



# **CREATIVE LAUNCH**

Jorge Andres Gonzalez De Freitas

2º Desarrollo de Aplicaciones Web Semipresencial

PLAN DE EMPRESA

# INDICE

## 1. Presentación del proyecto y del emprendedor

- a) Presentación breve del proyecto.
- b) El emprendedor:
  - Interés por el proyecto.
  - Capacidad emprendedora.

## 2. La idea de negocio

- a) Redacción de la idea.
- b) La propuesta de valor.

## 3. El mercado y los clientes

- a) Tipo de mercado.
- b) El segmento de mercado.
- c) Estudio de mercado: los clientes.

## 4. El entorno y la competencia

- a) El entorno general.
- b) El entorno específico.
- c) Análisis de la competencia
- d) Análisis D.A.F.O.
- e) La localización de la empresa.
- f) Misión, visión y valores.
- g) Responsabilidad Social Corporativa

## 5. Estrategias de Marketing

- a) Estrategia de posicionamiento.
- b) Estrategia de producto.
- c) Estrategia de precio.
- d) Estrategia de promoción.
- e) Estrategia de distribución.
- f) Atención al cliente.

## 6. Recursos Humanos

- a) Organigrama de la empresa.
- b) Diseño de puestos y selección de personal.
- c) Plan de motivación laboral.
- d) Contratación y coste de los trabajadores.
- e) Organización de la prevención.

## 7. Forma Jurídica

- a) Forma jurídica y motivos por los que se ha elegido.

## 8. Plan de producción

- a) El plan de producción y proveedores.
- b) La gestión del almacén e inventarios.

## 9. Análisis económico-financiero

- a) Análisis de costes.
  - Costes fijos y variables.
  - El umbral de rentabilidad y el precio de venta.
- b) Inversiones y gastos iniciales.
- c) Plan de financiación.
  - Fuentes de financiación propias y ajenas.
  - Ayudas y subvenciones públicas.
- d) Previsión de resultados y balance de situación.
- e) Plan de tesorería.
- f) Análisis contable y ratios.

## 10. Plan de puesta en marcha

- a) Trámites y plazos para la puesta en marcha de la empresa.

## 1. Presentación del proyecto y del emprendedor

### a) Presentación breve del proyecto.

Creative Launch nace de la necesidad inherente de ayudar a los demás, incluidos los involucrados en el proyecto, por eso nuestro eslogan nos representa perfectamente al decir “Hacemos tus ideas realidad” así es, este proyecto consiste en una empresa de marketing y desarrollo web que tiene por objeto promover aquellas ideas que nacen en el día a día y que tienen el potencial de cambiar el panorama que las rodea.

### b) El emprendedor:

*- Interés por el proyecto.*

Un Emprendedor empresario asume todos los riesgos al apostar por su idea con todo lo que tiene, y ese es el tipo de emprendedores que conforman los fundadores de Creative Launch, su interés por el proyecto va más allá de lo meramente material, sino que traspasa esas barreras ideológicas y también se busca el éxito de los que ilusión ponen su fe en este proyecto.

*- Capacidad emprendedora.*

Aunque es cierto que nuestro equipo es novel en muchas cosas, juntos nos complementamos a la perfección, ya que todos estamos dispuestos a asumir el riesgo, disponemos de la tecnología necesaria para empezar y las habilidades de unos complementan las carencias de otros, siendo así un equipo totalmente equilibrado.

## 2. La idea de negocio

### a) Redacción de la idea.

Creative Launch es una empresa en ciernes con un equipo relativamente nuevo, pero con grandes conocimientos, tenemos como objetivo principal el desarrollo tecnológico de la zona que nos rodea y en un futuro poder escalar dicho desarrollo tecnológico a quien lo necesite.

Esta empresa nace de la inherente necesidad de generar trabajo, lo solo de los implicados, sino de los posibles clientes, ya que, al analizar el mercado laboral de la zona, así como los distintitos negocios es palpable es desfase que existe en cuanto a la digitalización se refiere, por eso dicha empresa pretende disponer soluciones reales a este problema.

Vivimos en la era de la información, y poder facilitar la información de un negocio o una idea a las masas es primordial en nuestros días, lamentablemente muchas personas con ánimos y disposición de emprender ni siquiera saben, lo que, es más, subestiman el alcance que las herramientas digitales pueden hacer por su idea; debido a esto es imperativo dar una solución a esta problemática.

¿Cómo se puede hacer esto? Usando precisamente dichas herramientas que son desconocidas o subestimadas para dar a conocer la visión y objetivo de Creative Launch, es decir, demostrar por los mismos servicios que ofrece, el gran potencial del internet y la web misma.

Para ello se pretenden usar herramientas de difusión y publicidad que en otras partes del mundo están en pleno auge y dan grandes resultados, no por nada Creative Launch se dedica en parte al marketing. Pero no solo se trata de ofrecer un producto genérico y ya está, sino hacer un análisis del cliente y descubrir cuáles son sus necesidades y que estrategia de difusión se adecua más a sus necesidades, ya que lo que es útil para uno, tal vez es probablemente inútil para otros.

Un prejuicio para vencer es el engaño que han sufrido muchos empresarios al poner su empresa en empresas que solo tienen el objetivo de ganar dinero fácil y rápido, creando así estrategias deficientes de difusión, por esta razón es importante dar una atención al cliente con absoluta transparencia.

### b) La propuesta de valor.

a) Creative Launch se enfocará en ofrecer soluciones digitales modernas como páginas webs, gestión de redes sociales o publicidad en internet, que se caracterizarán por destacar entre la competencia en estilo y propósito, ya que estas irán diseñadas con el objetivo de generar interés y ventas por el cliente.

b) Con el uso de herramientas nuevas en la zona se pretende alcanzar los objetivos que los clientes objetivos pretenden alcanzar. Clientes objetivos que son pequeñas y medianas

empresa que ofrecen un producto de valor, pero que por diversas circunstancias no han tenido el reconocimiento que se merecen.

c) Se ofrecerá un análisis detallado de la “Situación digital” del cliente o ver el alcance y potencial de la idea que le gustaría “lanzar” al internet, teniendo así el conocimiento necesario para elaborar las mejores estrategias posibles que garanticen la mayor tasa de éxito en cada caso.

d) Creative Launch se alejará de prácticas tóxicas y escuetas que llevan años incrustadas en el sector, que lo que hacen es en vez de traer bienestar al consumidor, lo hunden en un halo de desconfianza y recelo hacia estas propuestas.

e) Se espera a largo plazo expandir la visión de Creative Launch de llevar la digitalización comercial todos los campos posibles y a todos aquellos que necesitan que su idea sea conocida, usando la zona local como “*terreno de pruebas*” por decirlo de alguna manera.

### 3. El mercado y los clientes

#### a) Tipo de mercado.

El tipo de mercado que rodea a Creative Launch es en gran medida una “competencia perfecta” esto debido que puede que en la zona no haya muchas empresas dedicadas a dicho sector, y aun menos que compartan una visión parecida, pero lo versátil de la digitalización hace que cualquier empresa en cualquier parte del mundo pueda hacer un trabajo, aunque no igual si parecido.

Por eso la guerra de precios puede ser formidable, pero en vez de caer en este sucio juego, pretendemos que mediante el valor que ofrecemos destacar entre los competidores dando un buen servicio por el cual los clientes estén felices de pagar.

#### b) El segmento de mercado.

Principalmente se puede segmentar nuestro mercado en datos geográficos y de empresa. Esto es así ya que se pretende atacar zonas en específicas de manera progresiva y paulatina a medida que se vayan viendo resultados.

En la parte empresarial ya se ha mencionado que el cliente ideal son aquellos dueños de pequeñas y medianas empresas, pero también todos aquellos autónomos que tienen el ánimo de seguir creciendo y como no, todas aquellas personas con una idea y estén dispuestos a creer en ella.

#### c) Estudio de mercado: los clientes.

##### **Datos básicos:**

Hombres y Mujeres, de entre 25 – 55 años que residan en un principio en España, específicamente en la comunidad valenciana.

##### **Datos económicos:**

Poseedores de un pequeño capital con los que se sientan cómodos como para invertir en servicios que generen ingreso, la inversión mínima es de 200€ y en varios casos es de suscripción mensual.

##### **Gustos y preferencias:**

Son un conjunto de personas fuertemente influenciadas por la mentalidad de “se tu propio jefe” y por ello les gusta todo lo que vaya por la misma línea de pensamiento.

##### **Hábitos de compra:**

El comprador es en la mayoría de los casos el que disfrutara del servicio, y en su gran mayoría se espera que compren por internet los servicios ofrecidos, por medio de la página web de la empresa.

##### **¿Por qué lo compra?**

Porque reconoce la necesidad que existe y está dispuesto a suplirla, además de que se ve atraído por la calidad del producto y la transparencia de quienes lo proveen.

## 4. El entorno y la competencia

### a) El entorno general.

#### *Factores político-legales.*

El gobierno en España tiene la forma de monarquía parlamentaria. La jefatura del Estado la ejerce el Rey Felipe VI y el poder legislativo reside en las Cortes Generales que, a su vez, realizan la función de control sobre el poder ejecutivo. El 7 de enero de 2020 Pedro Sánchez, secretario general del PSOE, fue elegido presidente del gobierno tras la correspondiente votación parlamentaria. El presidente ha conformado un gabinete ministerial con miembros del PSOE y de Unidas Podemos, siendo el primer gobierno de coalición del actual periodo democrático.

En cuanto a la tipología de contratación, España tiene los siguientes tipos de contrato: 1) Contrato indefinido, 2) Contrato de formación y aprendizaje, 3) Contrato de prácticas, 4) Contrato de obras o servicios y 5) Contrato temporal por circunstancias de la producción. El contrato indefinido es el principal contrato tipo y el tipo que pretende ser más estimulado, aunque las estadísticas indican que es el menos utilizado. Dentro de este existe el contrato fijo de temporada que, aunque fijos, no cubren todo el año y es característico de sectores como la hostelería. También existe el contrato temporal por circunstancias de la producción, cuyo objetivo es atender las necesidades circunstanciales del mercado, la carga de trabajo acumulada o el exceso de pedidos. Su duración máxima es de seis meses dentro de un periodo de doce meses.

En España, las empresas deben pagar estos impuestos al estado o al gobierno comunitario al que pertenecen:

Estatales	Directos	IRPF (Renta personas físicas) –para los autónomos-	Corporaciones locales	Directos	Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)
		I sobre Sociedades			I sobre bienes inmuebles (IBI)
	Indirectos	IVA		Indirectos	I sobre vehículos de tracción mecánica (IVTM)
		Aduanas e impuestos especiales de gestión estatal			I sobre construcciones y obras
Comunidades Autónomas	Directos	Impuesto sobre sucesiones y donaciones		Indirectos	I sobre el incremento de valor de bienes de naturaleza urbana
	Indirectos	I sobre transmisiones y actos jurídicos documentados			Tasas y licencias
		I Especiales de gestión autonómica			

A abril de 2020, el mundo entero está confinado debido a la crisis sanitaria que ha provocado el virus COVID-19. El gobierno de España ha puesto a disposición de las pequeñas y medianas empresas ayudas y subvenciones. Los bancos Santander, BBVA y CaixaBank han liderado las ayudas a este colectivo desde la banca. Han lanzado créditos preconcebidos para pymes, valorados en 20000 millones de euros. Iberdrola y Naturgy permitirán el fraccionamiento de las



facturas hasta en 12 meses y sin coste para las pymes, en sus respectivos servicios, mientras que Endesa ha tomado la decisión de realizar cortes de luz por impago mientras dure la crisis sanitaria.

#### *Factores económicos.*

Debido al anteriormente mencionado COVID-19, España está sufriendo un descenso abismal en la actividad económica, lo que lamentablemente llevará a una crisis económica nacional como internacional puede que incluso peor a la que hubo en 2008. Previamente nuestra participación en la Unión Europea nos ha proporcionado rescates económicos, sin embargo, esta vez todo el globo terráqueo está sufriendo económicamente así tendremos que esperar a ver qué medidas se toman desde el Banco Central Europeo y el Fondo Monetario Internacional. Esperamos que en esta ocasión España sea capaz de conducirse a un crecimiento económico por su propia cuenta y poder ayudar a otros países miembros de la UE, pero, de nuevo, habrá que esperar acontecimientos.

#### *Factores Socioculturales*

En recientes años en España el uso de la tecnología ha aumentado, así como la dependencia de las masas a la misma, aunque hay un gran sector que es un poco reacio a invertir en posibles soluciones digitales, otra gran parte de la gente muestra un entusiasmo por confiar en dichas alternativas.

Las personas han cambiado su forma de consumir, ya sea a la hora de hacer compras en internet, el uso de plataforma de video o streaming, ya el uso de la tecnología esta más que instaurado en el ámbito doméstico, lo cual favorece a que incluso lo más reacios empiezan a pensar su implementación en el ámbito laboral.

Muchos negocios reconocen la necesidad que existe en estar presente en las redes sociales, no solo para atraer a las nuevas generaciones, sino para darse conocer ante un público nunca visto. Además, este último año debido a factores como el COVID-19 ha muchas personas les ha tocado reinventarse, dando esto como resultado una gran ola de aire emprendedor, de querer instruirse y poder ganarse la vida de distintas maneras.

Existe una gran oferta y demanda de un cierto tipo de producto que recibe el nombre de “infoproducto” estos mismos consisten por lo general en una pequeña formación orientada hacia más a lo práctico que lo teórico, basada fuertemente en estrategias de marketing y fomentando una línea de pensamiento muy parecida al “sueño americano” quizás estamos viviendo el renacer de dicha idea, pero transformada a nuestra época.

#### *Factores tecnológicos.*

Los estudios muestran que España ha tenido un aumento en el desarrollo de tecnología hasta posicionarse entre los países con mayor crecimiento según datos de abril del 2019. En los últimos años, España ha llevado la iniciativa de implementar nuevas tecnologías como son el tratamiento de datos (Big Data), inteligencia artificial, Machine Learning, entre otras. En 2019, España invirtió 6729 millones de euros en I+D+i.

El 87% de los internautas de 16 a 65 años utiliza Redes Sociales, lo que representa casi 26 millones de usuarios en España; unos datos que reflejan un ligero incremento con relación al pasado año, probablemente generado por el reciente confinamiento. El perfil del internauta que

utiliza las Redes Sociales es muy similar en ambos sexos (hombres 49% vs mujeres 51%) y con una edad promedio de 40 años.

### **b) El entorno específico.**

El sector de desarrollo y diseño web está plagado de competidores y alternativas de uso, existen los llamados builder como wix, que se publicitan con la idea de que en menos de 15 minutos puedes tener tu propia página y gratis. Además, con la formación autodidacta muchas personas se aventuran primero a hacer por su cuenta páginas webs en CMS como wordpress, que son más accesibles, pero tienen cierta complejidad para usuario novatos.

Todo esto envuelto en una terrible y cruenta guerra por los clientes en plataformas de self-jobs para freelancers como fiverr o upwork, donde la competencia de precios ha llegado a ser ridícula, llegando el punto de regalar el trabajo por literalmente unas pocas monedas.

Está claro que no es mejor panorama, por eso hay que saber bien como dirigir los esfuerzos, y a quienes dirigirlos, buscar clientes dispuestos a invertir en un trabajo de verdadera calidad es fundamental, pero acá entran otros competidores que apuntan al mismo público objetivo.

Sin mencionar que esa lista de competidores crece día con día, ya que debido a la situación actual todo por así decirlo “buscan un trozo del pastel”; aunque también se debe decir que este es un sector en constante cambio y crecimiento, y muchas personas que optan por las opciones que en principio parecen más accesibles a lo que dinero se refiere, suele verse o decepcionadas o engañadas por la mala calidad del trabajo, y terminan aceptando que necesitan mano experta para poder llevar a cabo sus planes.

Lo que ayudará a Creative Launch a destacar en un primer momento será la visión y los principios que representan, ya que buscan empatizar con el cliente compartiendo sus sueños e ilusiones, y hacerse ver como una empresa amiga que presta la ayuda, que alguien que solo quiere apoderarse del dinero de sus clientes.

### **c) Análisis de la competencia**

Analizar a la competencia es fundamental cuando se crea una nueva empresa, o en este caso, se desarrolla un nuevo producto. No saber cómo es su negocio o sus ideas podría provocar que diéramos un paso en falso y fracasar estrepitosamente.

La competencia de Creative Launch es cierto que es muy amplia y diversa, va desde servicios como wix, hasta autónomos que trabajan de manera local, ofreciendo diversos productos y servicios ya sea como diseño de páginas webs, gestión de redes sociales o incluso estrategias de marketing.

El problema de los competidores es que muchos caen en trabajos mal hechos, infructíferos y que eventualmente terminaran desfasados.

### **d) Análisis D.A.F.O.**

El análisis DAFO tiene en cuenta las debilidades que tienen la idea o la empresa, las fortalezas del proyecto per se, las amenazas que pueden provenir del exterior y las oportunidades que ofrece el entorno de la empresa.

### *Debilidades*

Creative Launch tiene un equipo con conocimiento, pero relativa poca experiencia, lo que no debería ser un problema, pero en muchas personas puede traer recelo, también al ser una empresa nueva, no tiene nada que le respalde en un principio.

### *Amenazas*

El gran número de competidores que hay en el mercado amenazan con tomar para sí los potenciales clientes, además todos aquellos clientes insatisfechos por terceros podrían terminar desconfiando de las soluciones digitales por malas experiencias, además debido a la situación actual que puede cambiar en cualquier momento, puede afectar al correcto desarrollo de la empresa.

### *Fortalezas*

Los servicios que ofrece Creative Launch tienen mucho potencial y no caen en promesas vacías, además al ser un equipo con mucha gente joven pueden entender las exigencias del mercado actual y las posibles tendencias con relativa facilidad, siendo esto una ventaja frente a los que se encierran en el pasado

### *Oportunidades*

Con la creciente demanda a la hora de llevar ideas y negocios al mundo digital, no hay mejor momento posible para Creative Launch.

## **e) La localización de la empresa.**

La empresa en un principio no tiene un sitio fijo, por ahora por diversas razones todos los miembros optan por teletrabajo, aunque en un futuro tener una oficina no es descartada.

## **f) Misión, visión y valores.**

**Misión:** Somos una empresa que apuesta por la digitalización y la propagación por medios digitales, que tiene por objeto lograr dicha digitalización para quienes lo necesiten.

**visión:** Nos gustan las ideas innovadoras, capaces desde cambiar el mundo hasta a simplemente mejorar la vida de quienes rodean a dicha idea, por eso tenemos un compromiso con volver las ideas realidades.

### **Valores:**

- Honestidad, ante todo, no hacemos promesas que no podemos cumplir.
- Transparencia a la hora de trabajar.
- Comunicación constante con nuestros clientes
- Amistad como vínculo de unión con nuestros clientes.

#### **g) Responsabilidad Social Corporativa**

En Creative Launch nos consideramos una empresa social, ya que es cierto que vendemos nuestros servicios, también es verdad que buscamos el éxito de quienes acuden a nosotros, ya que sus triunfos los consideramos como nuestros.

Puede sonar contradictorio. Pero cuando un cliente triunfa no solo se beneficia el, sino los que con entusiasmo a él han acudido y lo han hecho crecer y todo es una cadena, y nosotros nos alegra ser un eslabón de esa cadena que ayuda a mejorar la comunidad a través de tecnología, es decir, nos preocupamos por que a la gente que ayudamos también venda contenido o productos de verdadero valor para los consumidores finales.

## 5. ESTRATEGIAS DE MARKETING

El marketing es un conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto. Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores con un objetivo de lucro.

### a) Estrategia de posicionamiento

Creative Launch como empresa pretende posicionarse y destacar en el mercado por su calidad sobre la competencia, se sabe que las estrategias de posicionamiento buscan decidir qué características son las que se presenten al consumidor final, como sus ojos los verán ante la competencia.

Debido a esto los servicios de diseño y desarrollo web de Creative Launch deben destacar por su calidad, para no entrar así en la guerra de precios que hay no solo en la zona, sino en todo internet, por ende, se ha adoptado una filosofía de trabajo muy personal en relación en como se ve el cliente y su proyecto, destacando que vamos más allá del interés laboral y que el éxito de los clientes también es un éxito propio, esa es la imagen que Creative Launch desea proyectar a su público.

### b) Estrategia de producto

El producto y los servicios son lo único que podemos ofrecer a los clientes potenciales para satisfacer sus necesidades. En este caso, Creative Launch pretende satisfacer la necesidad de las personas de sacar adelante sus proyectos, llevar sus negocios al ámbito digital y desarrollar sus ideas.

Creative Launch ofrece a los clientes una serie de servicios por los cuales optar por todo lo antes menciona, también un lugar al cual recurrir en pro para obtener resultados reales. Lo que se pretende es presentar unos servicios de verdad útiles y prácticos, adaptados a las necesidades de la época actual y de las demandas del mercado.

### c) Estrategia de precio

Creative Launch basa su idea de negocio tanto en crear aplicaciones para empresas y accionistas, como también en ofrecer servicios a las pequeñas y medianas empresas.

El precio de cada aplicación debe considerar los gastos que puede generar el despliegue de la web. El precio base podría variar entre los 500 € – 3000 € en función de la inversión que quiera el cliente realizar para el posicionamiento web o la complejidad de la aplicación. Ese precio se podría superar si un encargo fuese tan complejo como el desarrollo de una web de intercambio de divisas, por ejemplo. Tampoco basta un pago único en este tipo de proyectos.

El equipo de Creative Launch pone a disposición de sus clientes la opción de gestionar el hosting y el mantenimiento de las webs y aplicaciones. Esto se traduce en que, si una aplicación tiene éxito y crece desorbitadamente, Creative Launch deberá cobrarle a su cliente una cantidad más elevada debido a que los costes de alquilar un servidor o varios servidores será mayor.

Esto es una variable así que no se puede fijar un precio de mantenimiento de hosting, pero sí se puede fijar una cuantía por trabajo de mantenimiento de la web o modificación. Podríamos hablar de un rango de 100 € – 300 € con relación a la complejidad de la modificación. Se tratan de cuantías razonablemente económicas para grupos de inversores y empresas y resultará en una introducción efectiva al mercado por parte de Creative Launch.

#### **d) Estrategia de promoción**

La promoción es la campaña publicitaria que se realiza de un determinado producto mediante una oferta atractiva. Estas son las estrategias de promoción que Creative Launch desea ejecutar:

SEO: El posicionamiento web está en su mejor momento, y no tiene intención de desaparecer. Es un paradigma que siempre ha estado ahí, pero es ahora cuando se estudia a fondo para poder indexar nuestras ideas y nuestras webs para que los ojos de todo el mundo se fijen en ellas. Creative Launch pretende explotar las herramientas de SEO para posicionarse en las búsquedas y publicitarse automáticamente para que los inversores puedan encontrarla rápidamente y obtener información de sus productos al momento.

Venta directa: La puerta fría es cosa del pasado. Al menos para el desarrollo web y la programación no tiene validez ninguna. Sin embargo, encontramos que existe algo increíble de lo cual Creative Launch se va a aprovechar, y eso es el networking. Las empresas y los inversores gustan de relacionarse en un ambiente sosegado e informal en cafeterías o en restaurantes, y ahí intercambiar ideas de negocio y conocer personalmente a los CEO de las empresas de desarrollo.

#### **e) Estrategia de distribución**

Existen dos canales distintos para distribuir un producto por parte de una empresa productora. Canal directo, que es un canal fabricante-consumidor, o el canal indirecto en el que el fabricante provee el producto a mayoristas, los mayoristas a minoristas y por último al consumidor.

El servicio de Creative Launch utiliza el canal indirecto, ya que crea soluciones y aplicaciones web para un mayorista o minorista (empresas medianas o pequeñas) que luego redistribuye las funciones de estas aplicaciones a sus usuarios.

#### **f) Atención al cliente**

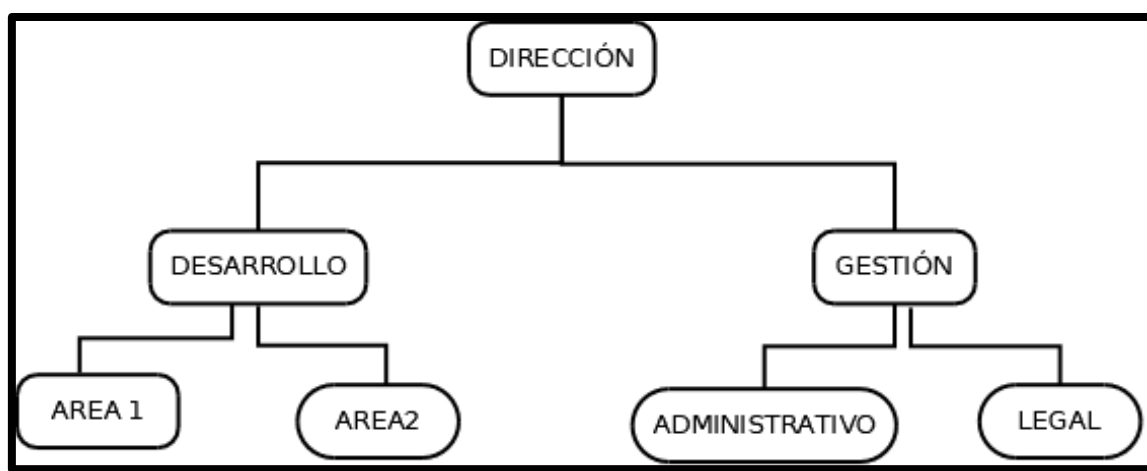
Creative Launch se comunica directamente con las empresas y las personas dispuestas a emprender, ya que estos son sus clientes. Creative Launch ofrece un servicio postventa gratuito que se ocupará de errores en la programación o bugs visuales que encuentre el cliente. También tiene un canal de comunicación abierto con sus clientes por si estos quieren hacer modificaciones adicionales o expandir la aplicación.

## 6. Recursos humanos

### a) Organigrama de la empresa.

Como es sabido, el organigrama de la empresa es la representación gráfica de todas las áreas de esta, como se expondrá en el siguiente punto, esta es una pequeña empresa sin multitud de departamentos, ya que en un principio será gestionada solo por una persona, y luego a medida que la demanda de proyectos crezca, lo hará con el personal y serán asignados a nuevos departamentos que van a ir siendo creados según las circunstancias.

Aunque podríamos crear una pequeña estructura de departamentos en vistas al futuro, tendría un departamento de dirección preparado para tomar decisiones y medidas para el crecimiento de la empresa, luego tendríamos el departamentos de desarrollo que es el encargado de los proyectos, y este tendrá a subdepartamentos según los proyectos y tecnologías que se precisen, y por ultimo tendríamos al departamento de gestión, encargado de llevar la contabilidad, contratación y todo el papeleo legal de la empresa, así como la contabilidad.



### b) Diseño de puestos y selección de personal.

En caso de que haya un gran volumen de trabajadores, se piensa llevar una estructura jerárquica, donde habrá un jefe de departamento, a su vez cada jefe de departamento puede tener debajo del jefe de proyectos o áreas, y debajo de estos los trabajadores normales.

Descripción del puesto	Condiciones laborales	Perfil Profesional
Denominación: jefe de departamento	Salario: Mínimo 2000€	Formación y titulación: Necesaria u opcional dependiendo del departamento
Departamento: desarrollo/gestión	Horario y jornada: Completa 40h/semanales	Conocimientos específicos: Todos los relacionados con su departamento
Nivel de responsabilidad: Alto/ supervisar todas las áreas del trabajo	Lugar de trabajo: Oficina/teletrabajo	Experiencia profesional: Mínimo 1 año de experiencia en gestión de proyectos y equipo
Tareas a realizar: Supervisar grupos	Tipo de contrato: Indefinido	Actitudes y habilidades: Liderazgo

Gestionar proyectos Corregir incidencias Trato con el cliente		Aplomo Trabajo en equipo Elocuencia gestión de crisis
<b>Descripción del puesto</b>	<b>Condiciones laborales</b>	<b>Perfil Profesional</b>
Denominación: jefe de proyectos	Salario: Mínimo 1800€	Formación y titulación: Necesaria u opcional dependiendo del departamento
Departamento: desarrollo/gestión	Horario y jornada: Completa 40h/semanales	Conocimientos específicos: Todos los relacionados con su departamento
Nivel de responsabilidad: Medio/Alto	Lugar de trabajo: Oficina/teletrabajo	Experiencia profesional: Experiencia en manejo de equipos Experiencia mínima en el uso de las tecnologías del proyecto(desarrollo)
Tareas a realizar: La elaboración correcta y eficiente de los proyectos Trato con sus subordinados	Tipo de contrato: indefinido	Actitudes y habilidades: Liderazgo Don de gente Trabajo en equipo
<b>Descripción del puesto</b>	<b>Condiciones laborales</b>	<b>Perfil Profesional</b>
Denominación: Trabajador junior	Salario: mínimo 900	Formación y titulación: Necesaria u opcional dependiendo del departamento
Departamento: desarrollo/gestión	Horario y jornada: Media jornada 20h/semanales O Completa 40h/semanales	Conocimientos específicos: Todos los relacionados con su departamento os
Nivel de responsabilidad: Bajo	Lugar de trabajo: Oficina/teletrabajo	Experiencia profesional: Experiencia mínima en el uso de las tecnologías del proyecto(desarrollo)
Tareas a realizar: Dependiendo del departamento debe realizar su parte en los proyectos asignados	Tipo de contrato: Temporal 1 año	Actitudes y habilidades: Saber seguir ordenes Proactivo Trabajador

El personal se seleccionará por sus habilidades en la tecnologías y áreas que se necesiten, aunque también se valorara las habilidades sociales y el trabajo en equipo, en creative Launch creamos en el potencial de las personas y en la formación autodidacta, así que damos valor a la hora de contratar a proyectos y experiencias que tengan los candidatos, más que a titulación o la formación (que también es importante).



### **c) Plan de motivación laboral.**

Lo ideal es hacer que los empleados se sientan involucrados en mayor o medida en los proyectos, para ello si se cumplen ciertos plazos habrá bonos al final de mes, además de promover el escalar puestos a través de los resultados conseguidos en los proyectos, es decir promovemos un sistema de motivación por objetivos.

### **d) Contratación y coste de los trabajadores.**

La contratación es una responsabilidad del departamento de gestión que, según los requerimientos de un departamento u otro, elaboraran las postulaciones vía internet en los diferentes portales de búsqueda de empleo.

Obviamente todos los trabajadores tendrán un coste específico, en los anteriores puntos solo vimos en salario neto, así que el salario bruto es mayor, y todos los trabajadores estarán cotizando en la seguridad social como estipula la ley

### **e) Organización de la prevención.**

Ya que por lo general la empresa tendrá menos de 25 trabajadores, el propio empresario debe hacerse cargo de asumir la prevención de riesgos, como valoramos mucho la vida de nuestros trabajadores, la empresa no escatimará en que las instalaciones de la empresa estén en óptimas condiciones, además de dar recurrentemente charlas sobre la seguridad laboral.

## 7. Forma jurídica

### a) Forma jurídica y motivos por los que se ha elegido.

La forma Jurídica adoptada será en un principio la de "empresario individual", es la ideal ya que no requiere un capital mínimo o asociarse con terceros.

Se ha de destacar los riesgos que implica esta forma jurídica, como que siendo el empresario el que ejerce una actividad empresarial de forma habitual, personal y directa. La responsabilidad es ilimitada, es decir, responde con sus bienes personales, presentes y futuros.

Los impuestos que debe pagar son el **IRPF**, que se paga según los beneficios, o el régimen de "módulos", donde se paga una cantidad fija.

Aun así, esta forma jurídica para empezar es la idónea por lo antes mencionado, ya que es la vía más rápida y sencilla para crear una empresa.

En un futuro con la entrada de más socios que agilicen el trabajo y desarrollo de los proyectos, se espera pasar a una "Sociedad limitada" para poder crear una sociedad entre dichos socios, aunque el mínimo sea 1.

Con el aporte de capital entre los socios, la responsabilidad pasa a ser limitada a dichos aportes, también se ha de destacar que este tipo de sociedad reparte los beneficios por la participación según el capital aportado.

En cuantos a impuestos se deberá pagar el 15% de los beneficios. Al ser una nueva empresa al tercer año pasara al 25%, obviamente los socios deben estar de alta en la seguridad social en el régimen de autónomos.

Ser una sociedad limitada con capital real ayudara a la empresa a consolidarse y poder crecer de manera progresiva y adecuada, además facilitara la búsqueda de inversores que quieran tener una participación meramente económica en la empresa para percibir beneficios.

## 8. Plan de producción

### a) El plan de producción y proveedores.

Elaborar un buen plan de producción es importante para el correcto desarrollo de una empresa, en el caso de Creative Launch que se centrara en el desarrollo de aplicaciones, campañas de marketing y difusión digital.

El modelo de negocio consiste en la prestación de servicios, también hay que recordar que en un comienzo la forma jurídica de Creative Launch sería “empresario individual”, esto implica que según las circunstancias y el número de empleados que tenga la empresa, el plan de producción cambie significativamente, para este plan de producción se supondrá que hay mínimo dos personas que trabajando para la empresa (incluido el empresario en cuestión) por eso es importante responder a las siguientes preguntas:

¿Cuántos clientes se esperan atender al mes? ¿Cuántos proyectos se pueden manejar simultáneamente?

Lo ideal sería de 4 a 5 personas al mes, dependiendo de la envergadura de dichos proyectos, por ejemplo, una aplicación podría extender su desarrollo a más de un mes como mínimo, mientras que elaborar estrategias de marketing y difusión puede llevarse de semana a semana.

¿Qué tareas hay que realizar? ¿Quiénes la realizarán?

A la hora de desarrollar una aplicación o elaborar una estrategia de marketing, no solo hay que pensar en el desarrollo en sí, sino tener en cuenta cosas como la atención al cliente, los medios de difusión, el pago y facturación, mantenimiento, servicio post venta, etc.

De todas estas tareas en un principio se repartirán entre los miembros activos de la empresa, es decir, aquellos que no solo inviertan capital, sino también conocimientos y trabajo.

¿Qué medios serán necesarios?

Por las características de este sector económico y las circunstancias que se han generado a raíz de la pandemia del COVID-19 medios que antes eran imprescindibles como una oficina, ahora no son tan necesarios, dando así una flexibilidad en muchos aspectos.

Por otro lado, recursos como una buena conexión a internet, documentos legales, modelos de facturas, un gestor, un contador, ordenadores en condiciones o buenos medios de comunicación son totalmente indispensables para el correcto desarrollo de la empresa y los proyectos que emprende.

**Las previsiones de servicios prestados en el primer año son:**

- Diseño y producción inicial de landings pages: 150 landings pages \* 300 € de media: 45000 €
- Diseño y gestión de campañas publicitarias(mensualidad): 50 campañas \* (100€ \* 12): 60000 €
- Proyectos de aplicaciones web: 2 aplicaciones \* 25000 € de media: 50000 €

**Total:** 155000 € de ingresos anuales

Los gastos van a ir cambiando dependiendo de las circunstancias, pero a partir de ciertos gastos fijos, como telecomunicaciones, salarios, impuestos, etc se estima tener unos gastos fijos de 1000 €/mes 12000 €/año.

### b) La gestión del almacén e inventarios.

De nuevo por la naturaleza de las actividades económicas de Creative Launch no precisan ahora ni en un futuro de un almacén de productos por lo antes ya mencionado.

Aunque no se atañe estrictamente al tema, Creative Launch si tendrá a su disposición un servicio de almacenamiento en la nube donde guarde no solo su documentación, sino también recursos digitales, como imágenes, información, proyectos realizados y cosas de esa índole.

## 9. Análisis económico-financiero

### a) Análisis de costes.

#### - Costes fijos y variables.

Los costes fijos de Creative Launch serian:

- La cuota del autónomo por parte del empresario y los socios.
- Salarios y seguridad social de los empleados (si los hubiera).
- Alquiler si se precisa de una oficina.
- Telecomunicaciones (teléfono e internet).
- Gestor de la contabilidad.
- IVA de los servicios adquiridos por los clientes.
- Las campañas publicitarias mayormente desplegadas en las redes sociales.
- Servicio de almacenamiento en la nube.

Costes variables:

- Herramientas de desarrollo pagas para algún proyecto en específico.
- Comisión de PayPal.
- Reparación una sustitución del equipo de trabajo

Costes Fijos		
Nómina	Cuota de autónomo	60 €
Suministros	Internet	40 €
	Teléfono	20 €
	Servicio de la nube	50€
Publicidad	Herramientas SEO	110€
	Campañas publicitarias	200 €
Total		480 €

Los costes variables de la empresa irán cambiando según las necesidades del proyecto y cliente, pero supongamos que dichos costes serian 120 €. Con esto y los costes fijos podremos calcular el umbral de rentabilidad.

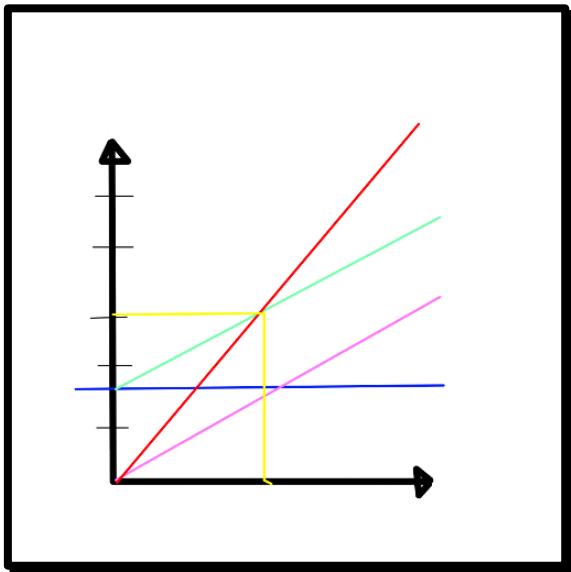
#### - El umbral de rentabilidad y el precio de venta.

Comenzamos con el total de los costes fijos: 480,00€. A continuación, la suma de los costes variables divididos entre las unidades para calcular el coste variable unitario:  $120 : 5 = 24$ . Ponemos un precio razonable al que vender el producto (Una página sencilla, tipo landing page): 300€.

El umbral de rentabilidad sería el siguiente:

$$Q = CF / (P - CVU) \rightarrow Q = 480 / (300 - 24) \rightarrow Q = 1,74 \text{ Unidades}$$

Esto nos quiere decir que con la primera aplicación recuperaríamos la inversión inicial.



En el siguiente gráfico podemos ver el umbral de rentabilidad de un servicio de Creative Launch, crear una página web estándar, por ejemplo.

La **línea azul** representa a los costes fijos proporcionales a un producto digamos 70€, la **línea rosa** representan los costes variables que en este ejemplo ascenderán a 30€, haciendo un coste total (**línea verde**) de 100€.

Los ingresos de crear una página web estándar ascienden a 300€ (**línea roja**), restándole los costos totales podemos ver el punto muerto (**líneas amarillas**) y el umbral de rentabilidad, dando un resultado positivo que redunda en ganancias.

Podemos representarlo de la forma numérica para tener el beneficio de la venta con el siguiente cálculo:

$B^0 = IT - CT = 300 - 100 = 200€$  es el margen de ganancia al hacer una página web.

#### **b) Inversiones y gastos iniciales.**

Como se ha expuesto anteriormente en un principio Creative Launch será llevado por una sola persona, además tampoco se invertirá en gastos de local o instalaciones, ya que todo el trabajo al menos en un periodo de mediano plazo se hará de manera telemática.

En cuanto a los equipos informáticos se usarán los equipos personales del empresario, ya que es una sola persona, en caso de que anexara otro socio, este también utilizaría su ordenador personal. Lo que si será una inversión a largo plazo será el servicio de alojamiento en la nube que durará más de un año, y los programas informáticos como Microsoft team o trello que un principio se usará la versión gratuita, más adelante con la entrada de mas proyecto y personal se utilizará sus correspondientes versiones de pago.

De gastos iniciales tendremos los gastos de constitución entre los cuales tenemos la gestoría, impuestos, etc. Además, habrá gastos de lanzamiento en campañas publicitarias para promocionar a la empresa y darla a conocer, estos serán muy importantes ya que dar a conocer a la empresa en un principio es vital.

En un principio solo habrá que pagar la cuota de autónomos, del empresario y el primer socio que tenga la empresa, cuando entren más empleados habrá que pagar sus sueldos y la seguridad social.

<b>Inversiones iniciales</b>	
Concepto	€
Equipo informático	400
Instalaciones (acondicionamiento de oficina)	200
Software	200
Mobiliario	100
<b>Total</b>	<b>1000</b>
<b>Gastos para crear la empresa</b>	
Concepto	€
Gastos de constitución	600
Gastos de primer establecimiento	400
<b>Total</b>	<b>1000</b>
<b>Gastos de comienzo de actividad</b>	
Concepto	€
Reserva de dinero en efectivo para los gastos de los primeros meses	1000
Stock mínimo	No se precisa
<b>Total</b>	<b>3000</b>

### c) Plan de financiación.

#### - Fuentes de financiación propias y ajenas.

Las fuentes de financiación propias en un principio serán propias e internas, es decir con autofinanciación de la propia empresa, luego con aportaciones externas de socios e inversores se espera crear un pequeño capital para la misma.

Luego del primer año podrán venir fuentes de financiación ajenas externas de corto y largo plazo por medio de micro financiación(crowdfunding) que puede venir de diferentes medios y socios que meramente quieran aportar capital a la empresa.

#### - Ayudas y subvenciones públicas.

Como se sabe las ayudas y subvenciones públicas no son para iniciar una empresa, aun así, Creative Launch no espera recibir ayuda ni financiación por estos medios, como ya se ha mencionado se buscará el apoyo de inversores o la compra de las aplicaciones que se desarrollen por cuenta propia.

### c)Previsión de resultados y balance de situación.

Para hacer esta previsión de los resultados se tomará en cuenta el interés del servicio en la zona y un estimado de clientes recurrente, el cual puede que no sea el caso, que sea más o menos, además los servicio, aunque tienen una tarifa estándar por lo general cambiaran de precio según las circunstancias del proyecto.

Como ya he menciona en varias ocasiones esta empresa empezara con la figura jurídica de autónomo, pero para las siguientes estimaciones las haremos teniendo en cuenta que son dos socios en vías de crear una sociedad limitada.

Cuenta de resultados	Año 1.º	Cuenta de resultados	Año 1.º
Ingresos de explotación		Gastos de explotación	
Ingresos por proyectos realizados	36000	Salarios y cuota de autónomo	28000
Aporte de inversores	10000	Tributos	300
		Publicidad	3000
		Servicios Externos(gestoría)	1200
		Gastos para crear la empresa	1060
		Gastos inherentes a la producción	1500
		Mantenimiento	900
Total de ingresos de explotación	46000	Total gastos de explotación	35960
Ingresos financieros	0	Gastos financieros	0
Total Ingresos financieros	0	Total Gastos financieros	0
Resultados de explotación		10.040	
Resultados financieros		0	
Resultados antes de impuestos		10.040	

De acuerdo con la previsión de resultados podemos llegar a la conclusión de que tenemos un resultado positivo, ya que los resultados antes de los impuestos representan casi un 22% de las ventas de servicios realizados, un número muy positivo.

#### e) Plan de tesorería.

El plan de Tesorería es la anotación mes a mes de las salidas y entradas de dinero previstas.

Entradas	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Aportaciones de los socios	2000					1000							3000
Ventas	500	650	700	600	600	250	1700	2500	2300	2000	2950	3070	20820
Total entradas	2500	650	700	600	600	1250	1700	2500	2300	2000	2950	3070	23820
Salidas													
Mantenimiento de equipos			200					150					350
Publicidad	200	200	200				300	300	300				1500
Salarios	400	400	400	400	400	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	10400
Seguridad Social	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Impuestos	48						48						96
Telecomunicaciones	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Plataformas de pago	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Gestor	200				100				100			150	550
Compra de equipo informático				60				30			40		130
Total salidas	1048	800	1000	660	700	1400	1748	1880	1800	1400	1440	1150	15426
Entradas menos salidas	1452	-150	-300	-60	-100	-150	-48	620	500	600	1510	1020	8396
Saldo en el banco	1452	1302	1002	942	842	692	644	1260	1764	2364	3874	4894	

Como podemos ver los primeros 6 meses fueron duros para la empresa, ya que la llevaba un solo empresario, además que la primera campaña publicitaria(enero-marzo) no dio los resultados esperados.

Pero a partir de junio con la llegada y aporte de un nuevo socio se pudo llevar más proyectos, aumentar el flujo de trabajo y la envergadura de los clientes y presupuestos, además que la segunda campaña publicitaria (julio - septiembre) dio muy buenos resultados, dando así un fin de año exitoso para la empresa, que está en números positivos.

#### f) Análisis contable y ratios.

A partir de la información que facilita la contabilidad financiera con el balance de situación y la cuenta de resultados, las finanzas se dedican a realizar los estudios detallados y análisis de dicha información. Nos centraremos en el análisis del balance y de algunas ratios que se derivan de dicho balance.

Un activo es todo bien que pertenece a la empresa. El pasivo son las deudas que se pueden tener con terceros y el patrimonio los aportes que los socios hacen a la empresa recién

Equipo informático	2000,00 €	crédito a 1 año	3000,00 €
Software	400,00 €		
Mobiliario	800,00 €		
IVA (soportado de compras)	1000,00 €	Aporte de socios	2000,00 e
Bancos	3000,00 €	Capital propio	2200,00 €
Total	7200,00 €	Total	7200,00 €

**Calculamos el fondo de maniobra** = activo corriente – pasivo corriente = Existencias + Realizable + Disponible – pasivo corriente = 0(porque no hay existencias) +1000 + 3000 – 3000 = 1000 €. Es mayor que 0, por lo que no hay problemas de liquidez.

**Ratio de liquidez** = Activo Corriente/Pasivo corriente = 4000/3000 = 1,33.

**Ratio de endeudamiento** = pasivo/ (pasivo + patrimonio neto) = 3000/(3000 + 4200) = 0,41.



## 10. Plan de puesta en marcha

### a) Trámites y plazos para la puesta en marcha de la empresa.

Los siguientes tramites deben realizarse para poder empezar la actividad comercial de manera totalmente legal de la empresa que será conocida como Creative Launch, como se ha explicado antes (punto 7) la empresa pasará por dos fases. La primera fase la forma jurídica de la empresa será la de empresario individual (autónomo) y luego una segunda fase de transición para ser una sociedad limitada, así que desglosaremos los tramites de todas las fases por separado.

#### Fase 1 El comienzo (1 – 6 meses)

En esta fase la forma jurídica de la empresa será la de empresario individual (autónomo) por la pandemia mundial COVID-19 muchos de los tramites han cambiado para poder ser atendidos de manera telemática, por ello para darse de alta como autónomo el primer paso es hacerlo de manera online.

Actualmente los Puntos de Atención al Emprendedor (puntos PAE) certificados por el Ministerio de Economía e Industria pueden tramitar online el alta de un nuevo autónomo a través de la presentación del Documento único Electrónico (DUE).

Seguido de esto hay que darse de alta en la seguridad social en un plazo de 60 días antes del inicio de actividad, marcada por el alta en Hacienda, hay que darse de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) de la Seguridad Social. Así lo estableció la Ley de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo para las nuevas altas a partir del 1 de enero de 2018, solo empezará a cotizar a partir de la fecha de inicio de actividad marcada por el alta en Hacienda.

Ahora mismo para darse de alta en Hacienda se puede hacer presencial u online, optaremos por la primera alternativa hay que remitirse a un punto PAE desde el que cumplimentar el DUE, aun así, el alta presencial como autónomo en Seguridad Social hay que entregar el modelo TA0521 de solicitud simplificada en alguna de las administraciones de la Seguridad Social junto con fotocopia del DNI o equivalente.

También hay que presentar la declaración censal (modelos 036 y 037), en la que se notifica los datos personales, la actividad a la que me voy a dedicar, la ubicación de mi negocio y los impuestos que debo pagar.

En el momento del alta como autónomo, tanto telemática como presencial, hay que definir la base de cotización entre una cuantía máxima y una mínima, pero usaremos la tarifa plana de nuevo autónomo por la base mínima de cotización, esto implica pagar una cuota de autónomos de 60 euros durante los primeros 12 meses; durante los 12 meses siguientes Seguridad Social bonifica al 50% la base de cotización por contingencias comunes y de los meses 18 al 24, la bonificación es del 30%.

El disfrute de la tarifa plana está sujeto al cumplimiento de unos requisitos, entre ellos, no ser **autónomo societario**. Si es el caso, la base mínima en 2021 está fijada en 1.214,08 euros y la base máxima en 4.070,10 euros, por eso esto ya no servirá para la fase 2.

## Fase 2 La hora de la sociedad (6 meses en adelante).

A medida que se vayan generando ingresos, la empresa vaya creando más flujo de trabajo y con la entrada de nuevos socios al panorama empresarial, se pasara de ser un simple autónomo a una sociedad limitada con un mínimo de dos socios.

Lo primero que hay que hacer es **registrar el nombre** de la empresa hay que dirigirse al Registro Mercantil Central y solicitar el *certificado negativo de denominación social* Este trámite se puede realizar online en la web (<http://www.rmc.es/IntroDenominaciones.aspx>) del Registro Mercantil central desde 16 €. Para la obtención de este certificado de denominación social se debe presentar el documento en el que figuren tres posibles nombres la empresa.

Una vez concedido el certificado, el nombre quedará reservado para el solicitante durante seis meses, aunque sólo tendrá una validez de tres meses hasta su registro en el notario.

Luego hay que **abrir una cuenta bancaria nombre de la empresa**, hay que ingresar el capital mínimo inicial, es decir, 3.000 euros, de forma íntegra. El banco emitirá un certificado de dicho ingreso que posteriormente hay que presentar en la notaría.

Posteriormente los socios deberán redactar los **Estatutos Sociales**, es decir, el conjunto de normas que regirán la empresa y que se incorporarán posteriormente a la escritura pública de la constitución.

Lo siguiente es **la escritura pública de la constitución de la sociedad** por parte de todos los socios se realiza ante notario, conlleva un pequeño coste, generalmente un porcentaje sobre el capital escriturado. Es un trámite previo a la posterior inscripción en el Registro Mercantil. Para la obtención de la escritura, es necesario aportar la siguiente documentación:

- Estatutos Sociales de la Sociedad.
- Certificación negativa del registro mercantil central (original).
- Certificación bancaria de la aportación dineraria al Capital Social.
- D.N.I. original de cada uno de los socios fundadores.
- Declaración de inversiones exteriores (si alguno de los socios es extranjero, **el cual es mi caso**).

El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados es un tributo que gravaba la constitución de la sociedad y que había que liquidar en las oficinas de Hacienda de la Comunidad a la que se pertenece, en un plazo de 30 días desde el otorgamiento de la escritura. Para ello, es necesario aportar debidamente cumplimentado el modelo 600, junto con la copia simple de la escritura pública o fotocopia de esta. Su importe ascendía al 1% del capital social.

Ahora hay que una serie de trámites en Hacienda:

### a) Obtención del Número de Identificación Fiscal

Tras la firma de las escrituras, hay que ir Hacienda para obtener el Número de Identificación Fiscal (N.I.F.) provisional de la sociedad, así como las etiquetas y tarjetas identificativas. Para ello, se debe aportar debidamente cumplimentado el modelo 036, la fotocopia del D.N.I del firmante y la fotocopia de la escritura de constitución de la empresa obtenida en el notario.

De esta forma, se asignará un N.I.F. provisional que tendrá una validez de 6 meses, plazo en que la Sociedad deberá canjearlo por el definitivo.

b) Alta en el I.A.E.

Es necesario darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Para aquellos que tengan una cifra de negocio inferior a 1.000.000 de euros al año, solo es necesario aportar el modelo 036 de la declaración censal indicando los epígrafes IAE a los que te acoges. Como Creative Launch es una empresa en ciernes muy difícilmente superaría esa cantidad, en caso de que se logrará tal éxito que se supera dicha cantidad, habría que realizar unos cambios en la empresa.

c) Declaración censal (IVA)

En esta declaración se detalla el comienzo, la modificación o el cese de la actividad. Ha de ser presentada por empresarios, profesionales, artistas y todos aquellos con obligaciones tributarias. Para su expedición, es necesario aportar el modelo oficial 036, el NIF de la Sociedad y el documento acreditativo de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

Ya terminados los tramites en Hacienda la sociedad ha de inscribirse en el Registro Mercantil de la provincia en la que se ha fijado su domicilio social. Para ello, se tiene un plazo de dos meses desde la obtención de la escritura de la constitución y se necesita aportar la siguiente documentación:

- Copia auténtica de la escritura de constitución de la Sociedad.
- Certificación negativa de denominación social.
- Documento acreditativo de haber liquidado el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- Copia del N.I.F. Provisional.

Una vez completados los pasos anteriores, y como última acción, es necesario dirigirse nuevamente a Hacienda para canjear la tarjeta provisional de N.I.F. por la definitiva, una vez se haya inscrito efectivamente la constitución de la sociedad.

Superados estos trámites, la creación de la Sociedad Limitada ya es efectiva. Sin embargo, para que iniciar la actividad, es necesario que completar una serie de obligaciones con la Seguridad Social y el Ayuntamiento de la localidad, tales como el alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, la solicitud del número de patronal en caso de ir a contratar trabajadores o la solicitud de la Licencia de apertura.