
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Coca Martínez, Carlos; Ilzarbe, Ruben, dir. Plan de empresa "Konekta RH S.L.". 2025. (Grau en Relacions Laborals)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/319222>

under the terms of the  license



**Plan de Empresa
Konekta RH S.L.**

Trabajo de Fin de Grado
Grado en Relaciones Laborales

Realizado por
Carlos Coca Martínez
Y dirigido por
Rubén Ilzarbe López

Curso 2024-25

Agradezco al profesor Rubén Ilzarbe por su valiosa guía.

También a mi familia y a Aina, por su apoyo constante.

Sin ellos, este trabajo no habría sido posible.

Resumen (castellano)

Este Trabajo de Fin de Grado presenta un plan de empresa para la creación de una consultora especializada en la externalización de servicios de recursos humanos dirigida a pequeñas y medianas empresas. A lo largo del trabajo se analiza la viabilidad del proyecto mediante un estudio del sector, del entorno económico y de las necesidades reales de las PYMEs. Se desarrollan aspectos clave como el análisis DAFO, el marketing mix, el plan operativo y los recursos tecnológicos, así como una propuesta de estructura organizativa adaptada a la dimensión del negocio. El trabajo concluye con una valoración general sobre la viabilidad del proyecto y su potencial de crecimiento en un entorno empresarial que demanda cada vez más soluciones de gestión externalizadas, flexibles y accesibles.

Resum (català)

Aquest Treball de Final de Grau presenta un pla d'empresa per a la creació d'una consultora especialitzada en l'externalització de serveis de recursos humans dirigida a petites i mitjanes empreses. Al llarg del treball s'analitza la viabilitat del projecte mitjançant un estudi del sector, de l'entorn econòmic i de les necessitats reals de les PIMEs. Es desenvolupen aspectes clau com l'anàlisi DAFO, el màrqueting mix, el pla operatiu i els recursos tecnològics, així com una proposta d'estructura organitzativa adaptada a la dimensió del negoci. El treball conclou amb una valoració general sobre la viabilitat del projecte i el seu potencial de creixement en un entorn empresarial que cada vegada exigeix solucions de gestió més externalitzades, flexibles i accessibles.

Abstract (English)

This Final Degree Project presents a business plan for the creation of a consultancy firm specialized in outsourcing human resources services for small and medium-sized enterprises. The viability of the project is assessed through a sectoral analysis, a review of the economic context, and an evaluation of the real needs of SMEs. Key elements such as the SWOT analysis, marketing mix, operational planning, and technological resources are developed, along with a proposed organizational structure adapted to the scale of the business. The project concludes with an overall assessment of the business idea's feasibility and its growth potential in a market increasingly demanding outsourced, flexible, and accessible HR solutions.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| 1. Introducción..... | 5 |
| 1.1. Justificación..... | 5 |
| 1.2. Metodología | 6 |
| 2. Resumen Ejecutivo | 7 |
| 2.1. Descripción general de la empresa | 8 |
| 2.2. Servicios principales | 9 |
| 2.3. Resumen del mercado objetivo y la propuesta de valor | 10 |
| 3. Descripción de la Empresa..... | 11 |
| 3.1. Descripción empresarial..... | 11 |
| 3.1.1. Misión..... | 11 |
| 3.1.2. Visión..... | 11 |
| 3.1.3. Valores..... | 12 |
| 3.2. Objetivos Principales | 13 |
| 4. Análisis de Mercado | 15 |
| 4.1. Análisis del Sector de los Recursos Humanos | 15 |
| 4.2. Público Objetivo (PYMES) | 16 |
| 4.3. Análisis de la Competencia..... | 17 |
| 5. Servicios y Plan de Marketing..... | 19 |
| 5.1. Marketing Mix (Producto, Precio, Sitio, Promoción) | 19 |
| 5.2. Adaptación de los Servicios a las Necesidades de las PYMEs..... | 20 |
| 5.3. Estrategia de Captación de Clientes..... | 21 |
| 5.4. Principales Canales de Promoción | 22 |
| 6. Plan Operativo..... | 23 |
| 6.1. Organización interna de la empresa..... | 23 |
| 6.2. Recursos tecnológicos necesarios | 24 |
| 6.3. Relación y seguimiento con clientes..... | 24 |
| 7. Plan Financiero | 26 |
| 7.1. Inversión inicial estimada..... | 26 |
| 7.2. Cuenta de resultados..... | 27 |
| 7.3. Balance de situación (Activo y Pasivo) | 29 |
| 8. Análisis de Riesgos | 32 |
| 8.1. Identificación de Riesgos Internos y Externos | 32 |
| 8.1.1. Riesgos Internos | 32 |
| 8.1.2. Riesgos externos..... | 33 |
| 8.2. Estrategias de Mitigación de Riesgos | 33 |
| 9. Conclusiones | 35 |
| REFERENCIAS | 36 |

1. Introducción

La correcta gestión de los recursos humanos constituye uno de los pilares fundamentales para el éxito de cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector de actividad. En el caso de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), la falta de recursos especializados y la creciente complejidad normativa en materia laboral hacen que la externalización de estos servicios se haya convertido en una solución cada vez más demandada. Este Trabajo de Fin de Grado tiene como finalidad la elaboración de un plan de empresa para la creación de “Konekta RH S.L.”, una consultora especializada en ofrecer servicios de gestión de recursos humanos adaptados a las necesidades concretas de las pequeñas y medianas empresas.

El proyecto parte de un análisis de la realidad actual del mercado laboral, caracterizado por una alta competitividad y por la necesidad de optimizar la gestión del talento como herramienta clave para la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas. Se plantea la creación de un modelo de negocio basado en la flexibilidad, la personalización de los servicios, el uso de tecnologías accesibles y una estrategia de comunicación digital efectiva. La propuesta pretende responder a las principales dificultades que encuentran las PYMEs en la gestión de su personal: la falta de tiempo, la falta de conocimiento técnico y el elevado coste que supone mantener un departamento interno de recursos humanos.

A lo largo de este trabajo se desarrollará un análisis completo del mercado objetivo, los servicios a ofrecer, la estrategia de marketing, la estructura operativa, la planificación financiera y los posibles riesgos asociados a la puesta en marcha de la empresa. El enfoque adoptado combina la teoría académica sobre creación y gestión de empresas con una visión práctica y realista, adaptada a las circunstancias económicas actuales y a las características propias del tejido empresarial al que se dirige.

El objetivo final del proyecto no es únicamente diseñar un plan viable desde el punto de vista económico y organizativo, sino también demostrar que es posible crear una empresa de servicios profesionales que aporte valor añadido a las PYMEs, contribuyendo a su profesionalización, su cumplimiento normativo y su competitividad en el mercado.

1.1. Justificación

El presente proyecto surge como respuesta a la creciente necesidad de las pequeñas y medianas empresas de contar con servicios especializados en la gestión de recursos humanos, sin incurrir en los elevados costes que supone disponer de un

departamento interno propio. La externalización de estos servicios permite a las PYMEs centrarse en su actividad principal, optimizando recursos y garantizando el cumplimiento de las obligaciones legales en materia laboral.

La elección de este tema se justifica tanto por la oportunidad de mercado detectada como por la importancia estratégica que los recursos humanos tienen en el desarrollo y consolidación empresarial. Además, la creación de una empresa de estas características representa una opción realista de emprendimiento, adaptada a un contexto económico que favorece las iniciativas flexibles, digitales y orientadas a las necesidades concretas del cliente.

La realización de este plan de empresa permitirá aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos a lo largo del Grado en Relaciones Laborales, integrando aspectos relacionados con la organización del trabajo, la normativa laboral, la gestión del talento y las estrategias de negocio. Asimismo, el proyecto ofrece una visión global y realista sobre los pasos necesarios para convertir una idea de negocio en una empresa viable.

1.2. Metodología

Para la elaboración del presente plan de empresa se ha seguido una metodología de carácter descriptivo y aplicado, combinando el análisis teórico con la aplicación práctica. Inicialmente, se ha realizado una revisión bibliográfica de fuentes académicas y profesionales relacionadas con la gestión de recursos humanos, la creación de empresas y las estrategias de marketing digital.

Posteriormente, se ha llevado a cabo un análisis del mercado objetivo, identificando las características y necesidades de las PYMEs en el contexto actual. Sobre esta base, se ha diseñado la propuesta de servicios, estructurando las áreas operativas, financieras y comerciales de la empresa.

La planificación financiera se ha elaborado mediante la estimación de costes iniciales, previsión de ingresos y cálculo de la viabilidad económica del proyecto. Finalmente, se ha incluido un análisis de riesgos internos y externos, junto con posibles estrategias de mitigación, para garantizar la sostenibilidad del negocio a medio y largo plazo. El enfoque adoptado busca, por tanto, no solo describir el modelo de negocio propuesto, sino también demostrar su aplicabilidad en un entorno real de mercado.

2. Resumen Ejecutivo

El presente Trabajo de Fin de Grado desarrolla un plan de empresa para la creación de “Konekta RH S.L.”, una consultora especializada en la externalización de servicios de Recursos Humanos dirigida a pequeñas y medianas empresas. La idea de negocio surge de la necesidad detectada en el mercado: muchas PYMEs no disponen de una estructura interna adecuada para gestionar de forma eficiente sus procesos laborales, de selección de personal o formación continua, lo que genera una oportunidad para ofrecer soluciones personalizadas y accesibles.

La empresa ofrecerá servicios en cuatro áreas principales: selección de personal, gestión administrativa laboral, asesoramiento estratégico y formación y desarrollo. A través de una propuesta de valor basada en la flexibilidad, la eficiencia operativa mediante el uso de tecnologías accesibles y la atención cercana al cliente, “Konekta RH S.L.” pretende posicionarse como un socio estratégico para las pequeñas y medianas empresas que necesitan externalizar estas funciones sin asumir grandes costes. El mercado objetivo lo conforman principalmente PYMEs locales de distintos sectores económicos, que buscan optimizar sus recursos y centrarse en su actividad principal, delegando la gestión de recursos humanos en un especialista externo.

La estrategia de captación de clientes se apoyará en medios digitales, principalmente mediante una página web propia que incluirá información de servicios, contacto y un blog con contenido relevante, así como el uso activo de redes sociales como Instagram, TikTok y LinkedIn para llegar de forma más directa y dinámica al público objetivo. Estas herramientas permitirán establecer un canal de comunicación fluido y aumentar la visibilidad de la empresa de manera progresiva.

En cuanto a la organización interna, el modelo inicial será sencillo y flexible, con un equipo reducido que asumirá varias funciones, lo que permitirá minimizar costes y mantener la operativa eficiente en las fases iniciales. Los recursos tecnológicos necesarios también serán básicos, utilizando programas de gestión laboral, herramientas de comunicación y sistemas gratuitos o de bajo coste para la organización interna y la promoción digital. Desde el punto de vista financiero, el proyecto plantea una inversión inicial muy moderada, lo que reduce el riesgo económico, y una previsión de ingresos progresivos a medida que se consolide la cartera de clientes.

El proyecto incluye un análisis de riesgos potenciales, tanto internos como externos, y propone estrategias para asegurar la continuidad y el crecimiento del negocio. A través de esta propuesta, “Konekta RH S.L.” aspira a consolidarse como una empresa

de referencia en la gestión externa de recursos humanos para pequeñas y medianas empresas, aportando soluciones profesionales, cercanas y adaptadas a cada cliente.

2.1. Descripción general de la empresa

“Konekta RH S.L.” es una consultora especializada en la externalización de servicios de recursos humanos, dirigida específicamente a pequeñas y medianas empresas que, por su tamaño o estructura, no disponen de un departamento interno especializado. La empresa nace con el objetivo de convertirse en un socio estratégico para este tipo de organizaciones, aportando soluciones prácticas, adaptadas y accesibles a sus necesidades reales en materia de gestión laboral, selección de personal, formación y asesoramiento.

El modelo de negocio se fundamenta en la prestación de servicios personalizados que permitan a las PYMEs optimizar sus procesos de recursos humanos sin asumir los costes fijos que implicaría la contratación de personal interno cualificado. A través de esta externalización, se facilita el cumplimiento normativo, se mejora la organización interna y se contribuye al desarrollo del talento dentro de la empresa cliente, incrementando así su productividad y competitividad en el mercado.

Uno de los elementos diferenciadores de “Konekta RH S.L.” es su enfoque flexible y cercano. A diferencia de grandes consultoras que ofrecen servicios más estandarizados, esta empresa apuesta por la atención directa y personalizada, estableciendo relaciones basadas en la confianza y el acompañamiento continuo. Esto se traduce en un contacto directo con el cliente, un seguimiento regular y una capacidad de adaptación constante a las particularidades de cada uno de los clientes.

La empresa ofrece un catálogo de servicios agrupados en una serie de áreas clave: selección de personal, gestión administrativa laboral, consultoría y asesoramiento en normativa laboral. Todos estos servicios se estructuran en planes flexibles o por módulos, permitiendo al cliente contratar únicamente lo que necesita en cada momento.

Desde el punto de vista operativo, “Konekta RH S.L.” se apoyará en herramientas tecnológicas sencillas pero funcionales, con el fin de ofrecer un servicio profesional desde el inicio sin necesidad de realizar una inversión elevada. Además, la estrategia comercial de la empresa se basará en la captación digital mediante redes sociales, posicionamiento web y marketing de contenidos, lo que permitirá acceder de forma directa a su público objetivo, con una comunicación clara y orientada a resultados.

2.2. Servicios principales

“Konekta RH S.L.” ofrecerá tres servicios principales orientados a cubrir las necesidades básicas, pero esenciales, de las pequeñas y medianas empresas en materia de gestión laboral: reclutamiento y selección de personal, gestión administrativa laboral y consultoría laboral. Cada uno de estos servicios ha sido diseñado pensando en la realidad de las PYMEs, con el objetivo de aportar soluciones útiles, eficaces y adaptadas a sus limitaciones de tiempo, recursos y estructura.

Por lo que hace al reclutamiento y Selección de Personal, este servicio comprende el proceso completo de incorporación de nuevos trabajadores, desde la definición del perfil profesional requerido hasta la contratación final. La consultora se encargará de redactar y publicar las ofertas de empleo, realizar la preselección curricular, llevar a cabo entrevistas estructuradas (presenciales o virtuales) y aplicar pruebas de competencias si el puesto lo requiere. El objetivo es asegurar que las PYMEs accedan a candidatos realmente cualificados y alineados con los valores de la empresa, evitando así errores de contratación que puedan afectar al rendimiento organizativo.

Por otro lado, la gestión administrativa laboral, puede ser una tarea compleja y, en muchos casos, especialmente costosa para las pequeñas empresas si no disponen de un departamento especializado. Este servicio incluye la elaboración de nóminas, la redacción y gestión de contratos laborales, la tramitación de altas, bajas y modificaciones en la Seguridad Social, así como la gestión de incapacidades temporales, vacaciones y finiquitos. También se contemplan servicios adicionales como el cálculo de retenciones o el asesoramiento en materia de bonificaciones, el objetivo es garantizar que la empresa cliente cumpla con todas sus obligaciones legales y administrativas, evitando sanciones y optimizando el tiempo destinado a estas tareas.

Y, por último, la Consultoría Laboral se orienta a ofrecer un acompañamiento continuo o puntual en cuestiones estratégicas relacionadas con la normativa laboral y la gestión de personas. Incluye el asesoramiento en procedimientos de contratación, reestructuraciones internas, aplicación de convenios colectivos, resolución de conflictos laborales, modificaciones contractuales, despidos, inspecciones de trabajo y otras situaciones que requieren conocimiento técnico y rigor normativo. También se podrá asesorar en el diseño de políticas internas relacionadas con el clima laboral, la productividad o la prevención de riesgos. Se busca que las PYMEs tengan acceso a un servicio profesional que les permita tomar decisiones informadas, ajustadas a la ley y con una gestión laboral adecuada.

2.3. Resumen del mercado objetivo y la propuesta de valor

El mercado objetivo de “Konekta RH S.L.” está constituido por pequeñas y medianas empresas que no cuentan con un departamento de recursos humanos interno, o bien desean externalizar ciertas funciones para centrarse en su actividad principal. Estas organizaciones suelen presentar estructuras reducidas, recursos limitados y una elevada carga operativa, lo que dificulta la gestión interna del personal, tanto desde el punto de vista administrativo como normativo y estratégico.

Dentro de este segmento se incluyen empresas de distintos sectores económicos, como, por ejemplo: comercio, servicios, restauración, pequeñas industrias o tecnología. Todas ellas caracterizadas por una necesidad común: gestionar su capital humano de forma profesional sin asumir los costes y la complejidad que implica disponer de un equipo especializado dentro de la plantilla. Muchas de estas empresas operan en entornos locales o regionales, por lo que valoran especialmente el trato cercano, la flexibilidad del servicio y la capacidad de respuesta rápida.

“Konekta RH S.L.” ofrece una propuesta de valor clara y bien definida. El servicio se basa en tres pilares esenciales:

- **Flexibilidad**, ya que cada empresa podrá contratar únicamente los servicios que necesite, en el momento en que los requiera, sin compromisos a largo plazo ni estructuras cerradas.
- **Eficiencia**, gracias al uso de herramientas tecnológicas accesibles que permitirán optimizar los procesos, reducir tiempos de gestión y garantizar el cumplimiento normativo en todo momento.
- **Acompañamiento cercano**, ofreciendo una atención personalizada, con seguimiento constante y asesoramiento adaptado a la realidad concreta de cada cliente, priorizando siempre la confianza y la comunicación directa.

Esta propuesta se diferencia claramente de los servicios estandarizados que ofrecen muchas consultoras tradicionales, aportando un enfoque más humano, accesible y centrado en las necesidades reales de la pequeña empresa. El objetivo no es solo prestar un servicio puntual, sino establecer relaciones de colaboración duraderas que contribuyan al desarrollo profesional, organizativo y económico de las PYMEs clientes.

3. Descripción de la Empresa

3.1. Descripción empresarial

La misión, la visión y los valores constituyen los pilares fundamentales sobre los que se construye la identidad y la cultura organizativa de “Konekta RH S.L.”. Estos elementos no sólo guían las decisiones estratégicas de la empresa, sino que también permiten definir su propuesta de valor y marcar la diferencia frente a otras organizaciones del sector. En un entorno empresarial tan competitivo y cambiante como el actual, disponer de una base sólida que oriente el desarrollo del proyecto resulta esencial para su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

3.1.1. Misión

La misión de “Konekta RH S.L.” es ofrecer a pequeñas y medianas empresas un servicio integral y personalizado de recursos humanos que les permita optimizar su estructura interna, garantizar el cumplimiento normativo y mejorar su competitividad. Se trata de proporcionar soluciones accesibles, adaptadas y profesionalizadas en áreas clave como la selección de personal, la gestión administrativa laboral y el asesoramiento estratégico, contribuyendo así al buen funcionamiento y desarrollo del tejido empresarial local.

El enfoque está centrado en la externalización inteligente y flexible de procesos que suponen una carga difícil de asumir para muchas PYMEs, tanto por falta de tiempo como de recursos especializados. “Konekta RH S.L.” nace con una clara vocación de servicio, para acompañar a estas empresas en su crecimiento, ayudándolas a profesionalizar su gestión de personas sin necesidad de asumir estructuras internas complejas o costosas.

3.1.2. Visión

La visión de la empresa es convertirse en un referente dentro del ámbito de los servicios de recursos humanos externalizados, siendo reconocida por su compromiso con la calidad, la cercanía con el cliente y la capacidad de adaptación a las necesidades reales del entorno pyme. A largo plazo nuestra empresa aspira a consolidarse como una consultora de confianza, accesible y flexible, capaz de ofrecer respuestas eficaces en un contexto laboral en constante transformación.

La empresa se proyecta como una organización dinámica, capaz de evolucionar junto a sus clientes, anticiparse a los cambios normativos y tecnológicos, y mantener una actitud de mejora continua. Se busca fomentar un modelo de consultoría centrado en el valor humano, tanto desde la perspectiva del cliente como desde la gestión del talento en las propias empresas.

3.1.3. Valores

Los valores corporativos de la empresa son el marco ético que guiará todas las acciones de “Konekta RH S.L.”. Estos principios no sólo definen la manera en que se prestarán los servicios, sino también el modo en que la empresa se relacionará con sus clientes, colaboradores y el entorno.

- **Compromiso:** La empresa se compromete a comprender a fondo las necesidades de cada cliente y a ofrecer soluciones ajustadas y eficaces. El compromiso también implica ser constantes en la calidad del servicio y asumir la responsabilidad de las decisiones profesionales adoptadas.
- **Flexibilidad:** Entendida como la capacidad de adaptarse a las características y circunstancias particulares de cada empresa, sin aplicar modelos rígidos o genéricos. Se valorará la personalización del servicio como una ventaja competitiva.
- **Cercanía y trato humano:** La atención directa, el acompañamiento constante y la empatía hacia las problemáticas del cliente serán ejes centrales de la relación profesional. Se busca construir vínculos de confianza a largo plazo, no relaciones comerciales puntuales.
- **Ética profesional:** La transparencia, la honestidad y la confidencialidad serán principios innegociables. “Konekta RH S.L.” actuará siempre conforme a la normativa vigente y con pleno respeto a los derechos laborales, la privacidad de los datos y los principios de equidad.
- **Mejora continua:** Se fomentará la formación constante, la actualización frente a cambios legislativos y la búsqueda activa de herramientas tecnológicas que contribuyan a la eficiencia y a la innovación del servicio. Se considerará cada experiencia como una oportunidad de aprendizaje y evolución.

La integración de estos valores no solo define el estilo de gestión de la empresa, sino que pretende ser también un reflejo de lo que se espera transmitir a las organizaciones clientes. “Konekta RH S.L.” aspira a construir una identidad profesional sólida, coherente y alineada con las necesidades del mercado actual, contribuyendo de

forma activa a la profesionalización del entorno pyme desde un enfoque ético, eficiente y humano. Para lograrlo, es fundamental que estos principios no solo se apliquen hacia el exterior, sino que también se integren en el funcionamiento interno de la propia empresa. Mantener un buen clima laboral, fomentar la colaboración entre los miembros del equipo y promover un entorno de trabajo saludable y motivador serán aspectos prioritarios, ya que solo una organización que gestiona bien su propio capital humano puede asesorar con credibilidad a otras en esa misma dirección.

3.2. Objetivos Principales

La definición de los objetivos de “Konekta RH S.L.” resulta esencial para orientar la estrategia del proyecto y establecer una hoja de ruta clara que permita evaluar el progreso de la empresa durante sus primeras etapas. Los objetivos fijados combinan metas de corto plazo, necesarias para la puesta en marcha y validación del modelo de negocio, con metas de medio plazo orientadas al crecimiento, la mejora del servicio y la consolidación en el mercado. Todos ellos responden a una planificación realista, acorde con los recursos disponibles y las características del entorno pyme.

1. Establecer una estructura de empresa operativa y funcional.

Durante los primeros meses, el objetivo será configurar una base sólida que permita prestar servicios de forma profesional desde el inicio. Esto incluye la organización interna de funciones, la selección de herramientas de gestión, el diseño de la identidad corporativa, la presencia digital y la definición de protocolos de atención al cliente. Esta estructura debe permitir a la empresa actuar con autonomía, eficiencia y coherencia desde sus primeros pasos.

2. Captar los primeros clientes locales.

Uno de los retos inmediatos será la atracción de las primeras pequeñas y medianas empresas interesadas en externalizar alguno de los servicios ofrecidos. Para ello, se desarrollará una estrategia de comunicación accesible, basada principalmente en redes sociales y marketing de contenidos, así como el uso de una página web funcional e informativa. El objetivo es generar confianza y mostrar el valor diferencial del servicio a empresas que habitualmente no cuentan con asesoramiento especializado.

3. Validar la viabilidad del modelo de negocio.

Otro objetivo central será comprobar, a través de los resultados obtenidos durante el primer año, si el servicio ofrecido responde realmente a las necesidades del mercado y si es capaz de generar ingresos suficientes para cubrir los costes operativos. Esta validación permitirá ajustar precios, mejorar procesos y definir estrategias de mejora

continua. La experiencia inicial también permitirá recoger el feedback de los clientes y reforzar aquellas áreas que aporten más valor.

4. Construir una imagen de marca profesional y reconocible.

Desde el inicio se trabajará en transmitir una identidad clara basada en los valores de cercanía, profesionalidad, accesibilidad y compromiso con las PYMEs. El objetivo es que la empresa sea percibida como un aliado de confianza, especializado en el entorno pyme, y no como un proveedor tradicional más. Esta imagen de marca debe consolidarse tanto en el entorno digital como en la relación directa con los primeros clientes.

4. Análisis de Mercado

El análisis de mercado es una fase clave en la planificación de cualquier iniciativa empresarial, ya que permite comprender el entorno en el que se va a operar, identificar las necesidades reales de los clientes potenciales y valorar el grado de competencia existente. En el caso de “Konekta RH S.L.” este análisis se centra en el estudio del sector de los recursos humanos, el perfil del público objetivo y la competencia directa e indirecta presente en el mercado.

Comprender cómo funcionan las pequeñas y medianas empresas en relación con la gestión de sus recursos humanos permite detectar oportunidades de negocio, definir una propuesta de valor coherente y diseñar una oferta de servicios que sea útil, atractiva y diferenciadora. Además, conocer las tendencias del sector y el comportamiento de los competidores facilita la toma de decisiones estratégicas tanto en el corto como en el medio plazo.

4.1. Análisis del Sector de los Recursos Humanos

El sector de los recursos humanos ha experimentado importantes transformaciones en los últimos años, impulsadas por factores como la digitalización de procesos, la creciente complejidad normativa en materia laboral y la creciente concienciación sobre la importancia de una buena gestión del talento en las organizaciones. Estas transformaciones han tenido un impacto directo en el funcionamiento de las PYMEs, muchas de las cuales no cuentan con recursos internos suficientes para dar respuesta a estas nuevas exigencias.

La externalización de servicios relacionados con la gestión de personal se ha consolidado como una opción cada vez más habitual entre este tipo de empresas. Externalizar tareas como la selección de personal, la elaboración de nóminas o el cumplimiento de obligaciones legales permite a estas organizaciones enfocarse en su actividad principal sin desatender aspectos clave para su funcionamiento. Además, esta opción suele ser más rentable que crear un departamento interno, especialmente cuando el volumen de personal no justifica una estructura fija.

Por otra parte, las nuevas tecnologías han facilitado la prestación de servicios de recursos humanos a través de plataformas digitales, lo que permite a pequeñas consultoras competir en calidad y eficiencia con empresas más grandes. Esta evolución ha abierto la puerta a modelos de negocio más flexibles, basados en el trabajo remoto, el

uso de software especializado y la automatización de tareas repetitivas, elementos que pueden ser aprovechados por iniciativas como “Konekta RH S.L.”.

Actualmente, el sector de los recursos humanos no solo abarca funciones administrativas, sino también servicios de valor añadido como la formación, la gestión del clima laboral, la planificación estratégica del talento o el acompañamiento en procesos de cambio. Esta diversificación representa una oportunidad para que empresas especializadas en el entorno pyme puedan ofrecer soluciones integrales y ajustadas a cada cliente.

4.2. Público Objetivo (PYMEs)

El público objetivo de “Konekta RH S.L.” está basado en un segmento empresarial amplio, diverso y con unas necesidades muy concretas, que requieren soluciones ágiles, económicas y especializadas.

En términos generales, se considera PYME a toda empresa que tenga menos de 250 trabajadores y un volumen de negocio anual inferior a 50 millones de euros o un balance general anual inferior a 43 millones, según la definición de la Comisión Europea. No obstante, dentro de esta categoría, “Konekta RH S.L.” se centrará especialmente en las microempresas y pequeñas empresas, es decir, aquellas con entre 5 y 50 trabajadores, que suelen presentar mayores dificultades en la gestión de personal por falta de medios, tiempo o conocimientos técnicos.

Este perfil de empresa se encuentra muy extendido en España, donde más del 99% del tejido empresarial está formado por PYMEs, siendo la mayoría microempresas (con menos de 10 trabajadores). Estas organizaciones, si bien representan una parte fundamental de la economía nacional, suelen enfrentarse a retos importantes en lo que respecta al cumplimiento de la normativa laboral, la atracción y retención de talento, la elaboración de documentación o la gestión de nóminas y contratos.

“Konekta RH S.L.” centrará su actividad en empresas pertenecientes a sectores como el comercio, la hostelería, los servicios profesionales, la pequeña industria o las actividades tecnológicas, entre otros. Se priorizarán aquellas ubicadas en un entorno local o regional cercano, especialmente durante la primera fase del proyecto, donde el contacto directo y la cercanía geográfica pueden jugar un papel importante en la generación de confianza y la fidelización del cliente.

Las características comunes que definen al público objetivo son las siguientes:

- Empresas con estructuras internas reducidas, donde las funciones de recursos humanos recaen, muchas veces, en el propietario o en un administrativo sin formación especializada.

- Interés por externalizar servicios administrativos o estratégicos vinculados a la gestión de personas, pero con un presupuesto limitado.
- Necesidad de cumplir con la legislación laboral vigente sin incurrir en costes elevados o en riesgos legales derivados de errores o desconocimiento.
- Empresas que valoran especialmente la atención personalizada, el lenguaje claro, la cercanía y la rapidez de respuesta.

4.3. Análisis de la Competencia

En el mercado existen varias empresas que ofrecen servicios similares, tanto grandes consultoras como pequeños despachos especializados. Las grandes consultoras nacionales e internacionales que ofrecen servicios estandarizados sería una de las competencias, además de los pequeños despachos locales que suelen ofrecer atención personalizada pero limitada en capacidad tecnológica y alcance.

Análisis DAFO:

- **Debilidades:**

Al tratarse de una empresa de nueva creación, la falta de reconocimiento de marca y experiencia en el mercado puede dificultar la captación inicial de clientes. Además, los recursos económicos y tecnológicos serán limitados al principio, lo que podría restringir la capacidad de ofrecer servicios tan avanzados como los de grandes consultoras ya consolidadas en el sector. Otro desafío importante será lograr diferenciarse de la competencia en un mercado donde la confianza y la reputación son factores clave.

- **Amenazas:**

La competencia es una de las principales amenazas para esta empresa, ya que existen tanto grandes consultoras como pequeños despachos especializados en este sector. Además, los cambios constantes en la normativa laboral pueden requerir gastos económicos y actualizaciones de los procesos, lo que podría representar una carga financiera para nuestra empresa.

- **Fortalezas:**

La empresa contará con atención cercana y directa que permitirá establecer relaciones de confianza, una mayor flexibilidad y adaptación con las necesidades particulares de cada cliente, lo que será un diferenciador frente a las grandes consultoras que suelen ofrecer servicios más estandarizados.

- **Oportunidades:**

El mercado de las PYMEs está en constante crecimiento, y cada vez más empresas buscan externalizar procesos de recursos humanos para centrarse en su actividad principal, esto supone una gran oportunidad para ofrecer servicios especializados y adaptados a las necesidades concretas de este tipo de clientes, que valoran soluciones eficientes y accesibles. Por otro lado, las PYMEs suelen carecer de departamentos internos dedicados a recursos humanos, lo que refuerza la demanda de empresas externas que puedan garantizar el cumplimiento normativo y una gestión laboral profesional.

5. Servicios y Plan de Marketing

5.1. Marketing Mix (Producto, Precio, Sitio, Promoción)

El marketing mix es una herramienta fundamental para definir la estrategia comercial de una empresa. Se basa en cuatro variables principales conocidas como las “4P”: Producto, Precio, Sitio (Place) y Promoción, que permiten analizar cómo se va a posicionar la empresa en el mercado, qué servicios va a ofrecer, cómo se distribuirán y a qué coste, y de qué forma se dará a conocer a los clientes potenciales. En nuestro caso, para “Konekta RH S.L.”, estas variables han sido diseñadas teniendo en cuenta las características específicas del público objetivo: pequeñas y medianas empresas con necesidades de gestión laboral, presupuestos ajustados y preferencia por soluciones personalizadas, accesibles y cercanas.

- **Producto:** El producto que ofrece “Konekta RH S.L.” no es físico, sino un conjunto de servicios profesionales orientados a mejorar la gestión de los recursos humanos en pequeñas y medianas empresas. Estos servicios se estructuran en tres áreas clave: selección de personal, gestión administrativa laboral y consultoría laboral. Cada uno de ellos está diseñado para ser contratado de forma modular o conjunta, permitiendo a los clientes elegir únicamente lo que necesitan. Además, se busca aportar un valor añadido no solo en la resolución de problemas operativos, sino también en el acompañamiento estratégico, la simplificación de procesos y la mejora del cumplimiento normativo.
- **Precio:** La política de precios se basa en la idea de accesibilidad, ya que uno de los principales obstáculos que enfrentan las PYMEs es la limitación de recursos económicos. Por ello, los precios se han ajustado para resultar competitivos, pero sin comprometer la calidad del servicio. Se han definido tarifas orientativas para cada servicio, con posibilidad de establecer paquetes mensuales para aquellos clientes que requieran una gestión más continua. Por ejemplo, el servicio de selección de personal oscila entre 250€ y 600€, la gestión laboral mensual entre 100€ y 150€, y las consultas legales desde 50€ de forma puntual o 150€ si se realiza mensualmente.
- **Sitio (Place):** En cuanto a la distribución, “Konekta RH S.L.” ofrecerá sus servicios de forma remota y presencial (cuando sea necesario), con especial enfoque en la atención digital a través de correo electrónico, videollamadas, teléfono y herramientas colaborativas. Esta estructura flexible permitirá atender a empresas

de diferentes zonas sin necesidad de una oficina física, lo que contribuye a mantener los costes operativos bajos. La prestación de los servicios se organizará mediante canales online como una página web profesional, que incluirá información detallada sobre cada servicio, formularios de contacto y contenido útil para el cliente, como guías, artículos o preguntas frecuentes.

- **Promoción:** La estrategia de promoción se centrará en el entorno digital, aprovechando la presencia en redes sociales como Instagram, TikTok y Linkedin, entre otras. Se utilizará un lenguaje cercano, visual y educativo, orientado a captar la atención de empresarios y responsables de pequeñas empresas, transmitiendo de forma clara el valor añadido del servicio.

5.2. Adaptación de los Servicios a las Necesidades de las PYMEs

Uno de los elementos clave que define la identidad de “Konekta RH S.L.” es su capacidad para adaptarse a la realidad cambiante y heterogénea del entorno empresarial al que se dirige. Las pequeñas y medianas empresas, lejos de ser un grupo homogéneo, presentan diferencias significativas según su sector, antigüedad, nivel de digitalización, ubicación, cultura organizativa y necesidades concretas en materia laboral. Por ello, más que ofrecer un catálogo cerrado, la empresa plantea un modelo de servicios dinámico, construido sobre la base de la personalización y la flexibilidad operativa.

En lugar de aplicar fórmulas estandarizadas, la propuesta de valor que damos en “Konekta RH S.L.” se basa en escuchar activamente al cliente, comprender su situación concreta y diseñar una respuesta proporcional a sus prioridades. Esto implica, por ejemplo, ajustar el nivel de complejidad de los procesos de selección, identificar los puntos críticos de la gestión administrativa o acompañar de forma más cercana a empresas que atraviesan momentos de cambio o conflicto interno.

Además, se prioriza la comunicación directa, lo que facilita que incluso aquellas empresas sin experiencia previa en la gestión profesional de RRHH puedan comprender el alcance y utilidad de los servicios. En muchos casos, la adaptación consiste en traducir un lenguaje jurídico o administrativo en recomendaciones claras, prácticas y aplicables de forma inmediata.

La empresa también contempla modelos de prestación de servicio que no dependan de una suscripción mensual fija, sino que se activen por demanda según la evolución de la empresa cliente. Así, una empresa que aún no ha tenido que realizar procesos de selección podrá solicitar este servicio únicamente cuando lo necesite, o una

empresa que nunca ha externalizado sus nóminas podrá comenzar por una auditoría puntual antes de decidir si delega esa función por completo.

Para aquellas empresas que se encuentren en fases iniciales o con recursos más limitados, pueden ofrecerse consultas breves o servicios reducidos a precios ajustados, con el objetivo de que puedan acceder a un nivel básico de acompañamiento sin que eso suponga un compromiso a largo plazo. Esta propuesta busca generar confianza, de manera que las empresas más pequeñas puedan ir incrementando progresivamente su nivel de colaboración con “Konekta RH S.L.” a medida que crecen y consolidan su actividad.

De esta manera la adaptabilidad no se limita solo a los contenidos del servicio, sino también a la forma en que se entrega: desde la posibilidad de trabajar por canales digitales o telefónicos, hasta la opción de realizar visitas presenciales cuando se considere útil o necesario. El foco está en acompañar a cada cliente desde donde esté, y ayudarle a avanzar hacia una gestión de personas más eficiente, ordenada y profesional.

5.3. Estrategia de Captación de Clientes

La captación de clientes constituye una prioridad estratégica para “Konekta RH S.L.”, especialmente en sus fases iniciales, en las que es necesario validar el modelo de negocio, generar ingresos estables y construir una base de confianza en el mercado. El perfil de cliente al que se dirige son empresas pequeñas, con recursos limitados y estructuras informales, las cuales requieren una estrategia adaptada, que combine la accesibilidad, el contenido de valor y una comunicación clara, directa y cercana. En lugar de optar por acciones comerciales agresivas o costosas, la estrategia de captación se basará en la creación de confianza mediante visibilidad y utilidad. Para ello, se utilizarán canales de bajo coste, pero de alto alcance, especialmente en el ámbito digital, así como herramientas que permitan establecer una relación progresiva con el cliente antes de la contratación del servicio.

Uno de los pilares de esta estrategia será la presencia activa en redes sociales, con contenidos orientados a resolver dudas frecuentes de las PYMEs, consejos prácticos sobre gestión de personal, novedades legales relevantes o errores comunes que se deben evitar. Estas publicaciones, además de posicionar a la empresa como experta en su campo, aportarán valor a los potenciales clientes sin requerir una relación contractual previa. Se priorizarán plataformas como Instagram, TikTok y LinkedIn, que permiten un contacto informal, visual y segmentado según el tipo de audiencia. La página web también jugará un papel central en la captación. Estará diseñada para ser clara, accesible y funcional, incluyendo descripciones detalladas de los servicios. El objetivo será que

cualquier persona que acceda a la web encuentre algo que le resulte interesante o que le ayude a resolver una duda concreta, lo cual contribuirá a generar interés y fomentar el primer contacto.

Como acción complementaria y de captación de clientes, puede ofrecerse a los nuevos contratantes del servicio una primera consulta gratuita, sin compromiso, en la que se evaluarán sus necesidades y se propondrán soluciones personalizadas. Este primer contacto será clave para demostrar la utilidad del servicio, construir una relación de confianza y facilitar la decisión de contratar. Se trata de una herramienta pensada no solo para captar clientes, sino también para entrar al mercado, especialmente a aquellas empresas que nunca han trabajado con un servicio de este tipo.

5.4. Principales Canales de Promoción

Se utilizará principalmente canales digitales para dar a conocer sus servicios, ya que permiten una comunicación ágil, segmentada y económica, especialmente útil en una fase inicial con recursos limitados. Estos canales han sido seleccionados en función de su alcance, facilidad de uso y adecuación al perfil del cliente objetivo.

El canal central será la página web, que actuará como punto de entrada principal para potenciales clientes. Estará diseñada con un enfoque práctico, incluyendo descripciones claras de los servicios. Junto a la web, se potenciará el uso de redes sociales, como Instagram y TikTok para utilizarlas como medio de publicidad y así llegar a más cantidad de clientes. Estas plataformas permitirán conectar con perfiles emprendedores de manera informal, mostrando cercanía y conocimiento. En paralelo, LinkedIn se utilizará para llegar a responsables de empresa con un tono más profesional, compartiendo artículos, casos prácticos y novedades del sector.

Además, se contempla el uso de WhatsApp Business como canal de comunicación directa con clientes y los candidatos que quieran entrar a una posible vacante ofrecida por alguno de nuestros clientes. A medida que el negocio crezca, se valorará reforzar la estrategia con colaboraciones puntuales, presencia en plataformas de empleo para posicionar la marca y campañas de publicidad segmentada con presupuesto limitado.

| | |
|--------------------|---|
| Nuestra página web |  Konekta_RH_Site.htm file:///C:/Users/carlo/AppData/Local/Temp/%7BF833FAF4-C7E8-4190-AD7F-3BD62E146A63%7D/%7BD967FDF5-A924-465A-8F64-051A7F1093D4%7D/Konekta_RH_Site.html |
|--------------------|---|

6. Plan Operativo

El plan operativo define cómo se organizará y gestionará internamente la empresa para poder ofrecer sus servicios de manera eficiente desde el inicio. Este apartado contempla tanto la estructura organizativa como los recursos necesarios para garantizar el correcto funcionamiento del negocio. “Konekta RH S.L.” ha optado por una estructura sencilla, flexible y escalable, adecuada a la dimensión del proyecto y a su condición de empresa emergente. El objetivo es establecer una base sólida que permita operar con autonomía, mantener la calidad en el servicio y al mismo tiempo, facilitar un crecimiento progresivo sin necesidad de grandes inversiones iniciales.

6.1. Organización interna de la empresa

Durante la etapa inicial, la organización de “Konekta RH S.L.” se basará en un modelo funcional básico y horizontal en el que una misma persona o un equipo reducido asuma diversas funciones clave del negocio, esta estructura polivalente permitirá reducir costes y responder con agilidad a las necesidades del mercado:

- **Área de servicios profesionales (recursos humanos):** Se encargará de la ejecución directa de los servicios ofrecidos, como los procesos de selección, la elaboración de documentación laboral, la atención a clientes y el asesoramiento técnico. Este será el núcleo operativo de la empresa y el que más peso tendrá en las tareas cotidianas.
- **Área de administración y gestión interna:** Esta área se ocupará de las tareas administrativas internas de la empresa, como la facturación, el control de pagos y cobros, la gestión documental, la relación con proveedores y otras funciones básicas de soporte al negocio.
- **Área de marketing y comunicación:** Aunque se trate de una estructura reducida, es imprescindible contar con una estrategia de visibilidad mínima. Esta función incluirá la gestión de redes sociales y el mantenimiento de la página web.

En un principio, estas funciones pueden ser asumidas por una sola persona o compartidas entre dos integrantes, según la carga de trabajo. No obstante, a medida que la empresa crezca y se consolide, se prevé la posible incorporación de nuevos perfiles especializados, como técnicos de selección, asesores laborales o responsables de atención al cliente.

La comunicación interna será directa y fluida, lo cual facilitará la toma de decisiones y la coordinación de tareas. No se contempla, en esta etapa, una jerarquía

formal, sino una distribución funcional de responsabilidades, con pequeñas reuniones diarias para planificar, evaluar resultados y revisar necesidades operativas del día a día.

La flexibilidad, la capacidad de adaptación y la eficiencia en la gestión del tiempo serán claves para que esta estructura básica funcione de forma efectiva y permita ofrecer un servicio profesional, cercano y ágil desde el inicio del proyecto.

6.2. Recursos tecnológicos necesarios

“Konekta RH S.L.” utilizará una selección básica de herramientas tecnológicas que permitan gestionar la actividad diaria de forma eficiente y sin costes elevados. Se ha optado por soluciones gratuitas o de bajo coste, accesibles y fáciles de implementar desde el inicio del proyecto.

Para la gestión interna de documentos, archivos y plantillas de trabajo, se utilizará Google Drive, que permite almacenar y compartir información de forma segura y colaborativa. También se prevé que sea necesario utilizar aplicaciones como Trello o Notion para una mejor organización interna. Estas herramientas facilitarán el trabajo diario, tanto a nivel administrativo como en la organización de los servicios prestados.

En cuanto a la prestación de servicios, especialmente en procesos de selección de personal o reuniones con clientes, se emplearán plataformas de videollamada como Zoom y Google Meet, que permiten mantener entrevistas o asesoramientos a distancia sin necesidad de desplazamientos.

Y por último para la presencia digital y la comunicación, la página web de la empresa será gestionada a través de WordPress, una plataforma que permite crear y mantener sitios web de manera sencilla, profesional y gratuita. Además, se utilizará Canva para diseñar contenido visual atractivo destinado a redes sociales, y WhatsApp Business como canal de contacto directo con los clientes, lo que facilitará una comunicación más ágil, personalizada y cercana.

6.3. Relación y seguimiento con clientes

Uno de los objetivos principales del proyecto será establecer una relación cercana y constante con los clientes. Al tratarse de servicios dirigidos a pequeñas y medianas empresas, se buscará ofrecer una atención accesible, personalizada y de confianza. Desde el primer contacto, se propondrá una primera reunión gratuita para conocer las necesidades del cliente y poder plantear una propuesta ajustada a su situación. Una vez iniciada la colaboración, se mantendrá una comunicación regular, ya sea por correo

electrónico, teléfono o WhatsApp, para resolver dudas, hacer seguimiento del servicio contratado o detectar nuevas necesidades.

Para asegurar la calidad del servicio, se plantea realizar un breve seguimiento mensual, donde se valorará si todo está funcionando correctamente y si el cliente necesita apoyo en otras áreas. Además, se podrán enviar encuestas de satisfacción de forma periódica para recoger sugerencias y mejorar el servicio.

Herramientas previstas para el seguimiento:

- Correo electrónico y teléfono.
- WhatsApp Business.
- Trello o Notion para organización interna.
- Google Forms para encuestas de satisfacción.

El objetivo será que cada cliente se sienta acompañado, tenga un canal directo de comunicación y pueda contar con un servicio profesional sin complicaciones.

7. Plan Financiero

7.1. Inversión inicial estimada

| PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN | |
|---|-------------|
| INVERSIONES INTANGIBLES | 280 |
| Propiedad industrial (patentes y marcas) | 0 |
| Derechos de traspaso | 0 |
| Aplicaciones informáticas | 280 |
| INVERSIONES MATERIALES | 150 |
| Terrenos | 0 |
| Construcciones | 0 |
| Maquinaria | 0 |
| Otras instalaciones | 0 |
| Mobiliario | 50 |
| Equipos procesos información | 100 |
| Elementos de transporte | 0 |
| Otros inmovilizados materiales | 0 |
| FIANZAS Y DEPÓSITOS A LARGO PLAZO | 0 |
| Fianzas a largo plazo | 0 |
| Depósitos a largo plazo | 0 |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | 100 |
| EXISTENCIAS | 0 |
| PROVISIÓN DE FONDOS | 100 |
| TOTAL INVERSIONES | 630 |
| | |
| FINANCIACIÓN | |
| Recursos propios | |
| CAPITAL SOCIAL | 3000 |
| Aportaciones de los socios | 0 |
| Créditos o préstamos | 0 |
| Capitalización | 0 |
| Subvención | 0 |
| TOTAL FINANCIACIÓN | 3000 |

Para poner en marcha la actividad de Konekta RH S.L., se ha realizado una estimación detallada de los recursos necesarios durante la fase de inicio. La inversión inicial contempla exclusivamente aquellos elementos imprescindibles para operar desde el primer día, priorizando una estructura de costes ajustada, coherente con un modelo de negocio de servicios profesionales y digitales.

La inversión total estimada asciende a 530 €, distribuidos del siguiente modo:

- **Aplicaciones informáticas (280 €):** Incluye el desarrollo y diseño de la página web corporativa, así como la contratación de un dominio, alojamiento (hosting) y suscripciones básicas a herramientas digitales. Estas herramientas son esenciales para ofrecer un servicio ágil y profesional en un entorno digital.
- **Mobiliario (50 €):** Se contempla la compra de mobiliario funcional y básico (como una mesa, una silla o una estantería), adecuado para el trabajo administrativo en remoto o en una oficina doméstica.
- **Equipos de procesos de información (100 €):** Incluye la adquisición o actualización de un ordenador personal o portátil que permita desarrollar tareas de gestión, comunicación y atención al cliente.
- **Gastos de constitución (100 €):** Corresponden a los trámites necesarios para la constitución legal de la empresa como sociedad limitada (SL), incluyendo la escritura notarial, registro mercantil y otros gastos de gestoría.
- **Provisión de fondos (100 €):** Se reserva un fondo inicial para cubrir imprevistos u otros gastos menores que puedan surgir durante el primer mes de actividad, como ajustes de herramientas, transporte o documentación adicional.

Esta inversión inicial no requiere de financiación externa y se cubrirá íntegramente mediante aportaciones de los socios y capital social, tal como se detalla en el apartado de financiación. El enfoque económico del proyecto permite iniciar la actividad sin incurrir en endeudamiento ni comprometer la viabilidad a corto plazo.

7.2. Cuenta de resultados

| CUENTA DE RESULTADOS | | | |
|---------------------------------------|----------------|-----------------|----------------|
| CONCEPTO | PRIMER AÑO (€) | SEGUNDO AÑO (€) | TERCER AÑO (€) |
| INGRESOS | | | |
| Ventas / Prestación de servicios | 5000 | 5750 | 6612,5 |
| Subvenciones a la explotación | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL INGRESOS | 5000 | 5750 | 6612,5 |
| GASTOS | | | |
| Compras / Trabajos de otras empresas | 0 | 0 | 0 |
| Variación de existencias | 0 | 0 | 0 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | 5000 | 5750 | 6612,5 |
| Servicios externos | 280 | 322 | 370,3 |
| Gastos de personal | 1200 | 1380 | 1587 |
| EBITDA | 3520 | 4048 | 4655,2 |
| Amortizaciones | 0 | 0 | 0 |
| Provisiones | 100 | 115 | 132,25 |
| RESULTADO DE EXPLOTACIÓN | 3420 | 3933 | 4522,95 |
| Gastos financieros | 0 | 0 | 0 |
| RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS | 3420 | 3933 | 4522,95 |
| Impuesto de sociedades (25%) | 855 | 983,25 | 1130,74 |
| RESULTADO DESPUÉS DE IMPUESTOS | 2565 | 2949,75 | 3392,21 |

La cuenta de resultados recoge la previsión económica de la empresa durante sus tres primeros años de actividad, en ella se reflejan los ingresos estimados por prestación de servicios, así como los principales gastos derivados de la actividad operativa. El objetivo de esta previsión es evaluar si el modelo de negocio es capaz de generar beneficios a partir de su funcionamiento ordinario.

Se ha proyectado un ingreso inicial de 5.000 € en el primer año, con un crecimiento estimado del 15 % anual para los años siguientes. Los gastos se han ajustado a un modelo de empresa digital, sin estructura fija, incluyendo costes por servicios externos, colaboraciones profesionales y una pequeña provisión para posibles contingencias. A partir del resultado de explotación, se calcula el impuesto de sociedades aplicando el tipo general del 25 %, tal y como establece la Ley 27/2014 del Impuesto sobre Sociedades.

El resultado neto en cada ejercicio muestra que la empresa es capaz de generar beneficios desde el primer año, lo que confirma la viabilidad del proyecto y su sostenibilidad a medio plazo. Se trata de una estructura financiera realista, que permite iniciar la actividad sin necesidad de recurrir a financiación externa.

7.3. Balance de situación (Activo y Pasivo)

| BALANCE DE SITUACIÓN (ACTIVO) | |
|---|-------------|
| | Importe (€) |
| ACTIVO | |
| INMOVILIZADO INTANGIBLE | 280 |
| Propiedad industrial (patentes y marcas) | 0 |
| Derechos de traspaso | 0 |
| Aplicaciones informáticas | 280 |
| Amortización inmovilizado intangible | 0 |
| INMOVILIZADO MATERIAL | 150 |
| Terrenos | 0 |
| Construcciones | 0 |
| Maquinaria | 0 |
| Otras instalaciones | 0 |
| Mobiliario | 50 |
| Equipos procesos información | 100 |
| Elementos de transporte | 0 |
| Otros inmovilizados materiales | 0 |
| Amortización inmovilizado material | 0 |
| FIANZAS Y DEPÓSITOS A LARGO PLAZO | 0 |
| Fianzas a largo plazo | 0 |
| Depósitos a largo plazo | 0 |
| EXISTENCIAS | 0 |
| Existencias | 0 |
| DEUDORES | 50 |
| Anticipos a proveedores | 0 |
| Clientes | 50 |
| Efectos a cobrar | 0 |
| Deudores varios | 0 |
| Anticipos remuneraciones | 0 |
| Hacienda Pública deudora | 0 |
| Provisión por insolvencias | 0 |
| INVERSIONES FINANCIERAS TEMPORALES | 0 |
| Otras inversiones financieras temporales | 0 |
| TESORERÍA | 50 |
| Cuentas corrientes con socios | 0 |
| Tesorería | 50 |
| AJUSTES POR PERIODIFICACIÓN | 0 |
| Gastos anticipados | 0 |
| TOTAL ACTIVO | 530 |

| BALANCE DE SITUACIÓN (PASIVO) | |
|---|--------------------|
| PASIVO | Importe (€) |
| PATRIMONIO NETO | 530 |
| Capital social | 3000 |
| Reservas | 0 |
| Remanente | 0 |
| Resultado negativo de ejercicios anteriores | 0 |
| Pérdidas y ganancias | -2470 |
| Subvenciones oficiales de capital | 0 |
| PASIVO NO CORRIENTE | 0 |
| Deudas a largo plazo con entidades de crédito | 0 |
| Efectos a pagar a largo plazo | 0 |
| PASIVO CORRIENTE | 0 |
| Proveedores | 0 |
| Acreedores | 0 |
| Anticipos de clientes | 0 |
| Remuneraciones pendientes de pago | 0 |
| Hacienda Pública acreedora | 0 |
| HP acreedora por IS | 0 |
| HP acreedora por IRPF | 0 |
| HP acreedora por IVA | 0 |
| Organismos de la Seguridad Social acreedores | 0 |
| Personal | 0 |
| Promotores | 0 |
| Deudas a corto plazo con entidades de crédito | 0 |
| Cuentas corrientes con socios | 0 |
| TOTAL PASIVO | 530 |

El balance de situación ofrece una visión general de la estructura económica y financiera de la empresa en su primer año de actividad. Refleja tanto los recursos disponibles como la forma en que se han financiado, garantizando así una lectura completa del estado inicial del negocio. En el lado del activo se han incluido aquellos elementos básicos e imprescindibles para el desarrollo de la actividad, como aplicaciones informáticas (que comprenden la página web, el dominio y herramientas digitales), mobiliario funcional, equipos informáticos, liquidez en tesorería y una pequeña partida de clientes pendientes de cobro, estos elementos permiten operar de forma profesional desde el primer momento, sin necesidad de realizar grandes inversiones en infraestructuras.

La financiación de estos activos se ha realizado íntegramente con capital propio. En concreto, se ha previsto un capital social de 3.000 €, lo que permite constituir la empresa como sociedad limitada (SL) y cubrir con solvencia todos los gastos iniciales. No se contempla la contratación de préstamos ni créditos bancarios, ni la existencia de

pasivos corrientes, lo que permite mantener una situación financiera sólida, sin apalancamiento ni obligaciones frente a terceros. El balance muestra una estructura enfocada a una consultora de servicios con una operativa digital y flexible, que apuesta por la eficiencia, el control de costes y la autonomía financiera como pilares de su sostenibilidad.

8. Análisis de Riesgos

El análisis de riesgos es una herramienta fundamental en el proceso de creación de una empresa, ya que permite prever amenazas potenciales y planificar estrategias de respuesta adecuadas. Según Longenecker et al. (2020), "las pequeñas empresas enfrentan un alto nivel de incertidumbre, especialmente en sus etapas iniciales", lo que hace imprescindible un análisis anticipado de los factores de riesgo.

8.1. Identificación de Riesgos Internos y Externos

En el desarrollo inicial de una empresa como RH para PYMEs, la identificación de riesgos internos y externos es esencial para anticipar posibles obstáculos que puedan afectar tanto la estabilidad operativa como el crecimiento futuro del negocio.

8.1.1. Riesgos Internos

Entre los principales riesgos internos se encuentra la falta de reconocimiento de marca. Al ser una empresa de nueva creación, será necesario invertir tiempo y esfuerzo en construir una imagen sólida que genere confianza en el mercado. Durante los primeros meses, la captación de clientes dependerá en gran medida de la reputación que la empresa consiga forjar, lo que supone una vulnerabilidad inicial. Además, la estructura organizativa reducida y la poca experiencia puede suponer otro riesgo importante. El hecho de contar con un equipo pequeño obliga a asumir múltiples funciones de forma simultánea, lo que puede derivar en una sobrecarga de trabajo. Si no se gestiona adecuadamente, esta situación podría afectar negativamente a la calidad de los servicios ofrecidos y a la satisfacción de los clientes, repercutiendo en la fidelización y el crecimiento a largo plazo.

Otro riesgo interno está relacionado con la dependencia de un número limitado de clientes en las primeras etapas del negocio. En un escenario donde los ingresos dependen de pocos contratos, la pérdida de uno o dos clientes podría comprometer seriamente la estabilidad financiera de la empresa. Por este motivo, desde el inicio, será necesario trabajar en la diversificación progresiva de la cartera de clientes y en la creación de relaciones estables basadas en la confianza y en la calidad del servicio.

8.1.2. Riesgos externos

En cuanto a los riesgos externos, la competencia representa un desafío constante. El mercado de los servicios de recursos humanos cuenta con la presencia de grandes consultoras, que ofrecen servicios estandarizados con una gran capacidad de cobertura, así como pequeños despachos locales que compiten en cercanía y atención personalizada. En este contexto, la diferenciación será fundamental para evitar quedar relegados en un mercado altamente competitivo.

Otro riesgo externo relevante es la inestabilidad económica. Las pequeñas y medianas empresas, principales clientes de “Konekta RH S.L.”, son especialmente sensibles a las fluctuaciones económicas, lo que podría llevar a una disminución de la demanda de servicios externalizados en períodos de crisis o incertidumbre. Ante este escenario, será importante mantener una estructura de costes flexible y adaptable.

Los cambios legislativos en materia laboral suponen un riesgo que no puede ser ignorado, dado que los servicios de la empresa estarán directamente relacionados con el cumplimiento normativo, cualquier modificación en la legislación podría requerir ajustes rápidos en los procedimientos internos y en la oferta de servicios. No adaptarse a tiempo podría afectar tanto a la calidad del servicio como a la percepción de profesionalidad por parte de los clientes.

8.2. Estrategias de Mitigación de Riesgos

Una vez identificados los principales riesgos internos y externos, es necesario diseñar estrategias específicas que permitan reducir su impacto o, en la medida de lo posible, evitarlos. Para “Konekta RH S.L.” se plantean una serie de medidas de mitigación que acompañarán todo el proceso de puesta en marcha y consolidación de la empresa.

Para afrontar el riesgo interno relacionado con la falta de reconocimiento de marca, se pondrá en marcha una estrategia de comunicación sólida desde el inicio. La creación de una página web profesional, actualizada, junto con la presencia activa en redes sociales, permitirá aumentar la visibilidad y generar una primera impresión de profesionalidad y confianza. Además, se buscará la obtención de testimonios y reseñas de los primeros clientes satisfechos, que serán utilizadas como herramienta de credibilidad en las plataformas digitales para poco a poco ir aumentando nuestra bolsa de clientes. La constancia en la comunicación de los valores de la empresa, la transparencia en la oferta de servicios y la atención personalizada contribuirán progresivamente a construir una reputación sólida en el mercado.

Respecto a la posible sobrecarga de trabajo derivada de una estructura organizativa reducida, la estrategia consistirá en establecer una organización interna eficiente basada en la planificación de tareas, la priorización de actividades y el uso de herramientas digitales de gestión de proyectos. Además, se fomentará la formación continua para optimizar el desempeño de los miembros del equipo y, en caso de necesidad, se valorará la subcontratación de servicios puntuales o colaboradores externos para proyectos específicos, lo que permitirá mantener la calidad sin comprometer la operatividad.

Para minimizar el riesgo financiero asociado a la dependencia de pocos clientes, se implementará una estrategia de diversificación comercial desde las primeras fases del negocio. Esta estrategia incluirá acciones de captación activa, campañas específicas para distintos sectores económicos y la creación de paquetes de servicios adaptados a diferentes tamaños de empresa. El objetivo será construir una cartera de clientes amplia y equilibrada, de manera que la pérdida eventual de uno de ellos no afecte de manera crítica a la estabilidad de la empresa.

En cuanto a los riesgos externos, la diferenciación frente a la competencia será fundamental. Se trabajará en ofrecer un servicio altamente personalizado, flexible y orientado a las necesidades reales de cada cliente, destacando la atención cercana como valor diferencial. A nivel económico, se mantendrá una estructura de costes contenida y adaptable que permita ajustarse rápidamente ante posibles cambios en la demanda provocados por la situación económica general.

Y para mitigar los riesgos asociados a los cambios legislativos, se establecerá un protocolo de actualización constante basado en la revisión periódica de fuentes oficiales como el Ministerio de Trabajo, el Boletín Oficial del Estado y publicaciones especializadas en derecho laboral. Con estas estrategias, “Konekta RH S.L.” podrá anticiparse a los principales riesgos detectados, mejorar su capacidad de respuesta ante situaciones imprevistas y fortalecer su posición competitiva en el mercado de los servicios de recursos humanos.

9. Conclusiones

Para finalizar este Trabajo de Fin de Grado, el plan de empresa desarrollado ha sido el resultado de un proceso de análisis, reflexión y estructuración estratégica, orientado a valorar la viabilidad de un proyecto realista dentro del sector de los servicios de recursos humanos. A través del desarrollo de cada uno de los apartados, se ha podido fundamentar la oportunidad de negocio que representa “Konekta RH S.L.”, una consultora especializada en dar soporte a pequeñas y medianas empresas que carecen de recursos propios para gestionar adecuadamente su capital humano.

Para ello se ha llevado a cabo un análisis del sector y del entorno, valorando aspectos como la creciente tendencia de externalización en funciones laborales, la digitalización del asesoramiento y la sobrecarga estructural que muchas PYMEs enfrentan en su día a día. También se ha considerado el perfil del público objetivo, sus necesidades reales, y la forma en la que una propuesta como la planteada puede aportarles valor añadido mediante servicios accesibles, personalizados y eficientes. Del mismo modo, se ha elaborado un plan de marketing con estrategias centradas en la captación digital, así como un plan operativo donde se definen los recursos necesarios para iniciar la actividad, incluyendo herramientas tecnológicas de bajo coste, una organización funcional sencilla y una política de atención al cliente, basada en la cercanía. Además, se ha planteado un análisis de riesgos, identificando posibles amenazas internas y externas, y proponiendo medidas realistas para su mitigación.

Si bien no se ha incluido un desarrollo financiero completo, se ha trabajado el diseño de precios y la propuesta comercial desde un enfoque ajustado al perfil económico de las PYMEs, lo cual refuerza la viabilidad inicial del proyecto. El modelo planteado permite una puesta en marcha progresiva, sin necesidad de una gran inversión, y con posibilidad de crecimiento a medio plazo.

El trabajo ha permitido concluir que el proyecto “Konekta RH S.L.” representa una alternativa viable y necesaria para cubrir una demanda creciente dentro del tejido empresarial español. El desarrollo de este plan no solo ha servido para estructurar una idea de negocio coherente y aplicable, sino también para adquirir competencias clave en gestión, análisis estratégico y planificación empresarial. Si en el futuro se planteara poner en marcha esta iniciativa, los fundamentos desarrollados a lo largo del trabajo servirían como base sólida para su implementación real.

REFERENCIAS

Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Gestión de recursos humanos: Práctica y estrategia* (15^a ed.). McGraw-Hill.

Comisión Europea. (2020). *Recomendación 2003/361/CE sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas*. https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-definition_es

Google. (s.f.). *Herramientas de productividad*.
<https://workspace.google.com/intl/es/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2024). *Directorio Central de Empresas (DIRCE)*. <https://www.ine.es>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Dirección de marketing* (16^a ed.). Pearson.

Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E., & Hoy, F. (2020). *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento emprendedor*. Cengage Learning.

Meta for Business. (s.f.). *Herramientas para negocios*.
<https://business.facebook.com/>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (s.f.). *Guía para la creación de empresas*. <https://www.ipyme.org>

Ministerio de Trabajo y Economía Social. (2023). *Actualización normativa laboral*.
<https://www.mites.gob.es>

Observatorio de las Ocupaciones del SEPE. (2023). *Informe del mercado de trabajo estatal*. <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/observatorio.html>

Statista. (2024). *Empresas por tamaño en España*.
<https://es.statista.com/estadisticas/1107605/distribucion-por-tamano-de-las-empresas-en-espana/>

WordPress. (s.f.). *Herramienta de creación de páginas web*.
<https://wordpress.com/es/>

Canva. (s.f.). *Herramienta de diseño gráfico*. https://www.canva.com/es_es/