

Proyecto final: Plan de empresa

Empresa e Iniciativa Emprendedora 2024/25

Rubén Agra Casal 2º DAM

17/03/2025

Sumario

1. Análisis de ideas.....	3
1.1. Consultoría de ciberseguridad.....	3
1.2. Plataforma para cursos de programación.....	4
1.3. Aplicación para gestión del tiempo y productividad (IA).....	4
1.4 Empresa de Rebranding orientada a PYMES.....	4
2. Estudio de mercado.....	5
2.1 Mercado objetivo.....	5
2.2 Cuota de mercado.....	6
2.3 Precios en el mercado.....	6
2.4 Segmento del mercado.....	7
3. Estudio del entorno.....	7
3.1 Estudio de clientes.....	7
→ Que dificultades tienen los clientes a la hora de contratar un servicio de Rebranding?	7
3.2 Informe PEST.....	8
3.3 Análisis de la competencia.....	9
3.4 Análisis DAFO.....	9
3.5 Análisis CAME.....	10
4. Misión, visión y valores.....	11
4.1 Misión.....	11
4.2 Visión.....	11
4.3 Valores.....	11
5. Logo y nombre de la empresa.....	12
6. Recursos Humanos.....	13
6.1 Organigrama.....	13
6.2 Descripción de puesto de trabajo.....	13
Ficha de descripción de puesto de trabajo.....	13
6.3 Profesiograma.....	16
6.4 Organización y costes laborales.....	17
6.5 Nómina.....	18
6.6 Contrato.....	20
.....	21
7. Trámites jurídicos.....	25
7.1 Certificación negativa de denominación.....	25
7.2 Certificado bancario.....	26
7.3 Escritura y estatutos.....	27
8. Bibliografía.....	31

1. Análisis de ideas

1.1. Consultoría de ciberseguridad

Idea útil: Sí, facilita el aprendizaje de habilidades demandadas en el mercado laboral.

- **Idea útil:** Sí, protege a empresas frente a amenazas digitales.
- **Hay hueco en el mercado:** La demanda de servicios de ciberseguridad sigue creciendo.
- **Bastante dificultad de desarrollo y puesta en marcha:** Requiere conocimientos técnicos avanzados y certificaciones.
- **Se requiere experiencia:** En seguridad informática, análisis de riesgos y normativas legales.
- **Nivel de competencia:** Alto, con muchos jugadores establecidos en el mercado.

1.2. Plataforma para cursos de programación

- **Idea útil:** Sí, facilita el aprendizaje de habilidades demandadas en el mercado laboral.
- **Hay hueco en el mercado:** Aún existe espacio para contenido actualizado y formatos innovadores.
- **Bastante dificultad de desarrollo y puesta en marcha:** Requiere diseño atractivo, buena experiencia de usuario y contenido de calidad.
- **Se requiere experiencia:** En programación, diseño educativo y gestión de plataformas digitales.
- **Nivel de competencia:** Alto, con actores como Udemy y Platzi dominando el sector.

1.3. Aplicación para gestión del tiempo y productividad (IA)

- **Idea útil:** Sí, ayuda a optimizar el tiempo y mejora la eficiencia personal o profesional.

- **Hay hueco en el mercado:** Las soluciones actuales no personalizan la planificación con IA.
- **Bastante dificultad de desarrollo y puesta en marcha:** Requiere algoritmos avanzados y buen diseño UX/UI.
- **Se requiere experiencia:** En inteligencia artificial, desarrollo de software y productividad.
- **Nivel de competencia:** Moderado, con apps como Trello y Asana como principales competidores.

1.4 Empresa de Rebranding orientada a PYMES

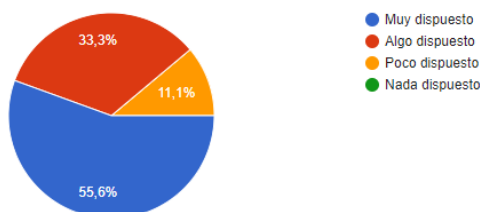
La empresa se dedicaría a ayudar a las PYMES a con servicios de branding y diseño digital. Esto incluiría, diseño de logotipos, creación de página web, creación de app, marketing digital y gestión de redes sociales.

- **Idea útil:** Sí, ayuda a PYMES a renovar su imagen y destacarse en el mercado.
- **Hay hueco en el mercado:** Muchas PYMES necesitan rebranding accesible y especializado.
- **Bastante dificultad de desarrollo y puesta en marcha:** Implica creatividad, estrategias de marketing y conocimientos de diseño.
- **Se requiere experiencia:** En branding, marketing digital y análisis de mercado.
- **Nivel de competencia:** Moderado, con agencias tradicionales como principales rivales.

¿Qué tan dispuesto estarías a considerar un proyecto de rebranding completo (logotipo, colores, página web, etc.) si tuvieras una empresa?

[Copiar gráfico](#)

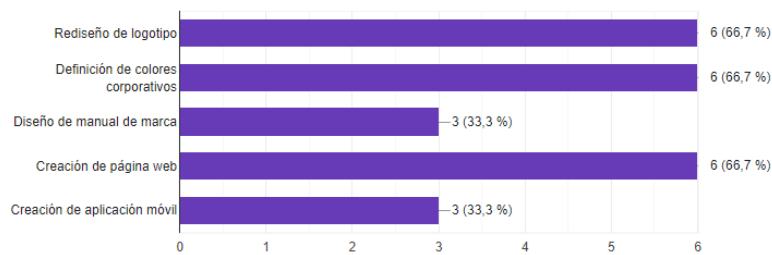
9 respuestas



¿Qué elementos te gustaría que se incluyan en un servicio completo de rebranding?

 Copiar gráfico

9 respuestas



2. Estudio de mercado

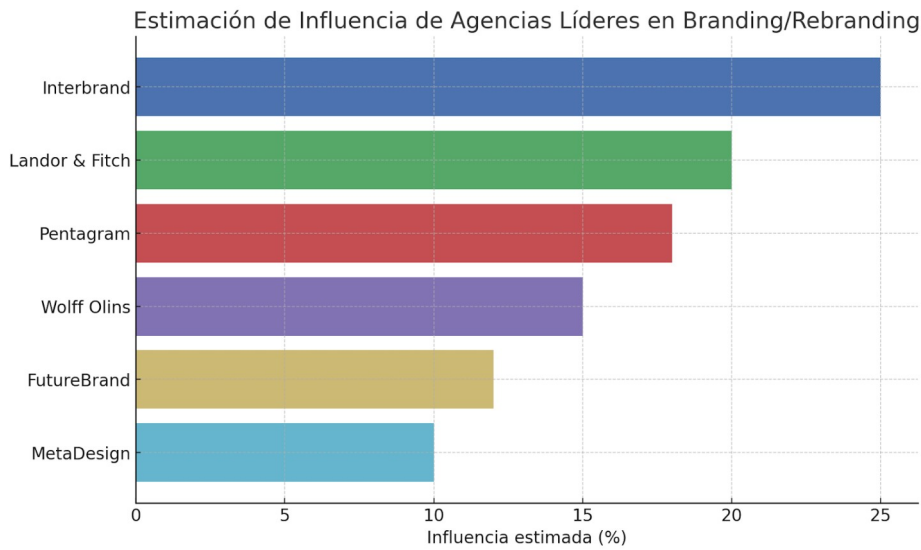
2.1 Mercado objetivo

En principio el proyecto iría orientado más a PYMES, ya que por lo general hay ya muchas empresas de Rebranding pero muchas empresas más modestas no tienen la oportunidad de pagar estos servicios, por lo que el plan sería más orientado a este tipo de empresas con precios más asequibles.

La empresa líder en este sector sería **Interbrand**, que trabaja con empresas grandes como **Microsoft**, **Mastercad** o **Verizon**.

Interbrand

2.2 Cuota de mercado



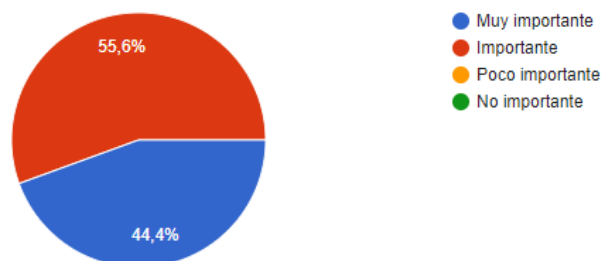
2.3 Precios en el mercado

Los precios pueden variar bastante dependiendo de la empresa, al cliente al que va dirigido, y los servicios que contrata. Pero por lo general se podría estimar entre 5.000 hasta 500.000 si la empresa es muy grande y necesita hacer un rediseño de su imagen, algo de suma importancia para sus próximos años.

¿Consideras importante el diseño de una marca para el éxito de un negocio?

 Copiar gráfico

9 respuestas



2.4 Segmento del mercado

Las empresas de rebranding más conocidas suelen estar asociadas con grandes corporaciones, ofreciendo servicios de gran escala y precios elevados que a menudo no están al alcance de las pequeñas empresas. Este tipo de agencias tienden a centrarse en clientes de mayor tamaño, con presupuestos más altos y una necesidad de rebranding más compleja, lo que hace que las pequeñas empresas se vean excluidas de estos servicios.

3. Estudio del entorno

3.1 Estudio de clientes

→ **Que dificultades tienen los clientes a la hora de contratar un servicio de Rebranding?**

Los principales problemas suelen estar relacionados con los presupuestos, que suelen ser bastante inciertos o elevados o que no hay suficiente transparencia o comunicación con el cliente durante el proceso. Otro de los problemas que se suele presentar es el miedo a arriesgarse a cambiar su imagen.

→ **Quién usa el producto y en qué momentos?**

Actualmente es esencial tener una buena imagen digital para hacerse un hueco en el mercado, por lo que prácticamente todas las empresas buscan de alguna manera tener un buen branding. Las grandes empresas suelen volver a utilizar este tipo de servicios cuando quieren dar un lavado de cara a su marca o cuando hay cambios en las tendencias para adaptarse más a ellas.

→ **Como preferirían que fuese ese producto?**

Las PYMES por lo general desean que tenga un precio asequible y que una vez el servicio esté hecho pues que no estemos vinculados ya a ellos. Además de esto, quieren

un seguimiento del proceso y que el rediseño, la página web o la app esté ligada con los valores de la empresa.

→ **En qué cambiarías tu idea de negocio?**

Viendo las dificultades y cómo está el mercado, nuestra empresa priorizaría un servicio orientado a las medianas y pequeñas empresas. Ofreciendo de esta manera paquetes flexibles con servicios y teniendo una comunicación bastante activa con el cliente, fomentando su participación en el proceso y haciendo un asesoramiento eficaz.

3.2 Informe PEST

Factores políticos

- Subvenciones como el **Kit Digital** y los fondos **Next Generation** apoyan ideas relacionadas con branding.
- **Trabas legales:** Las regulaciones de marketing son más estrictas en otros países y el sector tiene alta competencia.

Factores económicos

En crisis, las PYMES suelen reducir gastos no esenciales, afectando al branding.

- Sin embargo, una crisis también motiva a las empresas a diferenciarse y redefinir su estrategia.
- **Desafíos:** Alta tasa de desempleo (12-13 %) y una inflación elevada en España que incrementa costos y genera incertidumbre.

Factores sociales

- **Cambios en hábitos de consumo** impulsan a las empresas a enfocarse en sostenibilidad, digitalización y conexión emocional con los clientes.
- **Las redes sociales** son clave en las estrategias de branding debido a su creciente relevancia.

Factores tecnológicos

- El cambio tecnológico más importante que puede suponer una amenaza para el sector es la **inteligencia artificial (IA)**.

3.3 Análisis de la competencia

El mercado del branding está dominado por grandes agencias con una amplia trayectoria y especialización:

- **Interbrand**
- **Brandfor**
- **Saffron**
- **Summa**

Diferenciación: La mayoría de estas agencias se enfocan en grandes corporaciones, dejando espacio para soluciones más accesibles y personalizadas para PYMES.

3.4 Análisis DAFO

Fortalezas:

- Enfoque en PYMES, evitando grandes corporaciones.
- Contacto directo con los clientes y flexibilidad en presupuestos.

Debilidades:

- Dificultad para convencer a PYMES de invertir en servicios de branding debido a su mentalidad conservadora.

Oportunidades:

- Atender a PYMES desatendidas por los altos costos de las grandes agencias.
- Ofrecer mayor participación y personalización en el proceso de branding.

Amenazas:

- Competencia en el sector.

- Avance de la inteligencia artificial.
- Impacto de la incertidumbre económica.

3.5 Análisis CAME

Corregir debilidades

Problema: Las PYMES suelen ser conservadoras y dudan en contratar servicios de rebranding.

Acciones:

- Diseñar campañas educativas sobre los beneficios del rebranding.
- Mostrar casos de éxito de PYMES que crecieron tras un rebranding.
- Ofrecer paquetes básicos con precios accesibles.

Afrontar amenazas

Problema: Competencia e inteligencia artificial.

Acciones:

- **Frente a la competencia:** Destacar servicios personalizados y flexibles.
- **Frente a la IA:** Usar herramientas de IA en procesos internos pero mantener la personalización como valor diferencial.
-

Mantener fortalezas

Fortaleza: Enfoque en PYMES, contacto directo y flexibilidad en presupuestos.

Acciones:

- Continuar especializándose en PYMES y fomentar relaciones a largo plazo.
- Mejorar la comunicación con clientes mediante reuniones y plataformas digitales.

Explotar oportunidades

Oportunidad: PYMES desatendidas buscan mayor participación en los procesos.

Acciones:

- Involucrar más a los clientes en procesos creativos.
- Promover cómo la empresa prioriza la participación y control del cliente.
- Ofrecer asesoramiento estratégico adicional para PYMES.

4. Misión, visión y valores

4.1 Misión

Nuestra misión es clara, queremos empoderar a las pequeñas y medianas empresas mediante estrategias de rebranding innovadoras, creativas y efectivas que reflejen una identidad única y que ayuden a posicionarse en el mercado de manera competitiva. Buscamos transformar marcas, impulsando su conexión emocional con sus clientes y maximizando su impacto.

4.2 Visión

Queremos ser una empresa reconocida nacionalmente reconocida por transformar identidades comerciales en marcas memorables y sostenibles. Aspiramos a ser el aliado estratégico que potencia el crecimiento de nuestros clientes y los prepara para los desafíos del futuro.

4.3 Valores

- **Creatividad**
- **Empatía**
- **Excelencia**
- **Colaboración**
- **Compromiso**

5. Logo y nombre de la empresa

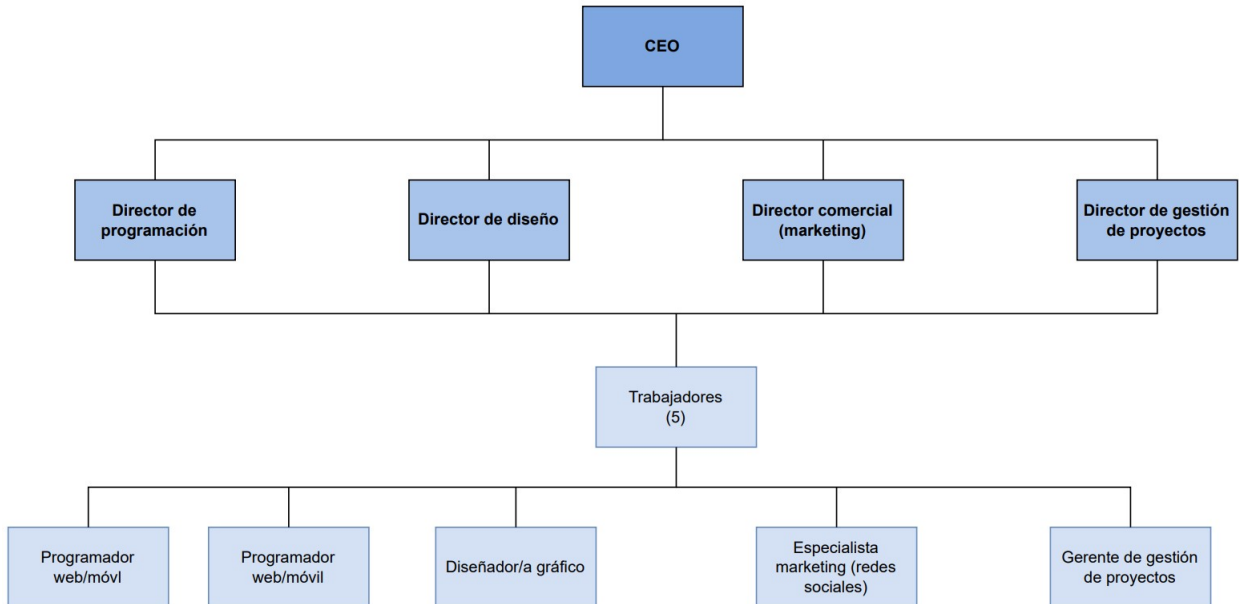
Nombre: IdentiFy

Slogan: Reinventa tu marca, redefine tu impacto



6. Recursos Humanos

6.1 Organigrama



6.2 Descripción de puesto de trabajo

Ficha de descripción de puesto de trabajo

Puesto de trabajo: Diseñador/a gráfico

Formación y experiencia	<ul style="list-style-type: none">• Requerida: Técnico/a o licenciatura en Diseño Gráfico o afines.• Complementaria: Conocimientos en branding, manejo de programas de diseño como Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign...• También se valorará experiencia en diseño para redes sociales.
Área	<ul style="list-style-type: none">• Departamento creativo, trabajando directamente en proyectos de rebranding.
Dependencia jerárquica directa	<ul style="list-style-type: none">• Reporta directamente al dueño o director de la empresa
Supervisión y control	<ul style="list-style-type: none">• Trabaja de manera autónoma, complementándose directamente con los demás integrantes de la empresa.
Relaciones externas e internas	<ul style="list-style-type: none">• Interna: Colaboración estrecha con los otros miembros de la empresa, en especial en relación a las áreas de marketing y de atención al cliente• Externas: Interacción con los clientes para entender sus necesidades.
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Creación de una identidad visual para nuestros clientes• Decisiones clave en temas de diseño para el producto final
Lugar de trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Híbrido según necesidades, pero

	principalmente sería remoto.
Tareas y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y rediseño de logotipos • Creación de materiales gráficos como tarjetas de presentación, papelería corporativa, etc. • Elaboración de propuestas visuales y creativas para los clientes • Colaboración en las estrategias de marketing
Equipamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo informático proporcionado por la empresa con software de diseño instalado. • Espacio de trabajo cómodo.
Condiciones ambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de trabajo amigable y colaborativo. Buena iluminación del espacio y ventilado.
Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de cansancio visual debido a las largas sesiones frente a una pantalla
Sistema retributivo	<ul style="list-style-type: none"> • Sueldo fijo mensual acorde al mercado • Bonos adicionales por cumplimiento de objetivos y proyectos exitosos.
Dedicación	<ul style="list-style-type: none"> • Jornada laboral de lunes a viernes, 8 horas diarias. Horarios flexibles según las necesidades o urgencias.
Catalogación profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñadora gráfica enfocada en diseños de rebranding
Evolución profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad real de crecimiento a roles con mayor responsabilidad en dirección creativa en caso de expansión
Criterios de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad estética de los diseños

	<p>entregados</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de gestión de los tiempos y cumplimiento de plazos establecidos• Habilidad de comunicación con el cliente y miembros del equipo.
--	---

6.3 Profesiograma

Profesiograma: Diseñador/a gráfico

IdentiFy

		Grado 1	Grado 2	Grado 3
Grado 4				
Formación	Título en diseño gráfico	X		
	Conocimientos en herramientas de diseño (Adobe Suite: Photoshop, Illustrator, etc.)		X	
	Cursos de especialización en Branding		X	
	Diseño de interfaces (UI/UX)			X
Conocimientos específicos	Diseño de logotipos e identidad visual	X		
	Creación de materiales para marketing		X	
	Diseño adaptado a plataformas digitales			X
	Conocimiento de tendencias actuales			X
Experiencia	En diseño gráfico (Preferiblemente 1 – 2 años)	X		
	Capacidad para trabajar bajo presión y con plazos ajustados		X	
	Experiencia en diseño para plataformas digitales			X
Aptitudes intelectuales	Creatividad	X		
	Capacidad de análisis		X	
	Atención al detalle		X	

	Organización				X
Personalidad	Proactividad	X			
	Trabajo en equipo		X		
	Flexibilidad		X		
	Empatía				X
Otros elementos	Oportunidades de formación continua	X			
	Posibilidades de crecimiento personal		X		

6.4 Organización y costes laborales

Para un diseñador gráfico, se le aplicaría el Convenio Colectivo Estatal de Empresas de Publicidad

Según el organigrama de la empresa, el Diseñador gráfico se encuadraría en el **Grupo Profesional 2 – Técnicos Cualificados**, ya que corresponde a profesionales con formación especializada en diseño gráfico y comunicación audiovisual.

Categoría: Diseñador Gráfico Junior Dependencia jerárquica: Reporta al Director Creativo o al Responsable de Proyectos

Funciones:

- Creación y desarrollo de diseños gráficos para branding y marketing digital.
- Diseño de identidad visual para clientes.
- Edición de imágenes y materiales para redes sociales y publicidad.
- Coordinación con el equipo de marketing y comunicación.
- Adaptación de diseños según requerimientos de los clientes

•

Enunciado y Nómina:

Puesto: Diseñador Gráfico Junior

Ubicación: Vivero de Empresas del Parque Tecnológico, Vigo

Jornada: 40 horas semanales

Tipo de contrato: Indefinido / Jornada Completa

6.5 Nómina

Empresa:	Identify S.L	Trabajador:	Juan Pérez Alonso
Domicilio:	Vivero de empresas del Parque Tec	NIF:	12345678A
Localidad:	Vigo	NAF:	15/44398766/10
CIF:	B-12345678	Grupo Profesional	Titulado de grado medio
CCC a la SS:		Grupo Cotiz.:	2

Periodo de Liquidación:	del	1	de	Febrero	al	28	de	Febrero	de	2025	Total días:	28
-------------------------	-----	---	----	---------	----	----	----	---------	----	------	-------------	----

I. DEVENGOS	IMPORTE	TOTALES
1.- Percepciones Salariales (Sujetas a cotización)		
Salario Base.....	1.500,00	
Complementos Salariales:		
Complemento por objetivos.....	105,00	
Complemento de teletrabajo.....	50,00	
Horas Extras Fuerza Mayor.....		
Horas Extras Resto.....	50,00	
Horas Complementarias (contratos a tiempo parcial).....		
Gratificaciones extraordinarias.....		
Salario en especie.....		
Vacaciones.....		
2.- Percepciones no salariales		
Indemnizaciones o suplidos:		
.....		
.....		
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social:		
Indemnizaciones por traslados, suspensiones o despidos:		
Otras percepciones salariales:		
.....		
.....		
A.- TOTAL DEVENGADO.....		1.705,00

II. DEDUCCIONES		
1. Aportaciones del trabajador a las cotizaciones a la S.S. Y conceptos de recaudación conjunta:		
Contingencias Comunes..... 4,70 %	78,96	
Desempleo..... 1,55 %	28,08	
Formación Profesional..... 0,10 %	1,76	
Horas Extras Fuerza Mayor..... %		
Horas Extras Resto..... 4,70 %	3,53	
TOTAL APORTACIONES.....		
2. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas 2,00 %	34,10	
3.- Anticipos.....		
4.- Valor de los productos recibidos en especie.....		
5.- Otras deducciones.....		
B.- TOTAL A DEDUCIR.....		146,43
LIQUIDO TOTAL A PERCIBIR (A-B).....		1.558,57
Firma y sello de la Empresa	Vigo, 3 de Febrero de 2025	RECIBI Juan Pérez Alonso

DETERMINACION DE LAS BASES DE COTIZA. A LA S.S. Y CONCEPTOS DE RECAUDACION CONJUNTA Y DE LA BASE SUJETA A RETENCION DEL I.R.P.F.:					
1. Base de Cotización por Contingencias Comunes:					
Remuneración mensual sujeta a cotización.....	1.655,00				
Prorrata pagas extras.....	250,00				
TOTAL.....	1.905,00	BCCC	1.905,00	23,6	449,58
AT y EP (Aportación empresa).....				4,45	87,00
2. Base de Cotización Desempleo.....				6,7	130,99
Conting. Profesionales Formación Profesional.....	1.955,00	BCCP	1.955,00	0,6	11,73
Fondo Garantía Social.....				0,2	3,91
3. Base de Cotización Horas Extras Fuerza Mayor.....	0,00				0,00
4. Base de Cotización Horas Extras Resto.....	50,00			23,6	11,80
5. Base sujeta a retención del I.R.P.F.....	1.705,00				

6.6 Contrato



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ECONOMÍA SOCIAL



Fondos Europeos

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

DATOS DE LA EMPRESA

CIF/NIF/NIE B-1234567		
D./Dña. Rubén Agra Casal	NIF/NIE 12345678A	EN CONCEPTO (1)
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA Identify S.L.		DOMICILIO SOCIAL Vivero de empresas del Parque Tec
PAIS ESPAÑA	MUNICIPIO Vigo	C. POSTAL 36315

DATOS DE LA CUENTA DE COTIZACIÓN

REGIMEN [] [] []	CÓDIGO CUENTA COTIZACIÓN 67987654370	ACTIVIDAD ECONÓMICA 7420 - Actividades de diseño especializado
------------------------	---	---

DATOS DEL CENTRO DE TRABAJO

PAIS [] []	MUNICIPIO [] [] [] []
-----------------	------------------------------

DATOS DEL/DE LA TRABAJADOR/A

D./Dña. Juan Pérez Alonso	NIF/NIE 12345678A	FECHA NACIMIENTO 13/11/1998	Nº AFILIACIÓN SEGURIDAD SOCIAL 157443987667
NIVEL FORMATIVO Grado en Diseño Gráfico		NACIONALIDAD Español	
MUNICIPIO DEL DOMICILIO Vigo		PAIS DOMICILIO España	

con la asistencia legal, en su caso, de D./Dña.
con NIF/NIE , en calidad de (2)

DECLARAN

Que reúnen los requisitos exigidos para la celebración del presente contrato y, en su consecuencia, acuerdan formalizarlo con arreglo a las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA: el/la trabajador/a prestará sus servicios como (3) Diseñador gráfico Junior
incluido en el grupo profesional de Grupo 2 - Técnicos y Diseñadores
para la realización de las funciones (4) Diseño de material gráfico, Edición de imágenes, colaboración de identidad corporativa...
de acuerdo con el sistema de clasificación profesional vigente en la empresa. En el centro de trabajo ubicado en (calle, nº y localidad)
Vivero de Empresas del Parque Tecnológico, 23, Vigo, España.

☒ Trabajo a distancia (5)

SEGUNDA: el contrato se concierne para realizar trabajos fijos-discontinuos de acuerdo con el artículo 16 del Estatuto de los Trabajadores (6)
dentro de la actividad cíclica intermitente de (7)
La duración estimada de la actividad será de (8)
La jornada estimada dentro del periodo de actividad será de horas (9)
y la distribución horaria estimada será
Los/as trabajadores/as serán llamados/as en el orden y forma que se determine en el Convenio Colectivo de
o acuerdo de empresa.

Si el convenio colectivo de ámbito sectorial permite en los contratos fijos-discontinuos utilizar la modalidad de tiempo parcial, indique si se acoge al mismo: ☐ SÍ ☐ NO

- (1) Director/a, Gerente, etc.
(2) Padre, madre, tutor/a o persona o institución que le tenga a su cargo.
(3) Indicar la profesión, oficio o puesto de trabajo a desempeñar.
(4) Las funciones pueden ser todas las del grupo profesional o solamente alguna de ellas.



FSE+ Fondo Social Europeo Plus

TERCERA: la jornada de trabajo será:

- ☒ A tiempo completo: la jornada de trabajo será de 40 horas semanales, prestadas de Lunes a Viernes, con los descansos establecidos legal o convencionalmente. (10).
- ☐ A tiempo parcial: la jornada de trabajo ordinaria será de _____ horas ☐ al día, ☐ a la semana, ☐ al mes, ☐ al año, siendo esta jornada inferior a la de un trabajador a tiempo completo comparable (11).

La distribución del tiempo de trabajo será de (12) _____, conforme a lo previsto en el convenio colectivo.

En el caso de jornada a tiempo parcial señálese si existe o no pacto sobre la realización de horas complementarias (13): ☐ SÍ ☒ NO

CUARTA: la duración del presente contrato será INDEFINIDA, iniciándose la relación laboral en fecha 16/02/2025, y se establece un periodo de prueba de (14) _____.

QUINTA: el/la trabajador/a percibirá una retribución total de 1.705 € euros brutos (15) que se distribuirán en los siguientes conceptos salariales (16) C.Objetivos (105€), C.Teletrabajo (50€), Horas Extra (50€).

SEXTA: la duración de las vacaciones anuales será de (17) 30 días naturales.

SÉPTIMA: en lo no previsto en este contrato, se estará a la legislación vigente que resulte de aplicación y particularmente en el Estatuto de los Trabajadores y el Convenio Colectivo de Convenio Colectivo Estatal del Sector del Metal.

OCTAVA: el presente contrato se formaliza bajo la modalidad de contrato de relevo: ☐ SÍ ☒ NO

El/la trabajador/a:

- ☒ Que está en desempleo e inscrito/a como demandante en el Servicio Público de Empleo de SPEG.
- ☐ Que tiene concertado con la empresa un contrato de duración determinada que fue registrado en el Servicio Público de Empleo de _____, con el número _____ con fecha _____.

El/la representante de la empresa:

Que el/la trabajador/a de la empresa, D/Dña. _____, nacido el _____, que presta sus servicios en el centro de trabajo ubicado en (calle, nº y localidad) _____ con la profesión de _____, incluido en el grupo profesional _____ de acuerdo con el sistema de clasificación profesional vigente en la empresa que reduce su jornada ordinaria de trabajo y su salario en un _____ (18) por acceder a la situación de jubilación parcial regulada por el artículo 215 del Real Decreto Legislativo 8/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social ha suscrito con fecha _____, y hasta _____ el correspondiente contrato de trabajo a tiempo parcial registrado en el Servicio Público de Empleo de _____ con el número _____ con fecha _____.

NOVENA: ESTE CONTRATO PODRÁ SER COFINANCIADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO.

DÉCIMA: el contenido del presente contrato se comunicará al Servicio Público de Empleo de Galicia en el plazo de los 10 días hábiles siguientes a su concertación.

UNDÉCIMA: PROTECCIÓN DE DATOS. - Los datos consignados en el presente modelo tendrán la protección derivada del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo, de 27 de abril de 2016 y de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.

- (5) El trabajo a distancia se regula por lo dispuesto en la Ley 10/2021, de 9 de julio y requiere la firma del correspondiente acuerdo.
- (6) Esta cláusula solo se cumplimentará en caso de desarrollar trabajos de carácter fijos discontinuos. Indicar la actividad profesional a desarrollar por el/la trabajador/a.
- (7) Indicar la actividad fija discontinua o de temporada de la empresa y su duración.
- (8) Diarios, semanales, mensuales o anuales. Detallar Convenio.
- (9) Indique el número de horas según convenio colectivo para jornada completa, máximo legal o lo del trabajador a tiempo completo.
- (10) Indique la jornada del trabajador.
- (11) Se entenderá por «trabajador a tiempo completo comparable» a un trabajador a tiempo completo de la misma empresa y centro de trabajo con el mismo tipo de contrato de trabajo y que realice un trabajo idéntico o similar. Si en la empresa no hubiera ningún trabajador comparable a tiempo completo, se considerará la jornada a tiempo completo prevista en el convenio colectivo de aplicación, o, en su defecto, la jornada máxima legal.
- (12) Indique la distribución del tiempo de trabajo según el convenio colectivo.
- (13) Señálese lo que proceda y en caso afirmativo adjunte el anexo si hay horas complementarias.
- (14) Respetando lo establecido en el artículo 14.1 del Estatuto de los Trabajadores.
- (15) Diarios, semanales, mensuales o anuales.
- (16) Salario base, complementos salariales, plus.
- (17) Mínimo: 30 días naturales.
- (18) Un mínimo del 25 % y un máximo del 75 %.

Que el CONTRATO INDEFINIDO que se celebra (marque la casilla que corresponda) se realiza con las siguientes cláusulas específicas:

- ☒ INDEFINIDO ORDINARIO pág. 4
- ☐ PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD pág. 5
- ☐ PARA PERSONAS CON CAPACIDAD INTELECTUAL LÍMITE pág. 6
- ☐ PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO pág. 7
- ☐ PARA PERSONAS TRABAJADORAS READMITIDAS TRAS HABER CESADO EN LA EMPRESA POR
INCAPACIDAD PERMANENTE TOTAL O ABSOLUTA pág. 8
- ☐ PARA PERSONAS DESEMPLEADAS DE LARGA DURACIÓN pág. 9
- ☐ PARA PERSONAS TRABAJADORAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL pág. 10
- ☐ PARA MUJERES TRABAJADORAS VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO, VÍCTIMAS DE VIOLENCIAS
SEXUALES, VÍCTIMAS DE TRATA DE SERES HUMANOS, TANTO CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL
COMO LABORAL Y MUJERES EN CONTEXTO DE PROSTITUCIÓN, O PERSONAS VÍCTIMAS DE TERRORISMO pág. 11
- ☐ PARA PERSONAS TRABAJADORAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL EN EMPRESAS DE INSERCIÓN pág. 12
- ☐ PARA PERSONAS TRABAJADORAS JÓVENES CON BAJA CUALIFICACIÓN BENEFICIARIAS DEL SISTEMA
NACIONAL DE GARANTÍA JUVENIL pág. 13
- ☐ PARA PERSONAS QUE REALIZAN FORMACIÓN PRÁCTICA EN EMPRESAS pág. 14
- ☐ PARA PERSONAS PROCEDENTES DE UN CONTRATO FORMATIVO DE EMPRESAS DE TRABAJO TEMPORAL pág. 15
- ☐ PARA PERSONAS TRABAJADORAS AL SERVICIO DEL HOGAR FAMILIAR pág. 16
- ☐ CONVERSIÓN DE CONTRATO TEMPORAL EN INDEFINIDO pág. 17
- ☐ OTRAS SITUACIONES pág. 18

y cumple los requisitos exigidos en la norma regulatoria.



INDEFINIDO ORDINARIO

CÓDIGO DE CONTRATO

<input checked="" type="radio"/>	TIEMPO COMPLETO	1	0	0
<input type="radio"/>	TIEMPO PARCIAL	2	0	0
<input type="radio"/>	FIJO-DISCONTINUO	3	0	0



7. Trámites jurídicos

7.1 Certificación negativa de denominación


REGISTRO MERCANTIL CENTRAL
SECCIÓN DE DENOMINACIONES

ADVERTENCIAS
1º ES ACONSEJABLE SOLICITAR AL
MENOS 3 DENOMINACIONES DISTINTAS
2º NO SE CURSARÁN PETICIONES QUE
NO SEAN CLARAMENTE LEGIBLES

C/ PRINCIPE DE VERGARA, Nº 94
Tfno.- 902.88.44.42 Fax.- 91.563.69.26
28006 - MADRID

SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN (VER NOTAS AL DORSO)

BENEFICIARIO DE LA DENOMINACION SOCIAL

A) En caso de CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD, indique el nombre y apellidos o denominación social, de uno de los socios fundadores.
Rubén Agra Casal

B) En caso de CAMBIO DE DENOMINACIÓN o ADAPTACIÓN DE SOCIEDADES YA CONSTITUIDAS, indique el nombre actual de la sociedad.

DENOMINACIONES SOLICITADAS (1):

PRIMERA DENOMINACIÓN (2) Identify_S.L. _____
SEGUNDA DENOMINACIÓN RebrandPro SL _____
TERCERA DENOMINACIÓN RenovaPymes SI _____
CUARTA DENOMINACIÓN RebrandingCreations SL _____
QUINTA DENOMINACIÓN _____ _____

FORMA SOCIAL: Sociedad Limitada _____ (3)

PRESENTANTE DE LA SOLICITUD: Rubén Agra Casal

En Noia, A Coruña a 21 de Febrero de 2025

Firma del presentante

FACTURA A NOMBRE DE

BENEFICIARIO <input type="checkbox"/>	} N.I.F.: 12345678A
PRESENTANTE <input checked="" type="checkbox"/>	

2ºD C/ Inventada 123, 23,

POBLACIÓN: NOIA
PROVINCIA: A CORUÑA

TELEFONO : 698 15 15 15

LA CERTIFICACIÓN SE EMITIRÁ EN SOPORTE PAPEL

C.P.: 15200

PAIS: ESPAÑA

E-MAIL : rubenagra@gmail.com

7.2 Certificado bancario



D. Pablo Pérez Alonso como apoderado de Banco BBVA, S.A. sucursal de Vigo.

CERTIFICA

Que en la fecha 15 de Febrero de 2025, se ha ingresado en la cuenta nº ES12 3456 7890 1234 5678 9012, de esta oficina y cuya titularidad corresponde a la mercantil Identify S.L, la cantidad de 3.000 €, que según manifiesta el depositante, corresponde a las aportaciones dinerarias para la suscripción de capital social la mercantil arriba indicada, habiéndose realizado dicho depósito según se detalla a continuación:

1º.- D/Dña. Rubén Agra Casal provisto/a del NIE 12345678A, aporta 1.500 Euros.

2º.- D/Dña. Elena Sánchez Ruiz provisto/a del NIE 12345678B, aporta 1.500 Euros.

Y para que conste a los efectos oportunos y, a petición de los/as interesados/as, expedimos el presente certificado en Vigo a 15 de Febrero del año 2025

Fdo. Pablo Pérez Alonso



7.3 Escritura y estatutos

**ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - REAL
DECRETO 13/2010**

NUMERO XXXXX

En Vigo, mi residencia, a los 15 días del mes de febrero de 2025.

Ante mí, **D.Javier Fernández Rodríguez**, Notario del Ilustre Colegio de A Coruña

COMPARECEN:

Don Rubén Agra Casal y Doña Elena Sánchez Ruiz

He procurado su identificación mediante sus reseñados documentos. Les juzgo capaces para formalizar la presente escritura de **CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, a cuyo efecto.

EXPONEN:

PRIMERO. - CONSTITUCIÓN Y ESTATUTOS DE IDENTIFY, SOCIEDAD LIMITADA.

Los comparecientes tienen la voluntad de constituir y constituyen mediante esta escritura, como únicos socios fundadores, una sociedad de responsabilidad limitada al amparo del Real Decreto Ley 13/2010, de 3 de diciembre, con la denominación ya indicada, la duración indefinida, el domicilio, el objeto, el capital, los órganos y las demás determinaciones que constan en los estatutos seguidamente reseñados.

Esta sociedad se registrá especialmente por los Estatutos ajustados al modelo tipo establecido por la Orden del Ministerio de Justicia 3185/2010 - BOE de 11 de diciembre de 2010 que los comparecientes me entregan para su protocolización y que se hallan extendidos en XXXX folios de papel exclusivo para documentos notariales, serie xxx, números xxx.

En este acto, yo, la Notaria, leo dichos Estatutos a los comparecientes, quienes los aprueban y los firmarán al final de su último folio. En su consecuencia, los repetidos Estatutos quedan unidos a esta escritura matriz, como parte integrante de la misma.

SEGUNDO. - CAPITAL, SUSCRIPCIÓN Y DESEMBOLSO DE LAS PARTICIPACIONES SOCIALES.

El capital social queda fijado en 3000 **EUROS** y dividido en **3 PARTICIPACIONES SOCIALES** iguales, numeradas correlativamente del **01 al 03**, ambas inclusive, para el solo efecto de su identificación, y de un valor nominal de **1.000 EUROS** cada una.

Los socios fundadores suscriben la totalidad de las participaciones sociales y desembolsan íntegramente su valor nominal en la forma seguidamente determinada:

a) Doña **Elena Sánchez Ruiz** suscribe 1 participación sociales, numerada **01** de valor nominal en junto **1.000 EUROS**, que desembolsa totalmente mediante su aportación en efectivo metálico, ingresado en cuenta.

b) Don **Rubén Agra Casal** suscribe 2 participaciones sociales, numeradas del **02 al 03**, ambas inclusive, de valor nominal en junto **2.000 EUROS**, que desembolsa totalmente mediante su aportación en efectivo metálico, ingresado en cuenta.

Acreditan la realidad de las respectivas aportaciones dinerarias, así como su ingreso en la Cuenta bancaria **ABANCA: ES12 3456 7890 1234 5678 9012** abierta a nombre de la Sociedad en constitución, en **Identify, S.L.** las cuales están acreditadas y anexo a la presente las Certificaciones de dicha Entidad bancaria.

Todas estas aportaciones son hechas en pleno dominio, en dinero y moneda nacional española, cuyo ingreso ha sido ya efectuado en la Caja Social, según aseguran.

TERCERO. - NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADOR.

Nombran Administradores de la sociedad por plazo **INDEFINIDO** a Don **Rubén Agra Casal** y Doña **Elena Sánchez Ruiz** cuyas circunstancias personales constan en la comparecencia de esta escritura, que representará a la sociedad en todos los actos comprendidos en el objeto social.

Los designados aceptan el cargo.

CUARTO. - ESTIPULACIONES ESPECIALES.

Facultades del órgano de administración durante la fase anterior a la inscripción de la sociedad. Durante dicha fase, se confieren al Órgano de Administración, expresa y

Y también solicitar telemáticamente a la Agencia Estatal de Administración Tributaria la asignación provisional de un Número de Identificación de la Sociedad.

Del íntegro contenido de esta diligencia extendida en **Vigo**, yo, el Notario, DOY FE. -

DILIGENCIA. - Para hacer constar que el día XXXXX, he recibido de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, notificación telemática del número de Identificación Fiscal de la sociedad, que resulta ser el siguiente N.º XXXXXXXXXX.

Incorporo a esta matriz, en soporte papel testimonio de la comunicación electrónica recibida.

Del íntegro contenido de esta diligencia extendida en Muros, yo, la Notaria, DOY FE.-

DILIGENCIA.- Para hacer constar que el día XXXX, he recibido del registro correspondiente en relación con la copia autorizada remitida telemáticamente de esta ESCRITURA, comunicación de la que resulta que la misma ha sido inscrita al XXXX.-

Del íntegro contenido de la presente diligencia extendida en el presente folio de papel exclusivo para documentos notariales, número AC7077416, yo, la Notaria, DOY FE.

ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN.

Bajo la denominación de **Identify S.L** se constituye una sociedad de responsabilidad limitada que se regirá por las normas legales imperativas y por los presentes estatutos.

ARTÍCULO 2.- OBJETO.

La sociedad tendrá por objeto las siguientes actividades:

- Creación de páginas web
- Creación de aplicaciones móviles
- Rediseño de logotipos y de marca
- Estrategias de marketing

ARTÍCULO 3.- DOMICILIO SOCIAL.

La sociedad tiene su domicilio en la calle **Vivero de Empresas del Parque Tecnológico de Vigo, 23, Vigo, Pontevedra.**

ARTÍCULO 4.- CAPITAL SOCIAL Y PARTICIPACIONES.

El capital social, que está totalmente desembolsado, se fija en **3.000 euros** y está dividido en **3 participaciones sociales** con un valor nominal cada una de ellas de **1.000 EUROS**, y numeradas correlativamente del **1 al 3**.

ARTÍCULO 5.- PERIODICIDAD, CONVOCATORIA Y LUGAR DE CELEBRACIÓN DE LA JUNTA GENERAL.

La junta general será convocada por el órgano de administración.

La convocatoria se comunicará a los socios a través de procedimientos telemáticos, mediante el uso de firma electrónica. En caso de no ser posible se hará mediante cualquier otro procedimiento de comunicación, individual y escrito que asegure la recepción por todos los socios en el lugar designado al efecto o en el que conste en el libro registro de socios. En relación con otros aspectos relativos a la convocatoria, periodicidad, lugar de celebración y mayorías para adoptar acuerdos de la junta general se aplicarán las normas previstas en la Ley de Sociedades de Capital aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio.

ARTÍCULO 6.- COMUNICACIONES DE LA SOCIEDAD A LOS SOCIOS.

Las comunicaciones que deba realizar la sociedad a los socios, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Capital aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, se realizarán a través de procedimientos telemáticos, mediante el uso de firma electrónica. En caso de no ser posible se hará mediante cualquier otro procedimiento de comunicación, individual y escrito que asegure la recepción por todos los socios en el lugar designado al efecto o en el que conste en el libro registro de socios.

ARTÍCULO 7.- MESA DE LA JUNTA. - DELIBERACIONES Y VOTACIÓN.

El presidente y secretario de la junta general serán los designados por los socios concurrentes al comienzo de la reunión.

Corresponde al presidente formar la lista de asistentes, declarar constituida la junta, dar el uso de la palabra por orden de petición, dirigir las deliberaciones y fijar el

8. Bibliografía

Modelo contrato indefinido:

https://www.sepe.es/SiteSepe/contenidos/empresas/contratos_trabajo/asistente/pdf/indefinido/Indefinido.pdf

Agencia tributaria (AEAT, modelo 036, herramientas para tramitación online):

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/>

IPYME (Pasos para la creación de una pequeña empresa):

<https://ipyme.org/es-es/Paginas/default.aspx>