



Universidad de Jaén  
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

ANÁLISIS ECONÓMICO-  
FINANCIERO DE UN PROYECTO  
EMPRESARIAL

**Alumno: M<sup>a</sup> Emilia Liébana García**

Mayo, 2016

## Contenido

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas .....	1
1 RESUMEN EJECUTIVO. ....	7
2 ABSTRACT . ....	8
3 LA IDEA EMPRESARIAL.....	9
3.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO. ....	9
3.2 ANÁLISIS DAFO. ....	11
3.2.1 ENTORNO GENERAL O MACRO ENTORNO.....	11
3.2.2 ENTORNO ESPECÍFICO O MICROENTORNO. ....	15
4 PLAN ESTRATEGICO. ....	19
4.1 OBJETIVOS. ....	19
4.2 ESTUDIO DE MERCADO. ....	19
4.2.1 ENCUESTA. ....	19
4.2.2 RESPUESTAS OBTENIDAS.....	21
4.2.3 CONCLUSIONES. ....	25
5 PLAN DE MARKETING .....	27
5.1 OBJETIVOS. ....	27
5.2 LOGOTIPO Y NOMBRE DEL GIMNASIO.....	27
5.3 POLITICA DE PRODUCTO/SERVICIO.....	27
5.3.1 Spinning.....	28
5.3.2 Aerobic/ tonificación .....	28
5.3.3 Pilates/Yoga.....	28
5.3.4 Bailes .....	29
5.3.5 Artes marciales .....	29
5.3.6 Musculación .....	29
5.3.7 Atención personalizada.....	29
5.4 POLÍTICA DE PRECIO.....	29

5.5	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN. ....	30
5.6	POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.....	31
6	PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES. ....	32
6.1	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	32
6.2	PLAN DE INVERSIÓN Y PROVEEDORES.....	34
6.3	PLAN DE FINANCIACIÓN.....	37
	PLAN DE RECURSOS HUMANOS. ....	39
6.4	PERSONAL DE LA EMPRESA Y DISEÑO ORGANIZATIVO.....	39
7	PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.....	42
7.1	CUENTA DE RESULTADOS. ....	42
7.2	VAN Y TIR. ....	45
7.3	NUEVAS NECESIDADES DE CAPITAL CIRCULANTE .....	46
7.4	PRESUPUESTO DE CAPITAL.....	47
7.5	CUADRO DE TESORERIA .....	48
7.6	BALANCE: .....	48
7.7	RATIOS:.....	49
7.8	FONDO DE MANIOBRA.....	50
8	ESTRUCTURA LEGAL.....	51
8.1	FORMA JURIDICA DE LA EMPRESA.....	51
8.2	TRÁMITES .....	52
8.3	MODELOS NECESARIOS. ....	53
9	BIBLIOGRAFÍA:.....	54
10	ANEXOS.....	56
10.1	ANEXO I.....	56

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1: Evolución de la tasa de desempleo en España .....	12
Ilustración 2: Tasa de mortalidad cardiovascular en España, por grupos de edad específicos. ....	13
Ilustración 3: Pirámide poblacional de España (2015).....	14
Ilustración 4: Evolución del número de participantes en la carrera San Silvestre de Madrid .....	15
Ilustración 5: Logotipo .....	27
Ilustración 6: Prototipo de tarjetas de visita .....	30
Ilustración 7: Ubicación de las localidades de Rus y Canen .....	32
Ilustración 8 Polígono municipal de Rus y localización del gimnasio.....	33
Ilustración 9:Establecimiento para el gimnasio, Lateral .....	33
Ilustración 10: Establecimiento para el gimnasio, Frente.....	33
Ilustración 11: Plano de la planta baja del gimnasio .....	34
Ilustración 12: Plano de la primera planta del gimnasio .....	34
Ilustración 13: Proceso de actualización de los flujos de caja.....	45

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Principales problemas del sector .....	10
Gráfico 2: Oportunidad de negocio .....	11
Gráfico 3: Evolución del crecimiento interanual de la población de España por semestres (2011-2015) .....	14
Gráfico 4: Perfil estratégico.....	17
Gráfico 5: Resultados de la pregunta 1 .....	22
Gráfico 6: Resultados de la pregunta 2.....	22
Gráfico 7: Resultados de la pregunta 3.....	22
Gráfico 8: Resultados de la pregunta 4.....	23
Gráfico 9: Resultados de la pregunta 5.....	23
Gráfico 10: Resultados de la pregunta 6.....	23
Gráfico 11: Resultados de la pregunta 7.....	24
Gráfico 12: Resultados de la pregunta 8.....	24
Gráfico 13: Resultados de la pregunta 9.....	25
Gráfico 14: Resultados de la pregunta 10.....	25
Gráfico 15: Organigrama de la empresa.....	41
Gráfico 16: Fondo de maniobra.....	50

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución del número de participantes en la carrera San Silvestre de Madrid	16
Tabla 2: Población de Canena (Jaén) año 2015	16
Tabla 3: Matriz DAFO	18
Tabla 4: Horario	28
Tabla 5: Precios de las actividades	29
Tabla 6: Previsión de gastos en publicidad	31
Tabla 7: Material necesario	35
Tabla 8: Dotación anual de amortización (€)	36
Tabla 9: Amortización acumulada	37
Tabla 10: Cuadro de amortización del préstamo (€)	38
Tabla 11: Previsión de ingresos del gimnasio para el año 2017 afiliación de socios (€)	42
Tabla 12: Previsión de ingresos del gimnasio para el año 2017 máquina vending (€)	43
Tabla 13: Variación mensual de ingresos para el año 2017	43
Tabla 14: Gastos	44
Tabla 15: Cuenta de Resultados (€)	45
Tabla 16: Flujos de efectivo (€)	46
Tabla 17: Coste de Pasivo	46
Tabla 18: VAN y TIR	46
Tabla 19: Nuevas Necesidades de Capital Circulante (€)	47
Tabla 20: Presupuesto de Capital (€)	47
Tabla 21: Presupuesto de tesorería (€)	48
Tabla 22: Balance (€)	49
Tabla 23: Ratios	49
Tabla 24: Fondo de maniobra (€)	50
Tabla 25: Características del empresario individual o autónomo	51
Tabla 26: Modelos trimestrales a presentar	53
Tabla 27: Modelos anuales a presentar	53
Tabla 28: Tabla de salarios según convenio	56

## **1 RESUMEN EJECUTIVO.**

El plan de negocio que se presenta a continuación trata de un proyecto para la creación y promoción de un gimnasio en la localidad jiennense de Rus, el cual se ha desarrollado con la finalidad de cubrir las necesidades de un nicho de mercado demandante de los servicios para los que se ha desarrollado, ya que en dicha localidad existe un único gimnasio, el cual solo se destina a actividades de musculación, por lo que no incluye en su oferta las disciplinas y actividades que se han propuesto en este proyecto empresarial. Este proyecto será llevado a cabo por una única promotora y creadora del proyecto.

El segmento objetivo de este gimnasio serán especialmente mujeres, para lo que se han propuesto diversas actividades y disciplinas que pueden interesarles, aunque también se impartirán actividades para todo tipo de público, incluso para niños. La situación del gimnasio será estratégica, ya que se encuentra en la periferia del pueblo, pudiendo abarcar así público de la localidad más próxima.

La competencia más cercana a la que hace frente es el único gimnasio que existe en la actualidad en la localidad, destinado principalmente al sector masculino. Por ese motivo, el sector femenino de la localidad presenta una necesidad insatisfecha que, a día de hoy, no ha sido aun cubierta. Por otro lado también se incluirán actividades para niños, ya que recientemente se ha eliminado las actividades futbolísticas que se impartían en el pueblo.

Para la realización del estudio de mercado se recurrió a realizar una encuesta a los vecinos y vecinas de la localidad para conocer su opinión acerca de un nuevo local que ofreciera los servicios que más adelante se detallarán. Así, se pudo realizar una aproximación acerca de la factibilidad del proyecto y de cuál sería el público objetivo. A continuación se pudo realizar un plan de marketing completo y adecuado a las características del negocio.

La inversión inicial para la realización del proyecto será financiada, una parte por un préstamo bancario, y otra parte por la única inversora del proyecto. El análisis financiero del proyecto demuestra que este proyecto es viable para su ejecución.

Palabras clave: Análisis, Promoción, Creación, Gimnasio.

## **2 ABTRACT.**

This project will focus on the creation and promotion of a gym in the village of Rus, Jaén. Through the work we can analyze / observe the different / several plans which have been carried out to analyze the viability of the project. It has been developed in order to meet the needs of a market sector which demands the services offered by this company, because in this town there is not any company with these characteristics or services. This business idea will be done by an only person who will create and develop it.

Keywords: Proyect, gym, promotion.

### **3 LA IDEA EMPRESARIAL.**

Hoy en día, la preocupación por el estado de salud está muy presente en las vidas de los ciudadanos debido a la cantidad de enfermedades que han ido experimentando una evolución en los últimos años. Por eso, el cuidado de la salud y del cuerpo se ha vuelto de vital importancia para la mayoría de la población.

A eso se le puede unir el deseo de poseer un cuerpo acorde con estereotipos actuales que vemos cada día en las redes sociales o los medios de comunicación.

Ya desde la época de la Antigua Grecia el culto al cuerpo era una actividad muy importante, ya que así era como se entrenaban los deportistas y luchadores, los cuales eran adorados por el resto de la población.

Hasta hace algunos años, los gimnasios estaban prácticamente enfocados a la musculación y a aumentar la resistencia de la persona. Más tarde, con la finalidad de atraer al sexo femenino se crearon distintas actividades que, acompañadas de música, permiten realizar ejercicio de manera agradable y fácil. Al realizar ejercicio, el ser humano produce unas sustancias denominadas endorfinas, las cuales provocan una sensación de bienestar y felicidad, lo que puede facilitar el sueño y a mejorar los problemas de salud mental tales como la depresión o la baja autoestima.

Por ese motivo surgió la idea de negocio de crear un gimnasio en la población de Rus, con una gran variedad de actividades y horarios para conseguir la mayor afluencia posible de clientes y que estos vieran satisfechas sus necesidades, ya que podrían escoger el plan que mejor se adecue a cada cual. Este gimnasio estaría enfocado principalmente a las mujeres, ya que los gimnasios de la zona están especializados en el sector masculino, ofreciendo únicamente un servicio de musculación, sin ofrecer ninguna actividad para el sector femenino. Por ello, se ha encontrado un segmento de la población que podría ofrecer una oportunidad rentable de negocio.

#### **3.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.**

Actualmente, en las poblaciones jienenses de Rus y Canena existe un único gimnasio, el cual posee unas instalaciones y maquinaria obsoletas y rústicas, el cual únicamente ofrece la actividad de musculación mediante pesas y máquinas, enfocado principalmente al sector masculino, ignorando la necesidad existente de ofrecer una

variedad de actividades y servicios para el sector femenino, el cual, al no disponer de disciplinas adaptadas desisten de realizar actividad física en este gimnasio.

Además, al contar con un único gimnasio en la zona, la afluencia es elevada por lo que en el escaso espacio que posee se producen esperas y aglomeraciones de personas en la sala de musculación, la cual no posee ningún instructor que guíe a los clientes. En el gráfico 1 se muestran cuales son los principales problemas del sector.

Gráfico 1: Principales problemas del sector



Fuente: Elaboración propia.

Debido a las múltiples razones anteriormente expuestas, muchos de los habitantes de estas poblaciones deciden asistir a gimnasios de poblaciones cercanas, principalmente de la población vecina de Úbeda, donde pueden practicar multitud de disciplinas y actividades con unos elementos más novedosos que los existentes en el gimnasio de Rus, para lo que es necesario que éstos se desplacen hasta dicha ciudad, lo que produce un aumento del gasto necesario para poder realizar actividad física. A continuación, en el gráfico 2, se exponen cuales son las oportunidades para el negocio.

Gráfico 2: Oportunidad de negocio



Fuente: Elaboración propia.

Frente a la oportunidad de negocio existente se pueden encontrar multitud de mejoras que se pueden ofrecer al público objetivo. Así, se atraería al sector femenino, el cual actualmente no cuenta con una oferta adecuada para sus necesidades y tendría variedad de actividades para elegir entre el horario dispuesto. También se podría ampliar la franja de edad de las personas que asisten normalmente a los gimnasios, ofreciendo actividades de baile y karate para niños y aerobio para las personas más mayores, las cuales están muy concienciadas con el cuidado de su salud pero no tienen ningún tipo de actividad para realizar ejercicio. Además, con las máquinas y utensilios nuevos, junto con un mayor espacio, también se podría atraer a un público joven que practica el culto al cuerpo como una actividad esencial hoy en día.

### 3.2 ANÁLISIS DAFO.

Con el objetivo de poder realizar un profundo análisis del entorno que rodea al sector de actividad del proyecto, se procederá a analizar distintos factores que influyen en el mismo.

#### 3.2.1 ENTORNO GENERAL O MACRO ENTORNO.

- Factores políticos:

Actualmente en España el tema de las concesiones municipales para poder utilizar sus espacios es un tema complicado el cual necesita tiempo. Por ello, la obtención de la licencia necesaria para abrir el gimnasio se podría convertir en una tarea que nos llevaría más tiempo del necesario, por lo que la apertura se podría retrasar más de lo previsto.

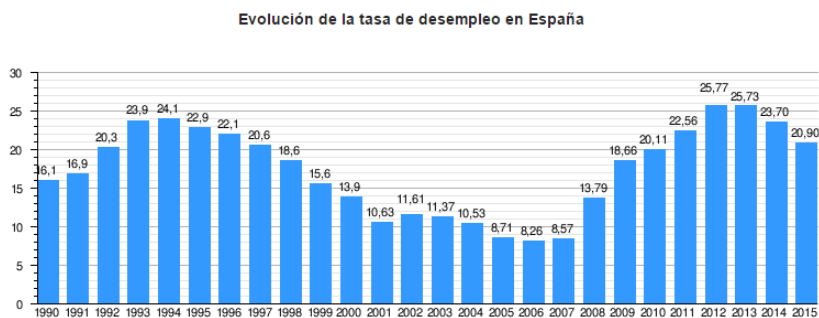
Además, en este momento España se encuentra en un momento político difícil, ya que no se ha formado aun un gobierno para dirigir las tareas políticas del país.

Además, un posible cambio en las leyes tributarias y laborales del país podrían afectar al desarrollo del gimnasio.

- Factores económicos:

España está siendo testigo de una crisis económica que se extiende desde el año 2007 que ha provocado una serie de recortes en el sector económico que han sido artífices de una disminución en el nivel de vida de los ciudadanos. Así, se ha producido un descenso en el salario de los españoles que les ha llevado a reducir su consumo habitual. Otra consecuencia de la crisis económica en la que estamos inmersos es el aumento continuo del paro durante los años de la crisis, como se muestra en la imagen 1, que ha dificultado más aun la situación de los ciudadanos.

Ilustración 1: Evolución de la tasa de desempleo en España



Fuente: Desempleo en España (Febrero, 2016)

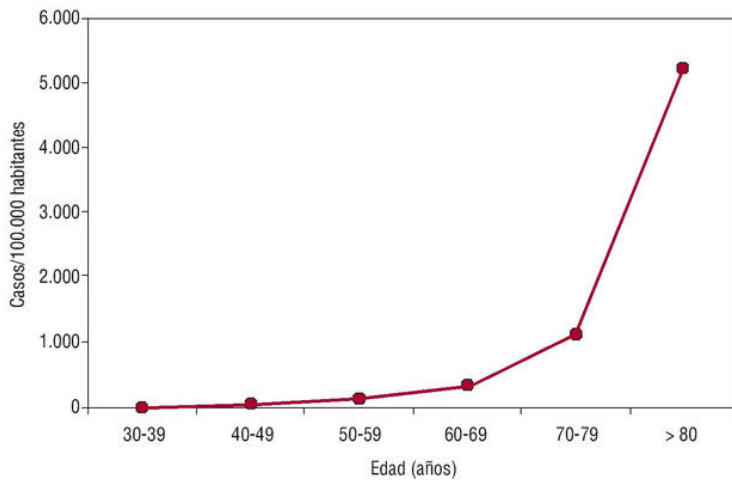
- Factores socio-culturales:

El ritmo de vida actual hace que las personas trabajen durante muchas horas y dispongan de poco tiempo para dedicárselo a ellas mismas, por lo que el nivel de estrés al que están expuesto es elevado. Por ese motivo, los centros deportivos se llenan cuando se acaban las horas laborales ya que practicar ejercicio es un método muy efectivo para desestresarse y sentirse mejor.

Por otro lado vivimos en una época en la que la estética y la moda están a la orden del día, de modo que las personas queremos tener el cuerpo perfecto que se nos muestra en los medios de comunicación, revistas o redes sociales.

Además, la multitud de enfermedades de tipo cardiovascular que están muy presentes hoy en día hace que nos cuidemos de futuras enfermedades tales como la hipertensión, diabetes o infartos, para lo que es muy útil la práctica de ejercicio físico. En la imagen 2 se muestra la tasa de mortalidad por razones cardiovasculares.

Ilustración 2: Tasa de mortalidad cardiovascular en España, por grupos de edad específicos.



Fuente: Bertomeu y Castillo-Castillo (2008)

- Factores tecnológicos:

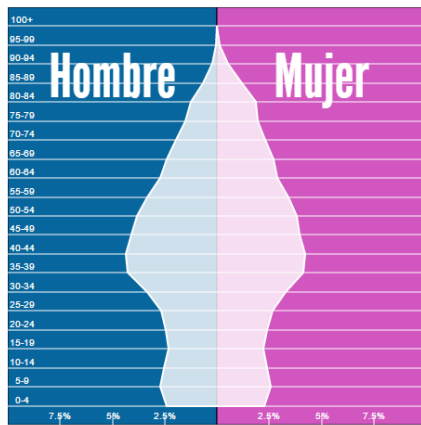
Las múltiples y continuas innovaciones en términos de maquinarias y complementos deportivos consiguen atraer a nuevos clientes, los cuales están cansados de que estos negocios siempre les ofrezcan los mismos servicios.

Por ellos están surgiendo nuevas tendencias deportivas que pretenden aumentar la oferta de servicios que ofrecer a los clientes y obtener así una mayor satisfacción, tales como el yoga, defensa personal o pole dance entre otros.

- Factores demográficos:

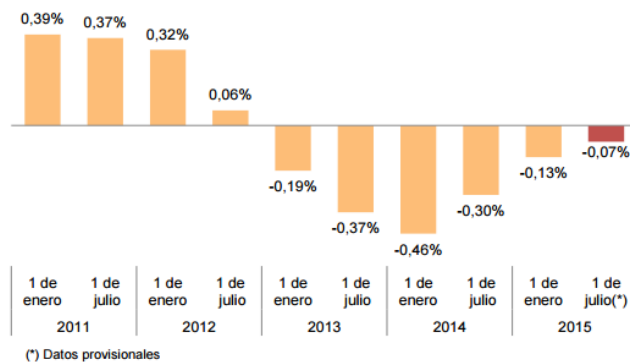
La continua reducción de la natalidad y el aumento de la esperanza de vida están haciendo que España tenga una población cada vez más anciana, como se muestra en la imagen 3. Por ello no hay que dejar de prestarle atención a esta parte de la población ya que la mayoría de los gimnasios no ofrecen una rutina de ejercicio de menor intensidad física dedicada a las personas mayores que buscan cuidar su salud y tener unos hábitos de vida más saludables. En el grafico 3 se puede observar el crecimiento de la población española.

Ilustración 3: Pirámide poblacional de España (2015)



Fuente: Pirámides de población (s.f.)

Gráfico 3: Evolución del crecimiento interanual de la población de España por semestres (2011-2015)



Fuente: Cifras de Población (Diciembre, 2015)

### 3.2.2 ENTORNO ESPECÍFICO O MICROENTORNO.

- Productos sustitutivos:

En el sector del deporte existen multitud de alternativas para realizar ejercicio físico, principalmente ahora que está muy de moda el running y que incluso se crean grupos o asociaciones para realizar este tipo de deporte. En la imagen 4 se puede observar el aumento del número de participantes en una de las múltiples carreras que se organizan en España. También está de moda el uso de las bicicletas, tanto en medios urbanos como rurales, para realizar una serie de rutas organizadas de modo que a la vez que se está practicando deporte se está disfrutando del paisaje. Pero estas actividades al aire libre están muy condicionadas por la climatología, de manera que frente a un día de lluvia, nieve o un calor excesivo este tipo de actividades no se podrían realizar.

Ilustración 4: Evolución del número de participantes en la carrera San Silvestre de Madrid



Fuente: Suanzes (2014)

- Competencia actual:

Actualmente el único competidor local que tenemos es el gimnasio CENTAURO, situado en la localidad de Rus, el cual cuenta con unas instalaciones antiguas y ofrece únicamente los servicios de musculación en un espacio muy reducido, ya que dispone de un local pequeño del cual únicamente utiliza su planta baja. Este gimnasio no ofrece ningún tipo de actividad grupal por lo que está destinado principalmente al sector masculino situado en una franja de edad de entre 16-40 años, por lo que está ignorando las necesidades del resto de la población de la localidad.

- Competidores potenciales:

Actualmente este sector dispone de escasas barreras de entrada para entrar en él. Aun así, al ser las poblaciones objetivo zonas con una población no muy elevada, este tipo de centros prefieren situarse en ciudades cercanas con mayor población, ignorando así las necesidades de los vecinos de las localidades de Rus y Canena, cuya población se muestra en las tablas 1 y 2.

Tabla 1: Evolución del número de participantes en la carrera San Silvestre de Madrid

Población total. 2015	3.728
Población. Hombres. 2015	1.904
Población. Mujeres. 2015	1.824
Población en núcleos. 2015	3.695
Población en diseminados. 2015	33
Porcentaje de población menor de 20 años. 2015	19,74
Porcentaje de población mayor de 65 años. 2015	18,43
Incremento relativo de la población en diez años. 2015	-1,48

Fuente: Andalucía pueblo a pueblo (2016)

Tabla 2: Población de Canena (Jaén) año 2015

Población total. 2015	1.959
Población. Hombres. 2015	996
Población. Mujeres. 2015	963
Población en núcleos. 2015	1.954
Población en diseminados. 2015	5
Porcentaje de población menor de 20 años. 2015	16,69
Porcentaje de población mayor de 65 años. 2015	22,66
Incremento relativo de la población en diez años. 2015	-6,36

Fuente: Andalucía pueblo a pueblo (2016)

- Poder de los Clientes:

Éstos podrían exigir una bajada de la mensualidad, un servicio más personalizado, o una modificación en el horario que haría reorganizar las actividades ofrecidas en el gimnasio. Además poseen abundante información para elegir entre las múltiples actividades que desean realizar, las cuales pueden o no estar incluidas en los servicios ofrecidos por nuestro gimnasio.

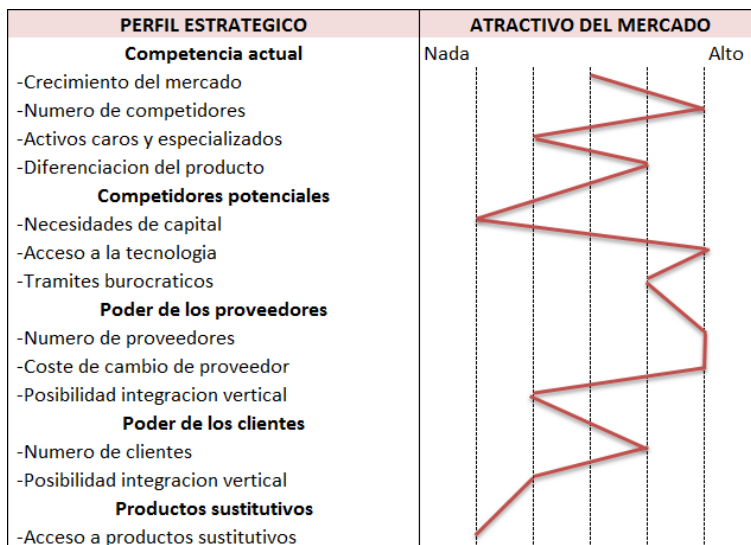
El número de clientes potenciales es muy elevado, ya que no solo pueden utilizar nuestros servicios los vecinos de la localidad de Rus, sino también de los alrededores.

- Poder de los proveedores:

Existe un gran número de proveedores de máquinas y aparatos utilizados en la práctica de ejercicio físico, los cuales son fácilmente adquiribles online, existiendo reconocidas marcas y proveedores. Ello supone un alto atractivo para el mercado.

A modo de resumen, en el gráfico 4 se muestra un perfil estratégico para el gimnasio propuesto.

Gráfico 4: Perfil estratégico



Fuente: Elaboración Propia

Una vez analizados los distintos factores que afectan al proyecto, en la tabla 3 se va a proceder a realizar la matriz DAFO.

Tabla 3: Matriz DAFO

<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>Fortalecimiento del gimnasio competidor</p> <p>Impedimentos por parte del Ayuntamiento para la apertura del nuevo gimnasio</p> <p>Incremento de los impuestos</p> <p>Aparición o fortalecimiento de los productos sustitutivos</p> <p>Posible desconfianza de los usuarios frente al nuevo negocio</p> <p>Crisis económica actual</p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Incluir a segmentos ignorados por la competencia</p> <p>Variedad de servicios y actividades</p> <p>Atracción de la población de la localidad vecina</p> <p>Mayor preocupación por el cuidado corporal y de la salud</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>Disponibilidad de profesionales para el asesoramiento e instrucción</p> <p>Infraestructura y elementos nuevos</p> <p>Oferta de actividades modernas</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Falta de capital propio</p> <p>Escasa experiencia en el sector</p>

Fuente: Elaboración Propia

#### **4 PLAN ESTRATEGICO.**

En el siguiente apartado se procederá a realizar un estudio de mercado para conocer el público al que se debería dirigir el proyecto.

##### **4.1 OBJETIVOS.**

El objetivo principal de este proyecto es realizar un análisis sobre la viabilidad de abrir un gimnasio en la localidad de Rus (Jaén), para lo que será necesario determinar cuáles son las necesidades de los ciudadanos de la localidad sobre los requerimientos de un gimnasio adaptado a sus necesidades.

Por otro lado también se pretende conocer cuáles son las necesidades insatisfechas que presentan los clientes del servicio que se pretende crear así como conocer cuales son las actividades deportivas que estos prefieren para ofrecer un mejor servicio, el precio que éstos estarían dispuestos a pagar por ellos y la aceptación que tendrá el gimnasio.

##### **4.2 ESTUDIO DE MERCADO.**

Para poder obtener una mejor información y más fiable, el estudio de mercado se ha basado en la realización de una encuesta online a través de la plataforma de Google Drive, la cual constaba de 10 preguntas acerca de las preferencias, opiniones y motivos de los encuestados.

Esta encuesta se realizó de manera anónima a un total de 89 personas para facilitar la obtención de una respuesta más sincera acerca de los temas que se trataban en la encuesta.

###### **4.2.1 ENCUESTA.**

Gimnasios

En este formulario se pretende analizar las opiniones de los encuestados acerca de los gimnasios de su zona.

1. ¿Entre qué franja de edad se encuentra usted? \*

Menos de 15

15-20

20-40

40-60

Más de 60

2. ¿Cuál es su sexo? \*

Hombre

Mujer

3. ¿Practica usted algún tipo de ejercicio? \*

Si

No

Si usted respondió si....

4. ¿En qué horario practica usted deporte preferentemente?

Por la Mañana

Por la Tarde

Por la Noche

5. ¿Ha asistido o asiste a un gimnasio para realizar actividad física?

Si

No

Si usted respondió no....

6. ¿Por qué no realiza usted ninguna actividad física?

Seleccione la opción que mejor se adapte a usted siendo 1 poca importancia y 5 mucha importancia

	1	2	3	4	5
Poca especialización en los gimnasios de la zona					
Falta de tiempo					
No hay un gimnasio cerca					
No se siente cómodo/a en el gimnasio					
Falta de motivación					

7. ¿Le gustaría a usted disponer de un gimnasio cerca de casa con una variedad de ejercicios y amplio horario?

Si

No

8. ¿Le gustaría que dicho gimnasio incluyera actividades para niños?

Si

No

9. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría que ofreciera un gimnasio cerca de su ciudad?

Selecciona un máximo de 3 opciones

Zumba

Salsa

Yoga

Pilates

Defensa personal

Spinning

Aerobic

Musculación

10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar mensualmente?

20€-30€

30€-40€

40€-50€

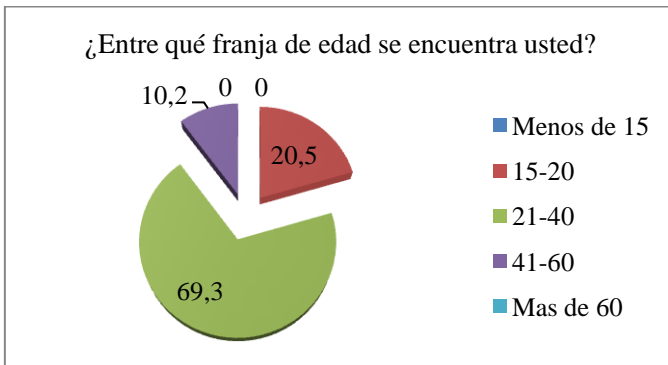
Más de 50€

#### 4.2.2 RESPUESTAS OBTENIDAS.

Una vez realizada la encuesta, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Los resultados de la pregunta 1 se muestran en el gráfico 5

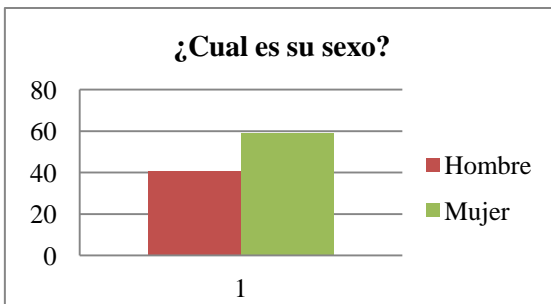
Gráfico 5: Resultados de la pregunta 1



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la pregunta 2 se muestran en el gráfico 6

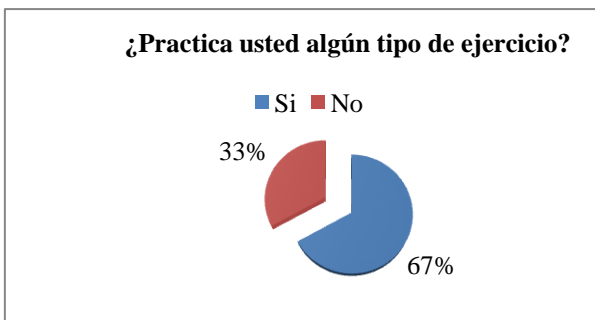
Gráfico 6: Resultados de la pregunta 2



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la pregunta 3 se muestran en el gráfico 7

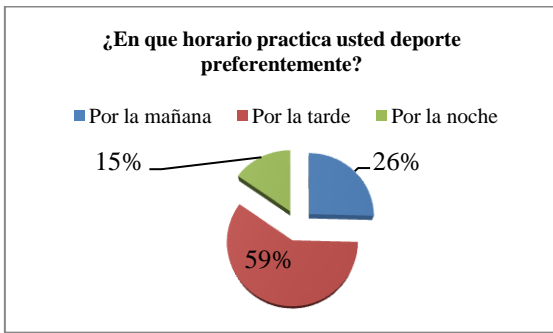
Gráfico 7: Resultados de la pregunta 3



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la pregunta 4 se muestran en el gráfico 8

Gráfico 8: Resultados de la pregunta 4



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la pregunta 5 se muestran en el gráfico

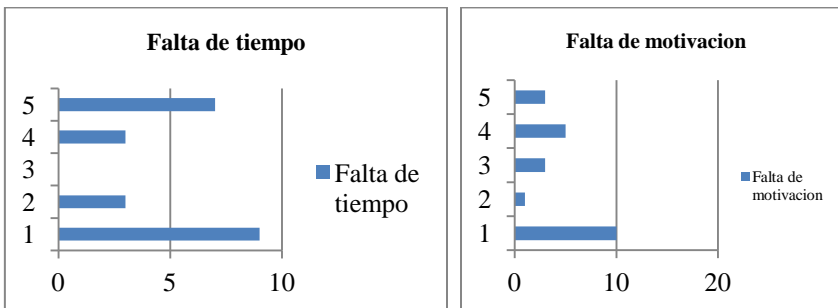
Gráfico 9: Resultados de la pregunta 5

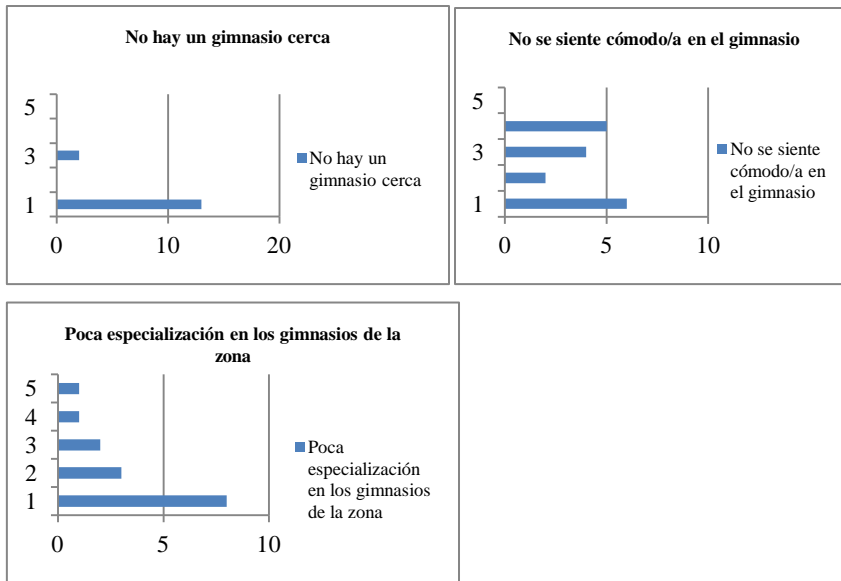


Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la pregunta 6 se muestran en el gráfico 10

Gráfico 10: Resultados de la pregunta 6

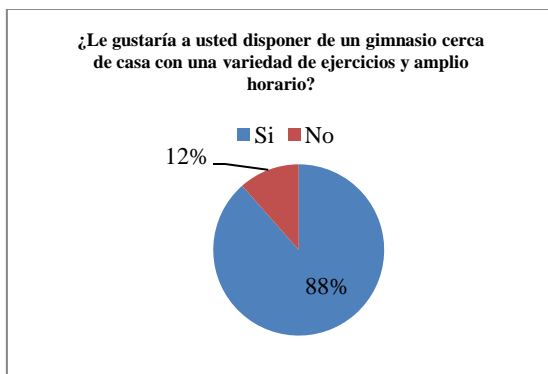




Fuente: Elaboracion propia.

Las respuestas de la pregunta 7 se muestran en el gráfico 11

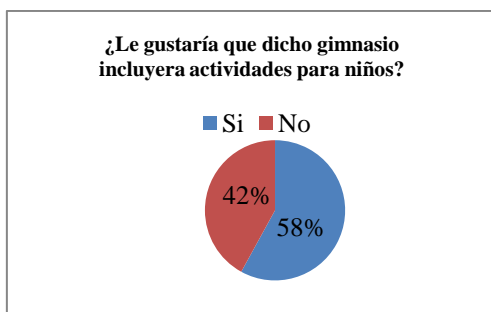
Gráfico 11: Resultados de la pregunta 7



Fuente: Elaboracion propia.

Los resultados de la pregunta 8 se muestran en el gráfico 8

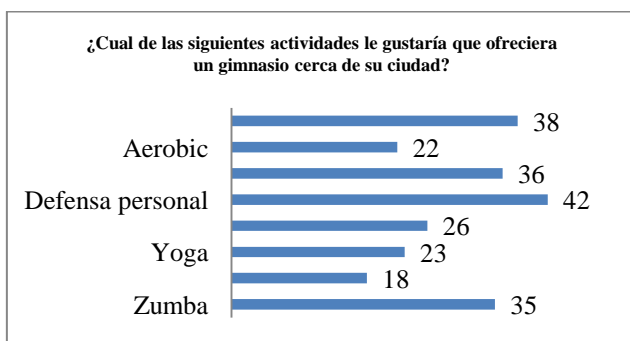
Gráfico 12: Resultados de la pregunta 8



Fuente: Elaboracion propia.

Los resultados de la pregunta 9 se muestran en el gráfico 13

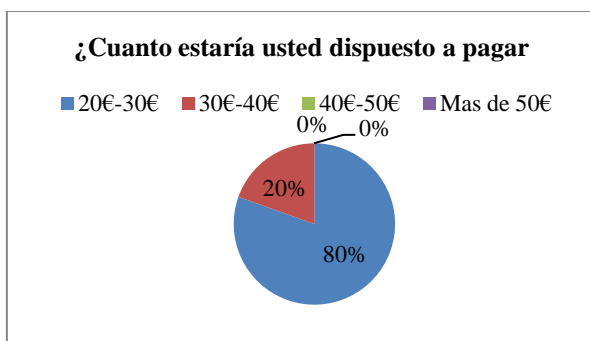
Gráfico 13: Resultados de la pregunta 9



Fuente: Elaboracion propia.

Los resultados de la pregunta 10 se muestran en el gráfico 14

Gráfico 14: Resultados de la pregunta 10



Fuente: Elaboracion propia.

#### 4.2.3 CONCLUSIONES.

En base a los resultados obtenidos de la encuesta se determina que el proyecto es favorable respecto a que a los ciudadanos entrevistados les gustaría disponer de un gimnasio con éstas características cerca de casa, con un 88% de aceptación.

Por otro lado hemos identificado que la franja de edad que mas ejercicio practica se encuentra entre los 21-40 años, seguidas por la población de entre 15-20 años, principalmente mujeres (59.1%), por lo que este será nuestro público objetivo, sobre el que se centrará nuestra actividad empresarial, aunque también se ofrecerán actividades para el resto de edades, e incluso se impartirán actividades para niños ya que esta opción ha sido ampliamente aceptada.

Además, las actividades con mayor acogida, aparte de las actividades de musculación, serian las disciplinas de Defensa Personal, Spinning y Zumba, por lo que estas actividades deberían ser más numerosas en el horario a ofrecer a los clientes para poder obtener una mayor satisfacción en nuestros clientes.

### 5.3.VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA.

El desarrollo de un gimnasio como el que se está analizando ofrece la posibilidad de poder asistir a éste en el tramo horario que el cliente prefiera, de modo que pueda disponer de una variedad de actividades para realizar, para que su entrenamiento físico no se centre en un solo área, sino que pueda ejercitarse de manera equilibrada para conseguir los resultados que desea de manera saludable y divertida. Todo esto se completa con la asistencia y ayuda de personal especializado para evitar cualquier tipo de lesión o problema por parte de nuestros clientes.

## 5 PLAN DE MARKETING

En el siguiente apartado se procederá a realizar un estudio de los distintos aspectos de la empresa relacionados con el marketing.

### 5.1 OBJETIVOS.

Los principales objetivos por los que se va a realizar el estudio del plan de marketing para nuestro proyecto es conocer cuáles pueden ser las mejores políticas de precio, promoción y comunicación para nuestro producto, así como conocer que segmento de la población se adapta mejor a nuestra idea de negocio.

### 5.2 LOGOTIPO Y NOMBRE DEL GIMNASIO.

Mediante la elección del nombre del gimnasio se pretende elegir un nombre el cual el cliente lo asimile con la fuerza, por lo que se ha seleccionado el nombre de "Gimnasio Fénix", un ave de la mitología griega que se consumía cada 500 años para volver a resurgir de sus cenizas.

Así, el logotipo del gimnasio será un dibujo de dicho ave, junto con el nombre del gimnasio, tal y como se muestra en la imagen 6.

Ilustración 5: Logotipo



Fuente: Elaboración Propia

### 5.3 POLITICA DE PRODUCTO/SERVICIO.

La política de producto que se desarrollará será la de proporcionar un servicio nuevo para un mercado que presenta unas necesidades insatisfechas. Para ello, se le proporcionará una serie de servicios inexistentes actualmente en la localidad donde se pretende implantar.

En primer lugar se prestará un servicio con un amplio horario, accesible para todas las personas que quieran practicar algún tipo de actividad física, tanto para mayores como para niños, ya que es muy importante mantener un estilo de vida saludable desde pequeños, sobre todo ahora que la obesidad infantil está muy presente en la salud de los mas jóvenes, de modo que pueda desarrollar la actividad física antes o después de sus

actividades diarias. Así, el horario de apertura será de 8:00 de la mañana a 22:30 de la noche de lunes a viernes y de 9:00 de la mañana a 13:00 de la tarde los sábados, para una mayor comodidad de los clientes. En la tabla 4 se detalla el horario propuesto para el gimnasio.

Tabla 4: Horario

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
8,00-9,00	Spinning	Defensa personal	Aerobic	Pilates	Defensa personal	
9,00-10,00			Pilates		Aerobic	
10,00-11,00	Aerobic		Spinning	Aerobic		Spinning
11,00-12,00	Pilates	Zumba		Spinning		Zumba
12,00-13,00	Salsa	Spinning	Salsa			
13,00-17,00						
17,00-18,00		Baile niños	Spinning	Baile niños		
18,00-19,00	Tonificación		Karate niños	Tonificación		
19,00-20,00	Zumba	Tonificación		Yoga	Pilates	
20,00-21,00	Yoga	Pilates	Tonificación		Salsa	
21,00-22,00	Spinning	Spinning		Salsa		

Dentro de éste horario se desarrollarán varias clases de ejercicios como Spinning, Aerobic, Tonificación, Pilates, Yoga, Bailes o Artes Marciales.

### 5.3.1 *Spinning*

Clases grupales donde con una bicicleta estática, se van combinando varias intensidades de pedalada y resistencia, todo ello dirigido por un monitor especialista en la actividad y acompañado de música para motivar a los usuarios.

### 5.3.2 *Aerobic/ tonificación*

Clases grupales de una hora de duración, dirigidas principalmente para mujeres, donde mediante el uso de varios elementos deportivos se consigue ejercitar el cuerpo mediante ejercicios sencillos y variados.

### 5.3.3 *Pilates/Yoga*

Clases grupales dirigidas por un monitor especializado donde mediante técnicas de relajación, el control de la mente y la respiración se consigue ejercitar los músculos internos del cuerpo, acompañado de música relajante y tranquila.

#### 5.3.4 Bailes

Se impartirán clases de Zumba, Salsa y Bailes para niños, distribuidos en horarios de mañana o tarde, donde se realiza ejercicio físico mediante la práctica de pasos de baile.

#### 5.3.5 Artes marciales

Incluyen actividades de defensa personal, dirigidas a todo tipo de público que desee aprender esta disciplina, o Karate, dirigida principalmente a niños. Las clases se impartirán durante una hora.

#### 5.3.6 Musculación

Se prestará un servicio ininterrumpido desde el horario de apertura hasta el horario de cierre, independientemente de las clases que se estén desarrollando. Las rutinas deberán durar un máximo de 1 hora y media, aunque el cliente puede decidir libremente el tiempo que desea entrenar.

#### 5.3.7 Atención personalizada

Se contará con personal especializado en la sala de musculación para orientar y ayudar a los usuarios para evitar cualquier tipo de lesiones y ayudarles a conseguir sus objetivos.

### 5.4 POLÍTICA DE PRECIO.

Se seguirá una política con precios diferentes, en función de las especialidades que desea adquirir el usuario, de modo que se obtenga un trato especializado a los clientes, como se muestra en la tabla 5. El precio medio que se pagará por los servicios será bajo-medio para facilitar la entrada de nuevos usuarios y conseguir así unos ingresos cada vez mayores.

Tabla 5: Precios de las actividades

	Cuota mensual	Cuota diaria
Clases Adultos	30,00 €	3€
Clases niños	25,00 €	
Musculación y Cardio	30,00 €	3 €
Clases + Musculación y Cardio	40,00 €	

Para las clases grupales se ha establecido una cuota diaria pero para que se puedan realizar es necesario un número mínimo y máximo de alumnos, de modo que si no se

supera dicho mínimo o ya está toda la clase completa, no se podrá incluir más alumnos en ese horario.

## 5.5 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN.

Para dar a conocer el producto se utilizarán varios métodos. En un primer lugar se abrirá todo tipo de redes sociales donde se irá informando de los distintos horarios, promociones o cualquier noticia relacionada con el cuidado físico y la salud, de modo que las personas que nos sigan estén informados de todo lo que pasa en nuestro gimnasio.

Del mismo modo se desarrollará una página web propia, donde se muestren las distintas disciplinas que se prestan, se comunique información referente al gimnasio, de manera que aquellas personas que estén buscando un nuevo gimnasio donde afiliarse dispongan de información actualizada y suficiente para poder elegir. También se informará en dicha página web de los horarios en los que se imparten las clases, y se podrá desarrollar un área para clientes, de manera que puedan ver cuáles son las rutinas seleccionadas para ellos. Además, mediante la página web se podrá pagar la mensualidad y conseguir el acceso al gimnasio.

Por otro lado, se pondrán anuncios publicitarios en la red de televisión local, tanto antes de su apertura para que el público lo conozca, como una vez abierto para informar de las posibles promociones que se puedan ofrecer. Además, se realizarán tarjetas de presentación para entregar a aquellas personas que vayan a realizar algún tipo de consulta al gimnasio, como se muestra en la imagen 7.

Ilustración 6: Prototipo de tarjetas de visita



Fuente: Elaboración propia.

Pero el principal medio de comunicación será el denominado "boca a boca" por lo que la mejor manera de conseguir que los usuarios nos recomienden a sus amigos, familiares o conocidos es prestarle el mejor servicio posible. En la tabla 6 se muestra un resumen de gasto en publicidad previsto.

Tabla 6: Previsión de gastos en publicidad

	Gasto mensual	Gasto anual
Tarjetas	20€/mes	240€
Anuncio televisión local	30€/mes	360€
TOTAL	50€/mes	600€

## 5.6 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

La distribución del servicio se llevará a cabo de dos maneras distintas, utilizando para ello una estrategia multicanal, ambas mediante un canal de distribución directo.

Los servicios del gimnasio se podrán adquirir asistiendo directamente al gimnasio para realizar el pago de la mensualidad y la selección de los servicios que se desean recibir o bien mediante la realización del pago mediante la pagina web del gimnasio, donde también se podrá seleccionar los servicios que se recibir, obteniendo de manera inmediata un código con el que se podrá acceder al gimnasio.

Además se le ofrecerán al cliente otros servicios adicionales, como el de asesoramiento, llevada a cabo por profesionales, los cuales les aconsejaran de cuáles son los ejercicios más apropiados para cada uno y la intensidad con la que deberían realizarlos.

## **6 PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES.**

En el siguiente apartado se procederá a analizar la posible ubicación del gimnasio y los aspectos relacionados con la inversión y financiación del proyecto.

### **6.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.**

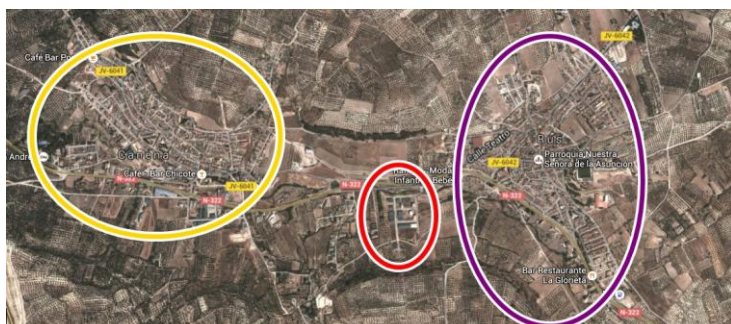
Para la localización de la empresa se ha elegido la localidad jienense de Rus, debido a que no se encuentra un establecimiento en la localidad con características similares y dicha localidad no cuenta con una oferta de actividades deportivas para niños o personas mayores.

El gimnasio se situará en el polígono municipal de Rus, ya que es una zona que se encuentra en un punto intermedio entre las localidades de Rus y Canena, de manera que se pueda atraer público de ambos pueblos, pudiendo así obtener un mayor número de afiliados, y con ello un mayor beneficio. Además, en dicho polígono, tendrá la posibilidad de tener mayor superficie que en cualquier local del pueblo, ya que las dimensiones de estos no son aptos para un gimnasio.

Para poder acceder al gimnasio, los usuarios podrán hacerlo con vehículos, para los que no habrá problema de aparcamiento ya que es una zona bastante amplia, como a pie desde ambas localidades, ya que el polígono se encuentra a unos diez minutos a pie de ambas localidades.

En la imagen 8 se puede observar con un círculo amarillo la localidad de Canena, con un círculo morado la localidad de Rus. Como anteriormente se ha comentado, el polígono municipal de Rus, señalado con un círculo rojo, se encuentra en un punto intermedio y cercano a ambos pueblos. En la imagen 9, 10 y 11 se muestra la localización del local junto con la fachada de éste.

Ilustración 7: Ubicación de las localidades de Rus y Canena



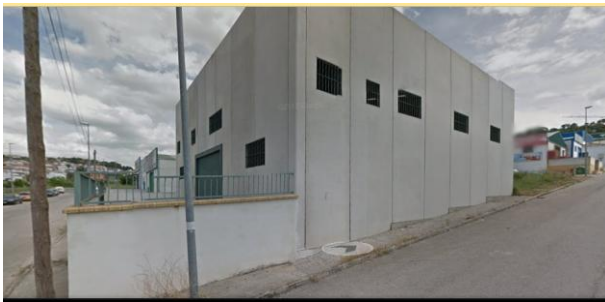
Fuente: Google Maps, 2016

Ilustración 8 Polígono municipal de Rus y localización del gimnasio



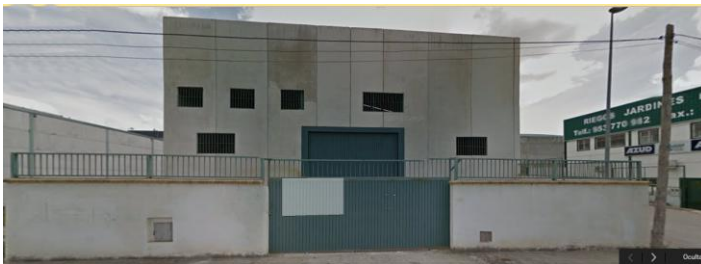
Fuente: Google Maps, 2016

Ilustración 9: Establecimiento para el gimnasio, Lateral



Fuente: Google Maps, 2016

Ilustración 10: Establecimiento para el gimnasio, Frente



Fuente: Google Maps, 2016

Una vez seleccionado el establecimiento donde se llevará a cabo la actividad, es necesario dividir el espacio en las distintas actividades que allí se realizan.

Para ello se ha dividido el local en dos plantas:

- Planta baja: dedicada a la actividad de musculación, ya que la distribución de las distintas máquinas requiere de un mayor espacio. También en esta planta se situarán los aseos tanto para hombres como para mujeres y la entrada al gimnasio. El plano de la planta baja se muestra en la imagen 12.

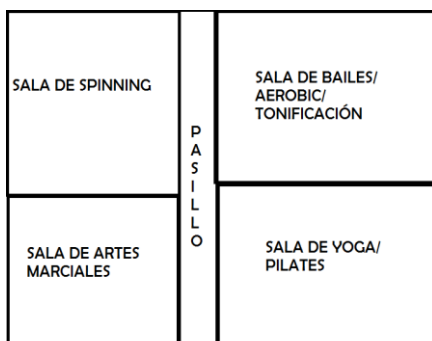
- Primera planta: se habilitarán cuatro salas para las distintas disciplinas, habiendo una únicamente para la actividad de spinning, ya que las bicicletas ocupan gran espacio; en otra sala se compartirán las actividades de baile, tonificación y aerobico; otra sala estará especialmente preparada para la práctica de defensa personal y karate para niños y otra sala para las actividades de yoga y pilates. El plano de la primera planta se muestra en la imagen 13.

Ilustración 11: Plano de la planta baja del gimnasio



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12: Plano de la primera planta del gimnasio



Fuente: Elaboración propia.

## 6.2 PLAN DE INVERSIÓN Y PROVEEDORES.

Los principales equipos necesarios para poder desarrollar la actividad son los las maquinas y demás equipos deportivos que se utilizan para el normal desarrollo tanto de las clases grupales como de la actividad de musculación. En la tabla número 7 se muestra un listado más detallado de los equipos necesarios.

Tabla 7: Material necesario

Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Total
Equipos de gimnasio			
Mancuernas 1kg	4,99 €	9	44,91 €
Maquina Pecho	299,95 €	1	299,95 €
Bloqueadores de discos	3,99 €	15	59,85 €
Mancuernas 2kg	9,95 €	9	89,55 €
Colchoneta	15,95 €	50	797,50 €
Barra musculación	27,95 €	3	83,85 €
Mancuernas 5 kg	19,95 €	9	179,55 €
Mancuernas 3kg	13,95 €	9	125,55 €
Aros hula hop	18,95 €	20	379,00 €
Body Power	4,99 €	20	99,80 €
Bicicleta estática	129,95 €	3	389,85 €
Bicicleta elíptica	329,00 €	4	1.316,00 €
Bicicleta spinning	289,95 €	20	5.799,00 €
Cinta de correr	1.119,99 €	4	4.479,96 €
Banco Body Soild	349,00 €	1	349,00 €
Multiestación	1.499,00 €	1	1.499,00 €
Kit de Pesas	1.299,00 €	1	1.299,00 €
Bosu	127,00 €	15	1.905,00 €
Jaula para sentadillas	907,50 €	1	907,50 €
Pelota para pilates	3,75 €	50	187,50 €
Block yoga	7,25 €	20	145,00 €
Banco Kettler	869,00 €	1	869,00 €
Multipower	1.936,00 €	1	1.936,00 €
Máquina para piernas	429,00 €	1	429,00 €
Máquina para piernas	99,00 €	1	99,00 €
Máquina para pecho	1.989,00 €	1	1.989,00 €
Step	22,95 €	30	688,50 €
Cuerda para saltar	6,95 €	30	208,50 €
Mobiliario			

Bancos	79,95 €	5	399,75 €
Mueble para mancuernas	592,90 €	1	592,90 €
Suelo antideslizante 6 planchas	60,00 €	10	600,00 €
Cristalería			
Espejo	75,00 €	8	600,00 €
Equipos informáticos			
Ordenador	759,00 €	1	759,00 €
Equipo musical	209,99 €	1	209,99 €
Total			29.816,96 €

Para el cálculo de la amortización acumulada se ha supuesto un porcentaje del 20% para las maquinas utilizadas para realizar el ejercicio físico; un 10% para el mobiliario del local; un 20% en los equipo informáticos y un 5% en la cristalería utilizada. Estos porcentajes se han supuesto en función del uso de los distintos activos de la empresa y se reflejan en las tablas 8 y 9.

Tabla 8: Dotación anual de amortización (€)

DOTACIÓN AMORTIZACIONES	2017	2018	2019	2020	2021
Maquinaria	5.331,06	5.331,06	5.331,06	5.331,06	5.331,06
Mobiliario	159,27	159,27	159,27	159,27	159,27
Equipos informáticos	193,80	193,80	193,80	193,80	193,80
Cristalería	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
TOTAL	5.714,13	5.714,13	5.714,13	5.714,13	5.714,13

Tabla 9: Amortización acumulada

AMORTIZACIÓN ACUMULADA	2017	2018	2019	2020	2021
Maquinaria	5.331,06	10.662,13	15.993,19	21.324,26	26.655,32
Mobiliario	159,27	318,53	477,80	637,06	796,33
Equipos informáticos	193,80	387,60	581,39	775,19	968,99
Cristalería	30,00	60,00	90,00	120,00	150,00
TOTAL	5.714,13	11.428,25	17.142,38	22.856,51	28.570,64

Lo que respecta a la compra de dichos equipos, se llevará a cabo mediante la compra online, ya que así se dispone de una mayor variedad y el precio suele ser inferior que en un establecimiento.

Una vez realizada una búsqueda intensiva en internet y tras haber comparado varios precios, los proveedores de los útiles necesarios para la prestación de los servicios que vamos a ofrecer son los siguientes:

- **PRECOR:** Pagina online con sede en Barcelona, que cuenta con una gran variedad de equipos para realizar actividades físicas. Además de proporcionarlos los equipos necesarios nos ofrecen un mantenimiento, reparación y puesta a punto de dichos elementos.
- **DEPORVILLAGE:** Pagina online, con sede también en Barcelona. Serán los proveedores principalmente de bicicletas de todo tipo, ya que tienen un precio muy competitivo para estos equipamientos
- **BHFITNESS:** Pagina web con sede en vitoria, dedicada principalmente a la venta de maquinas para musculación.
- **DECATHLON:** Establecimiento conocido mundialmente dedicado a la comercialización de materiales para todo tipo de deportes y actividades a un precio económico. Cuenta con una página web con una amplia variedad de productos.

### 6.3 PLAN DE FINANCIACIÓN

Para hacer frente a la inversión inicial, se va a contar con dos fuentes de financiación: mediante recursos propios y recursos ajenos.

Respecto a los recursos propios se aportará un capital de 15.000€ mientras que respecto a los recursos ajenos se utilizará un préstamo bancario de 15.000€, con un sistema de amortización francés, un tipo de interés anual del 5% y pagadero anualmente durante 5 años. La amortización de este préstamo se detalla en la tabla 10.

Tabla 10: Cuadro de amortización del préstamo (€)

Años	Cuota	Intereses	Amortización	Amortizado	Pendiente
2017					15.000,00
2017	3.464,62	750,00	2714,62	2.714,62	12.285,38
2018	3.464,62	614,27	2850,35	5.564,98	9.435,02
2019	3.464,62	471,75	2992,87	8.557,85	6.442,15
2020	3.464,62	322,11	3142,51	11.700,36	3.299,64
2021	3.464,62	164,98	3299,64	15.000,00	0,00

## **PLAN DE RECURSOS HUMANOS.**

En este apartado se va a proceder a analizar los distintos puestos de trabajo del gimnasio y su estructura organizativa.

### **6.4 PERSONAL DE LA EMPRESA Y DISEÑO ORGANIZATIVO.**

Toda empresa consta de una estructura organizacional o una forma de organización en función de las distintas necesidades que ésta requiere, por medio de la cual puede ordenar las actividades y procedimientos de la empresa.

La elección del personal que va a formar parte del proyecto es una decisión compleja, ya que se pretende contratar a trabajadores altamente cualificados para poder realizar las actividades correctamente y además sean capaces de aconsejar a los usuarios sobre cuáles son las actividades y disciplinas más adecuadas para cada uno de ellos en función de sus necesidades.

Además se pretenderá que los trabajadores que se contraten sea de las localidades cercanas, para ayudar de este modo a mejorar la economía de las localidades contiguas al negocio. También se quiere que dichos trabajadores tengan un trato cordial y agradable para los usuarios, animándoles y motivándoles a realizar actividades variadas. Para la correcta realización de las actividades previstas se quiere contratar a cinco trabajadores junto con la promotora del proyecto, siendo la distribución del trabajo la siguiente:

- Trabajador 1: Encargado de impartir las clases de tonificación y aeróbic, para lo que será necesario que disponga de un amplio conocimiento de distintos ejercicios para realizar en dichas clases.
- Trabajador 2: Impartirá las disciplinas relacionadas con las artes marciales, tales como defensa personal y karate para niños. Será necesario que sea agradable, original y paciente para poder impartir las clases de una manera divertida para los niños.
- Trabajador 3: Persona encargada de impartir las clases de baile como salsa, zumba y baile para niños. Deberá tener una gran creatividad para crear las coreografías de baile adecuadas a unos clientes tan variados.
- Trabajador 4: Impartirá las clases de yoga y pilates, por lo que además de poseer conocimientos acerca de dichas actividades deberá conocer aspectos relacionados con la fisioterapia, para evitar lesiones en los usuarios.

- Trabajador 5: Encargado de impartir las clases de spinning. Deberá tener una alta resistencia para poder impartir dichas clases, las cuales requieren de un elevado esfuerzo físico.
- Promotora del proyecto: Será la encargada de asesorar a los usuarios en cualquier duda respecto a las rutinas que se les han propuesto como en cualquier duda que les surja respecto al gimnasio.

A todos ellos se les requerirá seriedad y puntualidad a la hora de impartir sus clases, al igual que el cuidado de cualquier material utilizado en la normal realización de su trabajo.

Así, la comunicación entre la persona responsable del proyecto y los distintos trabajadores será fluida y constante, informando sobre cualquier motivo importante.

De esta manera la organización contará con un sistema de comunicación informal, debido a que el número de trabajadores no es muy elevado, siendo la adaptación mutua el principal método de coordinación entre los trabajadores, pudiendo ser la comunicación directa entre los trabajadores o entre la responsable del proyecto y éstos.

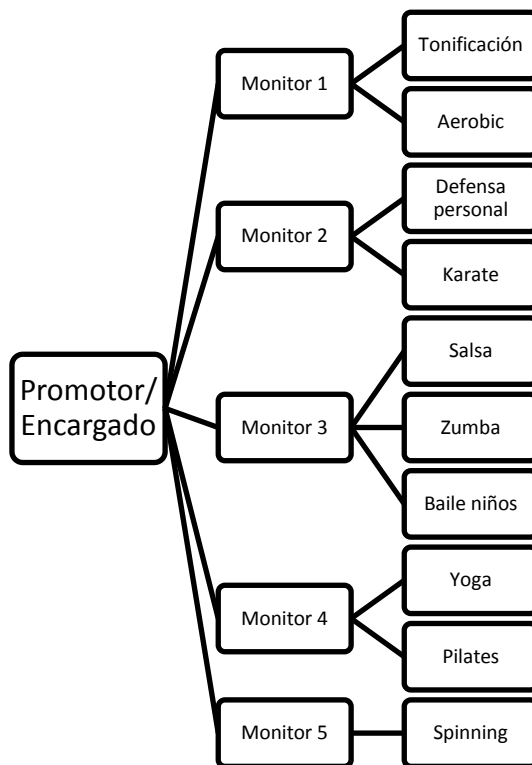
El ápice estrategia estará formado por la promotora del proyecto, mientras que el núcleo de operaciones lo formarán los distintos trabajadores y profesores de las disciplinas a impartir, siendo ésta la estructura más sencilla de cualquier organización.

Respecto al diseño de los puestos de trabajo será necesario que todos los trabajadores tengan una preparación previa para poder impartir las clases, ya que el gimnasio no llevará a cabo actividades de formación de dichas disciplinas.

La base para agrupar a los trabajadores será la de agrupación por funciones, ya que cada uno de ellos se especializa en unas actividades distintas.

Cuando se habla de estructuras organizacionales se hace referencia a los distintos patrones de diseño para organizar una empresa, con el objetivo de cumplir las metas propuestas y lograr los objetivos deseados. De este modo, el organigrama resultante de la empresa se muestra en el gráfico 15.

Gráfico 15: Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

## 7 PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.

En este apartado se va a realizar un estudio de viabilidad del proyecto junto con las cuentas del proyecto en los cinco primeros años.

### 7.1 CUENTA DE RESULTADOS.

A continuación se va a proceder a analizar la cuenta de resultados de la empresa. Para ello se han supuesto dos fuentes de ingresos las cuales son las mensualidades de los afiliados al gimnasio y la venta de una máquina vending. Así, los ingresos previstos para ambos tipos de ingresos son los que se muestran en la tabla numero 1 y 2, para lo que se ha supuesto un incremento anual del 5% anual en la afiliación de los clientes al gimnasio y de un 2% anual en las ventas mediante maquina vending. Las tablas 11 y 12 muestran los ingresos previstos para el año 2017 tanto por la afiliación de socios como por la máquina vending.

Tabla 11: Previsión de ingresos del gimnasio para el año 2017 afiliación de socios (€)

Ingresos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Clases Adultos												
Cantidad de socios	35	37	39	43	49	47	45	45	50	53	58	52
Cuota mensual	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Total Ingresos	1225	1295	1365	1505	1715	1645	1575	1575	1750	1855	2030	1820
Clases niños												
Cantidad de socios	20	21	22	24	28	27	26	26	29	30	33	30
Cuota mensual	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Total ingresos	500	525	550	600	700	675	650	650	725	750	825	750
Musculación y Cardio												
Cantidad de socios	30	32	34	37	43	41	39	39	43	45	50	45
Cuota mensual	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total ingresos	900	960	1020	1110	1290	1230	1170	1170	1290	1350	1500	1350
Clases + Musculación y Cardio												
Cantidad de socios	35	37	39	43	49	47	45	45	50	53	58	52
Cuota mensual	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total ingresos	1400	1480	1560	1720	1960	1880	1800	1800	2000	2120	2320	2080

Tabla 12: Previsión de ingresos del gimnasio para el año 2017 máquina vending (€)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
TOTAL INGRESOS	200	210	221	232	243	255	268	281	295	310	326	342

Esta previsión de ingresos se ha realizado según los motivos que se reflejan en la tabla 13.

Tabla 13: Variación mensual de ingresos para el año 2017

	Variación mensual	
Enero	0%	Socios iniciales
Febrero	5%	Los vecinos conocen la existencia del gimnasio y quieren probarlo
Marzo	5%	
Abril	10%	Deseo por mantenerse en forma para el verano
Mayo	15%	
Junio	-5%	Época estival. Periodo de vacaciones.
Julio	-5%	
Agosto	0%	
Septiembre	10%	Ponerse en forma después de las vacaciones
Octubre	5%	Mantenerse en forma para Navidad
Noviembre	10%	
Diciembre	-10%	Periodo de vacaciones.

Respecto a los gastos, se han agrupado en tres grupos distintos: gastos de personal; alquiler y otros gastos, los cuales se muestran en la tabla numero 14. Para ello se ha supuesto un gasto medio mensual por trabajador de 500 euros, ya que los distintos trabajadores que se van a contratar no van a trabajar a jornada completa y en función del salario diario que se refleja en el convenio de ésta actividad (Anexo I) , por lo que se supone un gasto medio entre todos ellos, con un incremento del 2% anual. Para el alquiler del local se ha supuesto una mensualidad de 600€, con incremento anual en el precio del 2%. Respecto a los otros gastos, se engloban los gastos de electricidad, teléfono, agua, limpieza, seguros, alquiler de la maquina vending y publicidad (incluye tanto el gasto en publicidad y creación de las tarjetas de visita como el diseño y mantenimiento de la pagina web), todos ellos son un incremento anual del 1,5%.

Tabla 14: Gastos.

		2017	2018	2019	2020	2021
<b>PERSONAL</b>						
Gasto medio mensual	500 €					
Número de trabajadores	5					
Aportación Seguridad Social	29,90%					
-Base de cotización	23,60%					
-Desempleo	5,50%					
-Formación profesional	0,60%					
-Fondo de Garantía Salarial	0,20%					
Incremento anual	2,00%					
Salario		30.000 €	31.212 €	31.836 €	32.473 €	33.122 €
Seguridad Social		8.970 €	9.332 €	9.519 €	9.709 €	9.904 €
<b>TOTAL</b>		<b>38.970 €</b>	<b>40.544 €</b>	<b>41.355 €</b>	<b>42.182 €</b>	<b>43.026 €</b>
<b>ALQUILER</b>						
Gasto medio mensual	600 €					
Incremento anual	2,00%					
<b>TOTAL</b>		<b>7.200 €</b>	<b>7.344 €</b>	<b>7.491 €</b>	<b>7.641 €</b>	<b>7.794 €</b>
<b>OTROS GASTOS</b>						
Electricidad	200 €	2.400 €	2.436 €	2.473 €	2.510 €	2.547 €
Teléfono	75 €	900 €	914 €	927 €	941 €	955 €
Agua	200 €	2.400 €	2.436 €	2.473 €	2.510 €	2.547 €
Limpieza	150 €	1.800 €	1.827 €	1.854 €	1.882 €	1.910 €
Seguros	250 €	3.000 €	3.045 €	3.091 €	3.137 €	3.184 €
Otros	135 €	1.620 €	1.644 €	1.669 €	1.694 €	1.719 €
Publicidad	100 €	1.200 €	1.218 €	1.236 €	1.255 €	1.274 €
Incremento anual	1,5%					
<b>TOTAL</b>		<b>13.320 €</b>	<b>13.520 €</b>	<b>13.723 €</b>	<b>13.928 €</b>	<b>14.137 €</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>		<b>60.495 €</b>	<b>62.454 €</b>	<b>63.635 €</b>	<b>64.839 €</b>	<b>66.067 €</b>

Una vez elaborado los presupuestos de gastos e ingresos, se va a proceder a la realización de la cuenta de resultados. Para ello, se ha supuesto un tipo impositivo del 25%, que la promotora retirará un 10% sobre el beneficio y el 90% restante se destinará a reservas. En la tabla 15 se muestra la cuenta de resultados.

Tabla 15: Cuenta de Resultados (€)

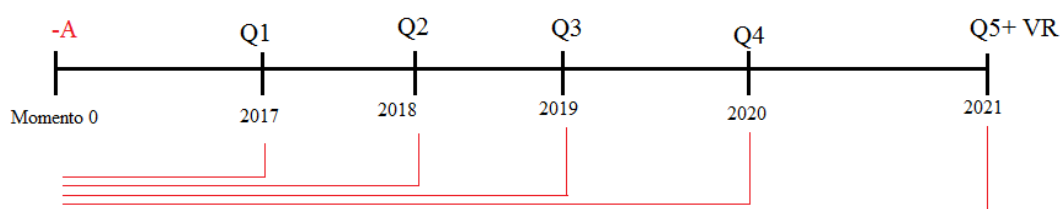
CUENTA DE RESULTADOS	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
TOTAL VENTAS	66.898,43	70.147,84	73.557,82	77.136,35	80.891,82
-Afiliación	63.715,00	66.900,75	70.245,79	73.758,08	77.445,98
-Máquina Vending	3.183,43	3.247,09	3.312,04	3.378,28	3.445,84
TOTAL GASTOS	59.490,00	61.408,19	62.568,75	63.751,51	64.956,90
Gastos de personal	-38.970,00	-40.544,39	-41.355,28	-42.182,38	-43.026,03
Alquileres	-7.200,00	-7.344,00	-7.490,88	-7.640,70	-7.793,51
Otros gastos	-13.320,00	-13.519,80	-13.722,60	-13.928,44	-14.137,36
<b>MARGEN DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>7.408,43</b>	<b>8.739,66</b>	<b>10.989,07</b>	<b>13.384,84</b>	<b>15.934,92</b>
Amortizaciones	-5.714,13	-5.714,13	-5.714,13	-5.714,13	-5.714,13
<b>BAIT</b>	<b>1.694,30</b>	<b>3.025,53</b>	<b>5.274,94</b>	<b>7.670,71</b>	<b>10.220,79</b>
Gastos financieros	-750,00	-614,27	-471,75	-322,11	-164,98
<b>BAI</b>	<b>944,30</b>	<b>2.411,26</b>	<b>4.803,19</b>	<b>7.348,60</b>	<b>10.055,81</b>
Impuestos	-236,07	-602,81	-1.200,80	-1.837,15	-2.513,95
<b>Resultado</b>	<b>708,22</b>	<b>1.808,44</b>	<b>3.602,39</b>	<b>5.511,45</b>	<b>7.541,86</b>
Promotora	-70,82	-180,84	-360,24	-551,15	-754,19
<b>Reservas</b>	<b>637,40</b>	<b>1.627,60</b>	<b>3.242,15</b>	<b>4.960,31</b>	<b>6.787,67</b>

## 7.2 VAN Y TIR.

En este apartado se va a proceder a analizar la viabilidad del proyecto. Para ello se va a proceder a realizar el cálculo de las tasas VAN y TIR.

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en el cálculo del valor actualizado al momento 0 de la dimensión financiera de la inversión (Partal, Moreno, Cano y Gómez 2013, p.258). Si el VAN es positivo, se aceptará el proyecto. En la imagen 14 se muestra gráficamente el proceso de actualización de los flujos de caja.

Ilustración 13: Proceso de actualización de los flujos de caja



Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla 16 se muestran los flujos de efectivo en el periodo 2017-2021.

Tabla 16: Flujos de efectivo (€)

Dimensión financiera de la Inversión					
Inversión	2017	2018	2019	2020	2021
-29816,96	7136,01	8100,50	9751,94	11511,35	13384,63

Por otro lado, en la tabla 17 se muestra los datos de la financiación necesarios para conocer el coste de pasivo del proyecto.

Tabla 17: Coste de Pasivo

Dimensión financiera de la financiación					
Financiación	2017	2018	2019	2020	2021
30.000,00	-3.347,94	-3.491,90	-3.706,92	-3.935,24	-19.177,56

Una vez conocidos estos datos es posible realizarlos cálculos, que se detallan en la tabla 18. Para ello, en un primer lugar será necesario calcular la tasa del TIR a partir de los flujos de caja; a continuación se obtendrá el coste de pasivo para poder calcular el VAN. Debido a que al final del periodo casi todo el inmovilizado estará amortizado, no se va a tener en cuenta ningún Valor Residual.

Tabla 18: VAN y TIR

TIR	17,17%
Coste de Pasivo	3,02%
Rentabilidad Neta	14,15%
VAN	14.875,68 €

Al tener el proyecto un Coste de Pasivo inferior a la tasa TIR, el VAN del proyecto es positivo, por lo que es viable.

### 7.3 NUEVAS NECESIDADES DE CAPITAL CIRCULANTE

En la tabla 19 se detalla la cuenta de nuevas necesidades de capital circulante para el proyecto que se está analizando.

Tabla 19: Nuevas Necesidades de Capital Circulante (€)

NNCC	2017	2018	2019	2020	2021
Tesorería objetivo	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
<i>Variación tesorería objetivo</i>	<i>2000,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>2000,00</b>	<b>2000,00</b>	<b>2000,00</b>	<b>2000,00</b>	<b>2000,00</b>
<b><i>Variación Activo Corriente</i></b>	<b><i>2000,00</i></b>	<b><i>0,00</i></b>	<b><i>0,00</i></b>	<b><i>0,00</i></b>	<b><i>0,00</i></b>
Promotor	70,82	180,84	360,24	551,15	754,19
<i>Variación promotor</i>	<i>70,82</i>	<i>110,02</i>	<i>179,39</i>	<i>190,91</i>	<i>203,04</i>
Impuestos	236,07	602,81	1200,80	1837,15	2513,95
<i>Variación impuestos</i>	<i>236,07</i>	<i>366,74</i>	<i>597,98</i>	<i>636,35</i>	<i>676,80</i>
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>306,90</b>	<b>783,66</b>	<b>1561,04</b>	<b>2388,30</b>	<b>3268,14</b>
<b><i>Variación Pasivo Corriente</i></b>	<b><i>306,90</i></b>	<b><i>476,76</i></b>	<b><i>777,38</i></b>	<b><i>827,26</i></b>	<b><i>879,84</i></b>
NNCC	1693,10	-476,76	-777,38	-827,26	-879,84

#### 7.4 PRESUPUESTO DE CAPITAL

A continuación, en la tabla 20 se muestra el presupuesto de capital para los años 2017-2021.

Tabla 20: Presupuesto de Capital (€)

P.CAPITAL	2017	2018	2019	2020	2021
Inversión	29816,96	0,00	0,00	0,00	0,00
NNCC	1693,10	-476,76	-777,38	-827,26	-879,84
Amortización Financiera	2714,62	2850,35	2992,87	3142,51	3299,64
<b>TOTAL EMPLEOS</b>	<b>34224,69</b>	<b>2373,59</b>	<b>2215,49</b>	<b>2315,26</b>	<b>2419,80</b>
Capital	15000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo	15000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Autofinanciación	6351,53	7341,73	8956,28	10674,43	12501,80
<b>TOTAL RECURSOS</b>	<b>36351,53</b>	<b>7341,73</b>	<b>8956,28</b>	<b>10674,43</b>	<b>12501,80</b>
Superávit/Déficit	2126,84	4968,14	6740,79	8359,18	10082,00
Sup/Déf. Acumulado	2126,84	7094,98	13835,77	22194,95	32276,95

## 7.5 CUADRO DE TESORERIA

A continuación, en la tabla 21, se va a proceder a analizar el cuadro de tesorería de la sociedad en el periodo 2017-2021. Para ello se ha tenido en cuenta que todas las ventas previstas para dicho periodo y todos los gastos en los que va a incurrir la empresa, detallados en las tablas 8, 9 y 10 anteriores, son todos al contado.

Tabla 21: Presupuesto de tesorería (€)

<b>TESORERÍA</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
Cobro por Ventas	66.898,43	70.147,84	73.557,82	77.136,35	80.891,82
Pagos de Explotación	-59.490,00	-61.408,19	-62.568,75	-63.751,51	-64.956,90
<b>TESORERÍA DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>7.408,43</b>	<b>8.739,66</b>	<b>10.989,07</b>	<b>13.384,84</b>	<b>15.934,92</b>
Cobro por aportación de capital	15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cobro por préstamo	15.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago por amortización financiera	-2.714,62	-2.850,35	-2.992,87	-3.142,51	-3.299,64
Pago por inversiones productivas	-29.816,96	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TESORERÍA POR OPERACIONES DE CAPITAL</b>	<b>-2.531,58</b>	<b>-2.850,35</b>	<b>-2.992,87</b>	<b>-3.142,51</b>	<b>-3.299,64</b>
Pago promotor		-70,82	-180,84	-360,24	-551,15
Pago de intereses	-750,00	-614,27	-471,75	-322,11	-164,98
<b>TESORERÍA POR COSTE DE CAPITAL</b>	<b>-750,00</b>	<b>-685,09</b>	<b>-652,60</b>	<b>-682,35</b>	<b>-716,13</b>
Pago de impuestos		-236,07	-602,81	-1.200,80	-1.837,15
<b>TOTAL TESORERÍA DEL PERIODO</b>	<b>4.126,84</b>	<b>4.968,14</b>	<b>6.740,79</b>	<b>8.359,18</b>	<b>10.082,00</b>
Saldo inicial tesorería	0,00	4.126,84	9.094,98	15.835,77	24.194,95
<b>SALDO FINAL TESORERÍA</b>	<b>4.126,84</b>	<b>9.094,98</b>	<b>15.835,77</b>	<b>24.194,95</b>	<b>34.276,95</b>

## 7.6 BALANCE:

A continuación, en la tabla 22, se muestra cual sería el balance de la sociedad durante el periodo 2017-2021.

Tabla 22: Balance (€)

<b>BALANCE</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
Inmovilizado material	29.816,96	29.816,96	29.816,96	29.816,96	29.816,96
Amortización Acumulada	5.714,13	11.428,25	17.142,38	22.856,51	28.570,64
<i>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</i>	<i>24.102,83</i>	<i>18.388,71</i>	<i>12.674,58</i>	<i>6.960,45</i>	<i>1.246,33</i>
Tesorería	4.126,84	9.094,98	15.835,77	24.194,95	34.276,95
<i>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</i>	<i>4.126,84</i>	<i>9.094,98</i>	<i>15.835,77</i>	<i>24.194,95</i>	<i>34.276,95</i>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>28.229,68</b>	<b>27.483,69</b>	<b>28.510,35</b>	<b>31.155,40</b>	<b>35.523,27</b>
Capital	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Reservas acumuladas	637,40	2.265,00	5.507,16	10.467,46	17.255,14
<i>TOTAL PATRIMONIO NETO</i>	<i>15.637,40</i>	<i>17.265,00</i>	<i>20.507,16</i>	<i>25.467,46</i>	<i>32.255,14</i>
Préstamos	12.285,38	9.435,02	6.442,15	3.299,64	0,00
<i>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</i>	<i>12.285,38</i>	<i>9.435,02</i>	<i>6.442,15</i>	<i>3.299,64</i>	<i>0,00</i>
Impuestos	236,07	602,81	1.200,80	1.837,15	2.513,95
Promotor	70,82	180,84	360,24	551,15	754,19
<i>TOTAL PASIVO CORRIENTE</i>	<i>306,90</i>	<i>783,66</i>	<i>1.561,04</i>	<i>2.388,30</i>	<i>3.268,14</i>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>28.229,68</b>	<b>27.483,69</b>	<b>28.510,35</b>	<b>31.155,40</b>	<b>35.523,27</b>

## 7.7 RATIOS:

En la tabla 23 se van a mostrar algunos ratios de interés respecto a la inversión.

Tabla 23: Ratios

<b>RATIO</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Ratio Crecimiento	8,93%	20,09%	33,25%	43,09%	50,71%
Ratio de Rentabilidad	0,99%	2,23%	3,69%	4,79%	5,63%
Ratio de mantenimiento	80,07%	70,54%	58,59%	49,64%	42,69%
Ratio residual	10,51%	7,58%	4,84%	2,80%	1,23%
Ratio de endeudamiento	80,53%	59,19%	39,03%	22,33%	10,13%
Grado autonomía Financiera	55,39%	62,82%	71,93%	81,74%	90,80%
Grado Dependencia Financiera	44,61%	37,18%	28,07%	18,26%	9,20%
Coste Capitales ajenos	5,96%	6,01%	5,89%	5,66%	5,05%
Coste Capitales propios	0,45%	1,05%	1,76%	2,16%	2,34%
Coste medio ponderado	2,91%	2,89%	2,92%	2,80%	2,59%
Rentabilidad Económica	3,35%	8,77%	16,85%	23,59%	28,31%
Rentabilidad Neta	0,44%	5,88%	13,93%	20,78%	25,72%
Liquidez	14,62%	33,09%	55,54%	77,66%	96,49%

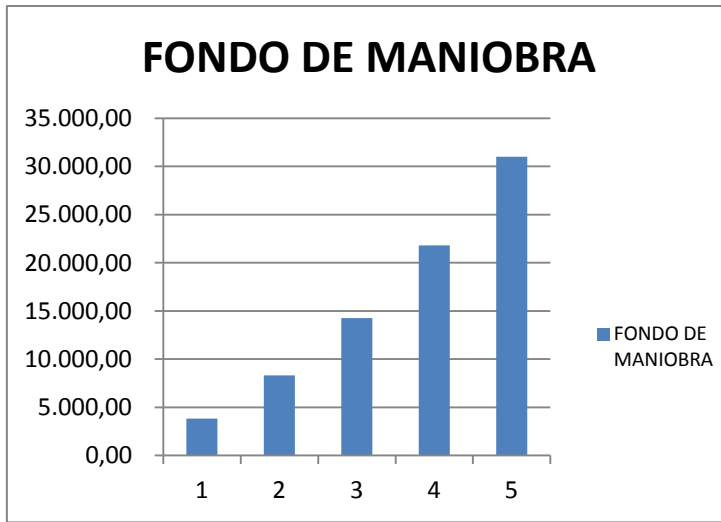
## 7.8 FONDO DE MANIOBRA

A continuación, en la tabla 24, se va a calcular la evolución del fondo de maniobra del proyecto calculada como Fondo de Maniobra= Activo Corriente - Pasivo Corriente.

Tabla 24: Fondo de maniobra (€)

TOTAL ACTIVO CORRIENTE	4.126,84	9.094,98	15.835,77	24.194,95	34.276,95
TOTAL PASIVO CORRIENTE	306,90	783,66	1.561,04	2.388,30	3.268,14
FONDO DE MANIOBRA	3.819,95	8.311,32	14.274,73	21.806,65	31.008,81

Gráfico 16: Fondo de maniobra



Fuente: Elaboración propia.

## 8 ESTRUCTURA LEGAL

### 8.1 FORMA JURIDICA DE LA EMPRESA

Debido a que el proyecto se va a llevar a cabo con un solo promotor y que se trata de una empresa de reciente creación, la estructura elegida para su constitución es la de empresario individual o autónomo el cual se define como aquel que realiza una actividad económica o profesional a título lucrativo y de forma habitual, personal, directa y predominante, para una persona física o jurídica denominada cliente, del que depende económicamente, en al menos, un 75% de sus ingresos (IPYME, 2016). En la tabla 25 se muestran las características propias de un empresario autónomo.

Tabla 25: Características del empresario individual o autónomo

Número de socios	1
Capital	Sin mínimo legal para su formalización
Responsabilidad	Ilimitada. Realiza la actividad empresarial en nombre propio y asume todos los derechos y obligaciones que se creen con la actividad.
Normativa aplicable	Código de Comercio en materia mercantil Código Civil en materia de derechos y obligaciones. Ley 20/2007 del estatuto del trabajo autónomo. Real Decreto 197/2009, por el que se desarrolla el Estatuto del Trabajo Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.
Tramites y gestiones para su constitución	Pocos y sencillos
Régimen de la Seguridad Social a aplicar	Régimen especial de trabajadores autónomos o Régimen especial que corresponda, en función de la actividad que realice

Control sobre la empresa	Total
Requisitos	Ser mayor de edad Tener libre disposición de sus bienes Ejercer una actividad empresarial
Tributación	IRPF
Ventajas	Autonomía del empresario para tomar decisiones Forma jurídica más económica y sencilla en su constitución y gestión.
Inconvenientes	Responde con todo su patrimonio Puede estar sometido a tipos impositivos elevados si los ingresos son altos

La elección de este tipo de estructura legal se debe a que, al tratarse de un proyecto de nueva creación, el capital del que se dispone no es muy elevado para adoptar otro tipo de estructura legal, de modo que en función del funcionamiento del proyecto, este tipo de estructura siempre se puede modificar por cualquier otra sin tener impedimentos.

## 8.2 TRÁMITES

Una vez seleccionada la estructura legal con la que se va a formar la empresa, es necesario conocer cuáles van a ser los trámites necesarios para su constitución.

En primer lugar, sería necesario darse de alta como empresario individual o autónomo. Para ello, es necesario rellenar el modelo 037 de la Agencia Tributaria. Esto puede realizarse online a través de su página web [www2.agenciatributaria.gob.es](http://www2.agenciatributaria.gob.es), y también sería necesario darse de alta en el modelo de retenciones de trabajadores.

Una vez realizados estos trámites, es necesario obtener un certificado digital. Para ello es necesario acceder a la página de la Fábrica Nacional de la Moneda y Timbre y en su apartado CERES solicitar dicho certificado. Transcurridas unas horas, ya se podrá descargar dicho certificado en ese mismo apartado.

A continuación es necesario darse de alta en la Seguridad Social, en su apartado Sistema Red, para poder darse de alta, también en la Seguridad Social, en una cuenta de cotización.

Otro paso a realizar sería obtener un Plan de Prevención de Riesgos Laborales, ya que se va a tener personal contratado.

Una vez realizado todos los pasos anteriores, es necesario dar de alta a los trabajadores que van a formar parte de la empresa. Para ello se deben formalizar sus contratos, los cuales pueden obtenerse en la página web del Servicio Público de Empleo ([www.sepe.es](http://www.sepe.es)) y darles de alta en la Seguridad Social como trabajador de dicha empresa, lo que también se puede realizar en el Sistema Red de la página de la Seguridad Social.

### 8.3 MODELOS NECESARIOS.

Una vez se inicia la actividad empresarial como autónomo es necesario presentar una serie de modelos que acrediten dicha actividad, los cuales se detallan en las tablas 26 y 27. Estos modelos son:

- Trimestralmente:

Tabla 26: Modelos trimestrales a presentar

Fechas de presentación	1-20 abril 1-20 julio 1-20 octubre 1-20 enero
Modelo	Modelo 115: Retenciones de alquiler Modelo 111: Retención de Nominas Modelo 130: IRPF Modelo 303: IVA

- Anualmente:

Tabla 27: Modelos anuales a presentar

Modelo	Fecha de presentación
390- Resumen del IVA	Enero
190- Resumen de Retenciones de trabajadores	Enero
347- Operaciones superiores a 3000€	Febrero
180- Resumen alquiler	Enero
Renta	Mayo-Junio

## 9 **BIBLIOGRAFÍA:**

Andalucía pueblo a pueblo (2016). En Instituto de Estadística y Cartografía. Obtenida el 29 de Enero de 2016, de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/htm/sm23020.htm>

Bertomeu, V., & Castillo-Castillo, J. (2008). Situación de la enfermedad cardiovascular en España. Del riesgo a la enfermedad [versión electrónica] . *Revista Española de Cardiología*, vol 8, 2-9.

Características del trabajador autónomo (s.f.) . De Crear Empresas. Obtenida el 29 de Marzo de 2016, <http://www.crear-empresas.com/caracteristicas-del-trabajador-autonomo>

Cifras de Población a 1 de julio de 2015 (2015). De Instituto Nacional de Estadística. Obtenida el 28 de Enero de 2016 <http://www.ine.es/prensa/np948.pdf>

Convenio colectivo de trabajo para peluquerías, institutos de belleza y gimnasios (2015). De Boletín Oficial del Estado. Recuperada el 5 de abril de 2016 de <https://www.boe.es/boe/dias/2015/03/31/pdfs/BOE-A-2015-3494.pdf>

Desempleo en España (s.f.) . De Wikipedia. Obtenida el 28 de Enero del 2016, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Desempleo\\_en\\_Espa%C3%B1a](https://es.wikipedia.org/wiki/Desempleo_en_Espa%C3%B1a)

Elección de la forma jurídica de una empresa (s.f) .De Área de PYMES. Obtenida el 29 de Marzo de 2016, de <http://www.areadepymes.com/?tit=eleccion-de-la-forma-juridica-de-una-empresa-autonomo-comunidad-de-bienes-y-sociedad-civil&name=Manuales&fid=pfjurd>

Formas jurídicas de empresa (s.f.). De IPYMES. Obtenida el 29 de Marzo de 2016, de <http://www.ipyme.org/es-ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=EIN&nombre=Empresario+Individual&idioma=es-ES#d3>

Partal, A., Moreno, F., Cano, M., Gómez, P. (2013). *Introducción a las finanzas empresariales* (2.<sup>a</sup> Ed.). Madrid: PIRÁMIDE.

Pirámides de población del mundo desde 1950 a 2100 (2015). En Population Pyramid. Obtenida el 28 de Enero de 2016, de <https://populationpyramid.net/es/espa%C3%B1a/2015/>

Suanzes, P. (2015). *Running, una fiebre multimillonaria*. De El Mundo. Obtenida el 28 del Enero de 2016, de <http://www.elmundo.es/economia/2014/01/19/52daf5db22601d436e8b4574.html>

Tu Contrato en 5 pasos (s.f.). De Servicio Público de Empleo Estatal. Obtenida el 5 de Abril de 2016, de <https://www.sepe.es/contratos/index.html#uno>

## 10 ANEXOS

### 10.1 ANEXO I

Tabla 28: Tabla de salarios según convenio

**Año 2016**  
*Importes en euros*

Grupo	Salario/día	Paga junio	Paga diciembre
O	Según contrato		
I	25,02	750,60	750,60
II	27,57	827,10	827,10
III	28,08	842,40	842,40
IV	28,59	857,70	857,70

Plus de transporte: 2,00 euros/día efectivamente trabajado.

Fuente: Convenio colectivo... (2015)