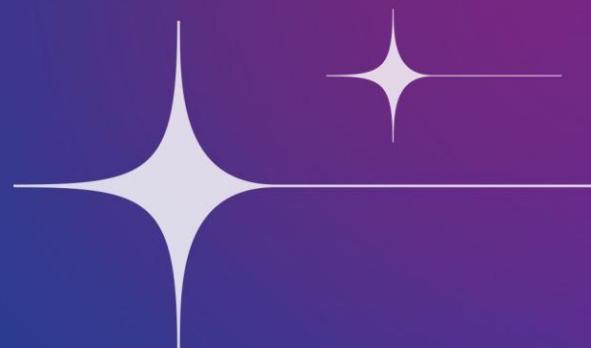
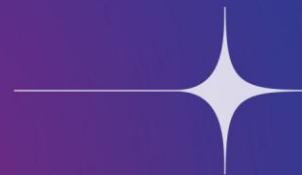


2025



PLAN DE EMPRESA

Riddler Company



Contenido

Idea inicial y perfil emprendedor:	3
• Breve descripción del proyecto.	3
• Justificación de la idea.	3
• Perfil del emprendedor o equipo.	3
• Misión, visión y valores del proyecto.	4
Análisis del entorno (macro y micro):	4
• Análisis DAFO: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.	5
Estudio de mercado y estrategias de marketing:	5
• Identificación del público objetivo.	5
• Estrategias de marketing digital.	6
• Política de precios (gratuita con versión premium, publicidad, etc.).	6
• Imagen corporativa y comunicación visual.	7
Financiación:	8
• Diferencia entre inversiones y gastos.	8
• Plan de financiación inicial.	8
• Estrategia de autofinanciación.	10
• Estimación de gastos fijos y variables.	10
Formas jurídicas y fiscalidad Qué deben incluir:	10
• Forma jurídica elegida.	10
• Motivos de la elección.	11
• Fiscalidad asociada (IRPF o Impuesto sobre Sociedades).	11
• Obligaciones legales básicas.	11
Constitución y puesta en marcha:	12
• Trámites administrativos.	12
• Alta en Hacienda y Seguridad Social.	12
• Licencias, permisos y seguros.	12
Documentación empresarial y gestión administrativa:	14
• Documentación comercial: pedidos, albaranes y facturas.	14
• Documentación contable y fiscal: libros, balances y declaraciones.	14
• Documentación laboral: contratos, nóminas y cotizaciones.	14
• Gestión digital y archivo electrónico de documentos.	14
Conclusión	15

Idea inicial y perfil emprendedor:

- Breve descripción del proyecto.

Finalidad del proyecto:

Crear y ofrecer soluciones tecnológicas (software y hardware) innovadoras, accesibles y adaptadas a usuarios y pequeñas/medianas empresas. Su primer producto es **PingU**, una plataforma de comunicación multiplataforma segura y moderna.

Objetivos principales:

- Desarrollar productos tecnológicos competitivos.
- Establecer una base sólida de clientes en el primer año.
- Lanzar la versión estable de **PingU** en 12 meses.
- Conseguir los primeros **1.000 usuarios activos**.
- Reforzar la marca como referencia tecnológica gallega.

• Justificación de la idea.

La idea nace al ver que cada vez dependemos más de herramientas digitales para comunicarnos, pero muchas de ellas son frías, impersonales o llenas de publicidad. Quería crear algo diferente: una herramienta cercana, clara y hecha pensando en las personas.

Riddler Company y **PingU** surgen para dar una comunicación más sencilla, segura y adaptada a cada usuario. Lo que nos hace diferentes es que escuchamos, cuidamos el detalle y ofrecemos un trato directo. No buscamos ser otra empresa tecnológica más, sino una compañía que crea soluciones útiles, humanas y hechas con cariño desde aquí.

• Perfil del emprendedor o equipo.

El proyecto está liderado por **Carlos Alberto Piñeiro Italiani**, formado en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma (DAM) y con experiencia en ventas y atención al cliente.

Aporta conocimientos en programación, mantenimiento informático y diseño de soluciones prácticas.

En lo personal, destaca por su creatividad, capacidad de aprendizaje y trato cercano, lo que le permite entender las necesidades del usuario y convertirlas en soluciones útiles y sencillas.

- Misión, visión y valores del proyecto.

Misión:

Ayudar a nuestros clientes con soluciones prácticas y creativas que hagan su día a día más fácil y satisfactorio.

Visión:

Ser un equipo de referencia, conocido por nuestra pasión, innovación y cercanía, dejando una huella positiva en quienes confían en nosotros.

Valores:

- **Compromiso:** Siempre damos lo mejor en lo que hacemos.
- **Innovación:** Nos gusta probar ideas nuevas y mejorar cada día.
- **Transparencia:** Hablamos claro y actuamos con honestidad.
- **Trabajo en equipo:** Logramos más cuando trabajamos juntos.
- **Responsabilidad:** Cumplimos nuestras promesas y cuidamos lo que hacemos.

Análisis del entorno (macro y micro):

Para entender mejor las oportunidades y desafíos del proyecto, es importante analizar el entorno tanto macroeconómico como microeconómico, identificando las tendencias generales del sector y la situación específica de nuestros competidores y público objetivo.

Entorno macroeconómico: El sector tecnológico continúa en constante crecimiento, impulsado por la digitalización y la adopción de la inteligencia artificial. Esto ha generado herramientas más accesibles y personalizadas, que facilitan la vida de usuarios y empresas. El sector TIC mantiene una alta demanda de innovación y soluciones digitales. Además, las redes sociales se consolidan como canales educativos cada vez más utilizados, permitiendo aprender, comunicar y colaborar de manera efectiva, lo que abre nuevas oportunidades en el ámbito educativo.

Entorno microeconómico: A nivel más cercano, la competencia directa incluye otras redes y plataformas educativas que ofrecen contenidos interactivos y recursos digitales para estudiantes. La diferenciación de nuestro proyecto se centra en la calidad, la facilidad de uso y un enfoque creativo que busca una experiencia más cercana y humana. El público objetivo abarca estudiantes, docentes y familias que buscan herramientas digitales que faciliten el aprendizaje. Los usuarios varían en edades y niveles según el tipo de contenido, por lo que es crucial adaptar los recursos a estas necesidades para lograr un impacto real.

- Análisis DAFO: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Riddler Company cuenta con una base técnica sólida y un producto innovador, lo que constituye su principal fortaleza. Para consolidarse en el mercado, deberá superar sus debilidades financieras y de visibilidad, buscando alianzas estratégicas y aprovechando las oportunidades del ecosistema tecnológico gallego. Las amenazas del entorno tecnológico exigen actualización constante y estrategia de innovación continua.



Estudio de mercado y estrategias de marketing:

- Identificación del público objetivo.

- **Edad:** De 14 a 23 años, abarcando estudiantes desde 2.º de ESO hasta universitarios.
- **Perfil tecnológico:** Usuarios con manejo intermedio o avanzado de dispositivos digitales, acostumbrados a apps, plataformas online y redes sociales.
- **Intereses:** Aprendizaje interactivo, formación complementaria, tecnología, creatividad, desarrollo personal y preparación académica.



• Estrategias de marketing digital.

Para que PingU pueda darse a conocer y atraer a su comunidad, es fundamental aplicar una estrategia de marketing digital que permita conectar con el público, generar confianza y transmitir valor desde el primer momento.

- **Redes sociales:** Se crearán perfiles en Instagram, TikTok, YouTube y LinkedIn para compartir contenido atractivo y útil. La idea es mostrar el día a día del aprendizaje, publicar explicaciones sencillas y generar interacción directa con los usuarios, acercando la marca a su audiencia de forma natural y cercana.
 - **Blogs y contenidos:** Se publicarán artículos, tutoriales y consejos prácticos relacionados con la informática y la tecnología. Esto permitirá resolver dudas comunes, atraer visitas orgánicas y posicionar a PingU como una guía de referencia para quienes buscan aprender de forma clara y amena.
 - **SEO:** Se optimizará la página web y los contenidos para mejorar su aparición en Google. De esta manera, los usuarios que busquen cursos, ayuda técnica o aprendizaje digital podrán encontrar PingU de forma sencilla y directa.
 - **Campañas de lanzamiento:** Para generar interés inicial, se realizarán acciones promocionales como sorteos, descuentos por lanzamiento o acceso gratuito a algunos recursos durante un tiempo limitado. Esto ayudará a atraer a los primeros usuarios, generar confianza y crear comunidad desde el inicio.
- Política de precios (gratuita con versión premium, publicidad, etc.).

Para que la plataforma resulte accesible desde el primer momento y, al mismo tiempo, pueda sostenerse económicamente, se establece un modelo mixto que combina acceso gratuito con opciones ampliadas para quienes deseen más funcionalidades.

- **Modelo free:** Todos los usuarios podrán utilizar la plataforma de manera gratuita, accediendo a las funciones esenciales. Esto permite que cualquier persona pueda aprender y familiarizarse con los contenidos sin necesidad de pagar desde el inicio.
- **Versión premium:** Para quienes busquen una experiencia más completa, se ofrecerá una suscripción con ventajas como acceso a contenidos avanzados, recursos exclusivos, soporte priorizado y una navegación libre de publicidad. Esta modalidad está orientada a usuarios que desean profundizar o necesitan un aprendizaje más guiado.
- **Publicidad opcional:** La versión gratuita podrá incluir anuncios moderados que ayuden a financiar el servicio. Se priorizará que estos no interfieran con el aprendizaje ni resulten invasivos, manteniendo una experiencia agradable para el usuario.

- Imagen corporativa y comunicación visual.

- **Logo (pingüino):** Un pingüino como símbolo transmite cercanía, simpatía y accesibilidad. Es fácil de reconocer y memorable, lo que ayuda a que los usuarios identifiquen rápidamente la marca.



- **Eslogan:** El eslogan utilizado es "**Conecta, comparte, sonríe**", que resume la filosofía del proyecto: promover la interacción entre usuarios, facilitar el intercambio o adquisición de productos/experiencias y generar una sensación positiva y cercana. Es una frase sencilla, fácil de recordar y alineada con la identidad amable y accesible representada por el pingüino.
- **Paleta de colores:** Conjunto de colores principales y secundarios que se usan en todos los materiales. Por ejemplo, colores vivos para atraer al público joven y colores neutros para equilibrio y legibilidad. Mantenerlos consistentes refuerza la identidad visual.

Verde: #01da8d

Blanco: #feffff

Negro: # #0c171b

Amarillo: #f6ba33

- **Tipografía:** Tipo de letra que se utiliza en textos y materiales. Debe ser clara, legible y coherente con la personalidad de la marca. Por ejemplo, una tipografía moderna y amigable transmite cercanía y tecnología, mientras que una más formal da seriedad.

"Versatile" EP

- **Comunicación visual:** Todo lo anterior se combina para que la marca tenga un estilo coherente en logo, colores, tipografía, iconos e ilustraciones, creando una experiencia visual reconocible y profesional.

Financiación:

• Diferencia entre inversiones y gastos.

Para que el proyecto funcione desde el inicio y pueda crecer en el tiempo, es importante distinguir **qué gastos forman parte de la inversión inicial** y cuáles corresponden al funcionamiento diario. Esta diferencia ayuda a planificar mejor el presupuesto y evitar desequilibrios económicos.

- **Inversiones:** Son desembolsos que generan beneficios a largo plazo.
Ejemplos:

- Comprar un ordenador para crear contenidos.
- Desarrollar una plataforma educativa.
- Adquirir licencias de software profesional.

- **Gastos:** Son desembolsos necesarios para el funcionamiento diario, sin generar un valor duradero. Ejemplos:

- Pagar la electricidad o el internet.
- Sueldos del personal.
- Material de oficina o papelería.
- Campañas de publicidad puntuales.

• Plan de financiación inicial.

Para poner en marcha el proyecto desde el principio, es necesario calcular cuáles son los recursos mínimos indispensables y determinar de dónde procederá el dinero para cubrirlos. Un buen plan de financiación inicial permite asegurar que la actividad pueda comenzar con estabilidad y sin depender únicamente de ingresos futuros.

• Recursos necesarios:

- **Equipamiento:** ordenadores, "tablets", mobiliario de oficina.
- Desarrollo tecnológico: creación de la plataforma, software y licencias.
- **Marketing y lanzamiento:** campañas en redes sociales, diseño gráfico y publicidad.
- **Gastos operativos iniciales:** suministros, luz, internet y sueldos del personal.

• Fuentes de financiación:

- **Aportaciones propias:** dinero del equipo emprendedor.
- **Préstamos o créditos:** entidades bancarias o microcréditos.
- **Subvenciones y ayudas públicas:** programas para emprendedores.
- **Inversores privados:** "business angels" o inversores interesados en el proyecto.
- **Crowdfunding:** plataformas de financiación colectiva para obtener capital inicial a cambio de recompensas o participación futura.



Tabla de recompensas:

Aportación	Nivel	Recompensas	Justificación
1€ - 9€	Huevo en Nido	Emoji exclusivo inicial	Entrada simbólica, coste mínimo para el proyecto.
10€ - 25€	Pingüino Explorador	3 emojis exclusivos + nombre en la lista de colaboradores	Reconocimiento visible, aún bajo coste para ti.
26€ - 60€	Pingüino de Colonia	1 mes gratis + pack completo de emojis	Aquí empieza el valor real. 1 mes gratis ya compensa la ayuda.
61€ - 150€	Pingüino Guardián	3 meses gratis + insignia permanente	Relación equivalente: por cada ~25€ se regala ~1 mes.
151€ - 350€	Pingüino del Solsticio	6 meses gratis + insignia dorada + acceso anticipado a funciones	Mitad de año por este rango tiene buen equilibrio coste/valor.
351€ - 600€	Pingüino Navegante	12 meses gratis + insignia especial + votación trimestral	1 año gratis (no más) para no devaluar el servicio.
601€ - 900€	Pingüino Artesano del Hielo	18 meses gratis + insignia cromada + reuniones privadas	Recompensa alta pero aún sostenible.
+900€	Pingüino Ancestral	24 meses gratis + insignia negra + voto prioritario + mención "Mecenas Fundador"	El nivel de mayor impacto y compromiso. Visibilidad y poder real.

Insignias:



HUEVO EN NIDO



PINGÜINO EXPLORADOR



PINGÜINO DE COLONIA



PINGÜINO GUARDIAN



PINGÜINO DEL SOLSTICIO



PINGÜINO NAVEGANTE



PINGUINO ARTESANO DEL HIELO



PINGÜINO ANCESTRAL



- Estrategia de autofinanciación.

La autofinanciación consiste en aportar recursos propios para iniciar y sostener el proyecto sin depender únicamente de préstamos o inversores externos. Este enfoque permite mantener mayor control sobre la empresa y reducir el endeudamiento inicial.

- **Ahorros personales:** Utilizar dinero propio acumulado para cubrir parte de los gastos iniciales.
- **Ingresos actuales:** Destinar parte del salario o ingresos de tu actividad profesional a financiar el proyecto.
- **Venta de activos personales:** Vender bienes que no necesites (equipos, vehículos, etc.) para conseguir liquidez.
- **Reinversión de beneficios:** Si ya tienes otra actividad económica, destinar parte de sus beneficios al nuevo proyecto

- Estimación de gastos fijos y variables.

Para poder planificar correctamente el presupuesto del proyecto, es importante distinguir entre **gastos fijos** y **gastos variables**, ya que cada grupo afecta de manera diferente a la economía mensual de la empresa.

- **Gastos fijos:** costes que se repiten todos los meses. Ejemplos:
 - Alquiler de oficina o espacio de trabajo.
 - Sueldos del personal.
 - Servicios básicos: electricidad, internet, agua.
 - Suscripciones y licencias de software.
- **Gastos variables:** costes que no están presentes de manera continua. Ejemplos:
 - Publicidad en redes sociales según campaña.
 - Material educativo o consumibles.
 - Comisiones por pagos online o transacciones.
 - Eventos, talleres o actividades puntuales.

Formas jurídicas y fiscalidad Qué deben incluir:

- Forma jurídica elegida.

Sociedad Limitada (S.L.): Es la forma más recomendable para un proyecto con riesgos moderados y necesidad de separar el patrimonio personal del empresarial.

- **Ventajas:**
 - Responsabilidad limitada al capital aportado.
 - Posibilidad de crecer con socios o inversores.
 - Imagen profesional frente a clientes y proveedores.

- **Desventajas:**

- Mayor formalidad y costes administrativos que un autónomo.
- Obligación de llevar contabilidad y presentar impuestos corporativos.

- **Motivos de la elección.**

La elección de la Sociedad Limitada (S.L.) como forma jurídica se basa en su equilibrio entre protección legal, flexibilidad y requisitos económicos accesibles. Esta estructura facilita el crecimiento del proyecto y ofrece seguridad al emprendedor desde el inicio.

Capital: La S.L. permite empezar con un capital mínimo de 3.000 €, suficiente para cubrir los primeros gastos del proyecto.

Responsabilidad: Los socios responden solo con el capital aportado, protegiendo su patrimonio personal ante posibles deudas o problemas legales.

Número de socios: Se adapta tanto a un emprendedor individual como a varios socios, facilitando la entrada de inversores o colaboradores.

- **Fiscalidad asociada (IRPF o Impuesto sobre Sociedades).**

Concepto	¿Cuánto?	¿Cuándo?
Cuota de autónomos	220 €/mes (base mínima 2025)	Mensual
IVA	21% de la venta	Trimestral
Impuesto sobre Sociedades	25% sobre beneficios	Anual
IRPF	19–26% según tramo	

- **Obligaciones legales básicas.**

Una vez constituida la empresa, es necesario cumplir con una serie de obligaciones legales que garantizan su funcionamiento correcto y dentro del marco normativo. Estas obligaciones afectan a la gestión administrativa, fiscal, laboral y de protección de datos.

- **Constitución y registro:** Inscribir la S.L. en el Registro Mercantil y obtener el NIF de la empresa.
- **Contabilidad y libros oficiales:** Llevar contabilidad formal, libros de actas, registro de socios y libros contables obligatorios.
- **Presentación de impuestos:** Declarar y pagar Impuesto sobre Sociedades, IVA, retenciones a empleados y otros impuestos según corresponda.
- **Seguridad Social:** Cotizar por socios trabajadores y empleados (si los hay).
- **Cumplimiento laboral:** Contratos, nóminas y prevención de riesgos laborales para los trabajadores.
- **Protección de datos y normativa sectorial:** Respetar la Ley de Protección de Datos (LOPDGDD y RGPD) y cualquier regulación específica del sector en que opere la empresa.



Constitución y puesta en marcha:

• Trámites administrativos.

Para poner en marcha la empresa legalmente, es necesario realizar una serie de gestiones iniciales que permiten constituir la sociedad y obtener su reconocimiento oficial. Estos trámites aseguran que la empresa pueda operar de forma legal desde el primer día.

- **Certificación negativa de nombre:** Solicitar al Registro Mercantil Central que confirme que el nombre elegido para la empresa no está registrado.
 - **Escríptura pública:** Formalizar la constitución de la S.L. ante notario, incluyendo estatutos, capital social (mínimo 3.000 €) y datos de los socios.
 - **Registro Mercantil:** Inscribir la S.L. en el Registro Mercantil de la provincia para obtener personalidad jurídica y poder operar legalmente.
 - **Obtención del NIF:** Solicitar el Número de Identificación Fiscal de la empresa ante la Agencia Tributaria.
- Alta en Hacienda y Seguridad Social.

El alta en Hacienda y Seguridad Social es obligatoria para poder operar legalmente, facturar, pagar impuestos y garantizar cobertura laboral y sanitaria a los socios y empleados.

- **Hacienda (Agencia Tributaria):**
 - Solicitar el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores mediante el modelo 036 o 037.
 - Declarar obligaciones fiscales: IVA, retenciones de IRPF, Impuesto sobre Sociedades, etc.
 - **Seguridad Social:**
 - Dar de alta a los socios trabajadores y empleados en el régimen correspondiente.
 - Pagar las cotizaciones mensuales (cuotas de autónomos o del Régimen General).
- Licencias, permisos y seguros.

Antes de iniciar la actividad, es importante asegurarse de que la empresa cumple con todos los requisitos legales relacionados con el espacio de trabajo y la protección tanto del negocio como de las personas que forman parte de él. Esto garantiza seguridad jurídica, evita sanciones y protege el desarrollo de la actividad.

- **Licencias y permisos:** Dependiendo del tipo de actividad, puede ser necesario obtener licencias municipales (apertura de local, actividad económica) y permisos específicos del sector (sanitario, educativo, tecnológico).
- **Seguros:** Contratar seguros básicos para proteger la empresa y sus activos, como:
 - Seguro de responsabilidad civil.



- Seguro de local o equipamiento.
- Seguro de accidentes o salud para empleados (opcional según convenio).
- Cronograma de ejecución.

Este cronograma refleja las etapas principales del proyecto PingU, indicando el estado actual de cada tarea: en proceso | conseguido | a futuro.

- **Fase de preparación (1-2 meses):**

- Investigación de mercado.
- Definición del público objetivo y estrategia de marketing.
- Planificación financiera y recursos necesarios.

- **Fase de constitución y legalización (1 mes):**

- Certificación de nombre y escritura pública.
- Registro Mercantil y obtención de NIF.
- Alta en Hacienda y Seguridad Social.

- **Fase de desarrollo (4-6 meses):**

- Creación de la plataforma o producto.
- Diseño gráfico, imagen corporativa y comunicación visual.
- Preparación de contenidos y funcionalidades básicas.

- **Fase de pruebas y ajustes (1 mes):**

- Testeo de la plataforma.
- Corrección de errores y mejoras.
- Preparación de material promocional.

- **Fase de lanzamiento (1 mes):**

- Campañas de marketing y publicidad.
- Lanzamiento de versión gratuita o piloto.
- Recolección de "feedback" inicial de usuarios.

- **Fase de consolidación y crecimiento (continuo):**

- Expansión de funcionalidades y contenidos.
- Estrategias de fidelización y marketing continuo.
- Evaluación de resultados y ajustes estratégicos.

Documentación empresarial y gestión administrativa:

- Documentación comercial: pedidos, albaranes y facturas.

En PingU, cada pedido de acceso a contenidos premium se registra, se genera un comprobante de entrega digital y se emite la factura correspondiente con precio e IVA, lo que permite organizar la plataforma, controlar los usuarios y cumplir con la normativa fiscal.

- Documentación contable y fiscal: libros, balances y declaraciones.

En PingU, se registran todas las operaciones económicas en libros contables, se elaboran balances y cuentas de resultados para conocer la situación financiera, y se presentan las declaraciones fiscales obligatorias (IVA, Impuesto sobre Sociedades e IRPF), garantizando un control financiero preciso y el cumplimiento con Hacienda.

- Documentación laboral: contratos, nóminas y cotizaciones.

Aunque PingU subcontrata la gestión laboral a una asesoría, es importante mantener el control y seguimiento de:

- **Contratos:** Documentos que formalizan la relación laboral entre la empresa y los empleados, elaborados y gestionados por la asesoría.
 - **Nóminas:** Recibos de salario emitidos mensualmente, gestionados por la asesoría, que incluyen retenciones de IRPF y cotizaciones a la Seguridad Social.
 - **Cotizaciones:** Pagos a la Seguridad Social correspondientes a cada empleado, tramitados por la asesoría para asegurar cumplimiento legal y cobertura laboral.
- Gestión digital y archivo electrónico de documentos.

PingU utiliza sistemas digitales para organizar y archivar toda la documentación de manera segura y eficiente:

- **Documentos comerciales:** Pedidos, albaranes y facturas se almacenan en la nube, permitiendo acceso rápido y control de transacciones.
- **Documentos contables y fiscales:** Libros contables, balances y declaraciones se gestionan electrónicamente, facilitando la contabilidad y el cumplimiento con Hacienda.
- **Documentación laboral:** Contratos, nóminas y cotizaciones subcontratadas con la asesoría se archivan digitalmente para un seguimiento fácil y seguro.

Conclusión

PingU nace con la idea de acercar la tecnología a las personas, ofreciendo una plataforma de comunicación moderna, segura y fácil de usar. No se trata solo de crear otra app más, sino de diseñar un espacio donde estudiantes, docentes y familias puedan conectarse, aprender y compartir de manera cómoda y confiable.

Detrás del proyecto hay un equipo cercano y creativo, con experiencia técnica y muchas ganas de escuchar a los usuarios para mejorar cada día. La estrategia de marketing, el diseño visual y la política de precios buscan que la experiencia sea atractiva, accesible y útil para todos.

Aunque el camino tiene retos, como ganar visibilidad y organizar la financiación, el proyecto está bien planificado y respaldado por una estructura legal y financiera sólida, que permite trabajar con seguridad y concentrarse en lo realmente importante: crear soluciones que marquen la diferencia.

En definitiva, PingU es más que tecnología; es un proyecto con corazón, pensado para mejorar la forma en que las personas se comunican y aprenden, con ilusión, cercanía y compromiso en cada detalle.