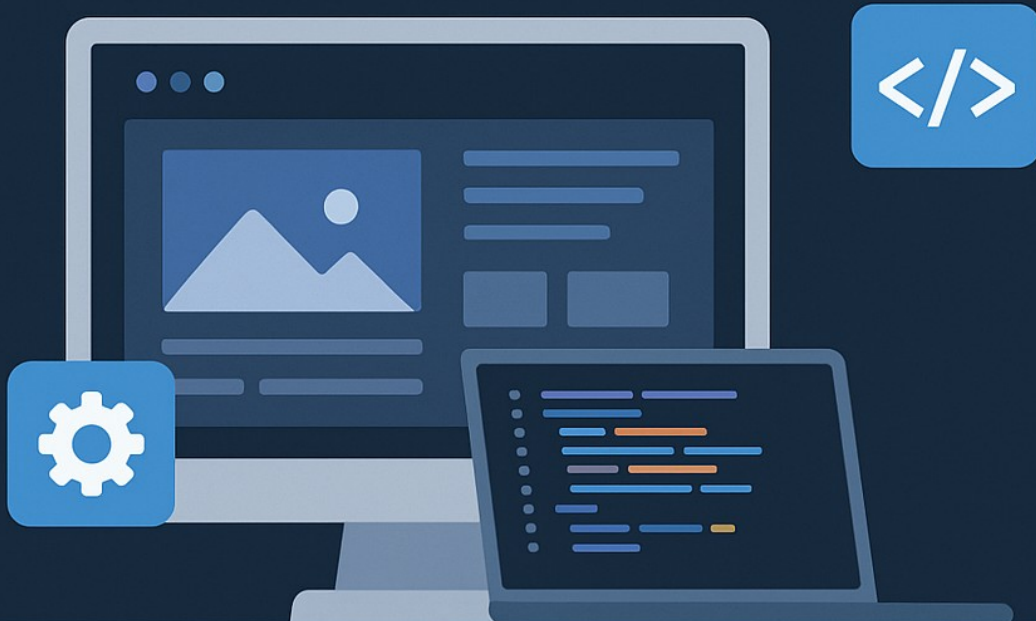




Klyer

PLAN DE EMPRESA



El entorno y contexto de la empresa

La empresa Klyer es un pequeño entorno en el que su equipo está desarrollando su proyecto principal y mas ambicioso, una red social que tiene como nombre el mismo que el de la propia empresa, la idea del nombre viene dada de la palabra ingles "*clear*" pero escrita de manera literal, y quiere dar a entender la delicadeza y armonía que pretende tener la red social de cara al público, esta busca ofrecer a un grupo de estudiantes de un centro educativo un entorno sencillo, cómodo y agradable para interactuar entre ellos.

Distribución de las responsabilidades

El principal desarrollador de la Red social es el programador aprendiz

Pablo Santana Alonso, que se encargará de realizar el código y las acciones necesarias para que la red social esté disponible cara al público y cumpla con las requeridas especificaciones de la misma, además de documentar el proceso día a día.

El coordinador del proyecto será David Bao, con más de 10 años de experiencia en el mundo del software y la programación, se encargará de supervisar el trabajo y ver que todo el código está a la orden del día.

El resto del equipo está formado por otros profesionales (Francisco Bellas, Marisabel Domínguez, Iago Doval...) que se encargarán de asistir a el equipo de programadores a realizar todo lo necesario para la correcta realización de cualquier aspecto de el proyecto, incluyendo código, enlaces entre archivos o bases de datos, realización del plan de empresa...

El Macro Entorno de la empresa

En un mundo en el que la tecnología está por todos lados, como lo es en el nuestro, la creación de una aplicación multiplataforma para la interacción de distintos usuarios suena cuanto menos prometedora...

Además al estar ideada para la interacción de estudiantes esto puede fomentar positivamente el aprendizaje general de estos a base de consultar dudas y solucionarlas entre ellos (algo así como un conocido reddit).

El Micro Entorno de la empresa

En cuanto a redes sociales/aplicaciones de interacción de usuarios el panorama actual tiene claros líderes en el sector (Instagram, X, Facebook...)

no obstante, ninguna de estas tiene asegurado al 100% un entorno completamente serio con respecto al trabajo (Un buen ejemplo de este tipo de entorno sería LinkedIn, sin embargo esta está orientada al mundo laboral y no al estudiantil, por lo tanto la idea no chocaría con otras del sector.

El Análisis DAFO de la empresa

- La empresa cuenta con un desarrollador joven y cercano al público objetivo, lo que facilita comprender mejor sus necesidades y el feedback recibido.
- El proyecto se desarrolla íntegramente con herramientas gratuitas, lo que limita algunos recursos técnicos y de infraestructura.
- Klyer puede posicionarse en un sector poco explorado y crecer mediante la futura incorporación de un servicio premium que ayude a financiar mejoras en la plataforma.
- La aparición de proyectos similares por parte de otras empresas o instituciones podría reducir el margen de diferenciación y aumentar la competencia.

Estudio mercado y marketing

1. Identificación del público objetivo

- **Edad:** estudiantes de secundaria, bachillerato y ciclos formativos (14–22 años).
- **Perfil tecnológico:** usuarios habituales de redes sociales y aplicaciones móviles; manejo fluido de herramientas digitales; alto uso de dispositivos móviles.
- **Intereses:** comunicación, estudio colaborativo, resolución de dudas, compartir recursos, interactuar en su comunidad educativa, creación de grupos de clase y proyectos.
- **Necesidades detectadas:**
 - Un entorno seguro y moderado.
 - Menos distracciones que en redes sociales generalistas.
 - Herramientas orientadas al estudio y la colaboración.

2. Estrategias de marketing digital

- **Campaña de lanzamiento**
 - Lema: *“Comparte, aprende y conecta”*.
 - Publicación de vídeos cortos explicando cómo funciona la plataforma.
- **Redes sociales:**
 - **TikTok:** vídeos rápidos mostrando funcionalidades.
 - **Instagram:** carruseles informativos, posts visuales sobre productividad y vida estudiantil.
 - **LinkedIn:** contenido más profesional dirigido a profesores y centros educativos.
- **SEO y blog educativo:**
 - Creación de un pequeño blog con artículos sobre organización académica, consejos de estudio y tecnología educativa.
 - Utilización de palabras clave como “red social educativa”, “aplicación para estudiantes”, “colaboración académica”.
- **Marketing dentro del propio centro educativo:**

- Difusión mediante carteles, códigos QR, charlas en aulas y demostraciones.
- Colaboración con profesores que puedan recomendar la herramienta.

3. Política de precios

- **Modelo freemium**
 - **Versión gratuita:** acceso completo a las funciones principales.
 - **Versión premium:** funcionalidades avanzadas como grupos privados ampliados, estadísticas de actividad, almacenamiento extra o personalización estética.
- **Publicidad no invasiva** (solo en versión gratuita).
- **Posible alianza con centros educativos:** licencia institucional.

4. Imagen corporativa y comunicación visual

- **Identidad visual basada en claridad y armonía:**
 - Colores suaves (azules, verdes o tonos pastel).
 - Logo minimalista que evoca simplicidad y transparencia.
- **Tono comunicativo:** cercano, juvenil pero responsable.
- **Diseño centrado en la experiencia del usuario (UX):** navegación intuitiva y accesible.

Financiación

1. Diferencia entre inversiones y gastos

- **Inversiones:** recursos que se compran una vez y tienen una vida útil prolongada (servidores, dominio, software).
- **Gastos:** pagos periódicos necesarios para el día a día (marketing, servicios externos, mantenimiento, energía, etc.).

2. Plan de financiación inicial

CONCEPTO	COSTE ESTIMADO (€)	TIPO
Servidor cloud	600	Inversión
Dominio y hosting	150	Inversión
Certificaciones/registro de marca	120	Inversión
Publicidad y marketing inicial	250	Gasto
Diseño gráfico e imagen corporativa	150	Gasto
Total inicial	1.270 €	—

3. Fuentes de financiación

- **Aportaciones de los socios** (autofinanciación).
- **Subvenciones para jóvenes emprendedores y proyectos educativos.**
- **Posible patrocinio de entidades educativas locales.**

4. Estrategia de autofinanciación

- Ingresos progresivos mediante versión premium y publicidad.
- Crecimiento basado en un coste operativo mínimo gracias al uso de herramientas gratuitas.

5. Estimación de gastos fijos y variables

- **Fijos:** hosting, dominio, mantenimiento técnico, herramientas de monitorización.
- **Variables:** marketing, mejoras tecnológicas según demanda, servidores escalados según el número de usuarios.

Formas Jurídicas y Fiscalidad

1. Forma jurídica elegida

- Se constituirá una **Sociedad Limitada (S.L.)** integrada por los desarrolladores del proyecto.

2. Motivos de la elección

- **Responsabilidad limitada** al capital aportado.
- Requiere **mínimo un socio**, pero permite varios (ideal para un proyecto de equipo).
- Imagen más profesional frente a autónomo.
- Capital social accesible (3.000 €).

3. Fiscalidad asociada

- Tributación mediante **Impuesto sobre Sociedades (25 %)**
- Obligaciones fiscales:
 - Declaraciones trimestrales de IVA.
 - Impuesto sobre Sociedades anual.
 - Libros contables obligatorios.

4. Obligaciones legales básicas

- Escritura de constitución y estatutos.
- Registro de la empresa y de la marca “Klyer”.
- Cumplimiento de la **LOPD-GDD** y **RGPD** (protección de datos).
- Seguros obligatorios básicos según actividad.

Constitución y puesta en marcha

Trámites administrativos

1. Certificación negativa del nombre en el Registro Mercantil Central.
2. Redacción de estatutos y **escritura pública ante notario**.
3. Inscripción de la S.L. en el Registro Mercantil.
4. Alta censal en Hacienda (modelo 036).
5. Obtención del NIF definitivo.
6. Alta en la Seguridad Social si corresponde.
7. Registro de la marca **Klyer**.
8. Contratación del servidor y puesta en marcha técnica.

Cronograma de ejecución

- **Mes 1:** trámites legales, registro de marca, diseño visual.
- **Mes 2:** desarrollo de funcionalidades principales.
- **Mes 3:** pruebas internas y beta cerrada con estudiantes.
- **Mes 4:** campaña de lanzamiento y apertura pública.

Documentación Empresarial y administrativa

Documentación comercial

- Pedidos de servicios (servidores, diseño, marketing).
- Albaranes y facturas de proveedores.
- Facturas emitidas a clientes premium.

Documentación contable y fiscal

- Libro diario, libro mayor, balances y cuentas anuales.
- Declaraciones trimestrales de IVA y resumen anual.
- Impuesto sobre Sociedades.

Documentación laboral (si hubiera empleados)

- Contratos, nóminas y cotizaciones a la Seguridad Social.

- Prevención de riesgos laborales.

Gestión digital

- Sistema de facturación electrónica.
- Archivo en la nube con copias de seguridad.
- Conservación de documentos durante el tiempo legal (mínimo 6 años).