (99designs, s.f.)

10.2.2 Eslogan

“El motor de tu empresa”

"El motor de tu empresa" alude a que Venture Assistant es una fuerza impulsora de compañía detrás del éxito y el progreso de tu empresa. Este eslogan enfatiza el papel vital de ayuda que desempeña la plataforma en el funcionamiento diario de las empresas, comparándola con el motor de un vehículo que impulsa su movimiento hacia adelante.

Al utilizar este eslogan, destaca la idea de que Venture Assistant es notable para mantener en marcha y en movimiento a las empresas en un entorno empresarial sano cada vez más complicado y burocrático. Implica que la plataforma no solo proporciona herramientas y soluciones, sino que también es fundamental para el funcionamiento continuo y eficiente de las operaciones empresariales diarias.

Este eslogan refuerza la noción de que Venture Assistant es una pieza integral del para el rendimiento empresarial, ofreciendo dirección, eficiencia y soporte a las empresas en su viaje hacia el éxito. Sugiere fiabilidad, confianza y un socio tecnológico en el que las empresas pueden confiar para mantenerse en movimiento y avanzar hacia sus objetivos comerciales.

10.3 Redes sociales

Las redes sociales se han convertido en el núcleo de difusión más rápido y económico disponible actualmente. La mayoría de estas plataformas ofrecen suscripciones gratuitas y cuentan con millones de usuarios registrados. En nuestro proyecto, aprovecharemos estas plataformas para expandir nuestra marca y aumentar nuestra visibilidad. Además, las utilizaremos para mantener a nuestros clientes informados sobre las últimas novedades en nuestra aplicación y página *web*. De esta manera, estamos promocionando nuestro producto ante millones de personas de forma gratuita. Con Facebook buscaremos llegar a empresarios de edad más avanzada, con Instagram

un público más abierto, LinkedIn obtener conexiones y difundir de forma más rápida nuestro perfil y TikTok para nuevos empresarios jóvenes.

Según diversos medios que se comentan a continuación, las redes sociales más utilizadas han impulsado numerosos negocios. Por ejemplo, Facebook, utilizada por el 93,70% de las empresas según (Buffer 2023), seguida de X con un 84,40% e Instagram con un 80,90%. LinkedIn, por otro lado, sigue siendo un punto de unión entre contactos profesionales. Pinterest, según (E-marketer 2023), es utilizada para compras por el 47% de los usuarios en redes sociales. Además, plataformas más recientes como TikTok están ganando popularidad entre jóvenes empresarios, lo que la convierte en una opción viable para crear un perfil de Venture Assistant.

10.4 Gestión de la calidad

La gestión de la calidad del servicio que se ofrece y el compromiso de la eficacia en cada actividad y operación es imprescindible para garantizar que la percepción que tienen los clientes y el público objetivo en general sobre la empresa sea positiva, coherente y alineada con los objetivos y valores de la organización. A continuación, se presenta un plan detallado para gestionar la calidad de la imagen corporativa de Venture Assistant:

Definición de los estándares de calidad: Se establecerán estándares específicos y claros para todos los elementos de la imagen corporativa, incluyendo el logotipo, los colores, las tipografías y los mensajes clave. Estos estándares sirven como referencia para garantizar la consistencia y coherencia en todos los aspectos y comunicaciones de la empresa.

Creación y aplicación de manuales de identidad visual: Se desarrollarán manuales de identidad visual que detallen todos los elementos visuales de la marca, así como las pautas para su uso apropiado. Estos manuales proporcionan instrucciones claras sobre cómo utilizar el logotipo, las tipografías y los colores en diferentes contextos, tanto en medios digitales como impresos.

Control de calidad en la producción de materiales: Se realizarán procesos de control de calidad para garantizar que todos los materiales de comunicación y *marketing* cumplan con los objetivos de ventas establecidos. Esto incluirá la revisión y aprobación de diseños, la verificación de la precisión de la información y la comprobación de la calidad de impresión o visualización en diferentes dispositivos y un seguimiento continuado de feedback sobre todas las campañas realizadas a través del programa contratado de estadísticas de la *app* Tableau. (Tableau, s.f.)

Así mismo, se llevará a cabo un seguimiento periódico de la imagen corporativa de la empresa, recopilando comentarios de clientes, realizando encuestas de satisfacción mensuales y evaluando el impacto de las campañas de *marketing* y comunicación. Esta retroalimentación se utilizará para identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios en la estrategia de imagen corporativa.

Aunque una parte del proceso esta externalizada, tanto las indicaciones a dichas empresas como a nuestro personal serán siempre buscando una capacitación y alineación del personal, sobre los estándares de imagen corporativa y la importancia de mantener la coherencia en todas las interacciones con los clientes, fomentando una cultura organizacional que promueva y valore la calidad en la comunicación y la presentación de la marca.

Reputación en línea: Es el punto más importante de la marca; Se establecerán procesos para monitorear y gestionar dicha reputación de la empresa en línea, respondiendo de manera oportuna y efectiva a comentarios, menciones y críticas en redes sociales y otros canales digitales, incluso de forma personal. Esto contribuirá a mantener una imagen positiva y profesional de la marca en el entorno digital que permitirá expandirse por el canal de *marketing* más importante para las empresas, el boca a boca.

10.5 Responsabilidad social

10.5.1 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

En atención a la clara tendencia actual que lleva a las empresas a considerar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Organización de Naciones Unidas (2015) en la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible (Unidas, 2024). Venture Assistant SL se compromete a alinear sus acciones de RSC con alguno de estos objetivos. Además, se identifica a los stakeholders y se considera el diseño de códigos de ética, dado que manejaremos datos confidenciales de otras empresas. Asimismo, se incorporan criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) para definir las que son nuestras acciones socialmente responsables.

Compromisos de RSC:

Alineación con los ODS: El compromiso a contribuir con los ODS a través de las políticas y operaciones. Esto busca fomentar la igualdad de género, teniendo una plantilla de empleados paritaria (ODS 5), promover el trabajo decente y el crecimiento económico, con incentivos o cursos de trabajo eficiente (ODS 8), e impulsar la innovación y la infraestructura, utilizando espacios modernos como la sala de coworking seleccionada (ODS 9).

Identificación de Stakeholders: Se identifica a nuestros stakeholders clave, que incluyen empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y reguladores. Haciendo esfuerzo por mantener una comunicación abierta y transparente con todos ellos a través de teléfonos de contacto y correo electrónico, asegurando que sus preocupaciones e intereses sean considerados en nuestras decisiones empresariales.

Códigos de Ética: Diseño y aplicación de códigos de ética rigurosos para garantizar la protección de datos confidenciales y la integridad en todas nuestras operaciones. Este código establece estándares claros para la conducta profesional, el manejo de información y la responsabilidad de cada empleado y socio. La preocupación más importante a tratar es la protección de datos confidenciales que estará asegurada por auditorías que otorguen certificados como ISO/IEC 27001. Esta es con seguridad la

certificación más utilizada y conocida en España para la gestión de la seguridad de la información

Criterios ESG: La integración de criterios ESG en la estrategia de negocio para asegurar que nuestras acciones sean ambientalmente responsables, socialmente equitativas y gobernadas de manera ética. Esto incluye la adopción de prácticas sostenibles en el uso de recursos ya sea utilizando programas o técnicas de residuo de archivos más sostenibles. La promoción de la diversidad y la inclusión en procesos de selección, y el establecimiento de mecanismos de gobernanza que garanticen la transparencia y la rendición de cuentas.

Transparencia y Ética: El compromiso por mantener la integridad y la transparencia en todas nuestras operaciones. Publicaremos informes periódicos sobre nuestras iniciativas de RSC y nuestro desempeño en términos de sostenibilidad, asegurando que nuestros stakeholders estén informados sobre todo progreso y nuestras áreas de mejora.

11. PLAN DE EXPANSIÓN

La estrategia inicial se centra en aumentar la cuota de mercado durante los primeros años mediante una inversión sólida en el *marketing* y el rendimiento de la aplicación. A través de campañas de *marketing* efectivas y una experiencia de usuario perfeccionada, buscando atraer a más suscriptores y clientes a nuestro producto. La satisfacción del cliente jugará un papel crucial en este proceso, ya que los usuarios satisfechos tienden a recomendar nuestro servicio a otros.

En términos de expansión, se planea ampliar y diversificar la oferta de servicios. Esto incluye la incorporación de nuevas funcionalidades en nuestra aplicación, como asistencia para la realización de declaraciones de la renta y la posibilidad de presentar pequeñas denuncias o querellas de manera automática. Estas funciones no solo incrementarán el valor ofrecido a los clientes, sino que también atraerán a nuevos segmentos del mercado que buscan soluciones tecnológicas avanzadas para sus necesidades fiscales y legales.

Internamente, se anticipa un crecimiento en el número de empleados para asegurarnos de que podemos satisfacer las demandas de nuestros clientes de manera eficiente, como hacemos en el tercer año. A medida que nuestra base de clientes crezca, también aumentarán las campañas de *marketing*, haciéndolas más extensas y dirigidas a un público menos convencido. El objetivo es mantener una presencia creciente y constante en el mercado, asegurando que Venture Assistant sea una opción preferida para la gestión empresarial y el cumplimiento normativo para consultas rápidas.

Además, se considera altamente beneficioso explorar alianzas estratégicas con bancos y consultorías de gran envergadura en un futuro próximo. Estas asociaciones permitirían la integración de nuestros servicios en sus sistemas, ampliando así el alcance en el mercado. La asociación o venta con estas entidades no solo reforzaría nuestra posición en el mercado, sino que también proporcionaría los recursos necesarios para un crecimiento sostenido.

Finalmente, aunque no se busca una expansión directamente a otros países por cuenta propia, estamos abiertos a vender nuestro servicio a inversores interesados en introducir este proyecto en sus respectivos mercados locales. Esta estrategia nos permitiría mantener el enfoque en el mercado local y nacional, mientras aprovechamos las oportunidades internacionales sin asumir los riesgos y costos asociados con la expansión de forma directa.

En resumen, el plan de expansión es integral y considera tanto el crecimiento orgánico a través del *marketing* y la mejora continua de la aplicación, como la diversificación de servicios y la formación de alianzas estratégicas con consultorías y bancos u expandirnos a otros países. Con esta estrategia, se busca consolidar nuestra posición en el mercado y asegurar un crecimiento sostenible y a largo plazo.

CONCLUSIONES

Venture Assistant es una aplicación innovadora diseñada para asistir a empresas en la gestión normativa y empresarial de sus negocios. La aplicación ofrece un servicio integral que combina la actualización diaria de normativas con herramientas de gestión empresarial. Al suscribirse, los usuarios reciben alertas personalizadas sobre cambios requisitos legales y cambios normativos relevantes para su negocio, así como acceso a resúmenes claros y concisos de estos cambios. Esto les permite mantenerse al día con las regulaciones sin perder tiempo valioso en la búsqueda de información y protegiéndose de riesgos.

La viabilidad técnica del proyecto se basa en la capacidad y experiencia del técnico para desarrollar un bot de programación sólida mediante inteligencia artificial y crear una interfaz intuitiva y fácil de usar, como lo ha demostrado en proyectos anteriores. Esto permite a los usuarios acceder rápidamente a la información relevante y tomar decisiones informadas de manera eficiente. Además, la implementación de tecnología avanzada por parte de un equipo de ciberseguridad asegura la estabilidad y seguridad de la plataforma, reduciendo al mínimo los posibles riesgos técnicos.

Desde el punto de vista económico, Venture Assistant demuestra su rentabilidad observando el retorno sobre el patrimonio del 15%, esto se ve favorecido por la adopción de un modelo de suscripción anual o mensual que garantiza un flujo de ingresos constante. La personalización de los servicios no solo aumenta la retención de clientes, sino que también contribuye a su satisfacción a largo plazo, lo que se traduce en una mayor rentabilidad estable para el proyecto. Además, las proyecciones financieras bien fundamentadas del plan financiero totalmente transparente hacen que los costes de más de 150.000€ sean mitigados el primer año y que en el tercero la cuenta de pérdidas y ganancias alcance los 28.000€. Todo ello ayuda a que la aplicación pueda resultar atractiva para posibles financiadores y socios comerciales en el extranjero.

A pesar de los gastos iniciales asociados con el desarrollo de la aplicación y el sitio web, el análisis del cuadro de pérdidas y ganancias muestra que los beneficios, aunque modestos durante el primer año, aumentan de manera constante y notable a partir del tercer año. Esto se debe en gran medida al tamaño del mercado al que nos dirigimos y

a una campaña de marketing efectiva que impulsará el crecimiento de las ventas. Esta perspectiva de crecimiento sostenido hace que el servicio sea aún más atractivo para potenciales inversores.

En términos financieros, la accesibilidad a la financiación necesaria para realizar las inversiones y empezar el proyecto está asegurada por el capital aportado por los socios y un préstamo de fondos ICO. Este modelo de negocio sólido y proyecciones de ingresos ascendentes año a año permiten que estos costes iniciales y la financiación inicial sean solventados rápidamente. A medida que los gastos disminuyen significativamente a partir del segundo año, no será necesaria más financiación externa. Además, la gestión eficiente de los recursos financieros y la optimización de costos mediante el teletrabajo garantizan una estructura financiera sostenible a largo plazo.

En el ámbito comercial, la aplicación tiene la capacidad de llegar al mercado objetivo gracias a el enfoque personalizado al usuario y su capacidad para adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente. La personalización y flexibilidad que se ofrecen aseguran que empresas de todos los tamaños puedan beneficiarse de los servicios e implementar su actividad en su día a día. Además, la estrategia de marketing y expansión planificada garantiza una mayor visibilidad y penetración en el mercado, lo que contribuye al crecimiento y consolidación de la marca. Aunque al ser un producto innovador inicialmente puede ser más complicado ganar la confianza de los usuarios, una vez que comiencen a utilizarlo y experimenten con él, el nicho de mercado es muy grande permitiendo llegar a una amplia audiencia, incrementando la adopción y uso de la aplicación.

Finalmente, desde el punto de vista legal, Venture Assistant cumple con todos los requisitos, lo que le permite superar las barreras legales y operar de manera efectiva en el mercado. La implementación de medidas de seguridad de datos robustas y el cumplimiento de normativas de privacidad, como el certificado ISO/IEC 27001, garantizan la protección de la información del usuario y refuerzan la confianza en la página web y aplicación.

Venture Assistant no solo es viable, sino que tiene el potencial de revolucionar la gestión empresarial para Pymes y autónomos. La combinación de seguridad robusta, tecnología avanzada, y un enfoque centrado en el usuario hace que esta aplicación sea una herramienta indispensable para cualquier empresa que busque mantenerse al día con sus obligaciones legales y optimizar su gestión empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (s.f.). Ejemplos del funcionamiento de la aplicación y web. Obtenido de <https://www.boe.es>

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (1999). Ley Orgánica 15/1999. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1999-23750>

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (2016). Diario Oficial de la Unión Europea. Obtenido de <https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (2018). Ley Orgánica 3/2018. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (2021). Orden HFP/837/2021. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2021-12452>

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. (2022). Real Decreto 311/2022. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2022-6746>

Agencia Tributaria. (s.f.). Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/>

Brookes, E. (2022). *ESPAÑA ES EL PAÍS EUROPEO MÁS SENSIBLE A LOS PRECIOS, CON UN TERCIO DE LOS ESPAÑOLES SACRIFICANDO LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS A FAVOR DEL PRECIO.* Obtenido de <https://www.alvarezandmarsal.com/es/insights/espana-es-el-pais-europeo-mas-sensible-los-precios-con-un-tercio-de-los-espanoles>

Call Center Online. (s.f.). Tarifas Call Center Online. Obtenido de <https://www.callcenteronline.es/tarifas/>

Canva. (s.f.). Diseño del logotipo. Obtenido de <https://www.canva.com>

Cartagena, U. P. (2003). Efectos económicos y financieros de las subvenciones a la inversión en la pyme. Un estudio empírico. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/entities/publication/0c9a2fc0-34f6-41ac-a390-d8fc354b5fce>

Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI). (s.f.). Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial. Obtenido de <https://www.cdti.es/>

CincoDías. (2022). *La facturación del sector de la consultoría creció un 8,3% en 2021*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/06/14/companias/1655203623_911565.html

Consulting, E. (2024). *¿Qué es un análisis PESTEL de una empresa?* Obtenido de <https://estrategem.com/blog/analisis-pestel/>

Cronoshare. (s.f.). Cuánto cuesta un servicio de ciberseguridad para empresas. Obtenido de <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/servicio-ciberseguridad-empresas>

Cuentas, I. d. (2024). Obtenido de <https://www.icac.gob.es>

El poder del consumidor. (2024). Responsabilidad empresarial con el ambiente. Obtenido de <https://elpoderdelconsumidor.org/responsabilidad-empresarial-con-el-ambiente/>

Espés, C. P. (2022). *¿Qué factores afectan a la supervivencia y éxito empresarial de las pymes en épocas de crisis?*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8440465>

Espinosa, R. (8 de Junio de 2023). *RobertoEspinosa*. Matriz BCG: qué es y cómo aplicarla + EJEMPLO. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/matriz-bcg/>

- Estadística, I. N. (2021). *Indicadores del sector TIC. Año 2021*. Obtenido de https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176742&menu=ultiDatos&idp=1254735576692
- Giner, F., & Gil, M. À. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC Editorial. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=889218>
- Gracia, R., & Gracia, D. (2020). *El método RICO*. Independently published.
- Guzmán, A. (2022). *La importancia de la Ciberseguridad en las empresas*. Obtenido de <https://welcome.atlasgov.com/es/blog/ciberseguridad/la-importancia-de-la-ciberseguridad-en-las-empresas/>
- Hostinger*. (s.f.). Dominio web. Obtenido de <https://www.hostinger.es>
- Insureon*. (s.f.). How much does commercial property insurance cost?. Obtenido de <https://www.insureon.com/small-business-insurance/commercial-property/cost>
- Loom*. (2024). Salas de Coworking Loom. Obtenido de <https://loom.es/planes/despachos/>
- Mazars, F. (2023). Los cambios normativos en la normativa para pymes y cómo afectan en su digitalización. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/05/30/pyme/1685470566_131840.html#
- Microsoft*. (s.f.). Comparar todas las soluciones Microsoft 365 para empresas. Obtenido de <https://www.microsoft.com/es-es/microsoft-365/business/compare-all-microsoft-365-business-products365-business-products>

- Morales, A. B. (2023). ¿Cuáles son los diferentes factores políticos y legales que afectan a las empresas?. Obtenido de <https://www.ineaf.es/tribuna/factores-politicos-legales-empresas/>
- Oficina Española de Patentes y Marcas.* (s.f.). OEPM. Obtenido de <https://www.oepm.es/es/>
- Oficina Española de Patentes y Marcas.* (2024). Tramitación de solicitud. Obtenido de https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/PDF/TramitacionSolicitud.pdf
- 99designs.* (s.f.). ¿Cómo elegir el color de un logo de consultoría? 99designs. Obtenido de <https://99designs.es/logo-design/business-of-color/accounting>
- Pérez, J. (2021). Innovaciones en la gestión empresarial. *Gestión y Negocios*, 15-30.
- Plataforma PYME.* (2024). Obtenido de <https://plataformapyme.es/es-es/Paginas/noticias-detalles-simple.aspx?idnoticia=832>
- Protección de Datos LOPD.* (s.f.). Asesoramiento de cumplimiento normativo. Obtenido de <https://protecciondatos-lopd.com>
- PuroMarketing.* (14 de Mayo de 2012). ¿Apps o webs móviles? Lo que prefieren los usuarios. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/21/19151/apps-webs-moviles-prefieren-usuarios.html>
- Python España.* (s.f.). Conocimientos básicos por el informático. Obtenido de <https://es.python.org>

- Seguridad Social*. (s.f.). Obtenido de <https://www.segsocial.es/wps/portal/wss/internet/Inicio>
- Social, S. (2024). *Cotización / Recaudación de Trabajadores*. Obtenido de <https://www.segsocial.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores>
- Soluciones Informáticas Tecón*. (2024). El impacto de la transformación digital en las empresas. Obtenido de <https://www.tecon.es/la-transformacion-digital-en-las-empresas/>
- Statista*. (2023). Mobile Share of Web Traffic Worldwide. Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/277125/share-of-website-traffic-coming-from-mobile-devices/>
- Suazo, S. H. (202). Cómo crear una empresa. *Boletín Oficial del Estado, BOE*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=92256>
- Tableau*. (s.f.). Análisis y datos. Obtenido de <https://www.tableau.com>
- TechInsurance*. (s.f.). TechInsurance. Obtenido de <https://www.techinsurance.com/>
- TimeNow Accountants*. (2020). Análisis de las asesorías. Obtenido de <https://aecem.es/noticias/analisis-de-las-asesorias/>
- Tributaria, A. (2022). *Impuesto sobre Sociedades*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades.html>
- Tributaria, A. (2024). *Deducciones para incentivar la realización de determinadas actividades*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre->

sociedades/deducciones-beneficios-fiscales-impuesto-sobre-sociedades/deducciones-incentivar-realizacion-determinadas-actividades.html

Tributaria, A. (2024). *Deducciones y beneficios fiscales en el Impuesto sobre Sociedades*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/deducciones-beneficios-fiscales-impuesto-sobre-sociedades.html>

Tributaria, A. (2024). *Impuesto sobre Actividades Económicas*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/declaraciones-informativas-otros-impuestos-tasas/impuesto-sobre-actividades-economicas.html>

Tributaria, A. (2024). *Impuesto Sobre el Valor Añadido*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/iva.html>

Unidas, N. (2024). *Objetivo de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Wardem Agency. (27 de Abril de 2023). ¿Cuál es el ciclo de vida de un producto y sus etapas?. Obtenido de <https://blog.wardem.com/analitica-digital/ciclo-vida-producto-etapas/>

ANEXOS

Anexo 1. Estatutos Sociales de la empresa

I. Denominación

La sociedad será mercantil, de responsabilidad limitada, recibiendo de esta forma la denominación de Venture Assitant Sociedad Limitada. Se registrá por los siguientes estatutos y por la legislación aplicable.

II. Objeto

El objeto social de la empresa es visualización en formato en línea de documentación oficial relevante, y sólo relevante, para empresas en el territorio español según sus objetivos y requerimientos.

III. Domicilio

La sociedad tendrá domicilio en la Avenida Francisco Grande Covián, N.º 20A, Bajo B, Portal 2, Edificio C, Madrid, CP 28052 (urbanización El Cañaveral), Madrid, encontrando la potestad de supresión o traslado de sucursales en la Junta.

IV. Duración

La duración será indefinida, comenzando a operar el día de la constitución.

V. Capital

El capital social aportado es de 150.000 euros, divididos en 3.000 participaciones, siendo 1.000 para cada uno de los socios (miembros fundadores de la sociedad) iguales a 50.000 euros cada millar de acciones. Las participaciones son, de esta forma, iguales, acumulables, indivisibles, pagadas totalmente, y numeradas correlativamente de la primera a la tercera y última.

VI. Transmisión voluntaria

Será libre la transmisión voluntaria de participaciones sociales por actos inter vivos, onerosos o gratuitos, en los supuestos de:

- A. Entre socios.
- B. En favor del cónyuge, ascendientes o descendientes del socio.
- C. En favor de sociedades pertenecientes al mismo grupo que la sociedad transmite o sobre las cuales el socio, solo o con su cónyuge, tenga directa o indirectamente el control.
- D. En favor de personas que tengan el control, directo o indirecto, de personas jurídicas socias.

VII. Transmisión forzosa

En caso de transmisión forzosa de participaciones sociales, la sociedad tendrá el derecho de adquisición preferente previsto en el artículo 109.3 de la Ley de Sociedades de Capital.

VIII. Transmisión de particulares mortis causa

Son libres las transmisiones de participaciones mortis causa a favor de otros socios, hijos, ascendientes y parientes colaterales del causante hasta el tercer grado.

Fuera de éstos, el que pretenda ser reconocido como socio mortis causa, deberá realizar la notificación prevista en el artículo sexto de estos estatutos.

IX. Convocatoria de juntas

La convocatoria de Juntas Generales se llevará a cabo por los administradores y por correo certificado por parte de cada uno de los socios con antelación mínima de quince días sobre la fecha de la Junta, haciéndose constar en el orden del día.

X. Ejercicios económicos

El ejercicio social corresponde con el año natural, y se cierra el 31 de diciembre de cada año, salvo el primero, que comienza el día que se firme la escritura de constitución.

Nómina de los Socios

EMPRESA	Venture Assitant	TRABAJADOR	Héctor Martínez López
DOMICILIO	C/ Fco. Grande Covián 20A, Bj. B, Madrid 28052	NIF	05962169V
CIF	B28234565	Número S.S.	
CCC	28001987654	CATEGORÍA	Ingenieros y licenciados. Personal de alta dirección
		GRUPO COTIZACIÓN	1
		Antigüedad	

Periodo liquidación	Del	1/11/24	al	30/11/24	Nº días	30
I. DEVENGOS					IMPORTES	TOTALES
1. Percepciones salariales						
Salario base					1.500,35 €	
Complementos salariales:						
Horas extraordinarias						
Horas complementarias						
Gratificaciones extraordinarias						
Salario en especie						
2. Percepciones no salariales						
Indemnizaciones o Suplidos						
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social						
Indemnizaciones por traslados, suspensiones o despidos						
Otras percepciones no salariales						
TOTAL DEVENGADO						1.500,35 €
II. DEDUCCIONES						
1. Aportaciones del trabajador a las cotizaciones a la S.S v recaudación conjunta						
			Tipo			
Contingencias comunes	1.750,41 €		4,70%		82,27 €	
Desempleo	1.750,41 €		1,55%		27,13 €	
Formación Profesional	1.750,41 €		0,10%		1,75 €	
Horas extraordinarias Normales	0,00 €		4,70%		0,00 €	
Horas extraordinarias de Fuerza Mayor	0,00 €		2,00%		0,00 €	
TOTAL APORTACIONES					111,15 €	
2. IRPF	1.500,35 €		10,00%		150,04 €	
3. Anticipos						
4. Valor de los productos recibidos en especie					0,00 €	
5. Otras deducciones						
TOTAL A DEDUCIR					261,19 €	
LÍQUIDO TOTAL A PERCIBIR						1.239,16 €
Firma y sello de la empresa				Fecha	30/11/24	Recibí

DETERMINACIÓN DE LAS BASES DE COTIZACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL Y CONCEPTOS DE RECAUDACIÓN CONJUNTA Y DE LA BASE SUJETA A RETENCIÓN DEL IRPF Y APORTACIÓN DE LA EMPRESA				
	Base	Tipo	Aportación Empresa	
1. Base de cotización por contingencias comunes				
Remuneración mensual	1.500,35 €			
Prorrata pagas extras	250,06 €			
TOTAL	1.750,41 €	23,60%		413,10 €
2. Base de Contingencias Profesionales y otros conceptos de recaudación conjunta				
AT y EP	1.750,41 €	1,50%		26,26 €
Desempleo		5,50%		96,27 €
FP		0,60%		10,50 €
FOGASA		0,20%		3,50 €
3. Cotización por horas extras	0,00 €	23,60%		0,00 €
4. Cotización por horas extras fuerza mayor	0,00 €	12,00%		0,00 €
5. Base sujeta a retención del IRPF			Total	549,63 €

Anexo 3. Intereses Préstamos ICO

TAE Máxima tipo interés fijo		
Plazos	Carencia	TAE
1 año	sin carencia	6.147
1 año	1 año carencia	6.052
2 años	sin carencia	7.622
2 años	1 año carencia	7.467
3 años	sin carencia	7.394
3 años	1 año carencia	7.297
4 años	sin carencia	7.387
4 años	1 año carencia	7.32
5 años	sin carencia	7.591
5 años	1 año carencia	7.543
6 años	sin carencia	7.515
6 años	1 año carencia	7.48
7 años	sin carencia	7.461
7 años	1 año carencia	7.433
7 años	2 años carencia	7.399
8 años	sin carencia	7.557
8 años	1 año carencia	7.535
8 años	2 años carencia	7.508
9 años	sin carencia	7.53
9 años	1 año carencia	7.512
9 años	2 años carencia	7.49
10 años	sin carencia	7.572
10 años	1 año carencia	7.558
10 años	2 años carencia	7.54
10 años	3 años carencia	7.523
12 años	sin carencia	7.549
12 años	1 año carencia	7.54
12 años	2 años carencia	7.528
12 años	3 años carencia	7.516
15 años	sin carencia	7.728
15 años	1 año carencia	7.722
15 años	2 años carencia	7.714
15 años	3 años carencia	7.707
20 años	sin carencia	7.831
20 años	1 año carencia	7.826
20 años	2 años carencia	7.822
20 años	3 años carencia	7.818