

1.- DATOS GENERALES DE PROMOTORES

DATOS PERSONALES DEL PROMOTOR-PRINCIPAL:

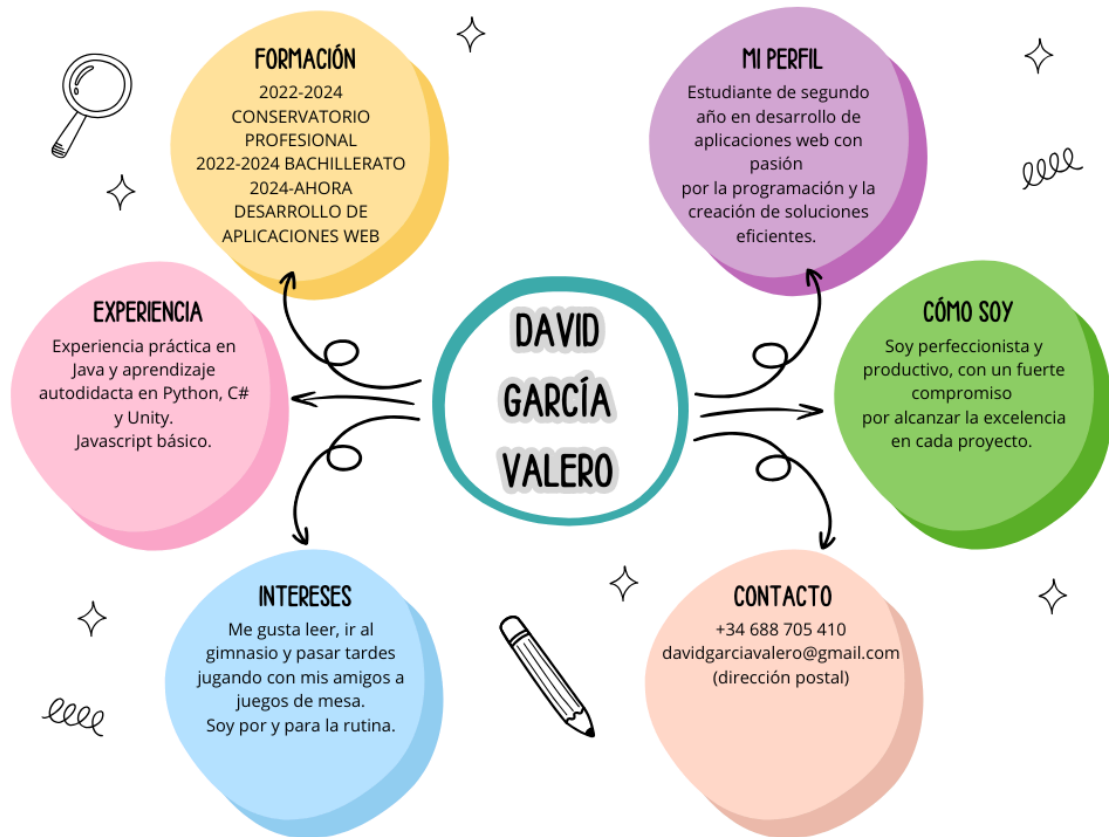
- Nombre y apellidos: David García Valero
- Edad: 21
- D.N.I./N.I.F.: 48797811E
- Domicilio Particular: AVDA NIA COCA N13 3B

- Teléfono: 688705410
- Estado civil: Soltero

DATOS PROFESIONALES DEL PROMOTOR PRINCIPAL:

- Estudios realizados:
 - Primaria
 - Secundaria
 - Bachillerato
 - Grado Superior (D.A.W.)

- Experiencia laboral:



David García Valero

Date of birth: 14/12/2003 | Place of birth: Elche, Spain | Nationality: Spanish | Phone: (+34) 688705410 (Mobile) | Email address: davidgarciavalero@gmail.com | ID: 48797811E | Address: AVDA NIA COCA N13 3B, 3B (IZQ), 03680, Aspe, Alicante, Spain (Home)

Education & Training

Bachillerato | IES EL VINALOPO | 14/09/2022 - 14/06/2024 | Novelda, Spain

Field of study Música y artes escénicas

Desarrollo de aplicaciones web | IES POETA PACO MOLLA | 14/09/2024 - Current | Petrer, Spain

Field of study Diseño y administración de redes y bases de datos | Level in EQF 5

Language Skills

Mother tongue(s): **Spanish**

	Understanding		Speaking		Writing
	Listening	Reading	Spoken production	Spoken interaction	
English	C1	C1	B2	B2	C1

2.- DATOS DE LA EMPRESA

DATOS RAZON SOCIAL:

- Razón Social: (nombre de la empresa): DGVWEBS
-
- Forma Jurídica: **S.L.N.E. SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA**
-
- Capital social y estructura del mismo:
 1. CAPITAL SOCIAL: 3012€ (Aportación de socios)
 2. PRESTAMO SOLICITADO: No se solicita financiación
- Fecha prevista de constitución: 1-1-2025
-
- N° de trabajadores: 1

LOGOTIPOS:

LOGOTIPO DE LA EMPRESA :



SIMBOLOGÍA DEL LOGO:

Es a la vez la cabeza pensante y la que camina para que el proyecto tenga éxito.

LOGOTIPO DE LA APLICACIÓN/PAGINA WEB:



SIMBOLOGIA DEL LOGO:

(La página web y la empresa siento que van a formar parte de lo mismo, mi marca personal, así que elijo que ambas sean el mismo logotipo)

--Comenta que técnica y herramienta se va utilizar en la Gestión de Proyectos que realizareis en la idea de negocio. (Trello, Scrum, Microsoft Planner, Asana, Jira,...)

Agregaré el lean project management empezaría a analizar todas las tareas que hay que hacer, y elegiría las que menos importan, y aplicaría esto a todos los ámbitos, no solo a la programación, sino, por ejemplo, también al aspecto de una página web, por ejemplo.

Añadiré todas esas tareas que considero importantes a Jira, para que yo o yo y mi equipo tengamos claro cuáles son y enfocarnos en ellas.

3.- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO

--COMENTAR EN DETALLE CUAL ES LA ACTIVIDAD DE TU EMPRESA:

Mi empresa se dedica a crear páginas web y mantenerlas, proporcionando un servicio completo a los clientes, incluyendo personalización y cercanía a la hora del proceso de desarrollo. Para ello tendré una página web portfolio donde expondré mis trabajos previos y daré a conocer el servicio que ofrezco.

--ESTABLECER EN QUE CONSISTE TU PRODUCTO/SERVICIO. (COMENTAR LA PAGINA WEB/APP QUE VAS A REALIZAR COMO PARTE DE TU TRABAJO TÉCNICO)

Para ello tendré una página web portfolio donde expondré mis trabajos previos y daré a conocer el servicio que ofrezco.

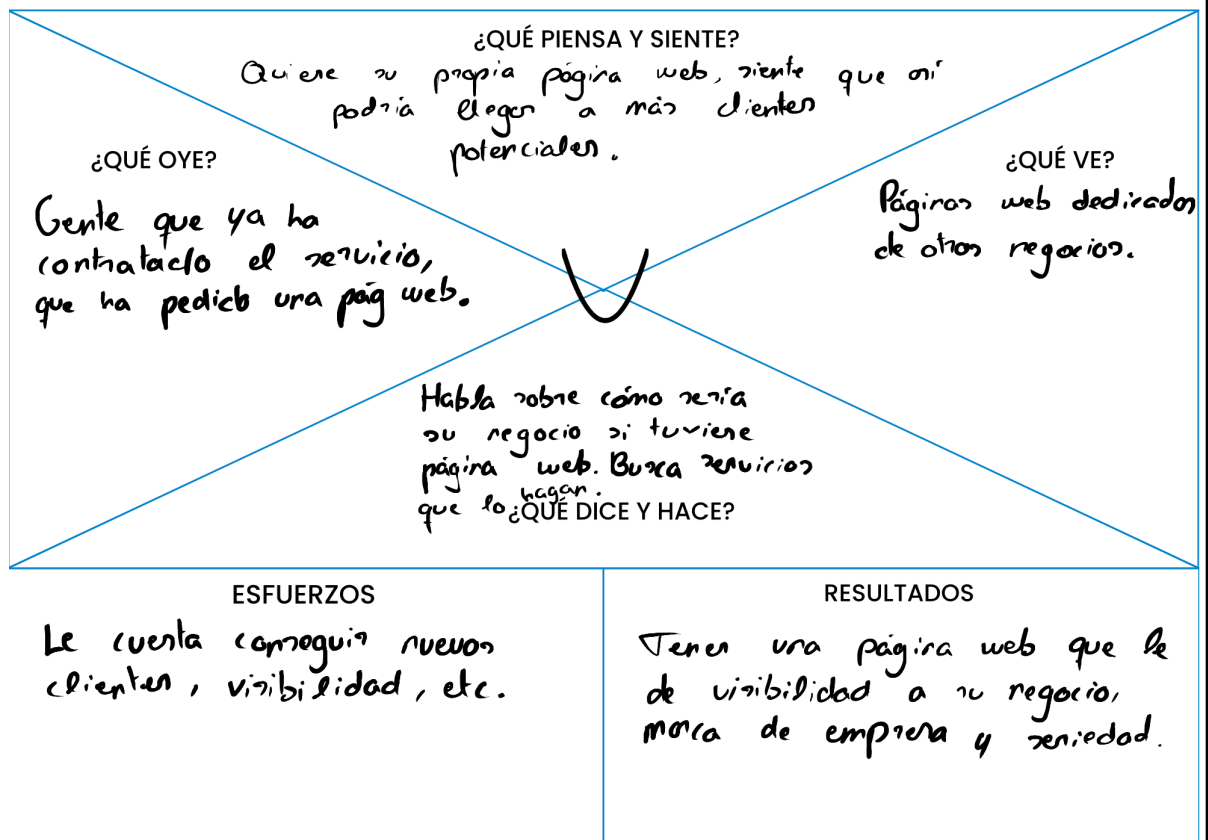
--TIPO DE INNOVACIÓN A IMPLANTAR EN TU NEGOCIO (mínimo 2 tipos de innovaciones).

Con el Marketing, daré forma y marca a nuestra empresa ya que sería un gran apoyo a la misma. E innovo en el proceso de creación, pues ofreceré seguimiento y personalización únicos.

--COMENTAR LAS 5 ETAPAS DEL DESIGN THINKING. (Página web/App)

1.- Empatizar.-

Realiza el MAPA DE EMPATIA DE TU CLIENTE POTENCIAL/IDEAL



2.- Idear:

Nuestra empresa puede beneficiarse de las necesidades de nuestros clientes, y así aportarles una página web que se acerque lo más posible a lo que quieren. Posibles problemas que podrían entrar en juego sería la competencia, para ello habría que mejorar nuestro portfolio.

3.- Desarrollar:

Crearemos un apartado del portfolio que esté exclusivamente dedicado a aportar información sobre cómo podría ser la página web que tanto desea nuestro cliente.

Añadiremos más páginas web prototipo para que potenciales clientes puedan ver cómo sería esa página web que quieren.

4. Prototipar:

(aquí crearemos una versión simplificada de lo que serían las dos ideas anteriormente expuestas)

5.- Validar

Finalmente mostramos estos prototipos a posibles clientes, y les preguntamos qué les sugiere, y si les invita a contratar el servicio.

ESTUDIO DE MERCADO	
1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	
<p>ANALIZA TU ACTIVIDAD Y COMENTA COMO AFECTA LA NORMATIVA, ESPAÑOLA Y EUROPEA, EN RELACIÓN AL MEDIO AMBIENTE. COMENTA LOS ODS (OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE) EN LOS PRODUCTOS DE VUESTRA EMPRESA.</p>	
<p>Nuestra empresa no afecta de ninguna manera en negativo a las ODS, en todo caso impulsaremos sus objetivos individualmente. Estamos usando la menor carga posible de trabajo, así como la menor infraestructura posible para lograr lo máximo que podamos.</p>	

2.-ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECIFICO DE LA EMPRESA

--CLIENTES PRINCIPALES

1.-Tipología del cliente principal o tipo de persona de compra la PAGINA WEB, EN GENERAL:

Tipo de cliente: Individual

Localización: Internacional

Nivel de ingresos: 20000 €

----Diferenciación de tu producto respecto a la competencia (según criterio del cliente):

Ofrece personalización y cercanía.

-----Motivos por los que elige tu empresa y no otra (según criterio del cliente):

Le llamó la atención la página web portfolio y le parece sencillo empezar el proceso de desarrollo.

--ESTABLECE EL DISEÑO/LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO: CANVAS

--PROVEEDORES (Empresas que suministran servicios) (Luz,Agua,Teléfono,Internet)

- Identificación(NOMBRE EMPRESA): JetBrains
- Ubicación: (13 oficinas por todo el mundo, Amsterdam la más cercana)
- Gama de productos que compras: PhpStorm
- Plazo de entrega: Al instante
- Condiciones de pago: no

- **Servicio postventa:** no

- Calidad: Muy buena

3.- ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECIFICO DE LA PAGINA WEB

--COMPETIDORES EN RELACIÓN A TU PRODUCTO (PAGINA WEB) (2 empresas mínimo) Explica brevemente sus similitudes.

-COMPETIDORES. ANÁLISIS DETALLADO DE LA COMPETENCIA

1) ANÁLISIS DE LA 1) **COMPETENCIA MÁS IMPORTANTE QUE TENGA TU EMPRESA EN EL DESARROLLO DE LA PAGINA WEB.**

- Nombre de la empresa: x

- Ubicación: x

- Tipo de Clientes: pequeñas y medianas empresas

- Análisis de su situación en el mercado: Favorable, con muchas reseñas positivas.

- Tiempo en el mercado: x

- Otras características:

- Características de sus servicios (**ventajas/desventajas competitivas**):

CUADRO COMPARATIVO DE LA 1) COMPETENCIA RESPECTO A TU PAGINA WEB.

ANÁLISIS DE COMPETENCIA	
Ventajas	Desventajas
Ganas de trabajar y una vista innovadora.	Poca experiencia frente a otros portfolios ya establecidos.
Tiempo para hacer el proyecto, y libertad para hacerlo individualmente.	Escasez de recursos económicos frente a otros freelancers.
Ofrezco servicios mejores y a un mejor precio.	Otros proyectos tendrán más reseñas que el mío.
Servicio de chat, cercano al cliente.	Tengo poca visibilidad, soy poco conocido.
Alta capacidad de personalización de la web para el cliente.	Los clientes podrían intentar sacar más por menos dinero.
Campaña de marketing por redes sociales.	Otras empresas tienen campañas de marketing mucho más grandes, que requieren más dinero.
Servicio de mantenimiento de las páginas web.	Algunos individuales podrían no necesitar este servicio mensual, y recurrirían a terceros.

En general, otras empresas tendrían más capacidades, mayor rendimiento a lo largo del tiempo, mejores presupuestos, etc. Pero yo tengo una visión nueva, ofrezco personalización y bajos precios, así como me mantengo cercano a los que adquieren mis servicios y intento hacerme ver por redes sociales de la mejor manera posible, intentando siempre mejorar el aspecto de mi página web portfolio.

2) ANÁLISIS DE LA 2) COMPETENCIA MÁS IMPORTANTE QUE TENGA TU DESARROLLO DE PAGINA WEB.

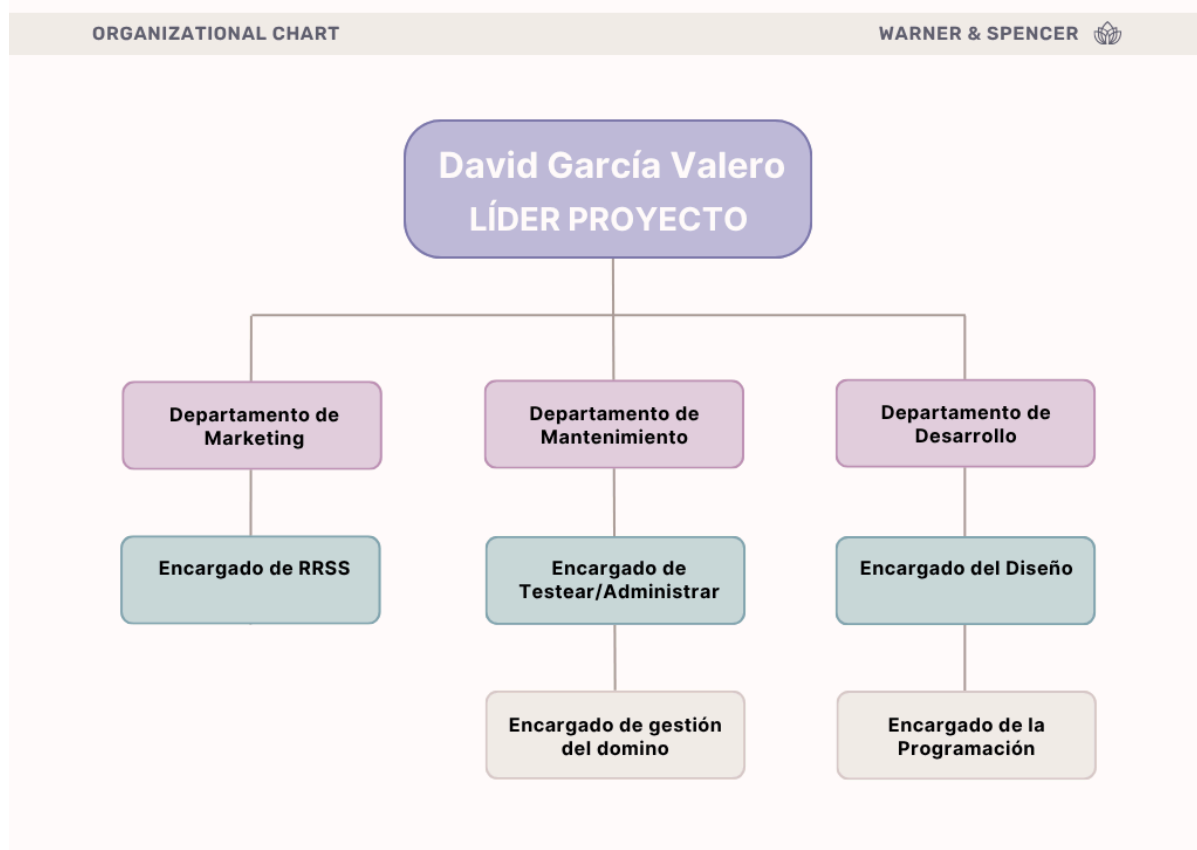
- Nombre de la empresa:
- Ubicación:
- Tipo de Clientes: pequeñas y medianas empresas
- Análisis de su situación en el mercado:
- Tiempo en el mercado:
- Otras Características:
- Características de sus servicios (**ventajas/desventajas competitivas**):

CUADRO COMPARATIVO de la 2) COMPETENCIA RESPECTO A TU PAGINA WEB.

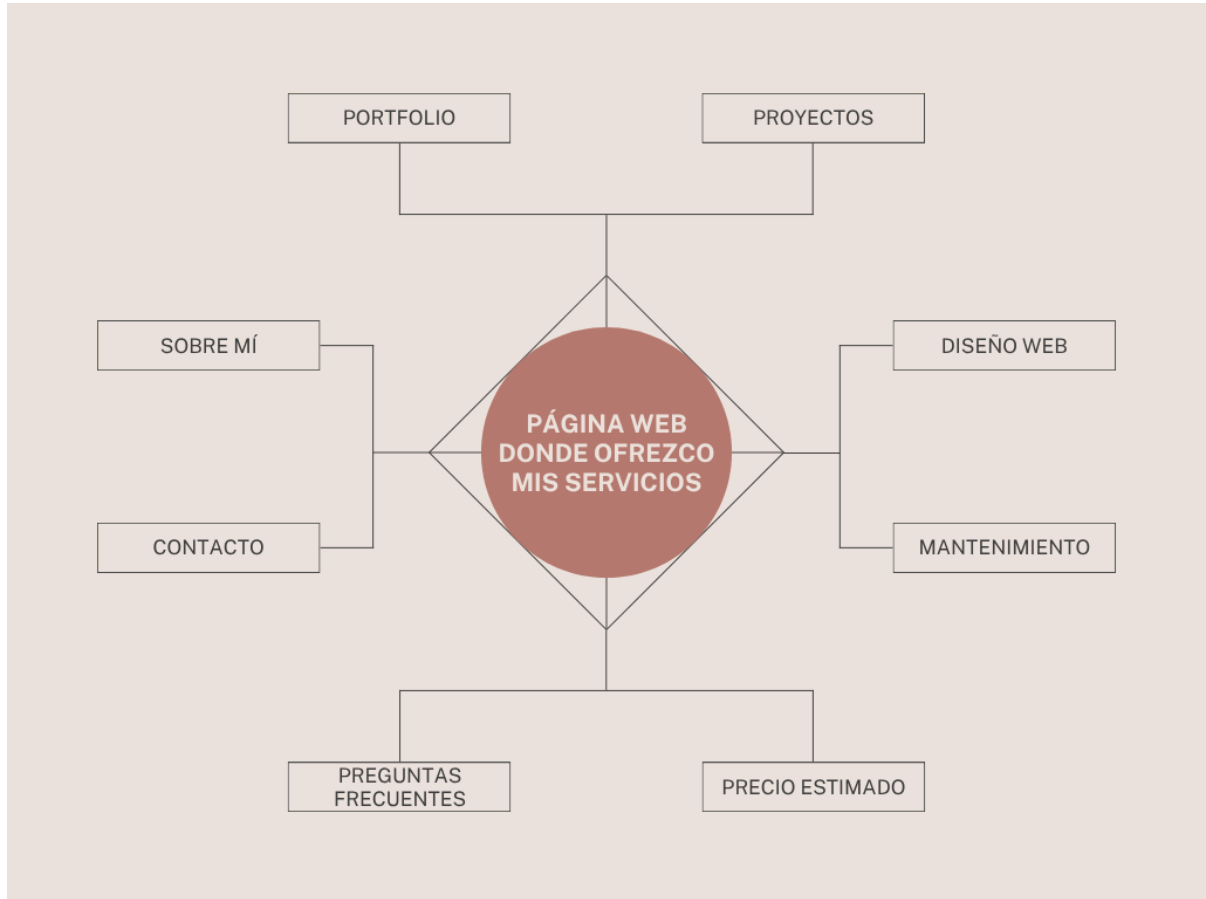
--CUADRO-RESUMEN DE LA VENTAJAS/DESVENTAJAS DE TU PAGINA WEB EN RELACIÓN A LAS EMPRESAS DE TU COMPETENCIA. (DESTACAR AQUELLAS CARACTERÍSTICAS QUE HARÁN QUE EL CLIENTE COMPRE TU PRODUCTO Y NO LA DE LA COMPETENCIA.)

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA:

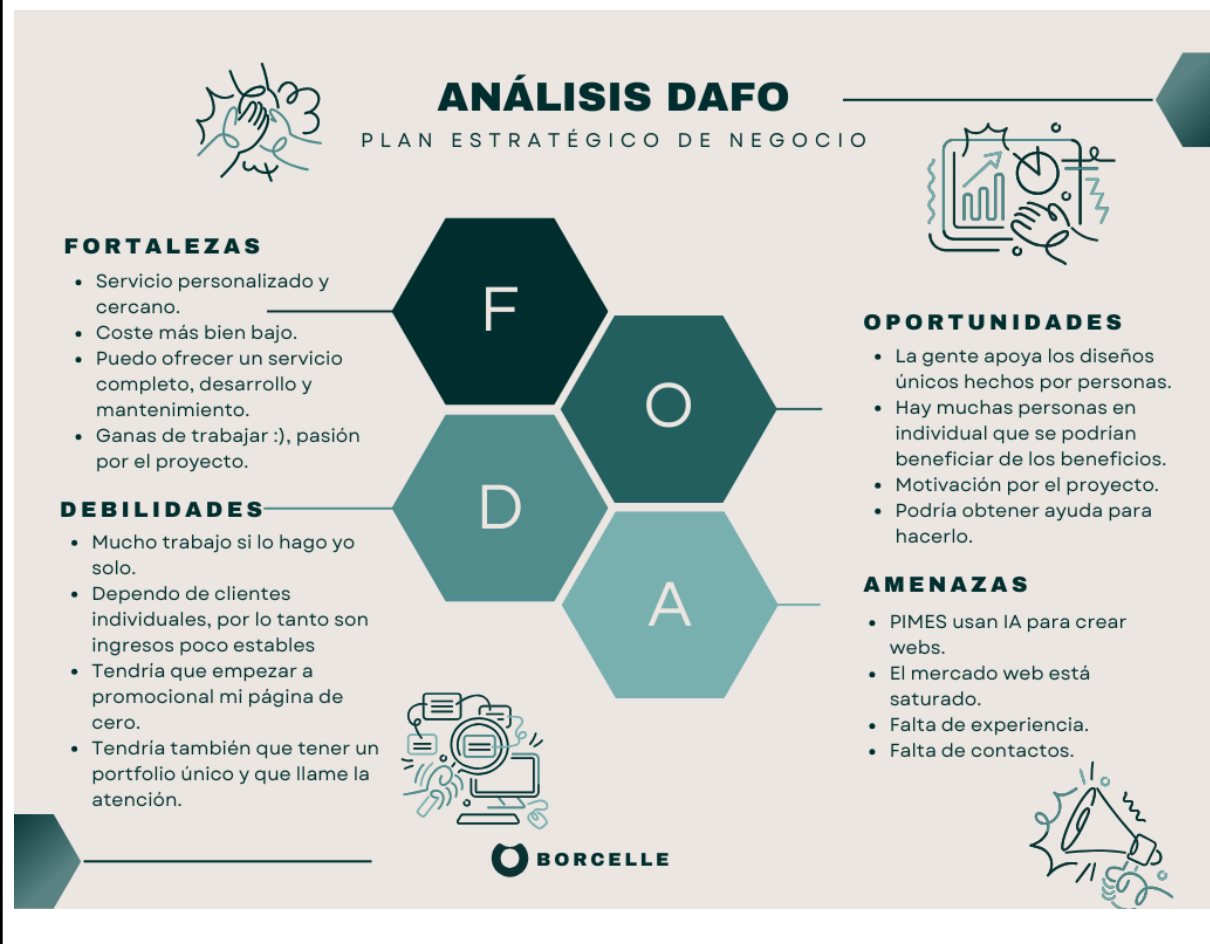
ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL DE LA EMPRESA HORIZONTAL



ORGANIGRAMA DEL TRABAJO REALIZADO PARA LA PAGINA WEB DE MODO CIRCULAR



**--INSTRUMENTO DE VIABILIDAD Y PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE FUTURO:
DAFO (DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES)**



4.- PLAN DE MARKETING (PUBLICIDAD)

1.- PUBLICIDAD DE LA EMPRESA A REALIZAR:

PRODUCTO O SERVICIO A PUBLICITAR:

- Características de tu producto a destacar:

Ofrezco un servicio de creación y mantenimiento de páginas web. Aquellos que adquieran mis servicios, podrán llegar a obtener una página web lo más parecida a lo que ellos tenían en mente, y tendrán acceso a un mantenimiento de la misma.

- Nombre o marca:

DGV Webs

- Tipo de publicidad: (BUZONEO, INTERNET, PAGINA WEB, MAILING, REDES SOCIALES, RADIO) COMENTAR EL PORQUÉ DE ESTA ELECCIÓN.

Mi principal estrategia publicitaria es hacer un portfolio web donde doy a conocer el servicio que ofrezco, mostrando mis trabajos y proyectos, y explicando un poco en qué consiste. También haría algo parecido con RRSS, simplemente trasladaría ésta visión a varias redes sociales como Instagram o Youtube.

Los canales publicitarios por tanto serán: Internet, Redes Sociales, Publicidad mediante redes sociales, Reseñas (y boca a boca)

- Elementos destacables en el producto en relación a la publicidad :

2.- PRECIO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

REALIZAR UN TABLA ESTABLECIENDO:

MEDIOS Y PRECIO (TOTALIZAR EL IMPORTE DURANTE EL PRIMER AÑO)

El precio de la campaña publicitaria al principio podría ser ninguno, ya que podría no usar anuncios, pero en el caso de que necesitase impulsar la página web portfolio o las redes sociales, podría hacerlo fácilmente mediante Google Ads o el servicio de publicidad de cada red social. En el caso de querer aumentar nuestro tráfico no pagaría más de 50 euros al mes, lo cual nos daría un total de 0 a 600 euros al año como mucho en publicidad.

3.- TIPO DE PRODUCTO: **BÁSICO, FORMAL Y AMPLIADO.** (APP/pag WEB)

Los clientes pagarían por el servicio de crear la página web una única vez (básico), y si requieren de mantenimiento, sería un pago mensual (formal). Creación de web y mantenimiento (ampliado).

4.- **REALIZA UN DOCUMENTO WEB QUE SIMULE UN ANUNCIO PUBLICITARIO** DE TU EMPRESA EN LOS DIFERENTES MEDIOS PUBLICITARIOS ONLINE, PARA PUBLICARSE EN INTERNET O REDES SOCIALES, DONDE SE INDIQUEN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE VENDES, PRECIO, LOGO, LOCALIZACIÓN, TU PAGINA WEB PRINCIPAL EN EL DESARROLLO TÉCNICO.... **Y REALIZA UNA CAPTURA DE PANTALLA DEL MEDIO PUBLICITARIO QUE CONSIDERES OPORTUNO Y ANÚNCIATE.....**

5.- **MERCHANDISING ON-LINE/INTERNET.**

No haría merchandising.

6.- **MARKETING DIGITAL.**

Busqueda de empresa externa o tiempo de trabajo en Posicionamiento SEO/SEM de tu página web/app.

Contrataría a un profesional SEO para que me ayude con mi página web portfolio.

7.- **PROMOCION DE VENTAS Y TIPO DE FIDELIZACION DE CLIENTES.**

Técnicas a utilizar.

Para acercar a mis primeros clientes haría algún tipo de promoción, por ejemplo, para los cinco primeros clientes ofrezco un 50% de descuento, o 25% de descuento en mantenimiento durante un año para los primeros 20 clientes.

8.- **Métodos de obtención de beneficio relacionado con publicidad y con tu página web (publicidad/premium/otros)**

Mediante publicidad.

**5.- PLAN RELACIONADO CON LA PRODUCCIÓN
PRODUCTO/SERVICIO (PAGINA WEB)**

CICLO DE VIDA DE TU PRODUCTO/SERVICIO (PAGINA WEB):

Gráfico con Etapas y tiempos:



DETALLE DEL PRECIO DE VENTA DE TU PÁGINA WEB/APP:

PRECIO DE VENTA , EN DETALLE:

- **Coste Total** por unidad tipo: 100€
- **Beneficio** por unidad %: 62.64%, 313.22€
- Impuestos aplicados **I.V.A. 21%**: 86.78€

- **Precio de Venta al Público** PAGINA WEB: 500€

Analizar si el precio esta afectado por los precios de la competencia.

Si, es un precio menor al de la competencia, pues soy nuevo y tengo poca experiencia.

--**FACTURA** EN LA CUAL SE REALICE AL CLIENTE LA VENTA POR LA PAGINA WEB, JUNTO CON LOS IMPUESTOS (IVA).

Empresa: David García Valero
Domicilio: AVDA NIA COCA N13 3B
Cliente: Cliente Ejemplo
Fecha: 13/11/2025

Concepto	Cantidad	Precio sin IVA (€)	IVA (%)	Total (€)
Desarrollo web personalizado + mantenimiento	1	413.22	21	500.00

Coste total por unidad: 100.00 €
Beneficio neto: 313.22 €
Porcentaje de beneficio neto sobre el total: 62.64%
IVA aplicado: 21% (86.78 €)
Precio de venta al público (PVP): 500.00 €

(HASTA AQUI 1ª evaluación DE PLAN DE EMPRESA) **HASTA AQUI**

6.- DATOS DE INFRAESTRUCTURAS/INMOVILIZADO

1.- LOCAL ALQUILADO:

- Descripción y coste del alquiler del local:

PLANO LOCAL

2.- TABLA DE RELACIÓN DE INMOVILIZADO MATERIAL COMPRADO POR LA EMPRESA:

--MAQUINARIA, MOBILIARIO Y HERRAMIENTAS (DE LA EMPRESA)

- Descripción y coste de los mismos:

-- PROCESOS EQUIPO INFORMACIÓN (Ordenadores y programas informáticos)(DE LA EMPRESA)

- Descripción y coste de los mismos:

3.- TABLA-RELACION DE ELEMENTOS EN LEASING Y RENTING CON VALORACIÓN. (ALQUILER)

(ES NECESARIO AL MENOS UN ELEMENTO EN CADA UNO)

- LEASING:

COSTE TOTAL/COSTE MENSUAL/COSTE ANUAL DE CADA ELEMENTO

- RENTING:

COSTE TOTAL/COSTE MENSUAL/COSTE ANUAL DE CADA ELEMENTO

--

7.- DATOS DE RECURSOS HUMANOS (CONTROL DE TRABAJADORES)

- N° de trabajadores necesarios, Perfiles y Formación profesional:

Posibles Puestos de trabajo:

ANÁLISIS

DISEÑO

PROGRAMACIÓN

PRUEBAS

- Medios de selección y Modalidades de contratación de empleados:

(Tipos de Contratos):

TABLA COSTE DEL PERSONAL ASALARIADO

Categoría Profesional/ Tiempo de contratación	Salario mensual MINIMO SMI	Segurida d social mensual 38%	IRPF 10%	Total Coste Salarial ANUAL 14PAGAS (salario +SS)	Total Coste IRPF Anual 14PAGAS
GERENTE					
1 TRABAJADOR					
2 TRABAJADOR					
TOTAL					

8.-PLAN DE FINANCIACIÓN E INVERSIÓN.

A) PLAN FINANCIERO

1.- PLAN DE INVERSIONES INICIAL		
CONCEPTO	INVERSIONES	GASTOS
Edificio, locales y terrenos		

Maquinaria, Herramientas y Utillaje		
Elementos de transporte		
Mobiliario y enseres		
Ordenadores y Aplicaciones Informáticas		
Fianzas		
Gastos de Personal		
Gastos seguridad social		
Gastos en publicidad		
Gastos Financieros (intereses prestamos)		
Gastos luz, agua, teléfono (suministros)		
Otros gastos (seguros/extintores)		
TOTAL INVERSIONES/GASTOS		
TOTAL PLAN INICIAL		

2. PLAN DE FINANCIACIÓN	
CONCEPTO	IMPORTE/EUROS.
Recursos Propios	
Préstamos	
Otra Financiación (CROWDFINDING/...)	
TOTAL	

3.- PLAN DE AMORTIZACIÓN FINANCIERA

AÑO	INTERESES	CUOTA AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL	RESTO
1				
2				
3				

4				
5				
6				
7				
TOTAL				

Capital:

Tipo de interés anual: 8,5%

Plazo de amortización: 7AÑOS

4.- PLAN DE AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO MATERIAL

ELEMENTO	VALOR DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL	CUOTA ANUAL AMORTIZACIÓN	
Maquinaria				
Ordenadores				
Mobiliario				

5.- CUADRO PARA EL CALCULO DEL I.V.A.

		1T	2T	3T	4T	TOTALES
VENTAS	CLIENTES					
	OTROS CLIENTES O COBROS					
	Total					

	21% Iva Repercutido					
COMPRAS						
GASTOS:						
<u>DETALLA</u> TODOS LOS GASTOS	MOBILIARIO PUBLICIDAD ALQUILER LOCAL REFORMAS SUMINISTROS RENTING ETC..					
	Total					
	21% Iva Soportado					
	IVA A PAGAR (IVA REP-IVA SOP)					

6.- PREVISIÓN DE TESORERÍA

Año:

EMPRESA	1°	2°	3°	4°	TOTAL
	TRIMESTR E	TRIMESTR E	TRIMESTR E	TRIMESTR E	
Cobros					
Ventas					
Préstamos					
Aportaciones					

Otros					
Total Cobros					
Pagos					
Compras de mercaderías					
Sueldos y salarios					
Seguridad Social					
Impuestos (IRPF)					
Publicidad y promoción					
Obras y Reformas					
Alquileres					
Fianza					
Suministros					
Maquinaria					
Seguros					
Intereses Prestamos					
Devolución Prestamos					
Mobiliario					
Vehículos					
Ordenadores					
IVA a pagar (Reper-Soportado)					
Total pagos					
COBROS – PAGOS					
SALDO ANTERIOR					
SALDO ACUMULADO					

DETALLE DE IMPUESTOS

	1T	2T	3T	4T	TOTAL
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IMPUESTOS A PAGAR (IRPF)					
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IMPUESTOS A PAGAR (IVA)					

7.- CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Año:

INGRESOS	IMPORTE
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	
Ventas	
Existencias finales	

INGRESOS FINANCIEROS	
Interes cuenta banco	
TOTAL INGRESOS	
GASTOS	IMPORTE
GASTOS DE EXPLOTACION	
Compras de materias primas	
Amortización Ordenadores	
Otras Amortizaciones	
Obras y reparaciones	
Publicidad	
IRPF + IVA	
Seguros	
Salarios	
Seguridad Social	
Alquileres	
Suministros (luz, agua, teléfono, etc.)	
Mobiliario	
Vehiculos	
GASTOS FINANCIEROS	
Interés préstamo	
TOTAL GASTOS	
Resultado de explotación = Ingresos de explotación - Gastos de explotación	
Resultado de Financiero = Ingresos de financiación - Gastos financieros	
Resultado Ordinario = Resultado de explotación + Resultado financiero	
Impuestos de Sociedades (25%)	
RESULTADO TOTAL	

8.- BALANCE DE SITUACIÓN:

ACTIVO

ACTIVO NO CORRIENTE	IMPORTE
Inmovilizado Intangible Inmovilizaciones inmateriales (Aplicaciones) . Propiedad industrial . Derechos de traspaso . Fondo de comercio (menos amortización acumulada) Inmovilizado Material Maquinaria (Ordenadores) - Mobiliario - Elementos de transporte - Equipos proceso informacion - (menos amortización acumulada) Inmovilizado Financiero - Fianza	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	
ACTIVO CORRIENTE	
Existencias - Mercaderías - Materias primas Créditos a cobrar - Clientes - Hacienda pública Efectivo - Caja - Bancos	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	
TOTAL ACTIVO	
PASIVO+PATRIMONIO	
PATRIMONIO NETO	

<ul style="list-style-type: none"> - Capital - Reservas - Pérdidas y Ganancias 	
TOTAL PATRIMONIO NETO	
PASIVO NO CORRIENTE <ul style="list-style-type: none"> - Deudas con entidades de crédito - Otros acreedores 	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	
PASIVO CORRIENTE <ul style="list-style-type: none"> - Deudas con entidades de crédito - Acreedores comerciales (Proveedores) - Otras deudas (I.S) I.V.A + I.R.P.F.	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	

9.- ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE NEGOCIO.

ANÁLISIS SITUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA DEL PRIMER AÑO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO:
(COMENTA EL RESULTADO BENEFICIO/PERDIDA Y EXPECTATIVAS DE NEGOCIO)

10.- PLAN DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS:

- Descripción del Centro de Trabajo:
Zona

Actividades

Horario

Pasillos y pasos interiores
de trabajo

Escalera de evacuación

Salidas al exterior

- Organización en caso de emergencias:
Jefe de emergencias
Jefe de primera intervención
Equipo de primera intervención
Equipo de segunda intervención.
- Plan de evacuación:
- Medios de protección interiores y exteriores:
- Medidas a tomar por el personal:
- **Plano de Emergencia del centro de trabajo:** (CON TODOS LOS MEDIOS DE PROTECCIÓN EN LA EMPRESA)