

PLAN DE EMPRESA



EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA - PROFESORA: MAYCA P.B.
CURSO 2022/2023

CICLO FORMATIVO: Desarrollo de aplicaciones (DAW 1º).

ALUMNO/S: Sixtus Nosike.

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN:	3
1.1. Promotores:	3
1.2. Resumen del proyecto	4
1.2.1. Descripción del Negocio:	4
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO:	5
2.1. Estudio de Mercado:	5
2.2. Consumidores:	5
2.3. Competencia	6
2.4. Proveedores	7
2.5. Localización	8
3. PLAN DE MÁRKETING	11
3.1 Producto	11
Nombre comercial de la empresa y logo:	12
3.2 Precio.	13
3.3. Distribución.	14
3.4 Promoción.	15
6. ESTUDIO JURÍDICO-FISCAL:	16
6.1 Formas jurídicas.	16
6.3 Trámites y Plazos de Constitución y Puesta en Marcha.	17

1. PRESENTACIÓN:

NOMBRE JURÍDICO Y SOCIAL: Gamexcom S.A.

Esta empresa buscará ser constituida como una sociedad anónima. Pero iniciará como empresa individual de la mano de Sixtus Nosike.

1.1. Promotores:

DATOS PERSONALES

Nombre	Sixtus Nosike		
D.N.I.	Y09092314		
Fecha de Nacimiento	31/03/1999		
Dirección	Calle Acequias número 34		
Provincia	Murcia	C. Postal	30170
Situación laboral (actual)	Desempleado	Teléfono	631929153
E-Mail	sixtuswork18@gmail.com		

DATOS PROFESIONALES

Estudios	2ºBachillerato y eso	
Master y cursos	Formación Online de programación (Platzi)	
Experiencia laboral	Empresa	Umami Sushi
	Puesto desempeñado	Limpiaor, lavaplatos
	Duración	5 meses
Experiencia laboral	Empresa	
	Puesto desempeñado	
	Duración	
Experiencia laboral	Empresa	
	Puesto desempeñado	
	Duración	

1.2. Resumen del proyecto

1.2.1. Descripción del Negocio:

Desde la aparición de los primeros videojuegos modernos en la década de los 60, el mundo de los videojuegos no ha dejado de crecer y desarrollarse con el único límite que le ha impuesto la creatividad de los desarrolladores y la evolución tecnológica.

Antes de la llegada de los Ataris a los hogares. Durante los 80 las salas de máquinas recreativas fueron durante mucho un punto de reunión entre los amantes de los videojuegos y la competencia. Con la llegada y tendencia de los juegos de realidad virtual los videojuegos más modernos se alejan de los hogares y bolsillos de las familias. Las máquinas recreativas supieron solventar esta situación anteriormente, y **Gamexcom** busca hacerlo apostando por el mismo modelo de negocio que estas.

Con el fin de poner al alcance de todos estos juegos de realidad virtual. Esta idea surgió como respuesta de una creciente demanda de artículos de realidad virtual frenada por los escandalosos precios de estas (reunir y compartir, combate de cierta manera los elevados precios).

https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_los_videojuegos

https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_los_videojuegos

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO:

2.1. Estudio de Mercado:

Gamexcom estará presente en diversos mercados locales y regionales dentro de su ámbito, por lo tanto se buscará que sea un mercado nacional en un principio(pero antes deberá pasar la prueba como mercado local en Murcia, La Flota). Gamexcom está dirigido a los consumidores en general de entre 16 y 28 años no casados. Con una renta media de más de 15.000 euros. Cabe destacar, que ha habido otras compañías similares a ésta en las ciudades de Murcia que fracasaron, o nunca llegaron a despegar por completo como Myrtia. La población del estudio cuenta con 8.138 habitantes de donde el 48% son hombres y de ellos el 80% (jóvenes) sujetos de renta alta de entre las edades anteriormente especificadas (no se excluye la posible entrada de mujeres como posibles consumidoras). Nuestro target entraría en lo que conocemos como la cultura gamer, pero no solo es grupo influencer y creadores de contenido online así como amantes de la realidad virtual(VR) y la realidad aumentada(AR).

<https://ine.es/>

2.2. Consumidores:

Modelaje del cliente potencial es el siguiente:

Personas sin hijos, con una edad media de entre 18 y 25 años. Que cuenta con una educación universitaria o un ciclo medio/superior formativo. Dispone de un ingreso económico por encima del promedio (gracias principalmente a la riqueza de familiares). Hace deporte o realiza ejercicios variados varias veces por semana. Considera el gaming, los influencer, youtubers trabajos del futuro. Así como la realidad virtual una herramienta esencial a varios niveles en la vida cotidiana. Y sobre todo le gusta estar a la vanguardia respecto a tecnología (buscar adquirir el último modelo de Apple recién lanzado).

Debido a la localización del primer establecimiento, ****se espera**** un número de clientes alrededor de los 500 (nuevos sujetos registrados los primeros 2 meses de entre 23 y 28 años). Estas buscarán ocupar su tiempo en ocio poco habitual en el barrio de La Flota situada en Murcia (de hogares y alquileres muy altos), ya sea por curiosidad o por sugerencias. Con una amplia sala con lo último en tecnología para la máxima diversión y experiencia inmersiva sin duda habrá un gran impacto en la zona y en alrededores.

Con un precio de ~50 euros, casi el coste de asistir a un gym con entrenador. Y teniendo una renta de unos 15000 euros netos anuales. La novedad será la mejor baza para despegar como empresa, esto unido a la calidad de los equipos y la forma de pago distinto ****en principio**** a de por sesiones brindará y traerá nuevos clientes.

<https://enciclopediaeconomica.com/cliente-potencial/>

<https://ine.es>

2.3. Competencia

****No existe una empresa que ofrezca exactamente lo que yo ofrezco**.**

Las siguientes empresas son las de más renombre en España que ofrecen un producto o servicio similar al mío con ganancias lo suficiente sostenibles para permanecer con vida.

EMPRESA COMPETIDORA/ SUSTITUTIVA	PRODUCTO	PRECIO COMPETENCIA	NUESTRO PRECIO	ZONA GEOGRÁFICA COMPETENCIA	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	VENTAJA COMPETITIVA / ESTRATEGIA DE NUESTRA EMPRESA
Virtual Galaxy	Recreativas de realidad de realidad virtual	Por sección de 1hr ~15.	50 mensual	Bilbao	Media	Escasa variada y solo enfocado en AR.
Myrtia Games	Sala de juegos genéricos	Por sección	50 mensual	Murcia Centro (competencia directa)	Muy baja	Nos centramos solamente en VR y nada más.

						Por cual dispones de lo mejor en dicho campo.

<https://virtualgalaxy.es/>

<https://www.myrtiagames.es/>

2.4. Proveedores

Posibles proveedores.

PROVEEDOR	PRODUCTO/SERVICIO	RELACIÓN CALIDAD/PRECIO	OTROS	PUNTUACIÓN (SOBRE 10)
Two Reality	Es una empresa de realidad virtual que idea y produce aplicaciones para gafas virtuales, dispositivos móviles y realidad aumentada para empresas.	Buena **(Enorme diversidad, adecuada para unos recreativos VR)**	En función del número de artículos que compres o alquiles puedes llevarte las últimas aplicaciones para juegos de moda. Grandes pedidos, online.	10.
Mundo Virtual	Comercializa con una amplia gama de Gafas de VR y Gafas AR.	Normal (para arrancar).	Pedidos a través de un tercero (pequeños pedidos). Ningún descuento.	8.
Virtual Life Productions S.L	Una productora especializada en la creación de vídeos de realidad virtual y 360.	Muy Buena (proveedores de servicios y NO mercancías).	Solicitudes de videos y animación personalizada con descuentos por publicidad.	6

<https://www.tworeality.com/alquiler-compra-gafas-realidad-virtual/>

<https://www.europages.es/empresas/realidad%20virtual.html>

<https://en.datocapital.es/>

<http://mundo-virtual.com/gafas-realidad-virtual/>

2.5. Localización

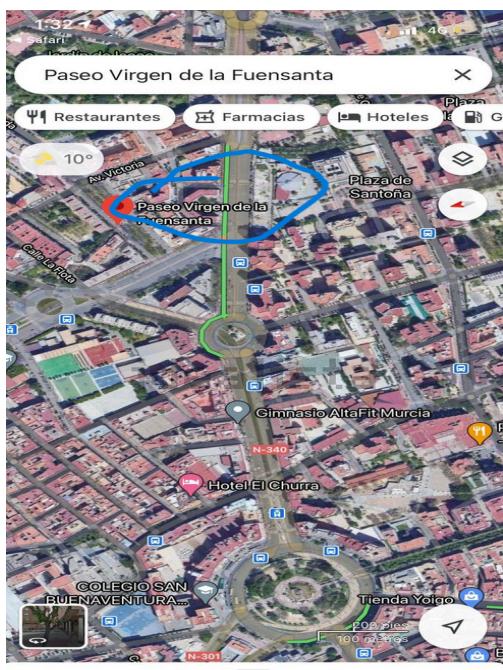
DIRECCIÓN:

CALLE: Paseo Virgen de la Fuensanta, 7.

POBLACIÓN: el barrio La Flota, (*cuenta con un total de 8.138 habitantes*).

CÓDIGO POSTAL: 30008 Murcia

PLANO DE SITUACIÓN:

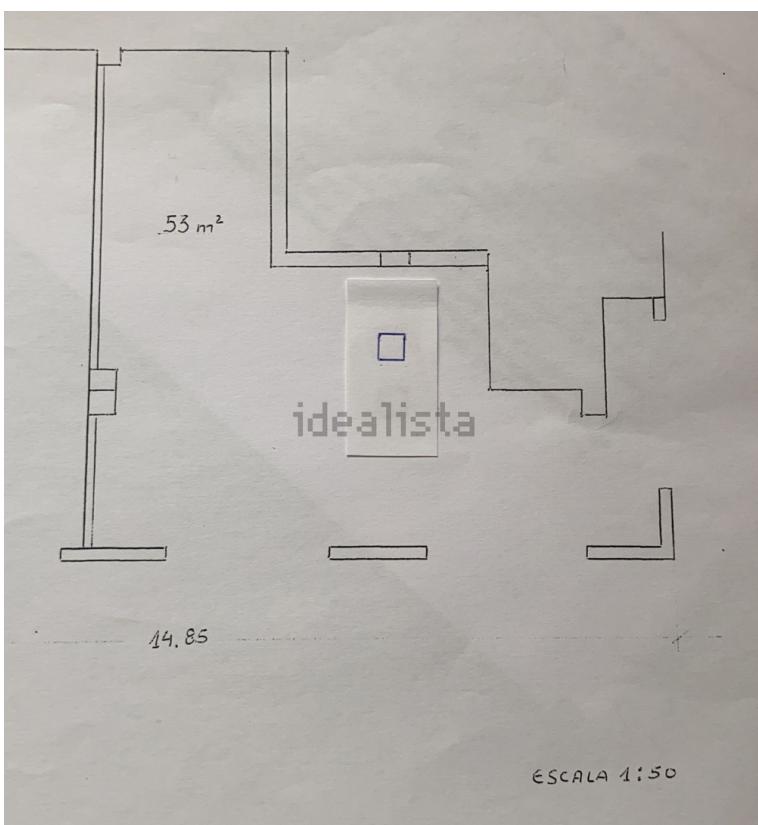


Paseo Virgen de la Fuensanta

30008 Murcia



PLANO DE DISTRIBUCIÓN:



<https://www.idealista.com/inmueble/91917930/>

(estudio del 2016 -> Los números acerca del número de habitantes.)

Frente a los 20.073 habitantes situados en el barrio del EL CARMEN, el barrio más poblado de Murcia. La Flota cuenta con un modesto número de 8.138 habitantes. Pero este (nuestro objetivo) cuenta un marcadamente joven e innovador desde el punto de vista arquitectónico. Cabe destacar que muchos de los habitantes del EL CARMEN son inmigrantes con una renta bastante inferior.

Según un estudio del INE en general, los tramos de renta medios o altos de la ciudad -más de 15.000 euros- se concentran al norte del río Segura, tomando como eje principal la Gran Vía, hasta llegar a Churra y Santiago y Zaraíche. También se incluye la parte más ribereña del Carmen y El Infante, así como buena parte de San Antón y ****La Flota****. El volumen de ingresos desciende de forma notable en barrios más obreros o con fuerte presencia de la inmigración, como San Andrés y San Juan (más de 12.000 euros), San Antolín y la zona más al sur del Carmen (en torno a los 10.000 euros) o diversos puntos de Santa María de Gracia y de Vistalegre, en su área próxima al hospital Morales Meseguer (unos 13.000 euros anuales).



La Flota, hoy

<https://www.fotocasa.es/es/comprar/pisos/murcia-capital/la-flota/>

<https://www.laverdad.es/murcia/ciudad-murcia/barrio-rico-barrio-20210523235211-nt.html>

Este ****bajo comercial**** en el paseo de Virgen de la Fuensanta es un bajo bastante ancho y cómodo. Cuenta con mucha luz y exteriores. Este es idóneo para comenzar un negocio, con el precio más bajo de la zona en relación tamaño/precio. Algunas de sus características básicas son las siguientes :

- 53 m² construidos
- Segunda mano/buen estado
- Distribución diáfana
- 1 aseos o baños
- Situado a pie de calle

<https://www.murcia.es/documents/11263/2168395/Poblacion-de-Derecho-Habitantes-Barrios-Pedanias.pdf>

3. PLAN DE MÁRKETING

3.1 Producto

Gamescom ofrece una experiencia inmersiva a través de la tecnología de realidad virtual en local. Se trata de un espacio físico equipado con dispositivos de última generación para permitir a los clientes disfrutar de un mundo virtual en 360 grados.

Características técnicas del producto / servicio:

- Dispositivos de realidad virtual de última generación.
- Equipamiento de alta calidad y rendimiento para una experiencia inmersiva.
- Sistema de seguimiento de movimiento y de interacción para mejorar la experiencia del usuario.
- Software especializado para creación de contenido de realidad virtual para el equipo de diseño establecido en el local.
- Sistema de sonido envolvente y visores con alta resolución para proporcionar una experiencia más realista.
- Espacios adaptados para la movilidad del usuario.

Características económicas :

- Precios asequibles para los clientes.
- Ofertas y promociones para atraer a nuevos clientes.
- Posibilidad de reservar sesiones o paquetes de horas a precios más económicos.
- Inversión en equipos de última generación y mantenimiento constante para mantener la calidad del servicio.

Características comerciales :

- Ofrecer una experiencia única y diferenciadora en el mercado.
- Marketing digital y presencial para atraer a nuevos clientes.
- Establecimientos de alianzas con empresas y organizaciones para promocionar el local de realidad virtual.
- Posibilidad de personalización de la experiencia de realidad virtual para eventos corporativos o celebraciones especiales.

La tecnología de realidad virtual ya existe, pero el valor diferencial de este servicio es la calidad de los dispositivos y la personalización de la experiencia.

Las cualidades más significativas de nuestro servicio son:

- Experiencia única e inmersiva.
- Calidad de los dispositivos y del software utilizado.
- Posibilidad de personalizar la experiencia según las preferencias del cliente.
- Precios asequibles y ofertas para los clientes
- Espacios adaptados para la movilidad del usuario.

PRODUCTO / SERVICIO	DESCRIPCIÓN	NECESIDAD DE LOS CLIENTES QUE CUBRE MI PRODUCTO
<i>Experiencia de la realidad virtual</i>	<i>Ofrecemos una variedad de experiencias de realidad virtual para todos los públicos, desde juegos y aventuras hasta experiencias educativas y de simulación.</i>	<i>Cubrimos la necesidad de los clientes de experimentar nuevas sensaciones y vivir experiencias inmersivas que no pueden encontrar en su vida diaria. También ofrecemos una alternativa de ocio y entretenimiento atractiva y novedosa.</i>
<i>Equipos de alta calidad</i>	<i>Contamos con equipos de última generación que permiten una experiencia de realidad virtual de alta calidad y totalmente inmersiva.</i>	<i>Cubrimos la necesidad de los clientes de tener acceso a equipos de alta calidad que les permitan disfrutar al máximo de la experiencia de realidad virtual, lo que les proporciona una sensación de realismo y emoción.</i>
<i>Personal especializado</i>	<i>Contamos con personal especializado en el uso de la tecnología de realidad virtual, capaces de guiar y asesorar a los clientes en su experiencia.</i>	<i>Cubrimos la necesidad de los clientes de tener a alguien que les oriente y les guíe en el uso de la tecnología de realidad virtual, especialmente para aquellos que no están familiarizados con ella. También les proporcionamos un ambiente seguro y controlado para su experiencia.</i>
<i>Ambiente adecuado</i>	<i>Contamos con un espacio diseñado específicamente para la experiencia de realidad virtual, con un ambiente adecuado y seguro.</i>	<i>Cubrimos la necesidad de los clientes de tener un espacio seguro y controlado para su experiencia de realidad virtual, lo que les proporciona una mayor inmersión y evita posibles accidentes o interrupciones. También les proporcionamos un ambiente confortable y adecuado para disfrutar de su experiencia.</i>
<i>Flexibilidad en horarios y precios</i>	<i>Ofrecemos una amplia variedad de horarios y precios, adaptándonos a las necesidades y presupuestos de nuestros clientes.</i>	<i>Cubrimos la necesidad de los clientes de tener flexibilidad en cuanto a horarios y precios para poder disfrutar de la experiencia de realidad virtual. Esto les permite ajustarse a su horario y presupuesto, lo que les resulta más conveniente.</i>

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA Y LOGO:

El nombre Gamexcom , el diseño del logo y todo lo que rodea a la empresa. Buscan transmitir al consumidor joven una nueva forma de entretenimiento y ocio “x” exponencial de los juegos y más. Que va más allá de “.com”, de todo aquello que

conocemos desde los inicios del internet. Para el consumidor más maduro busca transmitirles esa nostalgia de las salas de las máquinas recreativas de antaño, como estas han evolucionado.

3.2 Precio.

Para realizar una estimación de precios para un local de realidad virtual, es necesario tener en cuenta varios factores, como los costos fijos y variables asociados con la operación del negocio, los precios de la competencia, el valor que los clientes estarían dispuestos a pagar por el servicio, y la rentabilidad deseada.

En nuestro caso, siendo una empresa nueva en un mercado emergente poco consolidado y dirigido a consumidores jóvenes con un cierto nivel formativo (sobre el sector) y de una renta alta. Usaremos **una estrategia de precios de penetración**. Es decir, situaremos los precios más baratos que la competencia que en un principio serían prácticamente inexistentes (ya que estamos en un mercado reciente). Con el tiempo, según vaya surgiendo cierto número de competencia alrededor y vayamos incorporando a nuestros servicios un número elevado de equipos de alta calidad del sector (en el mejor de los escenarios) aplicaremos **una estrategia de precios de prestigio**, es decir, precios más altos que los clientes tienden a asociar a producto/servicio de alta calidad.

El hecho de escoger al inicio precios de penetración se debe principalmente a los costos de facturación para establecer un local con estas características, y además a que (sin ser negativos) uno supone una margen inicial de beneficios deseables muy bajos respecto a la inversión realizada.

Supongamos que los costos fijos mensuales del local son de 5.000 Euros, que incluyen alquiler del local, sueldos de empleados, gastos de electricidad, internet, entre otros. Además, supongamos que el costo variable de cada sesión de realidad virtual es de 10 euros, que incluye el costo del uso de ciertos dispositivos y las licencias de software.

Y en cuanto a la competencia, se ha investigado y se ha determinado que el precio promedio de una sesión de realidad virtual es de ~20 euros.

***PUNTUALIZACIÓN.** Estos precios por sesión solo lo pagan los clientes causales, que en principio **suponemos** que serían más del 90% de nuestros clientes*.

La estrategia de fijación de precios para un local de realidad virtual dependerá de varios factores, como el tipo de clientes que se quieran atraer, la competencia en el mercado, los costos de producción y el margen de beneficio deseados.

PRODUCTO/SERVICIO	ESTIMACIÓN INICIAL DE PRECIO		
	PRECIO TÉCNICO	MARGEN BENEFICIO	P.V.P.
Experiencia de la realidad virtual	10 € por sesión	100% (el doble del costo variable)	20 €/sesión

3.3. Distribución.

En el caso de un local de realidad virtual como Gamexcom, lo más adecuado sería una distribución selectiva o exclusiva, es decir, limitar la cantidad de intermediarios y estableciendo acuerdo en todo caso de colaboración con establecimientos y empresas afines, como por ejemplo centros de entretenimiento, centros comerciales, parques temáticos, tiendas de electrónica, etc .

En Gamescom, buscamos hacer uso del canal más directo posible al inicio (etapa inicial del ciclo de vida), es decir, un canal corto, desde nuestros propios locales sin intermediarios.

Para mejorar la experiencia del consumidor contaremos con una plataforma web donde los clientes puedan llevar a cabo un seguimiento de sus puntuaciones, partidas o actividades realizadas en nuestras instalaciones.

En cuanto al canal de distribución, lo más adecuado sería un canal directo como ya se mencionó, es decir, que los clientes acudan directamente al local para disfrutar de la experiencia de la realidad virtual les brinda. Sin embargo, se podría combinar con la venta online de entradas o bonos para reservar sesiones en el local desde nuestra plataforma, permitiendo así una mayor comodidad para el cliente y una mayor flexibilidad en la gestión de la demanda del servicio.

Se persigue mejorar la experiencia del cliente, garantizar la calidad del servicio y evitar la competencia desleal entre distribuidores. Además, al

tratarse de un servicio que requiere de cierta infraestructura y personal especializado, resulta más eficiente concentrarse en un número reducido de canales de distribución que permitan una mayor rentabilidad y control sobre la oferta.

3.4 Promoción.

En Gamexcom , en principio no creemos en la publicidad como tal como una herramienta muy importante para darnos a conocer. Sino en la localización de nuestras instalaciones en el centro de las ciudades.

Para un local de estas características, la promoción podría llevarse al inicio (etapa temprana) a cabo sería mediante una combinación de diferentes estrategias de marketing. Algunas opciones podrían ser :

1. Publicidad en línea: Se podría invertir en publicidad en redes sociales como Facebook e Instagram para llegar a un público amplio y segmentado. También se podrían utilizar plataformas de anuncios como Google AdWords para aparecer en los resultados de búsqueda relevantes.
2. Marketing de contenidos : Se podrían crear contenido interesante relacionado con la realidad virtual, como artículos en un blog o videos en Youtube, para atraer a potenciales clientes y generar interés en el local.
3. Eventos y promociones : Se podrían organizar eventos especiales o promociones para atraer a la gente al local y dar a conocer sus servicios. Por ejemplo, se podría ofrecer una hora gratis de uso de los equipos de realidad virtual a los primeros 20 clientes que lleguen al local

***ESTO SOLO SE HARÍA EN LOS PRIMEROS MESES DEL AÑO DE APERTURA DEL LOCAL O LAS INSTALACIONES*.**

TIPO DE PUBLICIDAD	MEDIO/EMPRESA	IMPORTE MENSUAL
<i>Mailing/Buzoneo</i>	<i>Internet y el buzoneo mediante un trabajador de la empresa.</i> <i>*Durante los primeros 5 meses*</i>	<i>15 €/ mes</i>
<i>Redes Sociales</i>	<i>Facebook, YouTube, Instagram etc..</i>	<i>~5€/mes</i>
<i>Google</i>	<i>Google AdWords</i>	<i>~5€/mes</i>
<i>Internet</i>	<i>Blogs (nuestro)</i>	<i>Ninguna</i>

<i>Descuentos promocionales (días especiales)</i>	<i>Nuestro Local</i>	<i>15€/*intervalos mensuales*</i>
<i>Muestras gratuitas. (20 primeros clientes)</i>	<i>Nuestro local</i>	<i>~5€/*primeros 12 o 15 días de apertura*.</i>
<i>Otros (describir)</i>	<i>Locación de nuestros locales en el centro de las ciudades (con paso vayamos creciendo). Ej. Inditex con Zara.</i>	<i>~150000 € máx. Por la compra de locales de la zona o terreno. *Etapa de mayor crecimiento*.</i>

En cuanto al presupuesto figurado, este dependerá de la estrategia de marketing elegida y los objetivos que busquemos en la empresa. Por ejemplo, la publicidad en línea puede variar ampliamente en costos, desde unos pocos dólares al día hasta miles de dólares al mes. Es importante tener en cuenta el retorno de inversión esperado y ajustar el presupuesto en consecuencia. También se podría considerar el uso de agencias de publicidad para ayudar con la creación y gestión de campañas publicitarias.

6. ESTUDIO JURÍDICO-FISCAL:

6.1 Formas jurídicas.

La forma jurídica de Gamexcom es la de una S.A. Esta forma jurídica se caracteriza por tener un capital social dividido en acciones y una responsabilidad limitada de los accionistas al capital aportado. La S.A es una forma muy adecuada para la empresa con un gran volumen de inversión y facturación, que necesitan una gran cantidad de capital para desarrollar su actividad y, por lo tanto, buscan la participación de inversores externos.

El desembolso inicial para la constitución de una S.A suele ser elevado, ya que se requiere un capital social mínimo de 60.000 euros , aunque este puede ser desembolsado en parte (al menos el 25%) al inicio, y el resto en un plazo máximo de 5 años.

La elección de una S.A se basa en varios factores, como la posibilidad de obtener financiación a través de la emisión de acciones, la responsabilidad limitada de los accionistas, la capacidad de crecimiento y expansión, y la posibilidad de acceder a ciertas ventajas fiscales y subvenciones en función del sector de actividad y la ubicación geográfica en este caso en España en concreto en Murcia.

En Gamexcom, los accionistas tienen una forma clara y transparente de participar en la toma de decisiones a través de la Junta General de Accionistas, y pueden delegar la gestión de la empresa en un Consejo de Administración o un Administrador único.

En cuanto a las obligaciones fiscales y de seguridad social, las empresas S.A tienen que cumplir con una serie de requisitos y presentar declaraciones y liquidaciones periódicas a Hacienda y la Seguridad Social, pero pueden acceder a ciertas ventajas fiscales y beneficios en materia de contratación laboral, dependiendo de las características y ubicación de la empresa.

En definitiva, la elección de una S.A ha sido en todo momento analizada cuidadosamente en función de las necesidades de la empresa y los recursos disponibles, ya que implica una inversión inicial elevada, pero puede ser una forma muy adecuada para empresas con un alto potencial de crecimiento y una necesidad de financiación importante.

6.3 Trámites y Plazos de Constitución y Puesta en Marcha.

Sabiendo que Gamexcom es una S.A. Se requiere de ciertos trámites y plazos que se deben cumplir para poder poner en marcha la empresa. A continuación, se detallan los pasos a seguir y los plazos aproximados :

1. Reserva del nombre : El primer paso es solicitar la reserva del nombre de la sociedad en el Registro Mercantil Central. Mientras realizamos este paso, podemos reunir el capital social necesario para una sociedad de estas características, es decir, la S.A. Los 60.000 euros deben ser aportados al banco, y este debe entregarnos un certificado donde se justifique dicha transacción. Sabiendo que el plazo para obtener la respuesta del Registro Mercantil Central suele ser de 24 a 48 horas.
2. Elaboración de los estatutos sociales : Los estatutos sociales son el conjunto de normas que regirán el funcionamiento interno de Gamexcom y deben ser elaborados y firmados por los fundadores. El plazo para su elaboración dependerá de la complejidad de los mismos.
3. Constitución ante notario : La sociedad se constituirá mediante escritura pública ante notario. Es necesario aportar la documentación necesaria y pagar los impuestos correspondientes. El plazo aproximado para obtener la escritura es de 3 a 5 días hábiles.
4. Inscripción en el Registro Mercantil : Una vez obtenida la escritura pública, se debe inscribir la sociedad en el Registro Mercantil correspondiente al domicilio social. El plazo para la inscripción suele ser de 15 días hábiles.
5. Obtención del Número de Identificación fiscal (NIF) : La sociedad debe obtener el NIF en la Agencia Tributaria. El plazo para su obtención es de 1 a 3 días hábiles.
6. Alta en la Seguridad Social : Gamexcom debe darse de alta en la Seguridad Social para poder contratar trabajadores. El plazo para el alta es de 1 a 3 días hábiles.

TRÁMITE	Modelo / Formulario / Ayuda / Web	ORGANISMO	Plazos
Reserva de nombre	<i>ej. Documento a presentar ante el Registro Mercantil Central acerca del Certificado Negativo Denominación Social Aqui.</i>	Registro Mercantil Central	<i>El plazo para obtener la respuesta del Registro Mercantil Central suele ser de 24 a 48 horas.</i> <i>3 meses de reserva.</i>

<i>Aportación del capital social.</i>	<i>ej. Modelo informativo de la "caixa" Aquí.</i>	Bancos	<i>El plazo para dicha aportación dependerá de la complejidad de los mismos y la accesibilidad a dicha cantidad de dinero.</i> <i>*No más de una semana*.</i>
<i>Constitución ante notario.</i>	<i>ej. Modelo de estratos de una sociedad anónima Aquí.</i>	Notario	<i>El plazo aproximado para obtener la escritura es de 3 a 5 días hábiles.</i>
<i>CIF y AIE</i>	<i>Solicitud del CIF (modelo .036)</i> <i>Darse de alta de la IAE (modelo .840)</i>	Hacienda.	El plazo para su obtención es de 1 a 3 días hábiles.
Inscripción en el Registro Mercantil	<i>modelo 600</i>	Registro Mercantil Provisional.	El plazo para la inscripción suele ser de 15 días hábiles
Licencia de Actividad e Instalaciones (lic. de apertura + lic. de obras) Suministros : Apertura para basuras.	*variedad de modelos*	Ayuntamiento	*Para el de obras 2 o 3 días antes de la actividad* *Estimaciones vagas para todo de 1 semana a 2.*
Inscripción de la empresa. Alta a trabajadores	Para la inscripción como sociedad (modelo. TA6/TA7) Para trabajadores: Afiliaciones (modelo . TA1)	T.G Seg. Social	*1 o 2 semanas *

	Altas/Bajas (modelo TA2)		
Ser adscrito para temas de contratación y trabajadores	Página web.	SEPE (INEM)	*estimaciones 2 a 3 semanas*
<i>Comunicación de apertura.</i> <i>Legalización de libros de visita de inspectores.</i>	Página web.	<i>Dirección General de Trabajo.</i>	<i>*En 1 mes desde la apertura*</i>

modelos : <https://www.sunarp.gob.pe/formularios2/Formato%20Solicitud%20Reserva%20Nombre%20Persona%20Juridica.pdf>

<http://www.ipyme.org/Publicaciones/CreacionEmpresas.pdf>

Para los trámites a realizar en el SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal, anteriormente INEM) dependen de las necesidades de contratación de personal de local. Si se necesitan trabajadores, se deberá registrar la oferta de empleo en el portal del SEPE. Los plazos para este registro dependerán del tiempo que se quiera mantener la oferta abierta y de la disponibilidad de candidatos adecuados.

En cuanto a los trámites a realizar en el ayuntamiento, dependen de la normativa municipal correspondiente a la ubicación del local y las actividades que se desarrollen en el mismo. Es probable que se requiera solicitar una licencia de apertura, que debe presentarse en el ayuntamiento y se debe pagar una tasa correspondiente. Además, puede ser necesario obtener autorización y permisos para el uso de ciertos equipos y maquinarias, así como cumplir con ciertas regulaciones de seguridad y medio ambiente.

El modelo y los plazos para estos trámites pueden variar según la ciudad y la normativa específica. Sería recomendable ponerse en contacto con el ayuntamiento de Murcia (La Flota) para obtener información detallada sobre los trámites y plazos necesarios para abrir un negocio de estas características en la ubicación deseada.

Los plazos totales para la constitución y puesta en marcha de una S.A pueden oscilar entre 1 y 2 meses, dependiendo de la complejidad de los trámites.

CONTINUARÁ...



Puntualizaciones *(cambios realizados o por realizar)*



Por venir	Cambios agregados o comentados (a aplicar correcciones o aclaraciones)	Establecidos (y de interés)
<ul style="list-style-type: none">• Agregar nuevos posibles competidores.• Revisar con nuevos datos los precios por sesión.• Sesiones (horario y reglas).• El barrio La Flota.	•	<ul style="list-style-type: none">• Links asociados a los modelos, ayudas y formularios para los trámites.•

No están presentes todos.