



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE UN PROYECTO EMPRESARIAL PLATINUM ONE

Junio, 2020

Alumno: Juan Alba Martínez

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Resumen.....	4
1.2. Abstract.....	5
1.3. La orientación y los valores de la empresa	6
1.4. Ventaja competitiva	7
1.5. Socios y empleados.....	7
1.6. Forma jurídica de la empresa	8
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	9
2.1. Análisis DAFO.....	12
3. ANÁLISIS DEL MERCADO	13
3.1. Identificación del campo de actividad.....	13
3.2. Identificación del mercado objetivo	14
3.3.1. Estimación inicial de la demanda	14
3.3.2. Ritmo de crecimiento	14
3.4. Análisis de la competencia	16
4. DISEÑO DE LA OFERTA.....	17
4.1. Determinación del tamaño	17
4.2. Equipamiento y maquinaria necesaria	17
4.3. Costes variables y costes fijos	21
4.4. Análisis y selección de la localización	22
4.5. Estructura Organizativa	23
4.5.1. Descripción y diseño de los puestos de trabajo.....	23
4.5.2. Determinación de los niveles jerárquicos y relación entre unidades.....	24
4.5.3. Gestión de los Recursos Humanos	24
5. PLAN DE MARKETING MIX.....	25
5.1. Producto.....	25
5.2. Precio.....	25
5.3. Distribución	26
5.4. Comunicación.....	26
6. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA	27
6.1. Viabilidad económica	27
6.2. Financiación del proyecto	28
6.3. Viabilidad financiera	29
6.4. Cuenta de resultados provisional	30
6.5. Cuadro de necesidades del capital circulante.....	30
6.6. Presupuesto de capital	31
6.7. Presupuesto de tesorería	32
6.8. Balance provisional.....	32
6.9. Ratios.....	33
7. CONCLUSIÓN	34

8. BIBLIOGRAFÍA	35
9. ANEXOS.....	36
9.1. Encuesta.....	36

1. INTRODUCCIÓN

1.1.Resumen

Hoy en día el movimiento en pro de la salud y del cuidado físico está teniendo una alta repercusión en gran parte de la población mundial. Vamos a aprovechar el auge de los gimnasios y los centros deportivos para arrancar Platinum One S.L., un centro deportivo situado en la ciudad de Jaén, cuyo objetivo es ofrecer un estándar de calidad superior al resto de gimnasios, contando para ello con la mejor maquinaria de gimnasio del mercado y un grupo cualificado de profesionales del sector.

Para ello, vamos a realizar un estudio completo de nuestra idea de negocio con el fin de analizar su viabilidad.

Comenzaremos analizando nuestro entorno y el mercado en el que vamos a operar, estudiando a nuestros competidores, así como a nuestros posibles clientes. Seguidamente diseñaremos nuestra oferta, contando con la inversión que tendremos que realizar para llevar a cabo el proyecto y se tendrá que realizar un plan de marketing con el cual intentaremos llegar al mayor número de personas.

Por último, analizaremos la viabilidad económica-financiera para tangibilizar nuestro negocio a través de las cifras que nos de este análisis y para tener una imagen de la situación de la empresa en el momento inicial y en el futuro.

Los resultados recopilados en este estudio, los reflejaremos en la parte final con una conclusión que será el final del estudio.

1.2.Abstract

Nowadays, the movement for health and physical fitness is having a high impact on a large part of the world population. We are going to take advantage of the rise of gyms and Sports centers to start Platinum One S.l., a sport center located in the city of Jaén, its aim is to offer a quality standard superior to other gyms, using for this purpose the best machines on the market and a qualified group of professionals in the sector.

For this purpose, a complete study of our business idea will be carried out in order to analyse its viability.

We will begin analysing our environment and the market in which we will operate, studying our competitors, as well as our potential clients. Then we will design our offer taking into account the investment that we will have to make to carry out the project. A marketing plan will also be made in order to reach the largest number of people.

Finally, we will analyse the economic-financial viability to make our business tangible through the data provided by this análisis and to have an image of the situation of the company at the present time and in the future.

1.3.La orientación y los valores de la empresa

Desde el punto de la dirección estratégica es muy importante definir una serie de conceptos básicos que nos van a servir para establecer la orientación de la empresa y para usarlos como guía de actuación. Estos objetivos son la visión, la misión y los valores.

En primer lugar, definiremos la visión. *‘La visión refleja la imagen mental de la trayectoria de la empresa en su funcionamiento. Hace referencia a la percepción actual de lo que será o debería ser la empresa en el futuro. Debe ser un sueño posible que merece el esfuerzo colectivo’* (Guerras y Navas, 2015). La visión de nuestra empresa es la de convertirnos en el centro deportivo líder en Jaén y en uno de los referentes centros de culturismo del territorio nacional.

‘La misión representa la identidad y personalidad de la empresa, en el momento actual y de cara al futuro, desde un punto de vista muy general. Su formulación debe recoger la razón de ser de la empresa y por la que se justifica su existencia’ (Guerras y Navas, 2015). En cuanto a la misión, nuestro propósito es que la gente conozca los beneficios de la realización de actividad física dentro de un gimnasio y enseñar los valores que representa y enseña la práctica del culturismo.

Los valores que nos van a representar a lo largo de la vida de nuestra empresa van a ser:

- Atención personalizada a cada cliente en función de sus objetivos y trato individual, no tratando al cliente como un número.
- Trabajo profesional supervisado en todo momento por los altos mandos.
- Calidad superior en todas y cada una de las maquinas que van a formar el centro y constante supervisión de su buen funcionamiento y estado.

1.4.Ventaja competitiva

‘El concepto de ventaja competitiva se entiende como cualquier característica de la empresa que la diferencia de otras colocándola en una posición relativa superior para competir.’ (Guerras y Navas, 2015).

Nuestra principal ventaja competitiva va a residir en el trato personalizado que va a recibir cada cliente, haciéndole sentir parte esencial del gimnasio y no un socio más. También el disponer de la mejor maquinaria del mercado es una gran ventaja, ya que cada día los usuarios de gimnasio exigen las ultimas tecnologías y nuevas formas de entrenar y de obtener el máximo rendimiento.

1.5.Socios y empleados

El equipo que va a realizar la actividad productiva de nuestro centro deportivo está constituido por:

- El socio y director del centro, es un graduado en Administración y Dirección de empresas, especializado en la gestión de empresas, es el que se va a encargar de dirigir el centro, de llevar la contabilidad y la fiscalidad, así como de realizar el plan de marketing.
- El recepcionista o encargado, será el que se ocupe de informar a los clientes de los servicios del centro y de tener toda la documentación ordenada para entregársela al director.
- El monitor, graduado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, es el encargado de mantener el orden en la sala y de controlar y ayudar a los clientes en cualquier ocasión que lo necesiten, así como de orientarlos en la realización de la actividad física y en la rehabilitación de las lesiones.
- El fisioterapeuta, doble graduado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte y Fisioterapia, va a ser el encargado de las sesiones de rehabilitación, así como de encargarse de la sala de entrenamiento en su horario.

1.6. Forma jurídica de la empresa

La estructura jurídica que mejor se adapta a nuestra empresa y además es la más común es una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.), cuyas características vamos a describir a continuación:

- Capital social mínimo de 3.000€ entre las diferentes participaciones de los socios que la conforman, siendo éstas iguales, indivisibles y acumulables.
- Los socios no tienen ningún tipo de responsabilidad personal sobre las deudas de la empresa, el único responsable será la propia empresa que hará frente a sus deudas con el capital que la conforma.
- Adquiere personalidad jurídica una vez está inscrita en el Registro Mercantil.
- Tener una administración mancomunada donde los administradores deben actuar conjuntamente para realizar cualquier acto.
- No hay número mínimo ni máximo de socios.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para formar una buena estrategia para nuestra empresa, deberemos realizar un análisis del entorno, tanto externo como interno de la empresa.

En primer lugar, analizaremos el entorno general, *‘que se refiere al medio externo que rodea a la empresa desde una perspectiva genérica, es decir, derivado del sistema socioeconómico en el que desarrolla su actividad’* (Guerras y Navas, 2015)

El objetivo es identificar los factores que afectan a la actuación de la empresa y el impacto que en ésta pueden tener. Para realizar un diagnóstico del entorno general de nuestra empresa, vamos a utilizar un modelo PESTEL, que consiste en crear una lista de variables, agrupándolas en una serie de dimensiones básicas y seguidamente, se trata de valorar el impacto de las variables sobre la actuación de la empresa, para así poder detectar las distintas oportunidades y amenazas que la empresa puede encontrarse. Las diferentes dimensiones que vamos a estudiar son las siguientes:

1. Dimensión político-legal:

- Estabilidad del gobierno: el ajustado resultado de las ultimas elecciones y el malestar de la gente por las medidas adoptadas para los autónomos y PYMES, hace que no sea uno de los mejores momentos para emprender en España, pero no es el único motivo para llevar a cabo nuestro proyecto empresarial.
- Política fiscal: gracias a varias subvenciones como ‘Incorpórate’ y ‘Empleo Jaén Rural’, entre otras, facilitadas por la diputación de Jaén, permiten que se pueda desarrollar una actividad emprendedora por jóvenes en la ciudad de Jaén.

2. Dimensión económica

- Tendencia del PIB: aunque se ha reducido la previsión de crecimiento para el año 2020, el PIB de España continúa creciendo, lo que quiere decir que la situación actual no es desfavorable por el momento, pero si continúa desacelerándose, puede llegar a ser una amenaza para nuestra empresa.

principales factores que influyen y condicionan la competencia vamos a utilizar el modelo de las cinco fuerzas de Porter:

1. Intensidad de la competencia: la industria de los centros deportivos en la ciudad de Jaén es bastante competitiva ya que existen más de 10 centros deportivos en toda la ciudad, incluyendo gimnasios convencionales, centros de alto rendimiento y centros de ‘personal training’.
2. Amenaza de nuevos competidores: las barreras de entrada a esta industria son bastante altas debido a la gran inversión inicial que supone la creación de un centro deportivo.
3. Amenaza de productos sustitutivos: el principal producto sustitutivo que puede ser una amenaza son los centros de ‘personal training’, ya que ofrecen un servicio más personalizado, aunque más caro y con menor disponibilidad de material.
4. Poder negociador de proveedores: hoy en día hay multitud de empresas de maquinaria de gimnasio que ofrecen una calidad similar, por lo que el poder negociador de estas no es relativamente importante.
5. Poder negociador de clientes: por esta parte el poder de los clientes es bastante alto, ya que disponen de bastantes centros deportivos en la ciudad que pueden satisfacer sus necesidades básicas.

Al realizar el análisis de las cinco fuerzas de Porter podemos observar que nos encontramos con una industria con una alta competitividad, aunque con unas altas barreras de entrada. Los productos sustitutivos no son muy preocupantes, pero los clientes tienen un alto poder de negociación debido a los numerosos centros que ya existen.

2.1. Análisis DAFO

Para reflejar de una manera sencilla y esquematizada las principales conclusiones de nuestro análisis estratégico, vamos a realizar una matriz DAFO, en la que vamos a recoger los puntos fuertes y débiles con los que contamos, así como las oportunidades y amenazas que podemos encontrarnos en el entorno de nuestra empresa.

DEBILIDADES	AMENAZAS
-Fuerte inversión inicial -Baja experiencia en la creación de empresas	-Desaceleración de la economía -Centros de ‘personal training’ -Clientes muy exigentes
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Maquinaria de gran calidad -Monitores especializados -Trato personalizado al cliente	-Auge de la salud y la actividad física

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. Identificación del campo de actividad

Uno de los elementos básicos de la estrategia corporativa es el campo de actividad de la empresa, es decir, el conjunto de productos y mercados en los que la empresa va a competir. La definición del campo de actividad puede hacerse utilizando el modelo de Abell a través de 3 dimensiones:

- Grupo de clientes a quienes se dirigen los productos o los bienes.
- Funciones que el producto o servicio cubre a los clientes, es decir, las necesidades que satisface.
- Tecnología empleada, la forma en que una necesidad es cubierta.

Siguiendo el modelo de Abell, vamos a identificar el campo de actividad de nuestra empresa:

- Grupo de clientes: nos dirigimos a personas mayores de 16 años que quieran mejorar su calidad de vida, así como, gente que necesita rehabilitación por lesión, accidente o por una discapacidad física.
- Funciones: las principales necesidades que vamos a satisfacer son la realización de actividad física y la rehabilitación.
- Tecnologías: las funciones las vamos a satisfacer a través de la sala de musculación, la sala de cardio y una sala de rehabilitación.

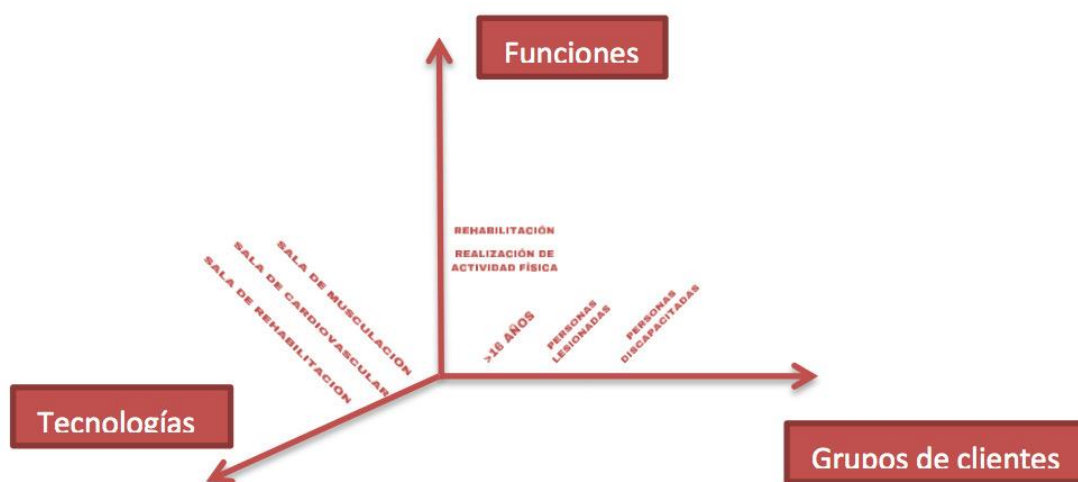


Imagen 2. Campo de actividad de Platinum One. Elaboración propia.

3.2. Identificación del mercado objetivo

Podemos definir el mercado objetivo como el conjunto de consumidores al que una organización se quiere dirigir y atender. En el caso de nuestra empresa, el mercado objetivo será la población de la ciudad de Jaén y alrededores, que se encuentren en un rango de edad de entre 16 y 70 años. Intentaremos atraer tanto a la gente que quiera un cambio físico por salud, como a aquellos que quieran desarrollar su máximo rendimiento físico a través del entrenamiento con las más novedosas técnicas de entrenamiento y las máquinas más sofisticadas.

3.3. Estimación de la demanda

3.3.1. Estimación inicial de la demanda

Para hacernos una idea de la demanda que podría tener nuestro centro deportivo se ha realizado una encuesta para conocer la opinión de los usuarios de otros gimnasios sobre la apertura de un nuevo centro deportivo equipado con la mejor maquinaria del mercado, con profesionales del sector y con una atención al cliente totalmente personalizada y cercana. Esta encuesta se puede observar en el punto 7. ANEXOS.

3.3.2. Ritmo de crecimiento

Analizando la previsión de ventas para el año actual y considerando un incremento del 7,5% anual en la facturación, observamos la siguiente previsión de ingresos por ventas en los siguientes dos años:

	2020	2021	2022
INGRESOS POR VENTAS	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €

Tabla 1. Ingresos por ventas de Platinum One para los años 2020, 2021 y 2022. Elaboración Propia.

PREVISIÓN DE VENTAS		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
	Socios	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Mensualidad	Precio	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	39,00 €	
	Total	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	3.900,00 €	46.800,00 €
	Socios	100			75			75			100			
Trimestre	Precio	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	99,00 €	
	Total	9.900,00 €	- €	- €	7.425,00 €	- €	- €	7.425,00 €	- €	- €	9.900,00 €	- €	- €	34.650,00 €
	Socios	50						25						
Semestre	Precio	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	180,00 €	
	Total	9.000,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	4.500,00 €	- €	- €	- €	- €	- €	13.500,00 €
	Socios	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Mensualidad matutina	Precio	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	
	Total	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	750,00 €	9.000,00 €
	Socios	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Mensualidad + Seguimiento	Precio	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	55,00 €	
	Total	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	1.650,00 €	19.800,00 €
	Socios	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
Entrenamiento Personal	Precio/Hora	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	
	Total	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	18.000,00 €
	Socios	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	
Sesión de rehabilitación	Precio/Hora	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	
	Total	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	450,00 €	5.400,00 €
TOTAL		27.150,00 €	8.250,00 €	8.250,00 €	15.675,00 €	8.250,00 €	8.250,00 €	20.175,00 €	8.250,00 €	8.250,00 €	18.150,00 €	8.250,00 €	8.250,00 €	147.150,00 €

Tabla 2. Previsión por ventas de Platinum One. Elaboración propia.

3.4. Análisis de la competencia

Para poder enfrentarnos a nuestros competidores e intentar posicionarnos por delante de ellos en el mercado deberemos analizar el entorno competitivo. En primer lugar, nos vamos a centrar en nuestros competidores directos, puesto que son la primera amenaza, pero también analizaremos a los competidores indirectos ya que también pueden quedarse con parte de nuestra demanda objetivo.

Inicialmente, los competidores directos con los que vamos a tener que luchar son The Mecca, Rockgym, Lizard gym, Arcadia, Infinity, La Victoria, Gimnasio Aquagym, GoldFit, Sparta Fitness y Gimnasio Radical.

Los líderes del mercado serían The Mecca, Rockgym y Lizard Gym, estos tres gimnasios se reparten los mayores porcentajes de la cuota del mercado. Ambos gimnasios han apostado por equipar sus gimnasios con maquinaria de alta calidad y cuotas competitivas que atraen a los clientes, pero la masificación de estos gimnasios debido a lo anterior ha hecho que la atención al cliente pierda calidad y esto es una característica que los clientes perciben como imprescindible.

Por otro lado, los competidores indirectos, que son los que intentan satisfacer la misma necesidad, nos encontramos con centros de entrenamiento personal individualizado o centros únicamente para mujeres, en la ciudad de Jaén están los centros Sano, Curves y el Gimnasio RED, el cual está especializado en clases colectivas y 'spinning'.

3.5. Estimación de la cuota de mercado

Para tener una previsión de la cuota de mercado que podríamos obtener en el mercado hemos realizado un estudio en los centros de nuestros principales competidores, el estudio ha consistido en coger a 100 clientes de cada centro a su salida y explicarles nuestro modelo de negocio y posteriormente preguntarles si estarían dispuestos a probar nuestro gimnasio. De las 300 personas seleccionadas, un 71,33% nos hicieron saber que estarían interesados en probar nuestras instalaciones.

	SEXO			
RANGO DE EDAD	MASCULINO	FEMENINO	TOTAL	%
16-25	63	29	92	30,67%
26-46	88	61	149	49,67%
>47	35	24	59	19,67%
TOTAL	186	114	300	
%	62%	38%		100%

Posteriormente, consultando la base de datos del Instituto Nacional de Estadística, hemos obtenido el dato de la población de Jaén que entraría dentro del rango de nuestro mercado objetivo, unas 93.835 personas. Cogiendo el 71,33% de nuestra población objetivo podemos decir que 66.935 personas estarían interesadas en probar nuestro centro deportivo.

4. DISEÑO DE LA OFERTA

4.1. Determinación del tamaño

El tamaño o dimensión de una empresa es un indicador de la cantidad de recursos que la empresa tiene a su disposición. Las variables utilizadas más asiduamente para la medida del tamaño son la cifra de negocios, el activo total y el número de empleados.

En nuestro caso, la empresa va a ser considerada como PYME, más concretamente como microempresa, ya que vamos a contar con un volumen de negocio por debajo de los 2 millones de euros anuales y contaremos con menos de 10 trabajadores en la organización.

4.2. Equipamiento y maquinaria necesaria



Ordenadores



Equipo de sonido







PERSONALIZACIÓN DE TABUILLAS.
PEOR PRESUPUESTO.





4.3.Costes variables y costes fijos

COSTES FIJOS DE PERSONAL				
PUESTO	Nº EMPLEADOS	SALARIO BASE	SEGURIDAD SOCIAL	TOTAL ANUAL
Gerente	1	1.155,99 €	346,80 €	18.033,44 €
Fisioterapeuta	1	1.027,54 €	307,23 €	18.686,84 €
Monitor de sala	1	931,21 €	278,43 €	16.934,99 €
Recepcionista	2	900,00 €	269,10 €	32.734,80 €
TOTAL				86.390,07 €

Cotización Gerente (Autónomo)	Total
Contingencias Comunes (28,3%)	327,15 €
Contingencias Profesionales (0,9%)	10,40 €
Cese de Actividad (0,7%)	8,09 €
Formación profesional (0,1%)	1,16 €
TOTAL	346,80 €

Cotización Fisioterapeuta	Empresa	Trabajador	Total
Contingencias Comunes (23,6%,4,7%)	242,50 €	48,29 €	290,79 €
Desempleo (5,5%,1,55%)	56,51 €	15,93 €	72,44 €
Fogasa (0,2%)	2,06 €		2,06 €
Formación profesional (0,6%,0,1%)	6,17 €	1,03 €	7,19 €
TOTAL	307,23 €	65,25 €	372,48 €

Cotización Monitor de sala	Empresa	Trabajador	Total
Contingencias Comunes (23,6%,4,7%)	219,77 €	43,77 €	263,53 €
Desempleo (5,5%,1,55%)	51,22 €	14,43 €	65,65 €
Fogasa (0,2%)	1,86 €		1,86 €
Formación profesional (0,6%,0,1%)	5,59 €	0,93 €	6,52 €
TOTAL	278,43 €	59,13 €	337,56 €

Cotización Recepcionista	Empresa	Trabajador	Total
Contingencias Comunes (23,6%,4,7%)	212,40 €	42,30 €	254,70 €
Desempleo (5,5%,1,55%)	49,50 €	13,95 €	63,45 €
Fogasa (0,2%)	1,80 €		1,80 €
Formación profesional (0,6%,0,1%)	5,40 €	0,90 €	6,30 €
TOTAL	269,10 €	57,15 €	326,25 €

COSTES FIJOS			
PROVEEDORES	CONCEPTO	COSTE MENSUAL	COSTE ANUAL
Rafael	Alquiler local	2.700 €	32.400 €
Cepsa Hogar	Luz y Gas	370 €	4.440 €
Vodafone	Teléfono e Internet	75 €	900 €
Aqualia	Agua	135 €	1.620 €
Allianz Seguros	Seguro	183 €	2.200 €
La Gozadera	Publicidad	45 €	540 €
TOTAL			42.100 €

Tabla 3 y 4. Costes fijos, de personal y cotizaciones a la Seguridad Social.

4.4. Análisis y selección de la localización

La elección de la localización es una variable con una considerable importancia, ya que puede hacer que el negocio tenga éxito o sea un fracaso. Por esto, hemos seleccionado una nave situada junto al recién inaugurado centro comercial Jaén Plaza, con este lugar nos aseguramos de que estamos en una zona comercial, con gran tránsito de personas y con gran visibilidad, puesto que está situado junto a las principales avenidas de Jaén y al lado de la Universidad de Jaén, dónde residen miles de estudiantes cada año. Además, el lugar dispone de un amplio aparcamiento tanto para coches como para motos y este es un factor que los clientes identifican como esencial. En la nave será necesaria una reforma para habilitar la zona de recepción.



Imagen 3. Localización Platinum One.

4.5. Estructura Organizativa

4.5.1. Descripción y diseño de los puestos de trabajo

Ahora vamos a describir y analizar los requisitos para los diferentes puestos de trabajo necesarios para llevar a cabo nuestra actividad. Los puestos son los siguientes:

- Director del centro / gerente
 - Competencias: Administración de negocios, nociones de contabilidad, gestión de finanzas, recursos humanos y marketing
 - Requisitos: Grado en Administración y Dirección de Empresas
 - Horario: Por la mañana de 8:00h a 14:00h
- Monitor
 - Competencias: programación de actividades e itinerarios deportivos, asesoramiento físico y nutricional, buena comunicación y capacitación para inculcar los valores del deporte y el esfuerzo
 - Requisitos: Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
 - Horario: Por la tarde de 16:00h a 23:00h
- Fisioterapeuta / monitor
 - Competencias: Comunicación efectiva y clara con los clientes, evaluación de resultados y ejecución y coordinación del plan de intervención de fisioterapia, así como las competencias del monitor descritas anteriormente
 - Requisitos: Grado en Fisioterapia y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
 - Horario: Por las mañanas de 8:00h a 16:00h
- Recepcionista
 - Competencias: Venta de cara al público, atención al cliente y dotes de organización
 - Requisitos: Experiencia previa recomendable en puestos similares de cara al público
 - Horario: Por la mañana de 8:00h a 16:00h y por la tarde de 16:00h a 23:00h

4.5.2. Determinación de los niveles jerárquicos y relación entre unidades

Nuestra empresa se configura mediante dos niveles jerárquicos:

- En el nivel más alto de la jerarquía se encuentra la dirección de la empresa con el gerente del negocio.
- Por debajo se encuentran los demás puestos con el fisioterapeuta, el monitor y los recepcionistas.

Los mecanismos de control que se van a seguir en nuestra organización son la supervisión directa y la adaptación mutua. El gerente a través de la supervisión directa le indicará al resto de trabajadores las pautas a seguir en el centro, y estos, mediante la adaptación mutua coordinarán su trabajo usando una comunicación informal, respetando las indicaciones que el gerente les ha explicado anteriormente.

4.5.3. Gestión de los Recursos Humanos

Una vez definidas las necesidades de personal para llevar a cabo nuestra actividad, vamos a ver las opciones que tenemos actualmente para el reclutamiento de personal, como pueden ser:

- Agencia pública de empleo SENA
- Agencia de colocación IMEFE Jaén
- Portales de empleo como LinkedIn o InfoJobs
- Redes sociales

A través de los portales arriba mencionados, recibiremos los currículos de los diversos candidatos y los compararemos con las competencias y requisitos que hemos solicitado para cada puesto, descartando a los que no cumplan estos requisitos y quedándonos con los que creamos que están más capacitados para desempeñar nuestros puestos.

Posteriormente, se citarán a los candidatos idóneos a una entrevista de selección con el gerente, que será el que, tras todas las entrevistas, finalmente elija a los que van a formar parte de nuestra empresa. Además, es conveniente guardar los currículos de los candidatos que han sido entrevistados, pero no seleccionados, ya que pueden ser útiles en un futuro o para posibles nuevos puestos que puedan surgir a lo largo de la vida de la empresa.

5. PLAN DE MARKETING MIX

El marketing mix es una estrategia centrada en los aspectos internos de las organizaciones y sirve para analizar algunos aspectos básicos de sus actividades. Es considerado un instrumento esencial debido a su simplicidad.

El marketing mix engloba, lo que en marketing se denominan las 4P's, que son producto, precio, distribución y comunicación (Product, Price, Place and Promotion). Para la correcta consecución de esta estrategia es necesario que haya una coherencia entre las variables y el mercado objetivo de la empresa.

A continuación, vamos a analizar estas cuatro variables atendiendo a nuestro negocio.

5.1. Producto

El producto, sea bien o servicio, se centra en satisfacer las necesidades de los consumidores y dentro de el se ubican aspectos relevantes como la imagen, la marca o los servicios postventa.

En nuestro caso, nuestro producto es ofrecer el servicio de unas instalaciones para la realización de actividades físicas tales como musculación o cualquier disciplina deportiva referente al levantamiento de pesas además de un servicio de entrenamiento personal y rehabilitación.

5.2. Precio

Las decisiones relacionadas con el precio son de vital importancia en la estrategia de marketing de cualquier organización, siendo la que mas decisiones suele generar ya que determina los beneficios y la supervivencia de la empresa. Vamos a establecer un nivel de precio acorde al servicio que ofrecemos y al entorno en el que nos encontramos.

Debido al entorno general no podemos establecer un precio demasiado alto, pero tampoco vamos a determinar un precio bajo, ya que no queremos que se nos identifique con un servicio de baja calidad.

5.3.Distribución

La distribución es el lugar desde el que se ofrece el producto a los clientes. La distribución debe posicionar y distribuir el producto en un lugar accesible para su público y clientes potenciales. En nuestro caso, la distribución se sitúa en la ubicación de nuestro centro deportivo, que es donde se van a llevar a cabo todos los servicios que vamos a ofrecer desde nuestra empresa.

5.4.Comunicación

La comunicación o promoción del producto estudia todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto o servicio y aumentar sus ventas en el público objetivo y potencial, como, por ejemplo, la publicidad y las relaciones públicas.

Mediante la publicidad lo que se trata de hacer es llegar al máximo número de clientes. Nuestra estrategia de publicidad consta de varias partes:

- Cuña publicitaria en una de las emisoras con más audiencia de Jaén como es ‘La Gozadera’
- Publicidad a través de las redes sociales más utilizadas como Instagram, Facebook y Twitter, dónde enseñaremos nuestro centro con gran detalle, informaremos de los servicios que se ofrecen y de las posibles ofertas que se puedan lanzar, manteniendo a los seguidores informados en todo momento para así hacerles sentir parte de la empresa
- Una publicidad visible con la colocación de carteles en espacios publicitarios por las zonas más transitadas de Jaén, especialmente en la zona universitaria que es donde más gente joven está instalada

6. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

6.1. Viabilidad económica

Para poner en marcha un negocio, lo primero que vamos a tener que analizar es si la inversión es rentable o no. Para esto vamos a tener que calcular el Valor Actual Neto, el Índice de Rentabilidad Neta y la Tasa Interna de Rentabilidad. A partir de esos datos podremos valorar si la inversión es rentable o por el contrario tendremos que abandonar la idea de negocio.

Inversión Inicial (2020)	119.954,58 €	Valor Residual (2022)	77.463,99 €
Instalaciones y/o reforma del local	14.000 €		9.800 €
Mobiliario	5.500 €		3.850 €
Equipos proceso información	2.800 €		700 €
Maquinaria y material actividades	93.000 €		59.520 €
Aplicaciones informáticas	170 €		2 €
Fianza del local	2.700 €		2.700 €
NAC	1.784,58 €		892,29 €

	2020	2021	2022
Ingresos por ventas	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €
Gasto de personal	86.390,07 €	86.390,07 €	86.390,07 €
Gastos fijos	42.100,00 €	42.100,00 €	42.100,00 €
Cash-Flow	18.659,93 €	29.696,18 €	41.560,15 €

Inversión	Q (2020)	Q (2021)	Q(2022)	
-	119.954,58 €	18.659,93 €	29.696,18 €	119.024,14 €
TIR		14%		
Rentabilidad Neta		8%		
VAN		24.102 €		

Tabla 5. Inversión inicial y viabilidad económica.

A continuación, vamos a explicar el resultado de los siguientes indicadores:

- El valor del Valor Actual Neto (VAN) es de 24.102€, lo que significa que la inversión es viable. Si su valor hubiera sido menor que 0, se debería rechazar la idea de negocio.
- Respecto a la Tasa de Rentabilidad Interna (TIR), es el tipo de interés que anula el VAN de la inversión realizada. Si el TIR está por encima de la tasa de actualización (K), como es nuestro caso, podemos aceptar la idea de inversión.

- Por último, la Rentabilidad Neta es la diferencia entre la Tasa de Rentabilidad Interna y la Tasa de Actualización (K), en nuestro estudio es de un 8%.

6.2. Financiación del proyecto

	2020	2021	2022
Capital Social			
Saldo Inicial	80.000,00 €	80.000,00 €	80.000,00 €
Dividendos	1.282,82 €	5.617,88 €	10.252,53 €
Amortización Financiera			80.000,00 €
Préstamo			
Saldo Inicial	39.954,58 €	27.167,43 €	13.856,39 €
Intereses	1.372,97 €	849,08 €	353,96 €
Amortización Financiera	12.787,15 €	13.311,04 €	13.856,39 €
Saldo Final	27.167,43 €	13.856,39 €	- €
Financiación	Flujo 1	Flujo 2	Flujo 3
	119.954,58 € -	15.442,94 € -	19.778,00 € - 104.462,88 €
Coste (K)	6%		

Tabla 6. Financiación del proyecto.

Para iniciar nuestro proyecto empresarial es necesario tener unas fuentes de financiación que respalden nuestra inversión inicial. Las fuentes de financiación que hemos elegido para arrancar son las siguientes:

- Un capital social compuesto por 80.000€, aportación que realiza el socio principal procedente de su patrimonio personal.
- Un préstamo con una entidad bancaria a largo plazo de 39.954,58€, amortizable en 3 años, con cuotas pagaderas mensualmente, con un tipo de interés mensual de 0.34%. A continuación, se muestra la información sobre el cálculo y la operativa del préstamo:

Periodo	Cuota	Saldo Inicial	Intereses	Amortización Financiera	Saldo final
0					39.954,58 €
1	1.180,01 €	39.954,58 €	133,92 €	1.046,09 €	38.908,49 €
2	1.180,01 €	38.908,49 €	130,41 €	1.049,60 €	37.858,89 €
3	1.180,01 €	37.858,89 €	126,89 €	1.053,12 €	36.805,77 €
4	1.180,01 €	36.805,77 €	123,36 €	1.056,65 €	35.749,12 €
5	1.180,01 €	35.749,12 €	119,82 €	1.060,19 €	34.688,93 €
6	1.180,01 €	34.688,93 €	116,27 €	1.063,74 €	33.625,19 €
7	1.180,01 €	33.625,19 €	112,70 €	1.067,31 €	32.557,88 €
8	1.180,01 €	32.557,88 €	109,12 €	1.070,89 €	31.486,99 €
9	1.180,01 €	31.486,99 €	105,53 €	1.074,48 €	30.412,52 €
10	1.180,01 €	30.412,52 €	101,93 €	1.078,08 €	29.334,44 €
11	1.180,01 €	29.334,44 €	98,32 €	1.081,69 €	28.252,75 €
12	1.180,01 €	28.252,75 €	94,69 €	1.085,32 €	27.167,43 €
13	1.180,01 €	27.167,43 €	91,06 €	1.088,95 €	26.078,48 €
14	1.180,01 €	26.078,48 €	87,41 €	1.092,60 €	24.985,88 €
15	1.180,01 €	24.985,88 €	83,74 €	1.096,27 €	23.889,61 €
16	1.180,01 €	23.889,61 €	80,07 €	1.099,94 €	22.789,67 €
17	1.180,01 €	22.789,67 €	76,38 €	1.103,63 €	21.686,05 €
18	1.180,01 €	21.686,05 €	72,68 €	1.107,33 €	20.578,72 €
19	1.180,01 €	20.578,72 €	68,97 €	1.111,04 €	19.467,68 €
20	1.180,01 €	19.467,68 €	65,25 €	1.114,76 €	18.352,92 €
21	1.180,01 €	18.352,92 €	61,51 €	1.118,50 €	17.234,43 €
22	1.180,01 €	17.234,43 €	57,76 €	1.122,25 €	16.112,18 €
23	1.180,01 €	16.112,18 €	54,00 €	1.126,01 €	14.986,17 €
24	1.180,01 €	14.986,17 €	50,23 €	1.129,78 €	13.856,39 €
25	1.180,01 €	13.856,39 €	46,44 €	1.133,57 €	12.722,83 €
26	1.180,01 €	12.722,83 €	42,64 €	1.137,37 €	11.585,46 €
27	1.180,01 €	11.585,46 €	38,83 €	1.141,18 €	10.444,28 €
28	1.180,01 €	10.444,28 €	35,01 €	1.145,00 €	9.299,28 €
29	1.180,01 €	9.299,28 €	31,17 €	1.148,84 €	8.150,43 €
30	1.180,01 €	8.150,43 €	27,32 €	1.152,69 €	6.997,74 €
31	1.180,01 €	6.997,74 €	23,45 €	1.156,56 €	5.841,19 €
32	1.180,01 €	5.841,19 €	19,58 €	1.160,43 €	4.680,75 €
33	1.180,01 €	4.680,75 €	15,69 €	1.164,32 €	3.516,43 €
34	1.180,01 €	3.516,43 €	11,79 €	1.168,22 €	2.348,21 €
35	1.180,01 €	2.348,21 €	7,87 €	1.172,14 €	1.176,07 €
36	1.180,01 €	1.176,07 €	3,94 €	1.176,07 € -	0,00 €

Tabla 7. Préstamo concedido a Platinum One S.L.

6.3.Viabilidad financiera

A través de unos determinados estados financieros, vamos a analizar la viabilidad financiera del proyecto que estamos estudiando. Vamos a poder realizar una planificación para conocer la situación económica y financiera de la empresa en un periodo determinado, el cual va a tener una duración de 3 años.

Los estados financieros a estudiar son los siguientes:

- Cuenta de resultados provisional
- Cuadro de necesidades de capital circulante
- Presupuesto de capital
- Presupuesto de tesorería
- Balance provisional

6.4.Cuenta de resultados provisional

RESULTADOS PROVISIONALES			
	2020	2021	2022
Ingresos por ventas	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €
Gastos de explotación	-128.490,07 €	-128.490,07 €	-128.490,07 €
Amortización Técnica	-13.866,10 €	-13.866,10 €	-13.866,10 €
BAIT	4.793,83 €	15.830,08 €	27.694,05 €
Intereses Préstamo	1.372,97 €	849,08 €	353,96 €
BAT	3.420,86 €	14.981,00 €	27.340,09 €
Impuestos (25%)	855,22 €	3.745,25 €	6.835,02 €
Beneficio Neto	2.565,65 €	11.235,75 €	20.505,07 €
Dividendos	1.282,82 €	5.617,88 €	10.252,53 €
Reservas	1.282,82 €	5.617,88 €	10.252,53 €
Autofinanciación	15.148,92 €	19.483,98 €	24.118,63 €

Previsión de ingresos	2020	2021	2022
Ingresos por ventas	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €

Previsión de gastos	2020	2021	2022
Gasto de personal	86.390,07 €	86.390,07 €	86.390,07 €
Gastos fijos	42.100,00 €	42.100,00 €	42.100,00 €
Total	128.490,07 €	128.490,07 €	128.490,07 €

Tabla 8. Cuadro de resultados provisionales.

Observando la tabla correspondiente a los resultados provisionales, la empresa obtiene beneficios en todos los periodos estudiados. En el año 2020 vemos que el beneficio no es muy alto, pero es significativo, aumentando considerablemente su importe en los años posteriores, lo que indica un buen asentamiento de la empresa en el mercado.

En la tabla también se refleja la política de reservas y dividendos que la empresa ha llevado a cabo. Es una política en la que se reparten a partes iguales los dividendos y las reservas.

6.5.Cuadro de necesidades del capital circulante

Clientes			
	2020	2021	2022
Saldo Inicial	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ventas	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €
Cobros	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €
Saldo Final	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Acreedores			
	2020	2021	2022
Saldo Inicial	0,00 €	1.754,17 €	1.754,17 €
Costes	42.100,00 €	42.100,00 €	42.100,00 €
Pagos	40.345,83 €	42.100,00 €	42.100,00 €
Saldo Final	1.754,17 €	1.754,17 €	1.754,17 €

CUADRO DE NECESIDADES DE CAPITAL CIRULANTE			
	2020	2021	2022
Tesorería objetivo	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Total Activo Corriente	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Acreeedores	1.754,17 €	1.754,17 €	1.754,17 €
Impuestos a pagar	855,22 €	3.745,25 €	6.835,02 €
Dividendos a pagar	1.282,82 €	5.617,88 €	10.252,53 €
Total Pasivo Corriente	3.892,20 €	11.117,29 €	18.841,72 €
N.N.C.C.	-2.392,20 €	-9.617,29 €	-17.341,72 €
N.N.C.C. Acumulado	-2.392,20 €	-12.009,50 €	-29.351,22 €

Tabla 9. Cuadro de necesidades de capital circulante.

Las políticas de cobros y pagos que sigue nuestra empresa son las siguientes:

- La política de cobros a clientes, debido a las características que tiene nuestro negocio es en efectivo y con posibilidad de domiciliar los pagos a través del banco.
- La política de pagos que seguiremos con nuestros acreedores será en un plazo de 15 días.

En el cuadro se observa que el total de activo corriente no va a variar de un año a otro, manteniendo la tesorería objetivo en 1.500,00€.

En el caso del pasivo corriente, se observa un incremento cada año debido al aumento de los importes de los impuestos y los dividendos de cada periodo.

6.6.Presupuesto de capital

PRESUPUESTO DE CAPITAL			
	2020	2021	2022
Inversión realizada	119.954,58 €	0,00 €	0,00 €
N.N.C.C.	-2.392,20 €	-9.617,29 €	-17.341,72 €
Amortización Financiera Prestamo	12.787,15 €	13.311,04 €	13.856,39 €
Total Empleos	130.349,53 €	3.693,75 €	-3.485,33 €
Ampliación Capital	80.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Prestamo I/p	39.954,58 €	0,00 €	0,00 €
Autofinanciación	15.148,92 €	19.483,98 €	24.118,63 €
Total Recursos	135.103,51 €	19.483,98 €	24.118,63 €
Superávit / Déficit	4.753,98 €	15.790,23 €	27.603,97 €
Superávit / Déficit Acumulado	4.753,98 €	20.544,20 €	48.148,17 €

Tabla 10. Cuadro del presupuesto de capital.

En este cuadro se encuentran los empleos y los recursos del proyecto. En la parte superior se encuentran los empleos, que están compuestos por la inversión inicial realizada en el inicio de la actividad, las necesidades de capital circulante y la amortización financiera del préstamo solicitado.

Por otro lado, se encuentran los recursos que hemos necesitado, tenemos el capital aportado por el socio principal, la cantidad total del préstamo solicitado y la cantidad destinada a la autofinanciación de la empresa en cada ejercicio.

Por último, se observa un superávit en todos los años, que prácticamente triplica su cuantía en cada año que se va avanzando.

6.7.Presupuesto de tesorería

PRESUPUESTO DE TESORERIA			
	2020	2021	2022
Cobro de clientes	147.150,00 €	158.186,25 €	170.050,22 €
Pago de mano de obra	-86.390,07 €	-86.390,07 €	-86.390,07 €
Pago a acreedores	-40.345,83 €	-42.100,00 €	-42.100,00 €
Tesorería de explotación	20.414,10 €	29.696,18 €	41.560,15 €
Cobro de capital	80.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro de prestamo l/p	39.954,58 €	0,00 €	0,00 €
Amort. Financiera prestamo	-12.787,15 €	-13.311,04 €	-13.856,39 €
Pago Inversión	-119.954,58 €	0,00 €	0,00 €
Tesorería operaciones de capital	-12.787,15 €	-13.311,04 €	-13.856,39 €
Pago intereses de prestamo	-1.372,97 €	-849,08 €	-353,96 €
Pago de dividendos	0,00 €	-1.282,82 €	-5.617,88 €
Tesorería de coste de capital	-1.372,97 €	-2.131,90 €	-5.971,83 €
Pago de impuestos	0,00 €	-855,22 €	-3.745,25 €
Tesorería de operaciones corrientes	0,00 €	-855,22 €	-3.745,25 €
Tesorería neta	6.253,98 €	13.398,02 €	17.986,67 €
Tesorería neta acumulada	6.253,98 €	19.652,00 €	37.638,67 €
Tesorería objetivo	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Superávit / Déficit de tesorería	4.753,98 €	18.152,00 €	36.138,67 €

Tabla 11. Cuadro de presupuesto de tesorería.

En este cuadro observamos el desglose de los pagos y cobros realizados en nuestra actividad empresarial. Dentro de los pagos destacan los pagos a los empleados y a los acreedores, así como el pago de los intereses del préstamo. En los cobros podemos destacar el cobro de los clientes por nuestro servicio, el cobro del capital y el cobro del préstamo recibido.

El pago de impuestos y dividendos generados en cada ejercicio se pagarán en el año posterior al que han sido generados.

6.8.Balance provisional

BALANCE PROVISIONAL				
	2020 (0)	2020	2021	2022
Inmovilizaciones materiales	115.300,00 €	115.300,00 €	115.300,00 €	115.300,00 €
Inmovilizaciones inmateriales	170,00 €	170,00 €	170,00 €	170,00 €
Inmovilizaciones financieras	2.700,00 €	2.700,00 €	2.700,00 €	2.700,00 €
Amortización acumulada del inmovilizado		-13.866,10 €	-27.732,20 €	-41.598,30 €
Activo No Corriente	118.170,00 €	104.303,90 €	90.437,80 €	76.571,70 €
NAC	1.784,58 €	1.784,58 €	1.784,58 €	1.784,58 €
Tesorería		6.253,98 €	19.652,00 €	37.638,67 €
Activo Corriente	1.784,58 €	8.038,56 €	21.436,58 €	39.423,26 €
TOTAL ACTIVO	119.954,58 €	112.342,46 €	111.874,38 €	115.994,96 €
Capital social	80.000,00 €	80.000,00 €	80.000,00 €	80.000,00 €
Reservas		1.282,82 €	6.900,70 €	17.153,23 €
Patrimonio Neto	80.000,00 €	81.282,82 €	86.900,70 €	97.153,23 €
Deudas a largo plazo con entidades de crédito	27.167,43 €	13.856,39 €	0,00 €	0,00 €
Pasivo No Corriente	27.167,43 €	13.856,39 €	0,00 €	0,00 €
Prestamo a corto plazo de entidades de credito	12.787,15 €	13.311,04 €	13.856,39 €	0,00 €
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		1.754,17 €	1.754,17 €	1.754,17 €
Dividendo activo a pagar		1.282,82 €	5.617,88 €	10.252,53 €
HªPª Acreedora por impuesto sobre sociedades		855,22 €	3.745,25 €	6.835,02 €
Pasivo Corriente	12.787,15 €	17.203,24 €	24.973,69 €	18.841,72 €
TOTAL PN + PASIVO	119.954,58 €	112.342,46 €	111.874,38 €	115.994,96 €

Tabla 12. Balance provisional.

Mediante el balance provisional podemos observar la situación de nuestra empresa en un determinado momento a través de las masas patrimoniales que aparecen en él.

6.9.Ratios

Para llevar un control del plan financiero de una empresa y anticipar posibles problemas que se puedan presentar, vamos a estudiar los diferentes ratios de los que disponemos. Los ratios nos muestran la evolución de determinados parámetros en el tiempo y pueden servir como elemento comparativo con otras empresas competidoras.

RENTABILIDAD ECONÓMICA			
	2020	2021	2022
BAIT	4.793,83 €	15.830,08 €	27.694,05 €
Activo Total	112.342,46 €	111.874,38 €	115.994,96 €
Rentabilidad Económica	4,27%	14,15%	23,88%

Tabla 13. Ratio Rentabilidad económica

El ratio de rentabilidad económica trata de conocer la rentabilidad que se ha generado mediante la inversión de la empresa, sin tener en cuenta la financiación ni los gastos ocasionados por la financiación ajena. Cuanto mayor sea el ratio, la inversión se estará aprovechando mejor. Como podemos observar en 2020, de cada 100€ invertidos, obtenemos un beneficio antes de impuestos de 4,27€, aumentando este valor hasta los 14,15€ y 23,88€ en los posteriores años respectivamente.

RENTABILIDAD FINANCIERA			
	2020	2021	2022
Beneficio Neto	2.565,65 €	11.235,75 €	20.505,07 €
Recursos Propios	81.282,82 €	86.900,70 €	97.153,23 €
Rentabilidad Financiera	3,16%	12,93%	21,11%

Tabla 14. Ratio Rentabilidad financiera.

El ratio de rentabilidad financiera mide la rentabilidad que obtienen los propietarios de la empresa, cuanto mas elevado sea este ratio, mejor para los propietarios. En nuestro caso en el 2020, observamos que de cada 100€ aportados por los socios de la empresa, se obtienen 3,16€ de beneficio neto. Los siguientes ejercicios se interpretan de la misma manera.

RATIO ENDEUDAMIENTO			
	2020	2021	2022
Pasivo	31.059,64 €	24.973,69 €	18.841,72 €
Patrimonio Neto + Pasivo	112.342,46 €	111.874,38 €	115.994,96 €
Endeudamiento	0,28	0,22	0,16

Tabla 15. Ratio endeudamiento.

El ratio de endeudamiento refleja la proporción de financiación ajena por cada euro de financiación propia. Así podremos saber si las deudas de la entidad es el adecuado para la cuantía de los fondos propios que la empresa tiene. En la tabla se muestra que en el

año 2020 por cada 28€ de financiación ajena, la empresa posee 100€ de financiación propia.

RATIO DE GARANTÍA			
	2020	2021	2022
Activo Total	112.342,46 €	111.874,38 €	115.994,96 €
Pasivo Total	31.059,64 €	24.973,69 €	18.841,72 €
Garantía	3,62	4,48	6,16

Tabla 16. Ratio Garantía.

El ratio de garantía nos indica lo cerca o lejos que está nuestro negocio de la quiebra a través del Activo total y el Pasivo total. Trata de ver como responde la empresa con las obligaciones que tiene contraídas. En nuestro caso, en todos los años nos ha salido superior a 2.5, lo que nos advierte de posibles problemas futuros con las finanzas y puede que no estemos recurriendo a la financiación externa todo lo que deberíamos.

RATIO DISPONIBILIDAD INMEDIATA			
	2020	2021	2022
Activo Corriente	8.038,56 €	21.436,58 €	39.423,26 €
Pasivo Corriente	17.203,24 €	24.973,69 €	18.841,72 €
Garantía	0,47	0,86	2,09

Tabla 17. Ratio Disponibilidad Inmediata.

El ratio de disponibilidad inmediata expresa la capacidad inmediata que tiene la empresa para hacerse cargo de sus deudas más próximas. El valor recomendable es alrededor de 0.3, como podemos ver, en todos los ejercicios estudiados se sobre pasa este valor, lo que significa que la empresa tiene efectivo de sobra para hacer frente a las deudas.

7. CONCLUSIÓN

Según el estudio que hemos realizado en profundidad sobre nuestro proyecto, podemos concluir que es un negocio viable y con posibilidades de éxito.

Como hemos reflejado en el trabajo, nuestra empresa va a consistir en un centro deportivo de alto rendimiento sustentado por un trato personalizado al cliente y ofreciendo una calidad de maquinaria y de trabajo superior al resto de competidores, intentando establecernos como un gimnasio referente en la ciudad de Jaén y de toda la provincia. Aprovecharemos las estrategias de masificación seguidas por nuestros competidores para diferenciarnos y que los clientes perciban nuestro centro con el estándar de calidad que queremos ofrecer.

Otros aspectos claves en el éxito de nuestro negocio son la localización de nuestro gimnasio y las estrategias de marketing y publicidad seguidas, para llegar con éxito a nuestro público objetivo, que es son unos clientes que quieren sacar su máximo potencial entrenando y exigentes con sus resultados.

Además, a través del análisis económico- financiero, los datos arrojados nos muestran una viabilidad del negocio buena, siendo estos confirmados mediante los datos obtenidos con el estudio de los ratios financieros.

8. BIBLIOGRAFÍA

[LIBRO] De la Calle Durán, M^a.C., Ortiz de Urbina Criado, M. (2014), Fundamentos de Recursos Humanos, 2^a edición, Madrid, Editorial Pearson.

[LIBRO] Durban Oliva, S. (2008), Dirección Financiera, Madrid, Editorial McGraw-Hill.

[LIBRO] Guerras Martín, L. (2015), La Dirección Estratégica de la Empresa, 5^a edición, Navarra, Editorial Civitas.

[LIBRO] Lambin, J.J., Dirección de Marketing, Madrid, Editorial McGraw-Hill.

[LIBRO] Partal, A., Moreno, F., Cano, M., Gómez, P., (2013), Introducción a las Finanzas Empresariales, 2^a edición, Madrid, Editorial Piramide.

[LIBRO] García Martín, V., (2009), Viabilidad financiera de la empresa de negocios, Valencia, Editorial Tirant lo Blanch.

[WEB] Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.es/>

[WEB] Instituto de Crédito Oficial: <https://www.ico.es/>

[WEB] Centro de Información y Red de Creación de Empresas: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/Paginas/Emprendedor.aspx>

[WEB] Seguridad Social: http://www.seg-social.es/Internet_1/index.htm

[WEB] Agencia Tributaria:
https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/_Segmentos_/Empresas_y_profesionales/Empresas/Impuesto_sobre_Sociedades/Periodos_impositivos_a_partir_de_1_1_2015/Base_imponible/Amortizacion/Tabla_de_coeficientes_de_amortizacion_lineal_.s.html

[WEB] Bases y Tipos de Cotización 2019 de la Seguridad Social: <http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537>

9. ANEXOS

9.1. Encuesta

Con la realización de esta encuesta nos dirigimos a usted para realizar un estudio sobre la importancia que tiene la realización de actividad física en centros deportivos en la ciudad de Jaén. A continuación, le voy a realizar una serie de preguntas que me gustaría que contestara con la mayor veracidad posible.

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física, ya sea al aire libre o en un centro especializado?

- ☐ 1 o 2 días a la semana
- ☐ Entre 3 y 5 días a la semana
- ☐ Más de 5 días a la semana

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física en un centro deportivo como puede ser un gimnasio?

- ☐ Menos de 2 días a la semana
- ☐ Entre 3 y 5 días a la semana
- ☐ Más de 5 días a la semana

Pregunta 3. ¿Está satisfecho con el servicio que le ofrece su centro deportivo en la actualidad?

- ☐ Sí
- ☐ No

Pregunta 4. En el caso de que se abriera otro centro deportivo en Jaén, ¿iría a visitarlo y probarlo?

- ☐ Sí, iría a probar un día
- ☐ No, estoy satisfecho con mi centro deportivo

Pregunta 5. Cuando viene al gimnasio, ¿está dirigido su entrenamiento por un profesional o por usted mismo?

- ☐ Realizo mi entrenamiento por mí mismo
- ☐ Me dirige el entrenamiento un entrenador personal, de manera libre
- ☐ Mi entrenamiento lo dirige un entrenador personal durante la sesión

Pregunta 6. En caso de realizar el entrenamiento por sí mismo, ¿estaría interesado en contratar los servicios de un entrenador personal, que le dirija la sesión de entrenamiento en el gimnasio?

- ☐ Sí, estaría interesado
- ☐ No

Pregunta 7. Indique su lugar de residencia:

Pregunta 8. Indique su sexo y edad

Sexo / Edad	16-25 años	26-46 años	>47 años
Masculino			
Femenino			