



Plan de Empresa

Auric Studios

Proyecto para EIE
Alfonso Otón Liñán - 2º D.A.M.



Pau Casesnoves
Centre Integrat de Formació Professional

Índice

Introducción	6
1. Presentación	7
1.a. Definición del negocio y Clasificación de la Empresa	8
– Ficha de Identificación de la Empresa	
– Clasificación de la Empresa	
1.b. Descripción del equipo promotor	9
– Datos Personales y de Contacto del Promotor	
– Perfil Profesional y Aportaciones al Proyecto	
2. Plan de Marketing	12
2.a. Producto y Servicio	13
– Descripción Detallada del Producto	
– Diferenciación y Necesidades Cubiertas	
– Futuros Productos/Servicios	
2.b. Mercado	15

– Clientela Potencial	
– Proceso de Compra	
– Tendencias del Mercado	
– Volumen y Competencia del Mercado	
2.c. Competencia	17
– Identificación de Competidores	
– Análisis DAFO de Auric Studios	
– Ventaja Competitiva de Auric Studios	
2.d. Precio	21
– Modelo de Precios	
– Estrategia de Fijación de Precios	
2.e. Distribución	23
– Canales de Distribución Principales	
– Estrategia de Distribución	
2.f. Promoción	24
– Público Objetivo de la Comunicación	
– Mensaje Central de Comunicación	
– Tácticas de Promoción	
2.g. Previsiones de Ventas	26
3. Plan de Producción y Calidad	28
3.a. Producción y Prestación de Servicios	29
– Proceso de Desarrollo del Producto (Software)	
– Tecnologías Utilizadas (Resumen)	
– Gestión de Inventarios	
– Costos de Producción (Desarrollo y Mantenimiento)	
– Objetivos y Calendario de Producción:	
3.b. Calidad	32
– Estrategia de Control de Calidad	
– Métricas de Calidad	
3.c. Equipo e Infraestructuras	33
– Equipamiento e Infraestructura Tecnológica	
– Infraestructura Física (Oficina)	
3.d. Seguridad Laboral y Medio Ambiente	35

- Medidas de Prevención (para el promotor y futuros empleados)
- Medio Ambiente
- Conclusión

4. Plan de Organización y Gestión 37

4.a. Aspectos Clave a Desarrollar y Objetivos Empresariales 38

- Objetivos Empresariales (Recapitulación y Ampliación)
- Evaluación de Resultados
- Influencia del Entorno Externo
- Planificación de Recursos Humanos Inicial

4.b. Organización 39

- Distribución de Funciones (Promotor Único)
- Necesidades de Personal y Colaboraciones Externas
- Organigrama
- Automatización de Procesos

4.c. Gestión de Personal 41

- Proceso de Selección (para Colaboradores Externos)
- Formación (Promotor y Futuro Personal)
- Retribuciones
- Filosofía de la Empresa

5. Plan Jurídico-Fiscal 44

5.a. Elección de la Forma Jurídica 45

- Empresario Individual (Autónomo)
- Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal (SLU)
- Decisión para Auric Studios

5.b. Trámites de Constitución y Puesta en Marcha (para una SLU) 47

5.c. Obligaciones Fiscales y Contables 48

5.d. Marco Legal Específico de la Actividad 49

5.e. Licencias y Permisos 50

6. Plan Económico-Financiero 51

6.a. Plan de Inversión Inicial 52

6.b. Fuentes de Financiación 53

6.c. Cuenta de Resultados Previsional (Año 1) 54

6.d. Plan de Tesorería Previsional (Año 1)	57
6.e. Balance Previsional (al Final del Primer Año)	58
6.f. Análisis de Viabilidad y Punto Muerto	60
– Umbral de Rentabilidad (Punto Muerto)	
– Conclusión del Plan Económico-Financiero	
7. Gestión Documental y Fiscal	62
7.a. Documentos Comerciales	63
7.b. Documentos de Cobro y Pago	64
7.c. Modelo de Factura y Recibo Personalizados	65
7.d. Impuestos y Modelos Oficiales	68
– Impuesto sobre Sociedades (IS)	
– Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	
– Retenciones e Ingresos a Cuenta (IRPF)	
– Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	
– Otros Impuestos Municipales (si aplican)	
7.e. Calendario Fiscal	70
– Presentación Trimestral	
– Presentación Anual	
– Notas Importantes para el Calendario Fiscal	
8. Valoración	73



Introducción

El presente Plan de Empresa tiene como objetivo fundamental analizar y detallar la viabilidad técnica, comercial, organizativa y económico-financiera del proyecto Auric Studios. Esta iniciativa empresarial se centra en el diseño, desarrollo y comercialización de una aplicación móvil innovadora, concebida para asistir a los usuarios en el establecimiento y la consolidación de hábitos positivos y saludables. La metodología principal de la aplicación se basará en principios de gamificación, buscando transformar el proceso de desarrollo personal en una experiencia motivadora, atractiva y efectiva.

Este documento ha sido elaborado con el rigor y la profundidad necesarios para servir como una hoja de ruta estratégica durante las fases iniciales de lanzamiento y expansión del negocio. Asimismo, pretende ser una carta de presentación sólida y transparente ante posibles inversores, entidades financieras, socios estratégicos y otros grupos de interés que puedan contribuir al crecimiento y éxito de Auric Studios. A lo largo de sus secciones, se expondrán los análisis de mercado, las estrategias operativas y de marketing, la estructura organizativa, el marco jurídico-fiscal y las proyecciones financieras que sustentan la propuesta de valor de la empresa.

La necesidad de herramientas efectivas para la auto-mejora y la gestión de hábitos es una constante en la sociedad actual. Auric Studios nace con la vocación de cubrir esta demanda, ofreciendo una solución tecnológica que no solo responda a las necesidades funcionales de los usuarios, sino que también conecte con sus aspiraciones de bienestar y desarrollo personal de una manera lúdica y sostenible.



1. Presentación

Esta sección inicial tiene como propósito fundamental contextualizar el proyecto empresarial Auric Studios, detallando la naturaleza de la actividad a desarrollar y presentando al equipo promotor que impulsa esta iniciativa. Se busca ofrecer una visión clara y concisa de la propuesta de valor y de las capacidades humanas que la respaldan.

1.a. Definición del negocio y Clasificación de la Empresa

Auric Studios se constituirá como una empresa dedicada al diseño, desarrollo, lanzamiento y mantenimiento de una aplicación móvil innovadora. El principal objetivo de esta aplicación es ayudar a los usuarios a establecer, seguir y consolidar hábitos positivos en su vida diaria, empleando para ello mecánicas de gamificación. Estas técnicas buscan transformar el proceso, a menudo arduo, de formación de hábitos en una experiencia motivadora, interactiva y gratificante, incrementando así las probabilidades de éxito y persistencia por parte del usuario.

La actividad principal se centrará en el desarrollo de software y la gestión de una plataforma digital. Si bien la aplicación tendrá un alcance global a través de las tiendas de aplicaciones móviles (Google Play Store y Apple App Store), la sede social y operativa inicial de la empresa se establecerá en Palma, Islas Baleares, España, coincidiendo con el domicilio del promotor.

Ficha de Identificación de la Empresa

- **Nombre o Razón Social:** Auric Studios S.L. (Sociedad Limitada)
- **Domicilio Social:** C/ Joan Bonet, 1A 4ªA, 07004 Palma (Islas Baleares)
- **Objeto Social / Actividad Principal:** Desarrollo y comercialización de aplicaciones móviles para la mejora de hábitos personales, integración y bienestar, con un enfoque en la gamificación.
- **Capital Social Inicial Previsto:** 5.000 euros.
- **Socios:** Alfonso Otón Liñán (Socio Único).
- **Responsabilidad:** Limitada al capital aportado.

Clasificación de la Empresa

- **Según el Sector Económico:** La empresa se encuadra en el **Sector Terciario (Servicios)**, y más específicamente, dentro del subsector tecnológico y digital. Su actividad principal es la creación y comercialización de un producto de software (aplicación móvil).
- **Según la Actividad Desarrollada:** Se trata de una empresa de **desarrollo de aplicaciones móviles**, con un enfoque particular en el bienestar personal y la utilización de

técnicas de gamificación para mejorar la experiencia del usuario y la efectividad de la herramienta.

- **Según el Tamaño:** En su fase inicial, Auric Studios se clasificará como una **Microempresa**, dado que comenzará con un único promotor y se espera un volumen de negocio y número de empleados reducido durante los primeros ejercicios.
- **Según la Titularidad del Capital:** Será una empresa **Privada**, ya que el capital social será aportado íntegramente por el promotor particular, sin participación de entidades públicas.
- **Según el Ámbito Territorial:** El ámbito de actuación inicial será **Nacional (España)**, con un foco en el mercado español para la validación y el crecimiento temprano. Sin embargo, dada la naturaleza digital y global de las aplicaciones móviles, existe una clara **proyección internacional** a medio y largo plazo, especialmente hacia mercados hispanohablantes.

La oportunidad de negocio identificada radica en la creciente concienciación social sobre la importancia del bienestar personal, la auto-mejora y la productividad, combinada con la alta penetración de dispositivos móviles y la popularidad de las aplicaciones que ofrecen soluciones prácticas a necesidades cotidianas. Existe una demanda significativa de herramientas que no solo permitan el seguimiento de objetivos, sino que también proporcionen un estímulo constante y un marco de apoyo. La aplicación de Auric Studios buscará cubrir la necesidad de un acompañamiento lúdico y efectivo en el desarrollo personal, dirigiéndose a individuos que buscan mejorar su calidad de vida a través de la incorporación de rutinas beneficiosas (ejercicio, lectura, meditación, aprendizaje, etc.) y que, a menudo, encuentran dificultades para mantener la motivación y la constancia a largo plazo.

La propuesta de valor se fundamenta en ofrecer una solución que combine una interfaz de usuario intuitiva y atractiva, un sistema de gamificación bien diseñado y personalizable, y un enfoque en la creación de una comunidad de apoyo. Se busca diferenciarse de otras aplicaciones existentes mediante una mayor adaptabilidad a las preferencias individuales, una experiencia de usuario más cuidada y, potencialmente, una integración cultural específica para determinados mercados hispanohablantes.

1.b. Descripción del equipo promotor

El proyecto Auric Studios es impulsado en su fase inicial por un único promotor, Alfonso Otón Liñán, quien asume la responsabilidad integral del desarrollo conceptual, estratégico y, en

gran medida, técnico de la iniciativa. Los motivos para emprender inicialmente en solitario se basan en que el negocio, en su concepción inicial, es de una escala que puede ser gestionada por una persona con la experiencia adecuada, no requiere una inversión inicial desmesurada que exija múltiples socios capitalistas, y el promotor posee una combinación de habilidades en diseño gráfico y desarrollo de aplicaciones que le permiten abordar autónomamente las fases cruciales del proyecto.

Datos Personales y de Contacto del Promotor

- **Nombre y Apellidos:** Alfonso Otón Liñán
- **NIF:** 52318436Z
- **Correo Electrónico:** alfonso.oton@gmail.com
- **Teléfono:** 626 484 394
- **Dirección:** C/ Joan Bonet, 1A 4ºA, 07004 Palma (Islas Baleares)
- **Fecha de Nacimiento:** 16 de marzo de 1982

Perfil Profesional y Aportaciones al Proyecto

El promotor cuenta con una trayectoria multidisciplinar que combina una sólida formación en diseño y una notable experiencia en el ámbito creativo y digital. Esta combinación de habilidades es fundamental para el desarrollo de una aplicación móvil donde la experiencia de usuario (UX) y la interfaz de usuario (UI) son críticas para el éxito.

Formación Académica Relevante

- **Grado en Diseño Gráfico:** (Instituto de Artes Visuales). Esta formación proporciona las competencias esenciales para el diseño visual de la aplicación, la creación de la identidad de marca y la supervisión de todos los aspectos estéticos del producto.
- **Licenciado en Arte Dramático:** (ESAD Málaga). Aunque no directamente relacionada con el desarrollo de software, esta titulación aporta habilidades comunicativas, creativas y de comprensión de la narrativa, elementos que pueden ser valiosos en el diseño de experiencias de usuario gamificadas y en la creación de contenido atractivo.
- **Título de Arteterapia Gestalt:** (El Caminante). Esta especialización ofrece una perspectiva sobre la motivación humana, el cambio de comportamiento y el bienestar emocional, conocimientos muy pertinentes para una aplicación centrada en la formación de hábitos y la auto-mejora.

Formación Complementaria Destacada

- **Graduate in Human-Computer Interaction (UX/UI):** (Stanford University). Esta formación especializada es de crucial importancia, ya que dota al promotor de conocimientos avanzados en el diseño de interacción entre humanos y ordenadores, usabilidad, y diseño de interfaces de usuario efectivas y centradas en el usuario. Es una base técnica y metodológica clave para el desarrollo de la aplicación.

Experiencia Laboral Significativa

- **Diseñador Gráfico Freelance (2018-Actualidad):** Experiencia en la gestión autónoma de proyectos, trato con clientes y desarrollo de soluciones de diseño diversas.
- **Diseñador Gráfico y Web Senior en Agencia Meelowlab (2017-2018):** Trabajo en un entorno de agencia, participando en proyectos de mayor envergadura y colaborando con equipos multidisciplinares.
- **Director Creativo en La Madriguera (1999-2014):** Una extensa trayectoria liderando proyectos creativos, lo que implica visión estratégica, gestión de equipos (aunque en este proyecto inicie solo) y responsabilidad sobre los resultados finales.
- **Maquetador y Diseñador Gráfico en Fundación BBVA (2010-2015):** Experiencia en el sector corporativo y fundacional, aplicando habilidades de diseño en contextos formales.
- **Redactor y Diseñador de Contenidos en Revista Popular Science (2008-2009):** Combinación de habilidades de diseño con creación de contenido, relevante para el marketing y la comunicación de la aplicación.

Conocimientos Técnicos Adicionales

- **Sistemas y redes, hardware.** Estos conocimientos, aunque no centrales para el desarrollo de la app (que se enfocará en software), pueden ser útiles para la gestión general de la infraestructura tecnológica.

La motivación principal del promotor para emprender este negocio surge de una necesidad personal y de la convicción de que la gamificación es una herramienta poderosa para el cambio de comportamiento. Su experiencia en diseño, complementada con su formación en UX/UI y su interés en la auto-mejora, conforman un perfil idóneo para liderar este proyecto. Aunque inicialmente el proyecto es unipersonal, se contempla la colaboración con especialistas externos (ej. desarrolladores especializados en ciertas tecnologías, expertos en marketing digital) a medida que el proyecto crezca y lo requiera, tal como se explorará en el Plan de Organización y Gestión.



2. Plan de Marketing

El Plan de Marketing es un componente crucial de este plan de empresa, ya que define la estrategia comercial que Auric Studios implementará para introducir su aplicación en el mercado, atraer y retener usuarios, y alcanzar los objetivos de negocio establecidos. Este plan se fundamenta en un análisis del producto, el mercado objetivo, la competencia, y las estrategias de precio, distribución y promoción.

2.a. Producto y Servicio

El producto central de Auric Studios es una aplicación móvil diseñada para ayudar a los usuarios a establecer y mantener hábitos positivos a través de la gamificación. La aplicación se denominará provisionalmente Kairos (nombre sujeto a revisión final y disponibilidad de marca).

Descripción Detallada del Producto

La aplicación se desarrollará en distintos niveles de diseño y funcionalidad para satisfacer las necesidades de los usuarios y permitir una evolución escalonada:

- ⊕ **Producto Básico (MVP - Minimum Viable Product):** La versión inicial se centrará en las funcionalidades esenciales para la creación, seguimiento y gamificación de hábitos. Esto incluirá la posibilidad de definir hábitos personalizados, establecer recordatorios, registrar el progreso y recibir recompensas virtuales (puntos, insignias, niveles) por la consecución de metas.
- ⊕ **Producto Real:** Sobre la base del MVP, el producto real incorporará:
 - **Diseño Intuitivo y Personalizable:** Una interfaz de usuario atractiva, fácil de navegar y con opciones de personalización visual (temas, avatares) para mejorar la experiencia del usuario.
 - **Funcionalidades Clave Ampliadas:** Además del seguimiento básico, se incluirán estadísticas detalladas del progreso, visualizaciones gráficas del rendimiento, la posibilidad de agrupar hábitos por categorías y un sistema de recompensas más elaborado y motivador.
 - **Marca Consistente:** Una identidad visual cohesiva que se reflejará en el logotipo, la paleta de colores (tonos que evoquen bienestar, crecimiento y motivación, como verdes y azules suaves), y la tipografía (clara, legible y coherente con el estilo de la marca).
 - **Compatibilidad Multiplataforma:** Desarrollo nativo o mediante tecnologías híbridas (como React Native, según se detalla en el Plan de Operaciones) para asegurar la disponibilidad en los principales sistemas operativos móviles (iOS y Android), con sincronización de datos en la nube para una experiencia fluida entre dispositivos.

- ⊕ **Producto Aumentado:** En fases posteriores, y como parte de la estrategia de monetización y retención, se ofrecerán características adicionales que enriquezcan la propuesta de valor:
 - **Comunidad de Usuarios:** Funcionalidades sociales como la creación de grupos, desafíos compartidos, rankings (opcionales y con control de privacidad) y foros de apoyo para fomentar la motivación colectiva.
 - **Soporte Prioritario:** Atención al cliente diferenciada y más rápida para usuarios de versiones de pago.
 - **Contenido Exclusivo:** Acceso a guías de desarrollo personal, artículos, webinars con expertos en hábitos y bienestar, o planes de hábitos predefinidos y curados por profesionales, disponibles para suscriptores premium.

Diferenciación y Necesidades Cubiertas

La aplicación Kairos se diferenciará de la competencia por su enfoque en una experiencia de usuario altamente pulida, un sistema de gamificación personalizable y adaptativo, y un posible enfoque culturalmente relevante para el mercado hispanohablante. Cubrirá la necesidad fundamental de las personas que buscan mejorar aspectos de su vida (salud, productividad, aprendizaje, etc.) mediante la formación de hábitos, pero que requieren un sistema de apoyo externo para mantener la motivación, la disciplina y el seguimiento de sus progresos. Se dirige especialmente a aquellos que valoran las soluciones tecnológicas accesibles y que responden positivamente a los estímulos lúdicos.

Futuros Productos/Servicios

En el medio y largo plazo (segundo y tercer año, según las estrategias iniciales), se contempla la expansión de la oferta:

- **Versión Premium con Funcionalidades Avanzadas:** Como se mencionó, con estadísticas más profundas, coaching personalizado (potencialmente a través de integraciones o colaboraciones) y talleres en línea.
- **Versión para Equipos/Empresas:** Una adaptación de la aplicación para el entorno corporativo, enfocada en el bienestar de los empleados y el fomento de hábitos saludables en equipos de trabajo.

- **Integraciones con Plataformas de Salud y Bienestar:** Explorar la conexión con otras aplicaciones o dispositivos (wearables, apps de fitness, calendarios) para ofrecer una experiencia más integrada y holística.

2.b. Mercado

La definición del mercado objetivo es esencial para orientar las estrategias comerciales y de desarrollo de producto. Auric Studios se enfocará en un segmento específico dentro del amplio mercado de aplicaciones móviles.

Clientela Potencial

- **Target Group Principal:** Individuos de entre 20 y 45 años. Este grupo demográfico se caracteriza por una alta adopción tecnológica, un interés creciente en el desarrollo personal, la productividad y el bienestar, y una mayor disposición a utilizar aplicaciones móviles para gestionar diversos aspectos de su vida. Generalmente, poseen un nivel socioeconómico medio o medio-alto, con acceso a smartphones y planes de datos.
- **Ubicación Geográfica Inicial:** Aunque la aplicación tendrá disponibilidad global, los esfuerzos de marketing iniciales se concentrarán en España, con una posible expansión posterior a otros mercados hispanohablantes como México y Argentina, debido a la afinidad cultural y lingüística.
- **Motivaciones de Compra/Uso:** Los usuarios potenciales buscan soluciones para mejorar su calidad de vida, superar la falta de motivación o disciplina para mantener hábitos, y encontrar herramientas accesibles y efectivas que les ayuden a alcanzar sus metas personales. Valoran la personalización, la facilidad de uso y los elementos que hacen el proceso más entretenido.

Proceso de Compra

El decisor de la descarga y el uso de la aplicación es, en la mayoría de los casos, el propio usuario final. Sin embargo, la influencia de prescriptores es notable en este sector. Estos pueden ser:

- **Influencers y Creadores de Contenido:** Personas con audiencias significativas en redes sociales, blogs o podcasts centrados en desarrollo personal, productividad, salud y bienestar.
- **Comunidades Online:** Foros, grupos en redes sociales y otras comunidades donde se comparten recomendaciones y experiencias sobre herramientas de autoayuda.
- **Medios Especializados:** Revistas digitales, blogs y secciones de tecnología o bienestar que realizan reseñas de aplicaciones.

Tendencias del Mercado

El mercado de aplicaciones de bienestar y desarrollo personal se encuentra en una fase de crecimiento sostenido a nivel global. Algunas tendencias clave incluyen:

- **Auge de la Gamificación:** La aplicación de mecánicas de juego en contextos no lúdicos es una tendencia consolidada que demuestra su efectividad para aumentar el engagement y la motivación.
- **Personalización Extrema:** Los usuarios demandan experiencias cada vez más adaptadas a sus necesidades y preferencias individuales.
- **Enfoque en la Salud Mental y el Bienestar Holístico:** Hay un interés creciente en aplicaciones que aborden no solo hábitos físicos, sino también el bienestar emocional, la atención plena y la gestión del estrés.
- **Integración y Conectividad:** La capacidad de las aplicaciones para integrarse con otros servicios y dispositivos es cada vez más valorada.
- **Preocupación por la Privacidad de Datos:** Los usuarios son cada vez más conscientes de la importancia de la seguridad y privacidad de su información personal.

Volumen y Competencia del Mercado

- ⊕ **Tamaño del Mercado:** El mercado global de aplicaciones móviles de salud y bienestar está valorado en miles de millones de euros y experimenta un crecimiento anual superior al 20%. En España, se estima que aproximadamente el 70% de la población utiliza aplicaciones móviles de forma regular, y un porcentaje significativo de estos usuarios emplea aplicaciones relacionadas con el bienestar y la productividad.

⊕ **Mercado Real y Potencial en España:**

- Mercado real actual (usuarios activos de apps de bienestar similares): **500.000.**
- Mercado potencial (personas interesadas en este tipo de soluciones): **3,3 millones.**
- Hueco de mercado estimado (usuarios potenciales no satisfechos o que buscan alternativas): **2,8 millones.**

⊕ **Nivel de Competencia:** El mercado es competitivo, con la presencia tanto de grandes empresas tecnológicas con múltiples aplicaciones como de desarrolladores especializados. Las barreras de entrada incluyen la inversión tecnológica en desarrollo y mantenimiento, los costes de marketing para destacar entre la multitud y la necesidad de construir lealtad de marca en un entorno con muchas opciones.




2.c. Competencia

Un análisis exhaustivo de la competencia es fundamental para identificar oportunidades de diferenciación y desarrollar una propuesta de valor sólida.

Identificación de Competidores

Se pueden distinguir dos tipos principales de competidores:

Competencia Directa: Aplicaciones específicamente diseñadas para la formación y seguimiento de hábitos, a menudo utilizando gamificación. Ejemplos notables incluyen:

Competidor	Origen	Modelo de Precios	Fortalezas	Debilidades
<i>Habituica</i>		Freemium Gratis con compras in-app	Fuerte comunidad Sistema de RPG desarrollado	Interfaz compleja Diseño anticuado
<i>Fabulous</i>		Suscripción Aprox. 12 €/mes o 120 €/año	Diseño visual muy cuidado Enfoque científico Guías estructuradas	Precio elevado Puede percibirse rígida
<i>Loop Habit</i>	N/D	Gratuita Open Source	Simple y funcional Sin publicidad Personalizable	Sin gamificación Diseño muy minimalista Sin comunidad
<i>SuperBetter</i>		Gratuita	Enfoque en resiliencia Base científica	No centrada en hábitos

Competencia Indirecta: Aplicaciones que, si bien no se centran exclusivamente en hábitos, ofrecen funcionalidades que pueden ser utilizadas para tal fin, o que compiten por el tiempo y la atención del mismo público objetivo. Ejemplos:

- **Aplicaciones de productividad:** Como Trello, Asana, Todoist, que permiten gestionar tareas y proyectos, incluyendo hábitos.
- **Aplicaciones de fitness y salud:** Como MyFitnessPal, Strava, que se enfocan en hábitos específicos (dieta, ejercicio).
- **Aplicaciones de mindfulness y meditación:** Como Headspace o Calm.

Análisis DAFO de Auric Studios

Principales Fortalezas del Proyecto

1. **Mercado en Crecimiento y Demanda Existente:** El sector de aplicaciones móviles enfocadas en el bienestar, la productividad y el desarrollo personal presenta una tendencia de crecimiento sostenido. Existe una demanda clara por parte de los usuarios de herramientas que les ayuden a formar y mantener hábitos positivos, especialmente si estas incorporan elementos motivadores como la gamificación.
2. **Propuesta de Valor Diferenciada:** Kairos busca diferenciarse a través de una combinación de diseño UX/UI cuidado, un sistema de gamificación personalizable y efectivo, y un potencial enfoque culturalmente adaptado al mercado hispanohablante. El modelo Freemium propuesto es accesible y ofrece múltiples vías de monetización.
3. **Perfil del Promotor:** Alfonso Otón cuenta con una formación y experiencia multidisciplinar en diseño gráfico, UX/UI, y un interés personal en la temática del proyecto, lo que aporta una base sólida para el desarrollo del producto y la visión estratégica.
4. **Modelo de Negocio Escalable:** Al ser un producto digital, la aplicación tiene un alto potencial de escalabilidad con costes marginales por usuario relativamente bajos una vez desarrollada la plataforma.
5. **Planificación Detallada:** El presente plan evidencia un esfuerzo por analizar los diferentes aspectos del negocio, desde el marketing hasta las operaciones y las finanzas, lo que reduce la incertidumbre inicial.

Oportunidades Clave

1. **Innovación Tecnológica:** La continua evolución de las tecnologías móviles, la inteligencia artificial y las técnicas de gamificación ofrecen oportunidades para mejorar constantemente la aplicación y ofrecer nuevas funcionalidades.
2. **Comunidad y Engagement:** La creación de una comunidad de usuarios activa y comprometida puede convertirse en un activo importante, generando lealtad, feedback valioso y promoción orgánica.
3. **Alianzas Estratégicas:** Colaboraciones con influencers, profesionales de la salud y el bienestar, o empresas pueden ampliar significativamente el alcance y la credibilidad de la aplicación.
4. **Expansión a Nuevos Mercados:** El mercado hispanohablante es amplio, y una vez consolidado en España, la expansión a Latinoamérica representa una oportunidad de crecimiento significativa.

Debilidades y Desafíos a Gestionar

1. **Recursos Iniciales Limitados:** Al ser un proyecto unipersonal en su arranque, la capacidad de ejecución y la inversión inicial dependen en gran medida del promotor. Esto puede suponer una limitación en la velocidad de desarrollo y en la envergadura de las campañas de marketing iniciales.
2. **Competencia Elevada:** El mercado de aplicaciones es competitivo, con actores establecidos. Auric Studios necesitará ejecutar su estrategia de diferenciación de manera efectiva para destacar.
3. **Dependencia de Plataformas de Terceros:** La distribución a través de App Store y Google Play implica una dependencia de sus políticas y comisiones.
4. **Monetización y Conversión:** Alcanzar las tasas de conversión de usuarios gratuitos a premium proyectadas será un desafío clave que requerirá una propuesta de valor muy atractiva en la versión de pago.
5. **Necesidad de Validación Continua:** Las proyecciones financieras y de mercado son estimaciones iniciales. Será crucial validar las hipótesis del plan a través de la experimentación y el feedback del mercado real.

Amenazas del Entorno

1. **Cambios Tecnológicos Rápidos:** La obsolescencia tecnológica puede requerir adaptaciones constantes.

2. **Evolución de las Preferencias del Usuario:** Las modas y tendencias en aplicaciones pueden cambiar rápidamente.
3. **Entorno Regulatorio:** Cambios en la normativa de protección de datos o comercio electrónico pueden implicar costes de adaptación.
4. **Situación Económica:** Crisis económicas pueden afectar la disposición de los usuarios a pagar por servicios premium.

Viabilidad General del Proyecto

Considerando los análisis realizados en las secciones precedentes, el proyecto Auric Studios se presenta como una iniciativa con un potencial de viabilidad considerable. Las proyecciones económicas-financieras iniciales, aunque modestas para el primer año, indican que el negocio tiene la capacidad de cubrir sus costes operativos y generar un beneficio si se alcanzan los objetivos de adquisición y monetización de usuarios. La inversión inicial requerida es relativamente contenida para un negocio tecnológico, especialmente si el promotor asume una parte importante del desarrollo.

El éxito del proyecto dependerá de manera crítica de los siguientes factores:

- **Calidad del Producto:** Desarrollar una aplicación robusta, intuitiva, atractiva y que realmente aporte valor a los usuarios en su proceso de formación de hábitos.
- **Ejecución de la Estrategia de Marketing:** Capacidad para dar a conocer la aplicación de manera efectiva y adquirir usuarios a un coste razonable.
- **Capacidad de Adaptación:** Agilidad para responder al feedback de los usuarios, a los cambios del mercado y a los desafíos que surjan.
- **Gestión Eficiente de los Recursos:** Optimización de los costes y búsqueda de la sostenibilidad financiera desde las primeras etapas.

Se recomienda proceder con el desarrollo del proyecto, poniendo un fuerte énfasis en la validación del producto con usuarios reales (a través del MVP y el programa beta) antes de realizar inversiones significativas en marketing a gran escala. La gestión prudente de la tesorería y la búsqueda activa de feedback serán fundamentales durante los primeros años de operación.

En conclusión, Auric Studios tiene una base sólida para convertirse en un actor relevante en el mercado de aplicaciones de bienestar y desarrollo personal, siempre y cuando se gestionen proactivamente los riesgos identificados y se ejecute con diligencia el plan estratégico trazado.

Ventaja Competitiva de Auric Studios

La ventaja competitiva se buscará a través de la combinación de: un diseño de interfaz y experiencia de usuario superior, un sistema de gamificación flexible y profundamente integrado que se sienta natural y motivador, una estrategia de precios accesible (modelo Freemium bien equilibrado) y un enfoque inicial en el mercado hispanohablante con posible adaptación cultural. La agilidad de una empresa pequeña permitirá una rápida adaptación al feedback de los usuarios.

2.d. Precio

La estrategia de precios es un elemento fundamental que impactará directamente en la adopción de la aplicación, la percepción de valor por parte de los usuarios y la rentabilidad del negocio.

Modelo de Precios

Auric Studios adoptará un modelo **Freemium**, que ha demostrado ser efectivo en el mercado de aplicaciones móviles. Este modelo permitirá atraer a una amplia base de usuarios con una versión gratuita funcional, ofreciendo al mismo tiempo opciones de monetización a través de características y contenidos premium. Se plantean los siguientes niveles:

Nivel Gratuito

- Acceso a funcionalidades básicas de creación y seguimiento de un número limitado de hábitos.
- Sistema de gamificación esencial (puntos, niveles básicos, algunas recompensas).
- Posible inclusión de publicidad no intrusiva o limitaciones en ciertas personalizaciones.

Nivel Premium (Suscripción)

Precio estimado: 4,99€ al mes o una opción anual con descuento (ej. 48€ al año, equivalente a 4€/mes).

- Seguimiento ilimitado de hábitos.
- Estadísticas avanzadas y reportes detallados de progreso.
- Sistema de gamificación completo con más recompensas, desafíos exclusivos y mayor personalización del avatar/perfil.
- Acceso a contenido exclusivo (guías, planes de hábitos predefinidos).

- Experiencia sin publicidad.
- Posibles funcionalidades de comunidad avanzadas.

Nivel Equipos/Grupos (Suscripción, a futuro)

Precio estimado: 8€ por usuario al mes (con descuentos por volumen).

- Dirigido a pequeños grupos, familias o empresas que deseen fomentar hábitos positivos de forma colectiva.
- Funcionalidades de gestión de grupos, seguimiento de progreso colectivo (anonimizado o con permiso) y desafíos grupales.

Estrategia de Fijación de Precios

La fijación de los precios se basará en las siguientes consideraciones:

- **Costes:** Aunque los costes marginales de un usuario digital son bajos, se considerarán los costes de desarrollo, mantenimiento, marketing y operativos para asegurar la rentabilidad a largo plazo.
- **Valor Percibido por el Cliente:** El precio debe reflejar el valor que la aplicación aporta al usuario en términos de mejora de su calidad de vida, motivación y logro de objetivos.
- **Precios de la Competencia:** Se posicionará de forma competitiva. Por ejemplo, el precio premium propuesto (5 €/mes) es significativamente más económico que algunas alternativas como Fabulous (aproximadamente 12 €/mes), buscando ser una opción atractiva y accesible.
- **Estrategia de Penetración Inicial:** Se ofrecerán descuentos promocionales durante los primeros meses tras el lanzamiento (ej. 30% de descuento en la primera suscripción anual) para incentivar la adopción temprana.
- **Precios Psicológicos:** Utilización de precios que terminen en “.99” o que destaquen el ahorro de la suscripción anual en términos mensuales (ej. “solo 4€/mes” en lugar de “48€/año”).

2.e. Distribución

La estrategia de distribución definirá cómo la aplicación Kairos llegará a los usuarios finales.

Canales de Distribución Principales

Dado que se trata de una aplicación móvil, los canales de distribución primarios serán las tiendas oficiales de aplicaciones:

- **Google Play Store:** Para dispositivos Android.
- **Apple App Store:** Para dispositivos iOS (iPhone, iPad).

Adicionalmente, se utilizará un canal web:

- **Sitio Web Oficial de Auric Studios/Kairos:** Actuará como punto de información central, blog, y potencialmente una plataforma con un dashboard para usuarios donde puedan ver su progreso y gestionar su cuenta (especialmente útil para la versión de equipos o para usuarios que prefieran una vista de escritorio).

Estrategia de Distribución

- **Distribución Intensiva Digital:** La aplicación estará disponible para descarga a nivel global desde el primer día de su publicación en las tiendas. Esto permite alcanzar un mercado amplio sin las limitaciones geográficas de los productos físicos.
- **Enfoque Geográfico para Marketing:** Aunque la disponibilidad sea global, las campañas de marketing y comunicación se enfocarán inicialmente en mercados específicos (España, y posteriormente México y Argentina) para optimizar la inversión y adaptar los mensajes si es necesario.
- **Optimización en Tiendas de Aplicaciones (ASO - App Store Optimization):** Se trabajará activamente en la optimización de la ficha de la aplicación en Google Play y App Store (título, descripción, palabras clave, capturas de pantalla, vídeo promocional) para mejorar su visibilidad en las búsquedas y aumentar las descargas orgánicas.

2.f. Promoción

La estrategia de promoción es vital para dar a conocer Kairos, generar descargas y construir una base de usuarios activos.

Público Objetivo de la Comunicación

- **Primario:** Individuos de 25-40 años, residentes en zonas urbanas, con un interés demostrado en productividad, desarrollo personal, bienestar y tecnología. Son usuarios activos de redes sociales y consumidores de contenido digital.
- **Secundario:** Empresas y departamentos de Recursos Humanos interesados en programas de bienestar laboral (para la futura versión de equipos).

Mensaje Central de Comunicación

El mensaje clave buscará transmitir la propuesta de valor de forma clara y atractiva. Por ejemplo:

«Kairos: Llegó el momento del cambio.»

Se enfatizará la combinación de efectividad, diversión y personalización.

Tácticas de Promoción

Se empleará una combinación de tácticas de marketing digital y, en menor medida, offline:

Marketing Digital

- **Marketing de Contenidos:** Creación de un blog en el sitio web con artículos SEO optimizados sobre formación de hábitos, gamificación, productividad, bienestar, etc., para atraer tráfico orgánico. Producción de vídeos tutoriales y demostrativos de la aplicación.
- **Redes Sociales:** Presencia activa en plataformas donde se encuentre el público objetivo (Instagram, TikTok, LinkedIn, X/Twitter). Publicación de contenido de valor, interacción con la comunidad, y campañas de publicidad segmentada (Meta Ads).
- **Publicidad de Pago (SEM):** Campañas en Google Ads (búsqueda y display) para captar usuarios que buscan activamente soluciones para formar hábitos.

- **Marketing de Influencers:** Colaboraciones con micro y macro influencers en los nichos de desarrollo personal, bienestar y productividad para que prueben y recomienden la app.
- **Email Marketing:** Creación de una lista de suscriptores a través del sitio web para enviar newsletters con novedades, consejos y promociones.
- **Campañas de User Generated Content (UGC):** Incentivar a los usuarios a compartir sus progresos y experiencias con la app utilizando un hashtag propio (ej. #KairosChallenge), organizando concursos o destacando historias de éxito.
- **Growth Hacking y Programa de Referidos:** Implementar un sistema de referidos dentro de la app donde los usuarios obtengan beneficios (ej. funciones premium temporales, recompensas virtuales exclusivas) por invitar a nuevos usuarios.
- **Relaciones Públicas Digitales:** Contacto con blogs de tecnología, bienestar y productividad para obtener reseñas y menciones de la aplicación.

Tácticas Offline (limitadas inicialmente por presupuesto)

- **Colaboraciones Estratégicas:** Posibles alianzas con gimnasios, centros de yoga, cafeterías saludables o librerías, ofreciendo códigos QR con descuentos para la versión premium o contenido exclusivo.
- **Participación en Eventos:** A futuro, considerar la presencia en ferias o eventos relacionados con el bienestar, la tecnología o el emprendimiento.

Presupuesto de Marketing Inicial (Año 1)

Partida de Marketing y Contenido	Detalle Estimado	Coste Anual Est.
Publicidad Digital Pagada	Google Ads (Búsqueda, Display, YouTube) Meta Ads (Facebook, Instagram)	8.000,00 €
Marketing de Influencers	Colaboraciones pagadas y/o intercambio de productos/servicios	3.000,00 €
Creación de Contenido	Redacción de artículos para blog (SEO), guiones para vídeos, diseño de posts para redes sociales, email marketing	6.000,00 €
Herramientas de Marketing	Software para email marketing, análisis SEO, gestión de redes sociales, etc.	1.000,00 €
Relaciones Públicas y Promoción	Envío de notas de prensa, pequeñas acciones promocionales	1.000,00 €
Subtotal Marketing Directo		19.000,00 €

2.g. Previsiones de Ventas

Establecer previsiones de ventas realistas es fundamental para la planificación financiera y la evaluación de la viabilidad del negocio. Estas previsiones se basan en los objetivos de adquisición de usuarios y la estrategia de monetización.

Objetivos Cuantitativos Clave

(Año 1)

- **Descargas Totales:** 50.000 descargas de la aplicación.
- **Usuarios Activos Mensuales (MAU):** Alcanzar una media de 10.000 MAU.
- **Tasa de Conversión a Premium:** Lograr que un porcentaje de los usuarios activos gratuitos se conviertan en suscriptores premium. Se estima una tasa de conversión conservadora inicial del 2-5% de los MAU.
- **Ingresos Totales (Primer Año):** 50.000 € (provenientes principalmente de suscripciones premium).

Metodología de Cálculo de las Previsiones

Las previsiones de ventas y usuarios se han establecido considerando varios factores:

1. **Tamaño del Mercado Potencial y Tasa de Penetración:** Basado en los datos de mercado (aunque preliminares y pendientes de validación externa más profunda), se estima un mercado potencial significativo. Las 50.000 descargas representan una tasa de penetración modesta en el mercado potencial identificado.
2. **Esfuerzos de Marketing y Adquisición de Usuarios:** Las campañas de marketing digital, el marketing de contenidos y las estrategias de ASO (App Store Optimization) están diseñadas para generar un flujo constante de descargas. El presupuesto de marketing asignado (aproximadamente 19.000 € para acciones directas) se invertirá buscando un coste de adquisición por cliente objetivo.
3. **Modelo Freemium y Tasas de Conversión:** La industria de aplicaciones móviles con modelo Freemium suele tener tasas de conversión de usuarios gratuitos a premium que varían ampliamente (del 1% al 10% o más, dependiendo del producto y la estrategia). Para Kairos, se proyecta una tasa de conversión inicial conservadora:

Para Kairos, el objetivo de ingresos de 50.000 € en el primer año se basa en la captación de 1.000 usuarios premium. Considerando una base objetivo de 10.000 Usuarios Activos Mensuales (MAU), esto requeriría alcanzar una tasa de conversión a premium del 10%.

Alternativamente, este objetivo de ingresos podría lograrse mediante una base mayor de MAU con una tasa de conversión inferior, o una combinación de suscripciones anuales (con un ingreso promedio de 50€/año por usuario) y mensuales. La estrategia se centrará en optimizar progresivamente el embudo de conversión, partiendo de una estimación inicial más conservadora del 2-5% mencionada en los objetivos cuantitativos, y trabajando para incrementarla a través de la mejora continua del producto y la efectividad de las campañas de marketing.

4. **Retención de Usuarios:** Un objetivo clave es alcanzar una tasa de retención del 50% de los usuarios activos durante el primer año. Esto se logrará mediante actualizaciones constantes de la aplicación, nuevas funcionalidades basadas en el feedback de los usuarios, y una gestión activa de la comunidad.



3. Plan de Producción y Calidad

Esta sección detalla los procesos y recursos necesarios para el desarrollo, mantenimiento y la entrega de la aplicación Kairos, así como las estrategias para asegurar la calidad del producto y el cumplimiento de las normativas relevantes en materia de seguridad y medio ambiente. El objetivo es garantizar la viabilidad técnica del proyecto y la satisfacción del usuario.

3.a. Producción y Prestación de Servicios

Dado que el producto principal es una aplicación móvil, el "proceso de producción" se refiere al ciclo de vida del desarrollo de software, desde la concepción hasta el lanzamiento y las actualizaciones posteriores. La "prestación del servicio" se materializa a través de la disponibilidad y funcionamiento de la aplicación en las plataformas móviles y el soporte asociado.

Proceso de Desarrollo del Producto (Software)

El desarrollo de la aplicación Kairos seguirá una metodología ágil, permitiendo flexibilidad, adaptabilidad a los cambios y entregas incrementales. Las fases principales del desarrollo son:

Fase 1. Investigación y Planificación (0-3 meses)

1. **Definición detallada de requisitos** funcionales y no funcionales.
2. **Investigación de mercado y análisis de la competencia.**
3. **Diseño de la experiencia de usuario (UX)** y la interfaz de usuario (UI): Creación de wireframes, mockups y prototipos interactivos. El promotor, con su formación en Diseño Gráfico y UX/UI, liderará esta fase.
4. **Selección final del stack** tecnológico.
5. **Planificación detallada del desarrollo** (sprints, hitos).

Fase 2. Desarrollo del Producto Mínimo Viable (MVP) (3-6 meses)

1. **Desarrollo del backend:** Lógica del servidor, base de datos, API.
Tecnologías consideradas: Firebase (para BaaS - Backend as a Service, incluyendo base de datos NoSQL, autenticación, hosting) y/o Node.js para lógica de servidor personalizada si fuera necesario.
2. **Desarrollo del frontend (móvil):** GUI, interacciones, lógica del lado del cliente.
Tecnologías consideradas: React Native, por su capacidad para generar aplicaciones nativas para iOS y Android desde una única base de código, optimizando tiempos y costes de desarrollo. Alternativamente, se podrían considerar Swift/Kotlin para desarrollo nativo puro si los recursos lo permiten y se busca el máximo rendimiento/integración específica de plataforma.
3. **Implementación de las funcionalidades básicas** de creación y seguimiento de hábitos, y el sistema de gamificación esencial.
4. **Pruebas unitarias** y de integración continuas.

Fase 3. Pruebas y Lanzamiento Beta

(1-2 meses)

1. **Pruebas Alpha** internas exhaustivas.
2. Lanzamiento de una **versión Beta cerrada** a un grupo selecto de usuarios ("early adopters") para recopilar feedback sobre usabilidad, funcionalidad y errores.
3. Iteración sobre el producto basada en el **feedback** de los beta testers.

Fase 4. Lanzamiento Oficial

(~9 meses desde inicio de desarrollo intensivo)

1. **Publicación de la aplicación** en Google Play Store y Apple App Store.
2. Implementación de la **estrategia de marketing** de lanzamiento.

Fase 5. Mantenimiento y Evolución Continua

(Post-lanzamiento)

1. **Monitorización del rendimiento** de la aplicación y la infraestructura.
2. **Corrección de errores** (bug fixing).
3. **Desarrollo e implementación de nuevas funcionalidades** y mejoras basadas en el feedback de los usuarios y los objetivos de negocio (actualizaciones mensuales previstas inicialmente).
4. **Escalado de la infraestructura** según el crecimiento de usuarios.

Tecnologías Utilizadas (Resumen)

- **Desarrollo Móvil (Frontend):** React Native (preferido), o Swift (iOS) y Kotlin (Android) para desarrollo nativo.
- **Desarrollo Backend:** Firebase (BaaS) para una rápida implementación y escalabilidad, complementado con Node.js y Express.js si se requieren APIs personalizadas más complejas.
- **Base de Datos:** Firestore (parte de Firebase) o MongoDB (NoSQL).
- **Control de Versiones:** Git (con plataformas como GitHub o GitLab).
- **Herramientas de Diseño UX/UI:** Figma, Adobe XD, Sketch.
- **Gestión de Proyectos:** Herramientas ágiles como Jira, Trello o Asana.
- **Comunicación:** Slack, Microsoft Teams.

Gestión de Inventarios

No aplica en el sentido tradicional, ya que el producto es digital. La "gestión de activos digitales" (código fuente, diseños, documentación) se realizará mediante sistemas de control de versiones y almacenamiento en la nube seguro.

Costos de Producción (Desarrollo y Mantenimiento)

Los costos de producción se centran en:

- **Desarrollo Inicial:** Si se externaliza parte del desarrollo o se contratan freelancers para acelerar el proceso, estos serían los costes principales. Si el promotor asume la mayor parte del desarrollo inicial, el coste es su tiempo y los recursos de software/hardware.
- **Mantenimiento y Actualizaciones:** Se estiman costes operativos anuales de aproximadamente 15.000 € destinados al mantenimiento continuo de la aplicación y al desarrollo de nuevas características. Estos costes, detallados en el plan económico-financiero, cubrirían principalmente servicios de desarrollo freelance, así como herramientas y licencias de software necesarias.
- **Costes de Infraestructura (Servidores, Base de Datos):** Firebase y otros servicios en la nube suelen tener un nivel gratuito y luego un coste escalable según el uso, lo que permite controlar los gastos iniciales.

Una aproximación inicial a los costes directos de producción (sin contar el tiempo del promotor si este desarrolla) se detallará en el Plan Económico-Financiero. Se buscará optimizar costes mediante el uso de tecnologías eficientes y, si es posible, aprovechando las habilidades del promotor.

Objetivos y Calendario de Producción:

- **MVP Lanzado:** Dentro de los primeros 6 a 8 meses desde el inicio del desarrollo intensivo.
- **Lanzamiento Oficial:** Dentro de los primeros 9 meses.
- **Primeras Funcionalidades Premium:** Implementadas progresivamente a partir del lanzamiento oficial, con un conjunto robusto disponible hacia el final del primer año para impulsar las suscripciones.

3.b. Calidad

La calidad de la aplicación Kairos es un factor determinante para la satisfacción del usuario, la retención y la reputación de la marca. Se implementará un sistema de gestión de calidad enfocado en la prevención de defectos y la mejora continua.

Estrategia de Control de Calidad

1. Pruebas de Software Exhaustivas:

- **Pruebas Unitarias:** Realizadas por los desarrolladores para verificar componentes individuales del código.
- **Pruebas de Integración:** Para asegurar que los diferentes módulos de la aplicación funcionan correctamente juntos.
- **Pruebas de Sistema (End-to-End):** Para validar el funcionamiento completo de la aplicación desde la perspectiva del usuario.
- **Pruebas de Usabilidad:** Realizadas con usuarios reales (o perfiles de usuario simulados) para evaluar la facilidad de uso, la intuitividad de la interfaz y la experiencia general. El promotor, con su especialización en UX/UI, supervisará de cerca este aspecto.
- **Pruebas de Rendimiento:** Para asegurar que la aplicación es rápida, estable y no consume excesivos recursos del dispositivo.
- **Pruebas de Seguridad:** Para identificar y corregir vulnerabilidades que puedan comprometer los datos de los usuarios.
- **Pruebas de Compatibilidad:** En diferentes dispositivos, tamaños de pantalla y versiones de sistemas operativos (iOS y Android).

2. Programa de Beta Testing:

- Como se mencionó en el proceso de desarrollo, se invitará a un grupo de *early adopters* a probar la aplicación antes de su lanzamiento oficial. Su feedback será crucial para identificar errores y áreas de mejora.

3. Monitorización Continua Post-Lanzamiento:

- Uso de herramientas de análisis de aplicaciones (ej. Firebase Analytics, Google Analytics for Mobile) para rastrear el comportamiento del usuario, identificar cuellos de botella y detectar errores en tiempo real.
- Recopilación activa de feedback de los usuarios a través de canales dentro de la aplicación (formularios de contacto, encuestas), reseñas en las tiendas de aplicaciones y redes sociales.

4. Ciclos de Mejora Continua:

- El feedback de los usuarios y los datos de monitorización se analizarán regularmente para priorizar correcciones y el desarrollo de nuevas funcionalidades.
- Las actualizaciones se lanzarán de forma periódica (idealmente mensual o bimensual inicialmente) para mantener la aplicación fresca, relevante y libre de errores.

Métricas de Calidad

- Número de bugs reportados y tiempo de resolución.
- Calificación promedio en las tiendas de aplicaciones (objetivo: 4.5+ estrellas).
- Tasa de desinstalación.
- Tiempo de actividad del servicio (uptime).
- Índices de satisfacción del usuario (a través de encuestas).

3.c. Equipo e Infraestructuras

Esta sección detalla los recursos materiales y tecnológicos necesarios para poner en marcha y operar Auric Studios.

Equipamiento e Infraestructura Tecnológica

⊕ Hardware del Promotor:

- Ordenador potente para desarrollo y diseño (se asume que el promotor ya dispone de este equipo personal).
- Dispositivos móviles (iOS y Android) para pruebas.

⊕ **Software de Desarrollo y Diseño:**

- Entornos de Desarrollo Integrado (IDEs) para React Native, Swift/Kotlin (ej. VS Code, Xcode, Android Studio).
- Software de diseño gráfico y UX/UI (ej. Figma, Adobe Creative Suite). El promotor ya cuenta con experiencia en estas herramientas.
- Herramientas de gestión de proyectos y control de versiones (Git, Jira/Trello).

⊕ **Infraestructura de Servidores y Backend:**

- Servicios en la nube (PaaS/BaaS) como Firebase para autenticación, base de datos (Firestore), almacenamiento de archivos, hosting de funciones serverless y, potencialmente, hosting web para la página de la empresa. Estos servicios ofrecen escalabilidad y un modelo de pago por uso, lo que minimiza la inversión inicial en infraestructura física.
- Si se opta por un backend más personalizado, se podrían requerir servidores virtuales (VPS) o contenedores (Docker, Kubernetes) en plataformas como AWS, Google Cloud Platform o Azure.

⊕ **Dominio Web y Hosting:**

- Para el sitio web auricstudios.es (Dinahosting).

⊕ **Herramientas de Marketing y Análisis:**

- Software para email marketing, SEO, análisis de datos de la aplicación.

Infraestructura Física (Oficina)

Inicialmente, el promotor operará desde su domicilio (C/ Joan Bonet, 1A 4ªA, 07004 Palma, Islas Baleares), lo que minimiza los costes de alquiler de oficina. A medida que la empresa crezca y si se contrata personal, se evaluará la necesidad de un espacio de oficina dedicado o el uso de espacios de coworking.

Costos Asociados:

Los costos de equipamiento e infraestructura se desglosarán en el Plan Económico-Financiero. Los principales costes recurrentes serán las suscripciones a servicios en la nube, herramientas de software y, potencialmente, la amortización de equipos si se adquieren nuevos. La inversión inicial en infraestructura física es mínima al operar desde casa.

3.d. Seguridad Laboral y Medio Ambiente

Aunque Auric Studios es una empresa de desarrollo de software con un bajo impacto ambiental directo y riesgos laborales limitados en su fase inicial (operando el promotor desde casa), es importante considerar y cumplir con las normativas aplicables.

Medidas de Prevención (para el promotor y futuros empleados)

La actividad principal consiste en el desarrollo de software en un entorno de oficina, lo que implica una exposición prolongada a riesgos ergonómicos derivados de posturas mantenidas frente al ordenador, así como movimientos repetitivos relacionados con el uso continuado de periféricos. A estos factores se suman la fatiga visual provocada por la exposición constante a pantallas y el estrés asociado a la carga cognitiva, los plazos de entrega y la demanda de concentración sostenida.

- **Ergonomía del Puesto de Trabajo:** Asegurar una silla ergonómica, mesa a la altura adecuada, correcta disposición de pantalla, teclado y ratón. Fomentar pausas activas y cambios de postura.
- **Iluminación y Ventilación:** Adecuada iluminación (natural y artificial) para evitar la fatiga visual. Buena ventilación del espacio de trabajo.
- **Gestión del Tiempo y Carga de Trabajo:** Promover una organización del trabajo que evite el estrés excesivo y el burnout.
- **Formación e Información:** Proporcionar información sobre riesgos ergonómicos y buenas prácticas.
- **Normativa Aplicable:** Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales y reglamentos de desarrollo. Aunque para un autónomo trabajando solo las obligaciones formales son menores, es una buena práctica seguir los principios preventivos. Si se contratan empleados, se deberá realizar una evaluación de riesgos y planificar la actividad preventiva conforme a la ley.

Medio Ambiente

El impacto ambiental directo de una empresa de desarrollo de software es relativamente bajo. Sin embargo, se pueden adoptar prácticas responsables:

- **Consumo Energético:** Fomentar el uso eficiente de la energía en los equipos informáticos (configuraciones de ahorro energético, apagado de equipos cuando no se usan).
- **Gestión de Residuos Electrónicos:** Los equipos informáticos obsoletos se gestionarán a través de puntos limpios o empresas especializadas en el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), conforme a la normativa vigente.
- **Digitalización:** Minimizar el uso de papel mediante la digitalización de documentos y procesos.
- **Proveedores de Hosting Sostenibles:** En la medida de lo posible, al seleccionar proveedores de servicios en la nube, se podría considerar su compromiso con el uso de energías renovables.

Normativa Medioambiental Aplicable

No se prevé que la actividad genere residuos peligrosos ni emisiones significativas que requieran permisos o licencias ambientales específicas más allá de la correcta gestión de residuos comunes y RAEE.

Conclusión

El plan de producción y calidad de Auric Studios se centra en un desarrollo de software ágil y eficiente, con un fuerte énfasis en la calidad del producto final y la experiencia del usuario. La infraestructura se basará en servicios en la nube para mayor flexibilidad y escalabilidad, con una inversión inicial controlada. Las medidas de seguridad laboral y gestión medioambiental, aunque de menor complejidad en esta etapa, se tendrán en cuenta para asegurar una operación responsable.



4. Plan de Organización y Gestión

Esta sección se centra en la estructura organizativa de Auric Studios y en la planificación de los recursos humanos necesarios para alcanzar los objetivos empresariales. Se definirán los roles, responsabilidades y las políticas de gestión de personal, así como los objetivos estratégicos que guiarán la operativa de la empresa durante sus primeros años.

4.a. Aspectos Clave a Desarrollar y Objetivos Empresariales

La planificación organizativa y de gestión se orienta a la consecución de los objetivos de negocio definidos, considerando tanto el entorno interno como el externo.

Objetivos Empresariales (Recapitulación y Ampliación)

⊕ Objetivo General (Primer Año):

- Desarrollar y lanzar con éxito la aplicación Kairos, facilitando el establecimiento y la constancia de hábitos positivos, y alcanzar la cifra de 10.000 usuarios activos mensuales (MAU) al finalizar el primer año de operación.

⊕ Objetivos Específicos (Primer Año y Medio):

- **Producto:** Implementar un sistema de gamificación robusto y atractivo que permita a los usuarios crear, personalizar y seguir al menos cinco hábitos diferentes de manera efectiva dentro de los primeros seis meses post-lanzamiento.
- **Retención:** Conseguir una tasa de retención de usuarios activos superior al 50% durante el primer año, mediante la mejora continua de la aplicación basada en el feedback de los usuarios, la introducción de nuevas características y la creación de una experiencia de usuario engagement.
- **Monetización (Primer Año):** Generar ingresos por valor de 50.000 € a través de suscripciones premium y, potencialmente, otras vías de monetización exploradas.
- **Posicionamiento (Primeros Dos Años):** Posicionar Kairos entre las tres aplicaciones de formación de hábitos mejor valoradas y más reconocidas en el mercado español, manteniendo una calificación promedio superior a 4.5 estrellas en las tiendas de aplicaciones.

⊕ Estrategias a Largo Plazo (Segundo y Tercer Año):

- **Expansión de Funcionalidades:** Añadir opciones avanzadas de personalización, seguimiento detallado del progreso, y contenido exclusivo (coaching, talleres) para la versión premium.

- **Crecimiento de la Base de Usuarios:** Continuar la expansión en mercados hispanohablantes (México, Argentina) y explorar otros mercados internacionales.
- **Alianzas Estratégicas:** Establecer colaboraciones con influencers, expertos en desarrollo personal, y evaluar integraciones con plataformas de salud y bienestar para ampliar el alcance y la funcionalidad de la aplicación.

Evaluación de Resultados

El progreso hacia estos objetivos se medirá utilizando Key Performance Indicators (KPIs) definidos en el Plan de Marketing (descargas, MAU, tasa de conversión, ingresos, CAC, LTV, tasa de retención, calificación en tiendas) y en el Plan de Operaciones (uptime, bugs resueltos). Se realizarán revisiones trimestrales para evaluar el desempeño y ajustar las estrategias según sea necesario.

Influencia del Entorno Externo

El análisis DAFO (Sección 2.3) y el estudio del entorno general identifican factores externos que pueden afectar al proyecto (tendencias tecnológicas, competencia, cambios regulatorios, situación económica). La empresa mantendrá una vigilancia activa de estos factores para anticipar cambios y adaptar su estrategia proactivamente.

Planificación de Recursos Humanos Inicial

En la fase inicial, el promotor, Alfonso Otón Liñán, será el único recurso humano interno, asumiendo todas las funciones clave. La planificación de personal se centrará en la optimización de su tiempo y en la identificación de áreas donde se requerirá apoyo externo (freelancers, consultores) hasta que la empresa genere ingresos suficientes para justificar contrataciones.

4.b. Organización

La estructura organizativa inicial de Auric Studios será sencilla, dada la naturaleza unipersonal del proyecto en su arranque. Sin embargo, es importante definir cómo se distribuirá el trabajo y cómo se gestionarán las funciones clave.

Distribución de Funciones (Promotor Único)

Alfonso Otón Liñán asumirá las siguientes responsabilidades principales:

- **Dirección General y Estrategia:** Definición de la visión, misión, objetivos estratégicos y toma de decisiones clave.
- **Desarrollo de Producto:** Diseño UX/UI, supervisión del desarrollo de software (y desarrollo directo en la medida de sus capacidades), gestión de producto.
- **Marketing y Ventas:** Elaboración y ejecución de la estrategia de marketing, gestión de redes sociales, creación de contenido, relaciones públicas.
- **Operaciones:** Gestión de la infraestructura tecnológica, soporte técnico básico.
- **Administración y Finanzas:** Gestión financiera básica, contabilidad (con apoyo de gestoría externa), relaciones con proveedores.

Necesidades de Personal y Colaboraciones Externas

Aunque el promotor posee un perfil multidisciplinar, ciertas tareas especializadas o que requieran un volumen de trabajo intensivo podrían requerir apoyo externo:

- **Desarrollo de Software Especializado:** Para funcionalidades complejas del backend o frontend que excedan las capacidades o el tiempo disponible del promotor, se podría contratar a desarrolladores freelance o una pequeña agencia de desarrollo por proyecto.
- **Marketing Digital Avanzado:** Para campañas de publicidad de pago a gran escala, SEO técnico avanzado o gestión de comunidades muy activas, se podría recurrir a consultores o agencias de marketing digital.
- **Creación de Contenido Específico:** Redactores especializados, diseñadores gráficos adicionales o productores de vídeo para material de marketing o contenido premium.
- **Asesoría Legal y Fiscal:** Se contratarán los servicios de una gestoría o asesoría especializada para la constitución de la empresa, la gestión de impuestos, contratos y cumplimiento normativo.
- **Soporte al Cliente:** Inicialmente gestionado por el promotor. Si el volumen de usuarios crece significativamente, se podría externalizar o contratar personal a tiempo parcial.

No se contempla la incorporación de más socios en la fase inicial, a menos que surja una oportunidad estratégica muy clara que aporte capital, conocimiento o acceso a mercados de forma significativa. La contratación de empleados fijos se considerará una vez que la empresa alcance una estabilidad financiera y un volumen de negocio que lo justifique, probablemente a partir del segundo o tercer año, dependiendo del crecimiento.

Organigrama

En la fase inicial, al ser un proyecto unipersonal con colaboraciones externas, no se requiere un organigrama formal. Las decisiones se centralizan en el promotor. Si la empresa crece y se incorporan empleados, se diseñará un organigrama funcional que refleje la estructura jerárquica y las áreas de responsabilidad.

Automatización de Procesos

Se buscará automatizar tareas repetitivas siempre que sea posible para optimizar el tiempo del promotor. Esto incluye:

- Uso de **herramientas de gestión** de redes sociales para programar publicaciones.
- Herramientas de **email marketing** para automatizar secuencias de correos.
- Sistemas de **ticketing o CRM** para gestionar las consultas de soporte al cliente (a futuro).
- Procesos de **CI/CD (Integración Continua/Despliegue Continuo)** para el desarrollo de software.

4.c. Gestión de Personal

En la fase inicial, la "gestión de personal" se refiere principalmente a la autogestión del promotor y a la gestión de las relaciones con colaboradores externos (freelancers, consultores, proveedores).

Proceso de Selección (para Colaboradores Externos)

Cuando se requieran servicios externos, el proceso de selección se basará en:

- **Definición clara del perfil** y las tareas requeridas.

- Búsqueda a través de **plataformas de freelancers** (Upwork, Fiverr, Malt) o red de contactos.
- Revisión de **portfolios**, experiencia previa y referencias.
- **Entrevistas (online)** para evaluar habilidades técnicas y encaje con el proyecto.
- Acuerdo claro de condiciones (alcance, plazos, tarifas) mediante **contrato de servicios**.

Formación (Promotor y Futuro Personal)

- **Promotor:** Alfonso Otón cuenta con una sólida formación en diseño, UX/UI y conocimientos complementarios. Se compromete a la formación continua para mantenerse actualizado en las últimas tendencias tecnológicas, metodologías de desarrollo, estrategias de marketing digital y gestión empresarial. Esto se logrará a través de cursos online, asistencia a webinars, lectura de publicaciones especializadas y participación en comunidades profesionales.
- **Futuros Empleados/Colaboradores:** Si se contrata personal, se identificarán las necesidades de formación específicas para sus roles y se facilitará el acceso a recursos de aprendizaje (internos o externos).

Retribuciones

- **Retribución del Promotor:** En la fase inicial, la retribución del promotor dependerá de la capacidad financiera de la empresa y de la política de reinversión de beneficios. Es común que los emprendedores en etapas tempranas no perciban un salario fijo elevado, priorizando la sostenibilidad y el crecimiento del negocio. Se establecerá una asignación mensual modesta para cubrir gastos personales, que se revisará a medida que la empresa genere ingresos estables. La cuantía específica de la retribución inicial del promotor se definirá en el Plan Económico-Financiero, considerando las necesidades de financiación y la estructura de costes.
- **Colaboradores Externos (Freelancers/Consultores):** Se pagarán tarifas por proyecto o por hora, acordadas previamente y basadas en las tarifas de mercado para los servicios requeridos. Estos costes se incluirán en el presupuesto operativo y de marketing.
- **Futuros Empleados:** Los salarios se establecerán de acuerdo con los convenios colectivos aplicables (si los hubiera para la actividad y categoría), la experiencia y cualificación del empleado, y las condiciones del mercado laboral. Se buscará ofrecer una remuneración competitiva para atraer y retener talento.

Filosofía de la Empresa

Estos principios guiarán la toma de decisiones, la forma de trabajar y las relaciones dentro y fuera de la empresa.

- **Misión:** Empoderar a las personas a alcanzar sus metas y mejorar su calidad de vida a través de la formación de hábitos saludables y sostenibles, utilizando la tecnología y la gamificación de manera innovadora y efectiva.
- **Visión:** Ser la plataforma líder a nivel mundial para el desarrollo de hábitos saludables, reconocida por su impacto positivo en la vida de millones de personas y por su constante innovación.
- **Valores:**
 - ↳ **Innovación:** Búsqueda constante de nuevas y mejores formas de ayudar a los usuarios.
 - ↳ **Compromiso:** Dedicación a los objetivos de los usuarios y a la calidad del producto.
 - ↳ **Empatía:** Comprensión profunda de las necesidades y desafíos de los usuarios.
 - ↳ **Sostenibilidad:** Creencia en el desarrollo de hábitos duraderos y en una gestión empresarial responsable.
 - ↳ **Respeto:** Hacia los usuarios, colaboradores y la comunidad en general.



5. Plan Jurídico-Fiscal

Este apartado aborda los aspectos legales y fiscales fundamentales que afectarán a Auric Studios, desde la elección de su estructura jurídica hasta el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y normativas específicas relacionadas con su actividad de desarrollo de software y servicios digitales.

5.a. Elección de la Forma Jurídica

La elección de la forma jurídica es una decisión crucial para cualquier nuevo negocio, ya que determina el nivel de responsabilidad del promotor, el régimen fiscal aplicable, los trámites de constitución y las obligaciones formales. Para Auric Studios, siendo un proyecto impulsado inicialmente por un único promotor, Alfonso Otón Liñán, las opciones más comunes en España son el Empresario Individual (Autónomo) y la Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal (SLU).

Empresario Individual (Autónomo)

- **Descripción:** Es la forma más sencilla y rápida de iniciar una actividad económica por cuenta propia. No existe distinción legal entre el patrimonio de la empresa y el patrimonio personal del empresario.
- **Responsabilidad:** Ilimitada. El autónomo responde con todos sus bienes presentes y futuros de las deudas generadas por la actividad empresarial.
- **Capital Mínimo:** No se requiere un capital social mínimo para su constitución.
- **Fiscalidad:** Tributa por el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) por los rendimientos obtenidos de su actividad económica.
- **Trámites de Constitución:** Relativamente sencillos, consisten básicamente en el alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores de la Agencia Tributaria (modelo 036 o 037) y el alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) de la Seguridad Social.
- **Ventajas:** Simplicidad y rapidez en la constitución, menores costes de gestión y asesoría iniciales.
- **Inconvenientes:** Responsabilidad ilimitada, puede ofrecer una imagen de menor solidez ante grandes clientes o inversores en comparación con una sociedad.

Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal (SLU)

- **Descripción:** Es una sociedad mercantil con personalidad jurídica propia, distinta de la del socio único. El capital social está dividido en participaciones sociales, todas ellas propiedad del único socio.
- **Responsabilidad:** Limitada al capital aportado a la sociedad. El patrimonio personal del socio único queda, en principio, protegido frente a las deudas de la sociedad (salvo excepciones legales o si se exigen garantías personales).
- **Capital Mínimo:** Desde la entrada en vigor de la Ley 18/2022, de creación y crecimiento de empresas (conocida como Ley "Crea y Crece"), el capital social mínimo para constituir una SL es de 1 euro. No obstante, si el capital es inferior a 3.000 euros, se aplican ciertas salvaguardas (como destinar a reserva legal al menos el 20% del beneficio hasta que la suma de la reserva y el capital alcance los 3.000 euros, y responsabilidad solidaria de los socios en caso de liquidación por deudas hasta la diferencia entre 3.000 euros y el capital suscrito).
- **Fiscalidad:** Tributa por el Impuesto de Sociedades (IS) sobre los beneficios obtenidos. El socio único, si trabaja para la sociedad y/o es administrador, percibirá sus retribuciones que tributarán en su IRPF (como rendimientos del trabajo o de actividades económicas, según el caso). La sociedad también está sujeta al IVA.
- **Trámites de Constitución:** Más complejos y costosos que los del autónomo. Requieren la obtención del Nombre de la Sociedad (Certificado Negativo de Denominación del Registro Mercantil Central), apertura de cuenta bancaria a nombre de la sociedad en formación (si la aportación es dineraria), redacción de estatutos sociales, otorgamiento de escritura pública de constitución ante notario, liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD, aunque la constitución de sociedades está exenta), inscripción en el Registro Mercantil Provincial, obtención del NIF definitivo, y alta en el Censo de Empresarios de la Agencia Tributaria y en la Seguridad Social (el socio administrador en el RETA como autónomo societario).
- **Ventajas:** Responsabilidad limitada al capital aportado, imagen más profesional y sólida, mayor facilidad para acceder a financiación o atraer inversores, y una fiscalidad potencialmente más favorable (Impuesto de Sociedades) si los beneficios son elevados y se reinvierten en la empresa.
- **Inconvenientes:** Mayor complejidad y coste de constitución y gestión (obligaciones contables y mercantiles más estrictas), necesidad de llevar una contabilidad formal según el Código de Comercio.

Decisión para Auric Studios

Considerando la naturaleza del proyecto (desarrollo de software con potencial de crecimiento y escalabilidad), la intención de construir una marca con vocación de permanencia, la posible necesidad futura de atraer inversión o colaboradores, y la protección del patrimonio personal del promotor, la forma jurídica de **Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal (SLU)** se perfila como la opción más adecuada a medio y largo plazo. Aunque los trámites iniciales son más complejos, los beneficios en términos de responsabilidad y estructura para el crecimiento futuro son significativos.

No obstante, para una fase inicial de validación del modelo de negocio y desarrollo del MVP, el promotor podría optar por iniciar la actividad como **Empresario Individual (Autónomo)** para agilizar el arranque y minimizar costes, con la previsión de constituir la SLU una vez que el proyecto demuestre viabilidad y comience a generar ingresos o requiera una estructura más formal.

La decisión final sobre la forma jurídica se tomará tras una consulta detallada con una asesora especializada, considerando la situación personal del promotor, las previsiones financieras detalladas y los planes de crecimiento a corto plazo. Para los fines de este plan, se asumirá la intención de operar como SLU, o la transición a esta forma en el primer o segundo año.

5.b. Trámites de Constitución y Puesta en Marcha (para una SLU)

Asumiendo la elección de la SLU, los principales trámites a seguir serían:

1. **Solicitud del Certificado Negativo de Denominación Social:** En el Registro Mercantil Central, para asegurar que el nombre elegido para la sociedad (ej. "Auric Studios S.L.U.") está disponible.
2. **Apertura de Cuenta Bancaria:** A nombre de la sociedad en formación, depositando el capital social (mínimo 1€).
3. **Redacción de los Estatutos Sociales:** Documento que rige el funcionamiento interno de la sociedad (objeto social, domicilio, capital, órgano de administración, etc.). Se pueden utilizar estatutos tipo para agilizar el proceso.

4. **Escritura Pública de Constitución:** Otorgamiento ante notario por parte del socio único. Incluirá los estatutos y la identificación del administrador (que será el propio promotor).
5. **Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD):** La constitución de sociedades está exenta de este impuesto, pero es necesario presentar la autoliquidación (modelo 600) exenta.
6. **Obtención del Número de Identificación Fiscal (NIF) Provisional:** En la Agencia Tributaria (modelo 036).
7. **Inscripción en el Registro Mercantil Provincial:** Del domicilio social de la empresa. Una vez inscrita, se obtiene el NIF definitivo.
8. **Alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores:** En la Agencia Tributaria (modelo 036), declarando el inicio de actividad y las obligaciones fiscales (IVA, Impuesto de Sociedades).
9. **Alta del Administrador en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA):** Como autónomo societario.
10. **Legalización de Libros Societarios y Contables:** Libro de actas, libro registro de socios, libro diario, libro de inventarios y cuentas anuales.
11. **Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo:** A la autoridad laboral competente (aunque para una actividad sin local abierto al público y realizada desde el domicilio, este trámite puede tener particularidades).

Se recomienda encargar estos trámites a una asesoría o utilizar los Puntos de Atención al Emprendedor (PAE) para simplificar el proceso.

5.c. Obligaciones Fiscales y Contables

Como SLU, Auric Studios estará sujeta a las siguientes obligaciones principales:

- **Impuesto sobre Sociedades (IS):** Grava los beneficios obtenidos por la sociedad. El tipo general actual es del 25%, aunque existen tipos reducidos para empresas de nueva creación (15% para los dos primeros ejercicios con beneficios, bajo ciertas condiciones).
- **Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA):** La empresa deberá repercutir IVA en sus ventas de servicios (suscripciones a la aplicación) y soportar IVA en sus compras. Se presentarán declaraciones trimestrales (modelo 303) y un resumen anual (modelo 390).

- **Retenciones e Ingresos a Cuenta:** Si la sociedad paga salarios a empleados, facturas a profesionales autónomos o dividendos al socio, deberá practicar las retenciones correspondientes e ingresarlas en la Agencia Tributaria (modelos 111, 115 si hay alquileres, 123, etc.).
- **Pagos Fraccionados del Impuesto de Sociedades:** A cuenta del IS del ejercicio en curso (modelo 202).
- **Obligaciones Contables:** Deberá llevar una contabilidad ordenada y adecuada a su actividad, conforme al Código de Comercio y el Plan General Contable. Esto incluye la legalización anual de los libros contables y el depósito de las Cuentas Anuales en el Registro Mercantil.
- **Declaraciones Informativas:** Como la declaración anual de operaciones con terceras personas (modelo 347) si se superan ciertos umbrales.

5.d. Marco Legal Específico de la Actividad

La actividad de desarrollo y comercialización de una aplicación móvil como Kairos implica el cumplimiento de normativas específicas:

Protección de Datos Personales

- Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) (UE) 2016/679 y Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).
- Auric Studios tratará datos personales de sus usuarios (datos de registro, hábitos, progreso, posiblemente datos de pago). Será necesario:
 - ↳ Informar claramente a los usuarios sobre el tratamiento de sus datos (política de privacidad).
 - ↳ Obtener el consentimiento explícito para el tratamiento cuando sea necesario.
 - ↳ Implementar medidas de seguridad técnicas y organizativas para proteger los datos.
 - ↳ Designar un Delegado de Protección de Datos (DPD) si se cumplen ciertos criterios (aunque inicialmente podría no ser obligatorio, es una buena práctica evaluar su necesidad).
 - ↳ Realizar un Registro de Actividades de Tratamiento.
 - ↳ Atender los derechos de los usuarios (acceso, rectificación, supresión, etc.).

Propiedad Intelectual e Industrial

- **Software:** El código fuente de la aplicación y sus elementos gráficos estarán protegidos por derechos de autor. Se evaluará la conveniencia de registrar el software o elementos distintivos si procede.
- **Marca:** Se recomienda registrar el nombre de la aplicación (Kairos o el definitivo) y el logotipo como marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) para proteger su uso exclusivo.
- **Contenido:** Si la aplicación incluye contenido de terceros (música, imágenes, textos), se deberán obtener las licencias de uso correspondientes.

Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSI-CE)

- Ley 34/2002. Aplicable si se ofrecen servicios a través de internet, incluyendo la venta de suscripciones.
- Obligaciones de información en el sitio web y la aplicación (datos del prestador del servicio, condiciones de contratación, política de cookies, etc.).

Defensa de Consumidores y Usuarios

- Real Decreto Legislativo 1/2007. Establece derechos para los consumidores en la contratación de bienes y servicios, incluyendo el derecho de desistimiento en ciertos casos para contratos a distancia (aunque para contenido digital puede haber excepciones si se informa adecuadamente).
- Claridad en las condiciones de suscripción, precios y políticas de cancelación.

5.e. Licencias y Permisos

Para la actividad de desarrollo de software y prestación de servicios online desde un domicilio particular o una oficina que no está abierta al público, generalmente no se requieren licencias de actividad específicas más allá de las altas fiscales y en Seguridad Social mencionadas. El Código CNAE para la actividad es el 62.01 "Actividades de programación informática".

Se deberá consultar con el Ayuntamiento de Palma para confirmar si se requiere alguna comunicación previa o declaración responsable por ejercer la actividad económica desde el domicilio, aunque suele ser un trámite simplificado si no hay atención al público ni molestias a terceros.



6. Plan Económico-Financiero

El Plan Económico-Financiero es esencial para evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto Auric Studios. Esta sección presentará una estimación de las inversiones necesarias, las fuentes de financiación previstas, una proyección de los ingresos y gastos, y un análisis de la rentabilidad esperada. Dada la fase inicial del proyecto, algunas cifras serán estimaciones que requerirán una validación más exhaustiva a medida que el negocio se desarrolle.

6.a. Plan de Inversión Inicial

El plan de inversión inicial detalla los recursos necesarios para poner en marcha la actividad antes de que comience a generar ingresos significativos. Para Auric Studios, siendo un negocio digital y con el promotor operando inicialmente desde su domicilio, la inversión inicial se concentra en el desarrollo de la aplicación, los costes de constitución y el marketing de lanzamiento.

⊕ Desarrollo de la Aplicación (MVP y Primera Versión)

Aunque el promotor asumirá gran parte del diseño UX/UI y la supervisión, se contempla la posible contratación de freelancers para acelerar el desarrollo de funcionalidades específicas del frontend o backend, o para tareas especializadas. Se estima una partida para esto, o como valoración del tiempo del promotor si lo desarrolla íntegramente.

⊕ Costes de Constitución de la SLU

Notaría, Registro Mercantil, tasas, gestoría para trámites: Aproximadamente 500 € - 800 €.

⊕ Equipamiento Informático y Software (si se requiere adquisición o actualización)

Se asume que el promotor dispone del hardware básico. Podrían surgir costes de licencias de software específico (herramientas de diseño, desarrollo, marketing): 500€ - 1,000 €.

⊕ Marketing de Lanzamiento

Campañas iniciales de publicidad digital, creación de material promocional, colaboraciones con micro-influencers: 2,000 € - 4,000 € (parte del presupuesto anual de marketing, pero concentrado en el lanzamiento).

⊕ Fondo de Maniobra Inicial (Imprevistos y primeros gastos operativos)

Para cubrir los primeros meses de gastos fijos (servicios en la nube, herramientas, posible retribución mínima del promotor) antes de que los ingresos se estabilicen: 3,000 € - 5,000 €.

Inversión Inicial Total Estimada: Entre 11.000 € y 20.800 €. Para este plan, se tomará una cifra media de **15,000 €** como base para la inversión inicial necesaria, que deberá ser cubierta por las fuentes de financiación.

6.b. Fuentes de Financiación

Para cubrir la inversión inicial y los primeros gastos operativos, se consideran las siguientes fuentes de financiación:

1. **Aportación del Promotor (Capital Propio):** Alfonso Otón realizará una aportación inicial de capital social (mínimo 1€ para la SLU, pero se espera una aportación mayor para cubrir necesidades) y/o un préstamo participativo a la sociedad. Se estima que el promotor podría cubrir una parte significativa de la inversión inicial con ahorros personales. **Estimación:** El promotor podría aportar 5,000 €.
2. Financiación Externa (si es necesaria):
 - **Préstamos Bancarios para Emprendedores:** Líneas de crédito ICO o préstamos específicos para nuevas empresas. Dada la cifra de inversión, podría no ser la primera opción si el capital propio es suficiente.
 - **Ayudas y Subvenciones Públicas:** Se investigarán posibles ayudas para la creación de empresas tecnológicas, digitalización o emprendimiento joven a nivel autonómico (Govern Balear) o estatal. Estas suelen tener procesos de solicitud largos y no se pueden garantizar.
 - **Business Angels o Capital Semilla (Seed Capital):** En una fase posterior, si el proyecto demuestra tracción y requiere una mayor inversión para escalar, se podría considerar la búsqueda de inversores privados. No se contempla para la fase de arranque inicial.
 - **Crowdfunding:** Podría ser una opción para validar el interés del mercado y obtener financiación para funcionalidades específicas, aunque requiere un esfuerzo de marketing considerable.

Para el arranque, se priorizará la financiación con recursos propios del promotor para mantener el control total de la empresa y evitar endeudamiento temprano. Si la inversión requerida supera la capacidad del promotor, se explorarán microcréditos o las ayudas públicas más accesibles.

6.c. Cuenta de Resultados Previsional (Año 1)

La cuenta de resultados previsional muestra los ingresos y gastos esperados durante el primer año de actividad, permitiendo estimar el beneficio o pérdida.

Ingresos

- **Ventas por Suscripciones Premium:** Objetivo de 50.000 € (según Plan de Marketing, Sección 2.g). Este es el principal flujo de ingresos proyectado.
- **Otros Ingresos (Potenciales, no incluidos en la cifra principal para ser conservadores):** Publicidad en la versión gratuita (si se implementa de forma no intrusiva), ingresos por afiliación si se recomiendan productos/servicios complementarios.

Total Ingresos Estimados (Año 1): 50.000 €

Gastos

1. Costes de Personal (Retribución Promotor):

- Se establecerá una retribución mensual modesta para el promotor.
Estimación: 1.000 €/mes x 12 meses = 12.000 € brutos anuales (incluyendo cotización a la Seguridad Social como autónomo societario, que podría rondar los 300-380€/mes según base y bonificaciones como la tarifa plana si aplica). Esta cifra es una estimación conservadora y dependerá de la política de reinversión y la salud financiera de la empresa.

2. Costes de Desarrollo y Mantenimiento de la Aplicación:

- Mantenimiento, corrección de errores, desarrollo de nuevas funcionalidades (parte puede ser tiempo del promotor, parte externalizada).
- **Estimación:** 8.000 € (para freelancers, herramientas específicas de desarrollo, no incluye el tiempo del promotor si este desarrolla directamente sin asignarse un coste de desarrollo adicional a su retribución).

3. Marketing y Publicidad:

- Según Plan de Marketing (Sección 2.f), el subtotal de marketing directo es de 19.000 €.

4. Costes de Infraestructura Tecnológica (Operaciones):

- Servidores, bases de datos (Firebase, AWS, etc.), dominio, hosting web, herramientas de monitorización. **Estimación: 5.000 €**

5. Servicios Profesionales Externos:

- Gestoría (contable, fiscal, laboral): 150 €/mes x 12 = 1,800 €.
- Asesoría legal puntual: 500 €.

6. Suministros y Comunicaciones (si se opera desde casa, una parte proporcional):

- Internet, teléfono: 50 €/mes x 12 = 600 €.

7. Otros Gastos de Explotación:

- Licencias de software general (ofimática, diseño si no están cubiertas por el promotor): 300 €.
- Pequeños gastos de material de oficina, comisiones bancarias: 200 €.

8. Amortizaciones (si aplica para software desarrollado o equipos):

- Se calculará si se activan costes de desarrollo como inmovilizado intangible. Para simplificar, no se incluye una cifra elevada inicialmente.

Total Gastos Estimados: 12.000 (Promotor) + 8.000 (Desarrollo ext.) + 19.000 (Marketing) + 5.000 (Infraestructura) + 1.800 (Gestoría) + 500 (Legal) + 600 (Suministros) + 300 (Software) + 200 (Otros) = **47.400 €**

Cuenta de Resultados Previsional

Ingresos Totales: **50.000 €**

Gastos Totales: **47.400 €**

Beneficio Antes de Impuestos (BAI): **2.600 €**

Impuesto de Sociedades (estimado al 15%): 2,600 € * 0.15 = **390 €**

Beneficio Neto (BN): **2.210 €**

Este resultado es modesto pero positivo para el primer año, indicando que el negocio podría cubrir sus costes operativos y la retribución del promotor con los ingresos proyectados. La rentabilidad dependerá críticamente de alcanzar los objetivos de usuarios e ingresos y de controlar los gastos. A continuación se mostrarán los resultados en una tabla:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Importe (€)

1. Importe neto de la cifra de negocios	50.000,00 €
Ventas (suscripciones premium)	50.000,00 €
Prestaciones de servicios (B2B)	0,00 €
2. Variación de existencias	0,00 €
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00 €
4. Aprovisionamientos	0,00 €
Consumo de mercaderías	0,00 €
Consumo de materias primas	0,00 €
Trabajos realizados por otras empresas	0,00 €
5. Otros ingresos de explotación	0,00 €
6. Gastos de personal	-12.000,00 €
Sueldo promotor + Seguridad Social (autónomo societario)	-12.000,00 €
7. Otros gastos de explotación	-35.400,00 €
Desarrollo/Mantenimiento externo	-16.000,00 €
Marketing y Publicidad	-19.000,00 €
Infraestructura tecnológica (servidores, hosting...)	-5.000,00 €
Servicios profesionales externos (gestoría, asesoría legal)	-2.300,00 €
Suministros y comunicaciones	-600,00 €
Software, comisiones, otros	-500,00 €
8. Amortización del inmovilizado	0,00 €
9. Imputación de subvenciones	0,00 €
10. Excesos de provisiones	0,00 €
11. Deterioro y resultado por enajenaciones	0,00 €
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11)	2.600,00 €
12. Ingresos financieros	0,00 €
13. Gastos financieros	0,00 €
14-16. Otros resultados financieros y diferencias de cambio	0,00 €
B) RESULTADO FINANCIERO (12+13+14+15+16)	0,00 €
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	2.600,00 €
17. Impuesto sobre beneficios	-390,00 €
D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+17)	2.210,00 €

6.d. Plan de Tesorería Previsional (Año 1)

El plan de tesorería es crucial para asegurar que la empresa dispone de liquidez suficiente para hacer frente a sus pagos en todo momento. Se proyectarían los cobros y pagos mensuales.

- **Cobros:** Principalmente de suscripciones (mensuales y anuales). Los ingresos anuales se prorratearían o se registrarían en el mes de cobro, generando picos de liquidez.
- **Pagos:**
 - ↳ **Mensuales:** Retribución del promotor, gestión, suministros, cuotas de servicios en la nube (algunos pueden ser anuales), parte del marketing.
 - ↳ **Trimestrales:** Pagos de IVA (si procede, tras compensar IVA soportado y repercutido), pagos fraccionados del Impuesto de Sociedades.
 - ↳ **Puntuales/Anuales:** Costes de constitución, licencias de software, colaboraciones de desarrollo o marketing importantes, liquidación anual del Impuesto de Sociedades.

Concepto	T1	T2	T3	T4	Total Anual
Ingresos	500,00 €	3.000,00 €	5.250,00 €	7.500,00 €	16.250,00 €
IVA Cobrado	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Subvenciones	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Financiación	16.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	16.500,00 €
TOTAL COBROS	17.000,00 €	3.000,00 €	5.250,00 €	7.500,00 €	32.750,00 €
Servicios externos	1.450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	2.800,00 €
Servicios profesionales	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	1.200,00 €
Publicidad	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.000,00 €
Suministros	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	600,00 €
Gastos de personal (neto)	900,00 €	900,00 €	900,00 €	900,00 €	3.600,00 €
Inversiones	13.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	13.500,00 €
Intereses financieros	0,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	360,00 €
Devolución préstamo	0,00 €	480,00 €	480,00 €	480,00 €	1.440,00 €
TOTAL PAGOS	15.850,00 €	1.950,00 €	1.950,00 €	1.950,00 €	21.700,00 €
SALDO INICIAL	0,00 €	1.150,00 €	2.200,00 €	5.500,00 €	0,00 €
SALDO TRIMESTRAL	1.150,00 €	1.050,00 €	3.300,00 €	5.550,00 €	11.050,00 €
SALDO ACUMULADO	1.150,00 €	2.200,00 €	5.500,00 €	11.050,00 €	11.050,00 €

6.e. Balance Previsional (al Final del Primer Año)

El balance muestra la situación patrimonial de la empresa en un momento dado (activo, pasivo y patrimonio neto).

Activo	Importe
A) ACTIVO NO CORRIENTE	12.000,00 €
I. Inmovilizado intangible	8.000,00 €
Desarrollo de la aplicación	6.000,00 €
Propiedad industrial (registro de marca y patentes)	1.500,00 €
Aplicaciones informáticas	500,00 €
II. Inmovilizado material	4.000,00 €
Equipos informáticos	3.000,00 €
Mobiliario	1.000,00 €
B) ACTIVO CORRIENTE	13.550,00 €
I. Existencias	0,00 €
II. Deudores comerciales	2.500,00 €
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	2.500,00 €
III. Inversiones financieras a corto plazo	0,00 €
IV. Efectivo y otros activos líquidos	11.050,00 €
Tesorería	11.050,00 €
TOTAL ACTIVO (A+B)	25.550,00 €

Patrimonio Neto y Pasivo

Importe

A) PATRIMONIO NETO	7.210,00 €
I. Capital	5.000,00 €
II. Reservas	0,00 €
III. Resultado del ejercicio	2.210,00 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	10.060,00 €
I. Deudas a largo plazo	6.560,00 €
Deudas con entidades de crédito	6.560,00 €
C) PASIVO CORRIENTE	2.890,00 €
I. Deudas a corto plazo	1.440,00 €
Deudas con entidades de crédito	1.440,00 €
II. Acreedores comerciales	1.450,00 €
Proveedores y otros acreedores	1.450,00 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	20.160,00 €

6.f. Análisis de Viabilidad y Punto Muerto

Umbral de Rentabilidad (Punto Muerto)

El punto muerto representa el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costes fijos y variables, de forma que el beneficio sea igual a cero. Es un indicador clave para evaluar la sostenibilidad financiera del proyecto.

Costes Fijos Estimados (Año 1)

Se incluyen aquellos costes que no dependen directamente del número de usuarios:

Retribución del promotor: 12.000 €
Desarrollo/mantenimiento (parte fija): 4.000 €
Infraestructura tecnológica: 5.000 €
Gestoría y asesoría legal: 2.300 €
Suministros y comunicaciones: 600 €
Licencias y otros gastos generales: 500 €
Total Costes Fijos: ~24.400 €

Margen de Contribución por Usuario Premium

Si el precio de la suscripción anual es de **50 €** y se estiman **costes variables directos de 5 €** por usuario (pasarelas de pago, atención al cliente, etc.), el **margen bruto unitario** es de **45 € por usuario/año**.

Cálculo del Punto Muerto

Punto muerto (en usuarios premium) = Costes Fijos / Margen de contribución por usuario
24.400 € / 45 € ≈ 543 usuarios premium anuales

Esto indica que se necesitan al menos **543 usuarios premium** al año para cubrir los costes fijos y alcanzar el punto de equilibrio, sin tener en cuenta los costes de adquisición de usuarios.

El objetivo planteado de **1.000 usuarios premium** (50.000 € de ingresos anuales) se sitúa **por encima del umbral de rentabilidad**, lo que respalda la **viabilidad económica básica** del modelo. No obstante, **los costes de adquisición de usuarios (marketing)** deben controlarse cuidadosamente para no comprometer este margen.

Indicadores Financieros de Viabilidad: VAN y TIR

Aunque estos indicadores requieren proyecciones a medio-largo plazo y una tasa de descuento adecuada, se mencionan aquí como referencia:

- **VAN (Valor Actual Neto):** Mide el valor presente de los flujos netos de caja esperados. Un VAN positivo indica una inversión rentable.
- **TIR (Tasa Interna de Retorno):** Es la tasa de descuento que iguala a cero el VAN. Cuanto mayor sea la TIR frente al coste de capital, más atractivo será el proyecto.

En esta fase inicial, y con datos limitados a un único ejercicio, no se estima ni el VAN ni la TIR. No obstante, su cálculo será recomendable una vez se disponga de proyecciones a 3-5 años, especialmente si se busca financiación o inversión externa.

Conclusión del Plan Económico-Financiero

El análisis económico-financiero de Auric Studios muestra una estructura sólida y prudente, con previsiones realistas y un control adecuado del gasto en el primer año. La empresa parte de una inversión inicial razonable, con un equilibrio positivo entre ingresos esperados y costes operativos, lo que permite prever un beneficio neto de 2.210€, modesto pero alentador para una startup en fase temprana.

El punto muerto se sitúa en aproximadamente 543 usuarios premium anuales, una cifra alcanzable si se ejecuta correctamente el plan de marketing y se mantiene bajo control el coste de adquisición de usuarios. La liquidez proyectada es robusta gracias a un colchón financiero bien planificado, permitiendo operar con solvencia durante todo el año.

A pesar de la viabilidad aparente, el plan destaca la sensibilidad del modelo a factores clave como la conversión a suscripción, la retención de usuarios y la eficiencia en marketing. Por tanto, será fundamental realizar un seguimiento financiero riguroso y adaptar las decisiones estratégicas según la evolución real del negocio.

En resumen, el proyecto es viable y está bien enfocado en su fase inicial, con margen para crecer y consolidarse si se cumplen los objetivos previstos. Este plan debe considerarse como una hoja de ruta dinámica, sujeta a revisión continua conforme avance la actividad empresarial.



7. Gestión Documental y Fiscal

A continuación, se presenta una lista de los documentos comerciales y de cobro y pago que Auric Studios S.L. empleará en su operativa, con una justificación de su pertinencia para una empresa de desarrollo de software y venta de suscripciones digitales.

7.a. Documentos Comerciales

Presupuesto

Aunque la venta principal de suscripciones a la app Kairos es B2C y se gestiona a través de las tiendas de aplicaciones (Google Play, Apple App Store) o pasarelas de pago estandarizadas, el presupuesto será relevante en los siguientes escenarios:

- **Servicios Corporativos:** Si Auric Studios decide ofrecer versiones personalizadas de "Kairos" para empresas (por ejemplo, planes de bienestar para empleados) o desarrollos a medida basados en su tecnología.
- **Colaboraciones Estratégicas:** Al proponer proyectos conjuntos o servicios de consultoría en gamificación a otras entidades.

Permite formalizar propuestas comerciales detalladas antes de un acuerdo, especialmente en ventas B2B o servicios personalizados que no se ajustan al modelo de suscripción estándar. Ayuda a clarificar el alcance y el coste, sirviendo de base para un futuro pedido o contrato.

Pedido (o Confirmación de Pedido/Suscripción)

Documento mediante el cual un cliente formaliza la solicitud de un producto o servicio. En el contexto de Auric Studios:

- **Suscripciones a la App:** La "compra" o suscripción a la versión premium de Kairos a través de las tiendas de aplicaciones o la web de Auric Studios genera un registro que equivale a un pedido. Las plataformas (Google/AppStore) suelen emitir una confirmación.
- **Servicios B2B (Business to Business):** Si se aceptan presupuestos para servicios corporativos, se formalizará un pedido específico.

Es la constancia de la aceptación de la oferta por parte del cliente y el compromiso de Auric Studios de prestar el servicio (acceso a funcionalidades premium, desarrollo personalizado, etc.). Es fundamental para el control interno de ventas y la gestión de la prestación del servicio.

Factura (principalmente Factura Electrónica)

Documento mercantil que acredita legalmente una operación de compraventa de bienes o prestación de servicios. Es obligatoria y debe cumplir con requisitos fiscales específicos. Para Auric Studios, la factura es esencial para:

- **Suscripciones Premium:** Justificar los ingresos por las suscripciones de pago de Kairos. Dada la naturaleza digital y el volumen potencial de clientes, se priorizará la factura elec-

trónica por su eficiencia, ahorro de costes y cumplimiento normativo (obligatoria en muchos casos con la Administración y progresivamente entre empresas).

- **Servicios B2B:** Facturar los servicios personalizados o corporativos ofrecidos.
- **Cumplimiento Fiscal:** Es la base para la liquidación del IVA y la contabilización de ingresos para el Impuesto sobre Sociedades.

Contrato de Prestación de Servicios/Suministro (proveedores y clientes B2B)

Acuerdo legal que establece los términos y condiciones de una relación comercial a largo plazo o para proyectos específicos. Auric Studios lo utilizará para:

- **Proveedores Clave:** Formalizar acuerdos con proveedores de servicios esenciales como hosting en la nube (ej. AWS, Firebase), plataformas de marketing, servicios de desarrollo freelance, asesoría fiscal y laboral.
- **Clientes Corporativos (B2B):** Definir el alcance, confidencialidad, propiedad intelectual y condiciones de pago para proyectos o servicios a empresas.

7.b. Documentos de Cobro y Pago

Recibo (o Justificante de Pago Digital)

Documento que acredita que se ha recibido un pago. En el entorno digital de Auric Studios, este suele ser una confirmación electrónica.

Proporciona al cliente una prueba del pago realizado. Para las suscripciones a través de tiendas de apps, la propia plataforma suele generar este justificante. Si Auric Studios procesa pagos directamente (ej. vía web con Stripe), la pasarela de pago o el sistema de facturación emitirán un recibo digital, a menudo integrado o complementario a la factura.

Transferencia Bancaria

Orden de traspaso de fondos entre cuentas bancarias. Será el principal medio para:

- **Realizar Pagos:** A proveedores de servicios (hosting, software, freelancers, gestión, etc.).
- **Recibir Cobros:** Los ingresos provenientes de las tiendas de aplicaciones (Google Play, Apple App Store) se liquidarán y transferirán a la cuenta bancaria de Auric Studios. También para cobros de clientes B2B que no utilicen pasarelas de pago.

Domiciliación Bancaria (Adeudo Directo SEPA)

Autorización del deudor para que el acreedor cargue pagos directamente en su cuenta bancaria. Útil para:

- **Pagos Recurrentes a Proveedores:** Automatizar el pago de servicios con cuotas fijas (ej. suscripciones a software SaaS, algunos servicios de hosting).
- **Cobros Recurrentes de Clientes:** Si Auric Studios gestiona suscripciones directamente y ofrece esta opción, podría ser una alternativa para clientes B2B o suscripciones anuales.

Pasarelas de Pago Online (Ej: Bizum, PayPal)

Servicios que facilitan el procesamiento de pagos electrónicos (tarjetas de crédito/débito, etc.) a través de internet. Serán esenciales si Auric Studios vende suscripciones o servicios directamente desde su propia página web, complementando las ventas a través de las tiendas de aplicaciones. Las tiendas de apps ya integran sus propias pasarelas para las compras in-app.

Documentos *No Aplicables* Inicialmente para Auric Studios


- **Albarán:** Dado que Auric Studios vende un servicio digital (acceso a una app), no hay entrega física de mercancía, por lo que el albarán tradicional no es aplicable. La confirmación de acceso o activación del servicio premium cumple una función similar de "entrega".
- **Cheque, Letra de Cambio, Pagaré:** Son instrumentos de pago menos comunes en el sector tecnológico y para transacciones B2C online. Las transferencias y pasarelas de pago son más ágiles y adecuadas para el modelo de negocio de Auric Studios. Podrían considerarse en situaciones muy específicas B2B, pero no serán la norma.

7.c. Modelo de Factura y Recibo Personalizados

A continuación, se presentan modelos de factura y recibo adaptados a Auric Studios S.L. Estos modelos son simplificados y se generarían mediante software de facturación o desarrollo propio, cumpliendo todos los requisitos legales.

Ejemplo de Factura

Auric Studios S.L.
C/ Joan Bonet, 1A 4ºA
07004 Palma (Islas Baleares)
NIF: B12345678
Teléfono: 626 484 394
Email: facturación@auricstudios.es
Web: www.auricstudios.es



FACTURA

Nombre del Cliente / Usuario		CIF: G83909754	
Dirección del Cliente		Email del Cliente	

Número de factura: F2025/0001		15 / 06 / 2025	
-------------------------------	--	----------------	--

#	Concepto / Descripción	Precio/Unidad	Cantidad	Dto.	Importe
1	Suscripción Mensual Kairos+ (Periodo: 15/06/2025 - 14/07/2025)	4,12 €	1	0%	4,12 €
	Base Imponible				4,12 €
	IVA	21%			0,87 €
TOTAL FACTURA			4,99 €		

Forma de Pago: (Tarjeta de Crédito / PayPal / ApplePay / GooglePay / Bizum)
Fecha de Vencimiento: PAGADA

Auric Studios S.L. Inscrita en el Registro Mercantil de Palma, Tomo XXXX, Folio XX, Hoja PM-XXXXX.
Factura emitida de acuerdo con el RD 1619/2012. Software de facturación autorizado.
Gracias por su confianza.

Ejemplo de Recibo

Auric Studios S.L.

C/ Joan Bonet, 1A 4ºA
07004 Palma (Islas Baleares)
NIF: B12345678

Teléfono: 626 484 394

Email: facturación@auricstudios.es

Web: www.auricstudios.es



RECIBO DE PAGO

Número de recibo: R2025/0001

15 / 06 / 2025

Hemos recibido de:

Nombre del Cliente / Usuario

CIF: G83909754

Dirección del Cliente

Email del Cliente

Cantidad	CUARTO EUROS CON NOVENTA Y NUEVE CÉNTIMOS (4,99 €)
Concepto	Pago de la Factura N° F2025/0001 correspondiente a la Suscripción Mensual Kairos+ (Periodo: 15/06/2025 – 14/07/2025).
Forma de pago	(Tarjeta de Crédito / PayPal / ApplePay / GooglePay / Bizum)

En Palma, a 15 de junio de 2025

Fdo.: Auric Studios S.L.

Este recibo acredita el pago de la factura referenciada.

7.d. Impuestos y Modelos Oficiales

Auric Studios S.L., al constituirse como Sociedad Limitada, estará sujeta a los siguientes impuestos principales. Se indica el impuesto y el modelo oficial de la Agencia Tributaria Española (AEAT) para su declaración y/o liquidación.

Impuesto sobre Sociedades (IS)

Grava los beneficios (rendimientos netos) obtenidos por la sociedad durante el ejercicio fiscal.

Tipo Impositivo General

Se aplica un 25%. Para entidades de nueva creación, puede aplicarse un tipo reducido del 15% sobre la base imponible durante los dos primeros ejercicios en que obtenga beneficios.

Modelos Oficiales

- **Modelo 200:** Declaración anual del Impuesto sobre Sociedades.
- **Modelo 202:** Pagos fraccionados a cuenta del Impuesto sobre Sociedades (cuatrimestral).

Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)

Impuesto indirecto que grava el consumo. Auric Studios repercutirá IVA en sus facturas por la venta de suscripciones premium y servicios, y soportará IVA en las compras y servicios que adquiera de sus proveedores.

Tipo Aplicable

Para servicios de desarrollo de software y suscripciones a aplicaciones, se aplica el tipo general del 21%.

Modelos Oficiales

- **Modelo 303:** Autoliquidación trimestral (o mensual en algunos casos) del IVA. Se declara la diferencia entre el IVA repercutido y el IVA soportado deducible.
- **Modelo 390:** Declaración resumen anual del IVA. Consolida declaraciones trimestrales.
- **Modelo 349:** Declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias (si Auric Studios presta servicios a empresas de otros países de la UE o adquiere servicios de ellas).

Retenciones e Ingresos a Cuenta (IRPF)

Auric Studios deberá practicar retenciones sobre ciertas rentas que pague e ingresarlas en Hacienda.

Casos Aplicables a Auric Studios

Nóminas de empleados (si los tuviera en el futuro): Retenciones del IRPF según la situación personal del trabajador.

- **Modelo 111:** Declaración trimestral de retenciones e ingresos a cuenta del IRPF (rendimientos del trabajo, actividades profesionales, premios, etc.).
- **Modelo 190:** Resumen anual de retenciones e ingresos a cuenta del IRPF.

Facturas de profesionales (freelancers): Si contrata servicios de profesionales autónomos (desarrolladores, diseñadores, consultores) que estén obligados a incluir retención en sus facturas (generalmente 15%, o 7% para nuevos autónomos).

- Se declaran también mediante los Modelos 111 y 190.

Alquiler de local (si lo tuviera y el arrendador fuera persona física o entidad sin obligación de retener por IS): Retención sobre el alquiler.

- **Modelo 115:** Declaración trimestral de retenciones por alquileres de inmuebles urbanos.
- **Modelo 180:** Resumen anual de retenciones por alquileres.

Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

Impuesto municipal que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas.

Obligación para Auric Studios

Estará obligada a darse de alta en el epígrafe correspondiente a su actividad (desarrollo de software, edición de programas informáticos, etc.). Sin embargo, las empresas (incluidas las SL) están exentas del pago del IAE durante los dos primeros años de actividad y, posteriormente, si su cifra neta de negocios es inferior a 1.000.000 de euros anuales. Dado que la previsión inicial de Auric Studios es de 50.000€, estaría exenta del pago.

Modelos Oficiales

- **Modelo 036/037 (Declaración Censal):** Para el alta, modificación o baja en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores, donde se declara la actividad y la sujeción o exención al IAE.
- **Modelo 840/848:** Para declarar el IAE si no se está exento.

Otros Impuestos Municipales (si aplican)

- **Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI):** Si Auric Studios fuera propietaria del local donde desarrolla su actividad. Inicialmente, al operar desde el domicilio del promotor o un coworking, podría no ser un coste directo.
- **Tasas Municipales:** Por ejemplo, tasa de basuras si tiene un local comercial.

7.e. Calendario Fiscal

A continuación, se presenta un calendario fiscal orientativo para Auric Studios S.L., considerando su forma jurídica y los impuestos más comunes.

Presentación Trimestral

Primer Trimestre (Enero – Marzo)

Hasta el 20 de Abril:

- **Modelo 303:** Autoliquidación de IVA del 1^{er} trimestre.
- **Modelo 111:** Retenciones e ingresos a cuenta del IRPF (profesionales, si aplica) del 1^{er} trimestre.
- **Modelo 115:** Retenciones por alquileres (si aplica) del 1^{er} trimestre.
- **Modelo 202 (Primer pago):** Pago Fraccionado Impuesto sobre Sociedades.

Segundo Trimestre (Abril - Junio)

Hasta el 20 de Julio:

- **Modelo 303:** Autoliquidación de IVA del 2º trimestre.
- **Modelo 111:** Retenciones e ingresos a cuenta del IRPF del 2º trimestre.
- **Modelo 115:** Retenciones por alquileres (si aplica) del 2º trimestre.

Tercer Trimestre (Julio - Septiembre)

Hasta el 20 de Octubre:

- **Modelo 303:** Autoliquidación de IVA del 3^{er} trimestre.
- **Modelo 111:** Retenciones e ingresos a cuenta del IRPF del 3^{er} trimestre.
- **Modelo 115:** Retenciones por alquileres (si aplica) del 3^{er} trimestre.
- **Modelo 202 (Segundo pago):** Pago Fraccionado Impuesto sobre Sociedades.

Cuarto Trimestre (Octubre - Diciembre)

Hasta el 20 de Enero (del año siguiente):

- **Modelo 303:** Autoliquidación de IVA del 4^o trimestre.
- **Modelo 111:** Retenciones e ingresos a cuenta del IRPF del 4^o trimestre.
- **Modelo 115:** Retenciones por alquileres (si aplica) del 4^o trimestre.
- **Modelo 202 (Segundo pago):** Pago Fraccionado Impuesto sobre Sociedades.

Presentación Anual

Hasta el 31 de Enero (del año siguiente)

- **Modelo 390:** Declaración Resumen Anual de IVA (ejercicio anterior).
- **Modelo 190:** Resumen Anual de Retenciones e Ingresos a Cuenta del IRPF (ejercicio anterior).
- **Modelo 180:** Resumen Anual de Retenciones por Alquileres (ejercicio anterior, si aplica).

Impuesto sobre Sociedades (IS)

- **Modelo 200:** Declaración Anual del Impuesto sobre Sociedades. Se presenta dentro de los 25 días naturales siguientes a los 6 meses posteriores a la conclusión del período impositivo. Si el ejercicio fiscal coincide con el año natural (cierre a 31 de diciembre), el plazo de presentación es del 1 al 25 de Julio del año siguiente.

Declaración Anual de Operaciones con Terceras Personas

- **Modelo 347:** Si el volumen de operaciones con algún cliente o proveedor supera los 3.005,06 euros anuales. Se presenta durante el mes de Febrero (del año siguiente a las operaciones).

Cuentas Anuales

Aunque no es un impuesto, es una obligación mercantil fundamental. Las Cuentas Anuales (Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Memoria, etc.) deben formularse en los 3 meses

siguientes al cierre del ejercicio. Deben ser aprobadas por la Junta General en los 6 meses siguientes al cierre. Posteriormente, hay 1 mes para su depósito en el Registro Mercantil.

Si el cierre es el 31 de diciembre:

- **Formulación:** Hasta el 31 de Marzo.
- **Aprobación:** Hasta el 30 de Junio.
- **Depósito:** Hasta el 30 de Julio.

Notas Importantes para el Calendario Fiscal

Inicio de Actividad

Los plazos para las primeras declaraciones pueden variar. Es crucial presentar el **Modelo 036** (declaración censal de alta) antes de iniciar la actividad.

Operaciones Intracomunitarias (Modelo 349)

Si Auric Studios realiza operaciones con empresas de otros países de la UE (ej. compra de servicios a Google Ireland, venta a empresas de la UE), deberá presentar el **Modelo 349**. La periodicidad puede ser mensual, trimestral o anual según el volumen de operaciones.

Asesoría

Es altamente recomendable que Auric Studios cuente con los servicios de una asesoría fiscal y contable para asegurar el correcto cumplimiento de todas sus obligaciones.



8. Valoración

El proyecto Auric Studios, centrado en el desarrollo y lanzamiento de la aplicación móvil Kairos, se presenta como **una iniciativa empresarial con un notable potencial de crecimiento** y una sólida fundamentación estratégica. La propuesta de valor, enfocada en ayudar a los usuarios a construir y mantener hábitos positivos mediante la gamificación, **responde a una necesidad creciente en la sociedad actual.**

La viabilidad del proyecto se sustenta en varios pilares interconectados. En primer lugar, **la oportunidad de mercado es significativa.** Kairos, con su enfoque en una experiencia de usuario cuidada, un sistema de gamificación personalizable y una posible adaptación cultural para mercados hispanohablantes, tiene el potencial de diferenciarse. **La estrategia de marketing está diseñada para alcanzar una visibilidad progresiva y atraer a la base de usuarios objetivo.**

Desde una perspectiva operativa y técnica, el plan de producción y calidad describe un enfoque de desarrollo ágil y escalable. **El uso de tecnologías modernas y servicios en la nube minimiza la inversión inicial** y permite adaptarse al crecimiento. El promotor, Alfonso Otón Liñán, aporta **una combinación de habilidades en diseño UX/UI y una visión clara del producto.**

La solidez financiera del proyecto, detallada en el plan económico-financiero, se basa en **proyecciones realistas de ingresos y costes. La inversión inicial requerida es moderada**, lo que facilita la búsqueda de financiación y reduce el riesgo.

En cuanto a la organización y gestión, **la filosofía de la empresa, basada en la innovación, la orientación al usuario y el impacto positivo**, proporciona una guía clara para la toma de decisiones. La capacidad de adaptación y la formación continua del promotor son activos importantes.

No obstante, como todo proyecto emprendedor, Auric Studios enfrenta retos. **La competencia en el mercado de aplicaciones es intensa** y será crucial mantener un ritmo constante de innovación. **La ejecución efectiva de la estrategia de marketing será fundamental para alcanzar las metas de adquisición de usuarios.**

Para mitigar estos riesgos y potenciar las fortalezas, el plan contempla **la mejora continua basada en el feedback de los usuarios. La búsqueda de alianzas estratégicas y la construcción de una comunidad sólida alrededor de Kairos** pueden generar ventajas competitivas.

En conclusión, Auric Studios presenta un plan de empresa bien estructurado y con un potencial considerable. La clave del éxito residirá en la ejecución diligente del plan y el compromiso constante con la calidad y la satisfacción del usuario.