



# *Academia de baile urbano.*

*2020/21*

---

*Juán García Prieto*

*2º Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma*



## Contenido

I.	Presentación .....	4
A.	Presentación breve del proyecto .....	4
B.	Presentación de la Empresa. El emprendedor: interés en el proyecto y capacidad emprendedora: Perfil de la compañía .....	4
II.	La idea de negocio .....	6
A.	La idea de negocio .....	6
III.	El mercado y los clientes .....	7
A.	El mercado y tipos .....	7
B.	El segmento de mercado .....	7
C.	Estudio del mercado: Los clientes. Lienzo Propuesta valor y Early Adopters..	7
IV.	El entorno y la competencia .....	9
A.	Entorno general .....	9
B.	Entorno específico .....	10
C.	La competencia .....	10
D.	Análisis D.A.F.O. y C.A.M.E. ....	11
E.	La localización de la empresa.....	13
F.	Misión, visión y valores .....	13
G.	Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	14
V.	Estrategias de marketing.....	15
A.	Estrategia de posicionamiento .....	15
B.	Mapa de posicionamiento .....	15
C.	Estrategia de producto .....	16
D.	Marca y logotipo .....	17
E.	Estrategia de precio .....	17
F.	Estrategia de promoción .....	17
G.	Estrategia de distribución.....	18

H.	Atención al cliente .....	18
VI.	Recursos humanos .....	19
A.	Dirección y liderazgo.....	19
B.	Plan de motivación laboral. ....	19
C.	El organigrama y la selección de personal.....	20
D.	Obligaciones laborales .....	21
VII.	Forma jurídica .....	22
A.	¿Qué forma jurídica vas a utilizar? .....	22
VIII.	Plan de producción.....	23
A.	El plan de producción .....	23
B.	La gestión de inventarios .....	23
C.	Los proveedores .....	24
D.	Análisis de costes.....	24
IX.	Análisis económico-financiero .....	26
A.	Inversiones y gastos iniciales.....	26
B.	La financiación propia .....	26
C.	La financiación ajena .....	27
X.	Análisis Contable y Financiero .....	28
A.	Balance de situación .....	28
B.	Cuenta de resultados .....	28
C.	Plan de tesorería.....	29
D.	Fondo de maniobra y ratios contables .....	30
	BIBLIOGRAFÍA .....	31
	ANEXOS .....	32

## I. Presentación

### A. Presentación breve del proyecto

En este negocio la idea consiste en la formación de alumnos organizados en grupos (por niveles) mediante un profesor cualificado, tras esto se ofrecerá la posibilidad de participar en determinados eventos, tales como competiciones o exhibiciones.

Además ofreceríamos la posibilidad de alquilar el local por horas en unos horarios determinados para aquellos interesados en utilizar dicho espacio en proyectos personales como entrenamientos, desarrollo de coreografías o la grabación de videoclips.

### B. Presentación de la Empresa. El emprendedor: interés en el proyecto y capacidad emprendedora: Perfil de la compañía

DATOS PERSONALES			
Nombre y apellidos	Iván García Prieto		
NIF	71724191W	E-mail	ivan.garpri@gmail.com
Fecha de nacimiento	24/04/2001	Dirección	Av. La Libertad N°73 1°B
Teléfono	601100518		
DATOS PROFESIONALES			
	Titulación	Centro de estudios	
Formación académica	F.P.S Desarrollo de aplicaciones multiplataforma	IES San Andrés	
	Bachillerato de humanidades y ciencias sociales	IES Lancia	
Experiencia laboral	Nombre empresa	Puesto de trabajo	Tiempo
	Asociación Española Contra el Cáncer	Teleoperador	3 meses
Otros datos de interés	Idiomas	Inglés	
	Conocimientos técnicos	Informática de propósito general	Edición de vídeo
Nombre de la Compañía:	Gravity		
Dirección:	C/ Prado de los Judíos, León, 24003		

<b>Equipo directivo</b>	Iván García Prieto	
<b>Recursos humanos actuales o futuros de acuerdo con plan de operaciones</b>	No precisaremos de un departamento de recursos humanos.	
<b>Teléfonos de contacto:</b>	+34 987285057	
<b>Página Web:</b>	www.gravity.es	
<b>Fundada (Lugar y fecha):</b>	León 01/01/2021	
<b>Presentador del proyecto (nombre y cargo)</b>	Iván García Prieto (Propietario)	<b>Foto Presentador</b> 
<b>Persona de contacto:</b>	D. Iván García Prieto	
<b>Teléfono:</b>	+34 601100518	
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:gravity@gmail.com">gravity@gmail.com</a>	
<b>Redes sociales</b>	gravityOficial	

Como información complementaria puedo añadir que gracias a mi trabajo como teleoperador estoy acostumbrado al trato directo con los clientes, así mismo, aunque no como trabajador, he sido cliente de otras empresas similares a la que pretendo llevar a cabo, lo cual me brinda cierta ventaja al conocer cómo perciben dicho negocio los clientes.

Considero que soy una persona empática, asertiva y respetuosa, además tengo un gran autocontrol y sentido de la responsabilidad.

Soy comprensivo y no tengo problema en la resolución de conflictos, por lo que opino que encajo perfectamente en este tipo de negocio.

## **II. La idea de negocio**

### **A. La idea de negocio**

La actividad principal consistirá en la formación artística (danza) de alumnos mediante un profesor con experiencia en el ámbito, durante esta formación se ofrecerá la posibilidad de participar en eventos tales como concursos, exhibiciones o campeonatos.

A esto, de forma complementaria, se le incluirá la posibilidad de reservar el local durante un tiempo determinado para la realización de proyectos personales ajenos al propio negocio.

La formación podrá ser recibida tanto por hombres como por mujeres de casi cualquier rango de edad (mínimo 5 años), y estos serán divididos en cuatro grandes grupos:

- Benjamín (5 a 10 años).
- Alevín (11 a 14 años).
- Juvenil (15 a 17 años) .
- Sénior (18+) .

Este último, a su vez, estará dividido en 2 subgrupos en función de su nivel:

- Principiante .
- Experto.

Nuestro negocio cubre la necesidad de una enseñanza centrada en diferentes estilos de baile (dentro del género urbano) sin tener que aprender otro tipo de disciplinas obligatorias ejercidas en otros centros, en especial los conservatorios, dando más importancia al buen ambiente, el crecimiento personal y el desarrollo social que a la adquisición de un alto nivel en esta enseñanza (hasta sénior).

Respecto a la última clasificación se priorizará la adquisición de conocimientos en los principiantes y el perfeccionamiento de dichos conocimientos en los expertos.

A su vez cumple con la necesidad creciente de mantenerse en forma y la habilitación de unas instalaciones amplias para la realización de otro tipo de actividades tales como la realización de videoclips.

### **III. El mercado y los clientes**

#### **A. El mercado y tipos**

En base al producto podremos clasificar nuestro negocio dentro del mercado de servicios, a su vez, en relación con la competencia podemos resaltar que existen multitud de academias de baile en León, cada una forma a sus alumnos en un determinado género, pero solo existe una que se ajuste a nuestras características, lo que supone una ventaja respecto a otro tipo de negocios, los cuales sí poseen un grado de competencia elevado.

Por último, cabe mencionar que nuestro mercado estará en el ámbito regional de León, aunque en el futuro se estudiará la posibilidad de expandirnos a nivel nacional y/o internacional.

#### **B. El segmento de mercado**

Se trata de un segmento de mercado bastante amplio y lleno de posibilidades dado que no existen prácticamente limitaciones de edad (siendo 5 años el mínimo para inscribirse) y el resto de los datos personales son casi irrelevantes a excepción, claro está, de las ganas de aprender danza urbana.

Por tanto, podemos concluir que el segmento de mercado al que va dirigido este negocio nos ofrece una gran cantidad de posibilidades y oportunidades.

#### **C. Estudio del mercado: Los clientes. Lienzo Propuesta valor y Early Adopters**

El pilar básico de mi negocio, tal y como he descrito en apartados anteriores, reside en la posibilidad de recibir una formación libre, sin necesidad de adquirir conocimientos en materias que no interesan a la mayor parte de la gente y que resultan obligatorias en otros centros.

Aquí ofreceremos la posibilidad de un aprendizaje libre de presiones, dejando volar la creatividad de los alumnos y permitiendo que cada persona adquiriera los conocimientos a su ritmo, sin exámenes ni pruebas finales.

Además será un espacio amigable donde los clientes podrán conocer personas con los mismos gustos y entablar relaciones entre ellos, al mismo tiempo que compiten por ser los mejores de su ciudad, comunidad o incluso del país.

De forma complementaria ofreceremos el servicio de alquiler del local, que actualmente resulta de interés entre los jóvenes, en especial los nuevos artistas e “influencers”.

Tras un breve estudio entre personas de todos los segmentos a los que la empresa está dedicada, podemos afirmar que se trata de una idea acogida por un amplio número de personas y con un futuro prometedor siempre y cuando se mantengan los valores iniciales de la empresa, los cuales serán definidos en apartados posteriores del proyecto.

Respecto a los “Early Adopters” en este negocio podemos encontrar a aficionados a la danza que no han encontrado un sitio donde formarse en lo que realmente les gusta, ya sea por la falta de opciones o bien por la falta de plazas en negocios del mismo tipo.

Así mismo contaremos con la presencia de niños y adolescentes que accederán a nuestro negocio como una actividad extraescolar.



#### IV. El entorno y la competencia

##### A. Entorno general

Dimensiones		Muy Negativo	Negativo	Indiferente	Positivo	Muy Positivo
Entorno Político	Estabilidad Política			X		
	Política Impositiva		X			
	Política Exterior			X		
Entorno Legal	Documentación				X	
Entorno Económico	PIB		X			
	Inflación		X			
	Tipos de Interés				X	
	Tipos de Cambio			X		
Entorno Sociocultural	Importancia Económica				X	
	Perspectivas Desarrollo Económico				X	
	Oportunidad de Negocio					X
Entorno Tecnológico	Conocimiento científico y Tecnológico			X		
	Política y Presupuesto de I+D			X		
	Infraestructura Científica y Tecnológica			X		
Entorno Ecológico y de Calidad	Requisitos					X
	Normas Técnicas					X

A modo de resumen, tras la comparativa anterior, podemos concluir que los aspectos analizados son bastante favorables en el momento actual, lo que nos indica que contamos con bastantes oportunidades para formar nuestro negocio.

Por supuesto esta situación es variable, pero nuestro objetivo siempre será adaptarnos a las condiciones del marco actual y actuar en consecuencia con antelación y anticipación.

## **B. Entorno específico**

En el caso de esta empresa, el entorno es bastante sencillo, a lo largo de los años no se han dado diferencias sustanciales en el modelo de negocio ni en los servicios prestados.

El sector está en crecimiento, principalmente potenciado por el creciente interés de la sociedad por mantenerse en forma. Esto se ve reforzado por la concepción del baile como un método de expresión, lo cual supone una buena terapia para la gente con problemas de carácter psicológico.

Las barreras de entrada no son muy altas, debido a que si bien se requiere buen capital, la inversión no es alta. Además una de las mayores barreras es conseguir profesionales que trabajen en este sector, sin embargo estas barreras no son tan significativas y las demás son fáciles de enfrentar.

## **C. La competencia**

La rivalidad entre competidores en el sector a estudiar “no es alta”, puesto que este se encuentra en fase de crecimiento y no hay presencia de muchos competidores en el mercado. Es un sector que no está saturado y además las barreras de salida son bajas y los costes fijos no son muy elevados.

A nivel nacional e internacional la competencia es considerable, sin embargo, en nuestro ámbito (León) existe un único negocio relacionado con esto, por lo que la competencia no supone un problema.

#### D. Análisis D.A.F.O. y C.A.M.E.

Análisis de los Factores Externos	Análisis de los Factores Internos
<b>Oportunidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Creciente preocupación por el bienestar físico.</li><li>❖ Poca competencia.</li><li>❖ Posibilidades de cooperación con la competencia.</li><li>❖ Posibilidad de expansión.</li></ul>	<b>Fortalezas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Muy buen servicio al cliente.</li><li>❖ Precios razonables.</li><li>❖ Capacidad para adaptarse.</li><li>❖ Profesores con experiencia.</li></ul>
<b>Amenazas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Poca variedad de estilos.</li><li>❖ Los profesores pueden irse a la competencia.</li></ul>	<b>Debilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Servicio no único.</li><li>❖ Academia muy nueva.</li><li>❖ Pocos alumnos al comienzo.</li></ul>

Como podemos observar existen una gran cantidad de oportunidades y fortalezas que usar a nuestro favor, además, las amenazas pueden ser corregidas con facilidad a medida que la empresa cobra importancia en León.

Análisis de los Factores Externos	Análisis de los Factores Internos
<b>Acciones para Aprovechar Oportunidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Poca competencia.</li><li>❖ Preocupación por la imagen personal.</li></ul>	<b>Acciones para Potenciar Fortalezas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Formación del profesorado.</li><li>❖ Mantener valores de la empresa.</li></ul>
<b>Acciones para Afrontar Amenazas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Aumentar la posibilidad de formación.</li><li>❖ Establecer políticas adecuadas.</li></ul>	<b>Acciones para Corregir Debilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Darse a conocer mediante diferentes tipos de publicidad.</li><li>❖ Buscar alianzas con otras empresas reconocidas.</li></ul>

Se debe mantener el alto nivel de experiencia de los profesores, brindándoles cursos, congresos y capacitaciones cada 6 meses o cada año, además se debe tener muy en cuenta los valores y visión de la empresa, los cuales serán definidos en apartados posteriores.

La imagen de la academia todavía es poco reconocida, es por esto por lo que se debe corregir. Se debe hacer mucha más publicidad, tanto en redes como a través del boca a boca. También se podría hacer alianzas o eventos con otras marcas reconocidas para poco a poco lograr el reconocimiento de la academia.

La oportunidad que se debe explotar es la poca competencia que hay en León actualmente, haciendo mucha publicidad para atraer nuevos consumidores en el mercado. Esta es una estrategia relativamente más fácil de aplicar en un mercado poco concentrado ya que hacer que clientes de la competencia cambien de academia es más difícil que atraer a consumidores totalmente nuevos en el mundo de la danza.

Otra oportunidad que se debe explotar es la tendencia a un estilo de vida saludable.

A medida que la empresa crezca se debe aumentar la oferta de géneros, siempre y cuando sean compatibles con los iniciales, manteniendo así la esencia de la empresa.

Además se deberá tener muy en cuenta la opinión y recomendaciones del profesorado, pues son el corazón del negocio, serán reconocidos por sus logros y se buscará su comodidad y conformidad dentro de lo posible con el fin de mantenerlos contentos y evitar que se vayan a la competencia.

## **E. La localización de la empresa**

Es fundamental que este negocio se encuentre cercano a zonas residenciales, especialmente aquellas con mayor concentración de jóvenes, por lo que se buscará el equilibrio entre el precio del alquiler y la localización más adecuada, cifra que rondará los 100.000 euros aproximadamente.

El local debe estar entre los 130 y 150 metros cuadrados, así mismo el suelo deberá ser de parqué y contar con un vestíbulo, un vestuario y 3 salas principales para impartir las clases.

Existe una cantidad elevada de profesionales de este ámbito en desempleo, por lo que no resultará complicado encontrar a gente dispuesta para trabajar en nuestro negocio en León.

En este negocio la posibilidad de trabajar en co-working es bastante amplia aunque realmente no merece tanto la pena. No precisamos de unas instalaciones ni una maquinaria especializada, lo que supone un coste bastante asequible para nosotros.

## **F. Misión, visión y valores**

Nuestra misión principal será ofrecer clases de ritmos urbanos a niños, jóvenes y adultos, de manera que las personas bailen para ellas mismas, liberen y expresen sentimientos a través del baile. Ofreciendo un espacio incluyente, en el cual las personas se sientan parte de un mismo propósito, se relacionen con los demás y se sientan a gusto para estar en el lugar el tiempo que deseen.

Respecto a la visión consideramos que para el 2023, Gravity será la mejor academia de baile en León, reconocida por el alto nivel de profesionalismo y la contribución a la salud mental, al bienestar y a la felicidad de los alumnos.

Por último se tendrán muy en cuenta los siguientes valores fundamentales: transparencia, honestidad, libertad, adaptabilidad, constancia y cercanía.

## **G. Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**

En Gravity se incorporarán diferentes acciones en materia de RSE, entre ellas encontraremos políticas laborales que buscarán siempre la máxima comodidad de los trabajadores mediante todos los recursos que pueda ofrecer la empresa.

También se realizarán actividades de concienciación social mediante la participación en eventos benéficos, destinando las ganancias de otras competiciones a ONGs reconocidas y recogiendo prendas de ropa de segunda mano para su posterior donación a personas sin recursos.

Por supuesto se buscará la reducción del uso de recursos, tales como el papel, el agua y la luz, reciclando la mayor cantidad de productos posible.

## V. Estrategias de marketing

### A. Estrategia de posicionamiento

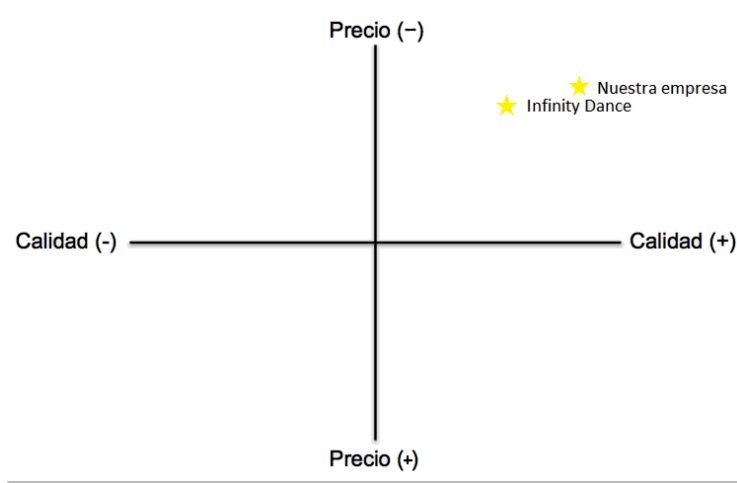
Se usarán estrategias como el regalo de mensualidades y pases para las clases especiales, entre otros.

Otra estrategia de promoción muy importante será a través de los “influencers”, personas que mueven mucho a nuestro público objetivo y que pueden influir en la decisión de compra de los clientes. A estas personas se les invitará a conocer la academia mediante el obsequio de una mensualidad o de pases gratis para las clases especiales.

Como complemento se tendrán unas estrategias de descuento por pronto pago, por número de hermanos inscritos en la academia y en el caso de aperturas, estrategias de plan de referidos y matrícula gratis para los primeros inscritos.

La calidad de nuestro servicio será excelente, contando con profesores con un alto nivel de profesionalismo, al igual que un precio base reducido, permitiendo que prácticamente cualquier familia pueda permitírselo sin que esto suponga un problema.

### B. Mapa de posicionamiento



Como podemos ver en el gráfico anterior, nos encontramos en una posición de ventaja respecto a nuestro competidor, resultando más económico y ofreciendo la máxima calidad.

### **C. Estrategia de producto**

En cuanto al producto básico, Gravity cubrirá la necesidad de una enseñanza centrada en diferentes estilos de baile urbano sin necesidad de aprender otro tipo de disciplinas obligatorias ejercidas en otros centros como los conservatorios.

Por otro lado, respecto al producto formal, se ofrecerán clases de 1 hora al día (el horario dependerá del grupo al que pertenezca el cliente) en las instalaciones de la academia con la supervisión y ayuda de un profesor con experiencia en el ámbito.

A esto, de forma complementaria, se le incluirá la posibilidad de reservar el local durante un tiempo determinado para la realización de proyectos personales ajenos al propio negocio.

Por último, en relación con el producto ampliado, se ofrecerá la posibilidad de participar en diferentes eventos a nivel regional y nacional (con posibilidad de ascender a nivel internacional), tales como competiciones o exhibiciones.

Las instalaciones contarán con unos vestuarios, permitiendo así que los clientes puedan cambiarse aquí, permitiendo venir y marchar de forma directa sin necesidad de pasar por sus casas.

La atención de los profesores a sus alumnos será excepcional y respecto a los pagos y horarios existirá una gran flexibilidad, algo que no ofrece la competencia actual.



#### D. Marca y logotipo

Respecto al logotipo optaremos por un logo sencillo, minimalista y con colores que recuerden perfectamente a nuestras instalaciones, así como a la marca en general.

Logotipo:	Colores:	Eslogan:
		<i>Cuando las palabras se van, comienza la música.</i>

#### E. Estrategia de precio

El criterio referente a la fijación de precios tomará como referente a los propios consumidores, ya que se quiere transmitir un equilibrio entre coste y beneficio de tal manera que los clientes se sientan cómodos con el valor que están pagando.

Se seguirá una estrategia de gancho y penetración combinada con una estrategia de descuentos, los cuales se aplicarán en función de la antigüedad del alumno, las clases contratadas, determinadas fechas, promociones, etc.

#### F. Estrategia de promoción

Utilizaremos 3 pilares básicos:

La publicidad, presentándonos en escuelas y centros educativos como una actividad extraescolar para todas las edades.

El merchandising, otorgando un uniforme (deportivo) a cada profesor propio de la empresa, y los alumnos que lo deseen podrán adquirir prendas de ropa personalizadas con nuestro logo.

Y por último la fidelización, mediante una reducción del coste de las clases para aquellos que lleven más tiempo en la academia.

### **G. Estrategia de distribución**

No contaremos con canales de distribución. Sin embargo, en cuanto a alternativas de penetración se pretende realizar eventos junto con otro tipos de publicidad electrónica y física.

### **H. Atención al cliente**

En caso de que el cliente posea alguna consulta, si esta es menor, serán los profesores presentes en ese momento los encargados de aportar la información necesaria, en caso contrario seré yo mismo el encargado de responder a los clientes y resolverles todas las dudas que puedan surgirles.

Se podrán realizar estas cuestiones de manera presencial, telefónica, mediante correo electrónico o a través de las redes sociales, y el cliente será respondido por el mismo medio por el que haya contactado con nosotros, además, todas las sugerencias serán almacenadas y estudiadas personalmente por mí.

Existirá una política específica para las reclamaciones, siendo yo, el dueño del negocio, quien se encargue de todo lo relacionado con este aspecto.

También existirá una política que regule las devoluciones, pero resumidamente podemos decir que al tratarse de un servicio de estas características no existirán devoluciones, únicamente cancelaciones en el caso de los pagos por adelantado.

Por último, existirán formularios para la valoración de todos los aspectos principales y secundarios de la empresa referidos a la visión del cliente respecto a la misma, los cuales podrán ser realizados a través de la página web.

## **VI. Recursos humanos**

### **A. Dirección y liderazgo.**

Gravity contará con un número reducido de trabajadores, siendo yo mismo el encargado de llevar a cabo todos los papeleos y gestiones necesarias para el funcionamiento del negocio, además, con el fin de reducir gastos, dado que las instalaciones no serán demasiado amplias, seré el encargado de la limpieza, así como de la adecuación del local y organización de los horarios.

Cabe indicar que seré el único director del negocio, por lo que toda responsabilidad derivada del mal funcionamiento de este recaerá sobre mí, aunque esto no impide que los trabajadores cometan infracciones y sean sancionados por esto en función de la gravedad de dichas infracciones.

Me considero una persona totalmente capacitada para este puesto, ya que considero que aun siendo exigente en el ámbito laboral, soy una persona cercana y las relaciones con los trabajadores siempre serán abiertas, como si de otro trabajador me tratase, dispuesto siempre a resolver todo conflicto que pueda darse, sea del carácter que sea.

Se me da bien delegar, y, por experiencias anteriores, puedo asegurar que mis subordinados siempre han mantenido una relación cordial conmigo, lo que genera que el entorno de trabajo sea mucho más agradable y los trabajadores no se sientan desmotivados teniendo que soportar situaciones de presión o de incomodidad en su puesto de trabajo.

### **B. Plan de motivación laboral.**

Como resulta obvio, los trabajadores serán recompensados por su buen trabajo, de forma que las buenas costumbres, el esfuerzo, la buena imagen, la profesionalidad, etc se verán más como una meta que como una obligación.

Todos los trabajadores serán reconocidos por su trabajo de manera verbal por su responsable directo, en este caso yo, con frecuencia, creando así una buena relación jefe-trabajador.

Se buscará el confort de los trabajadores en todos los aspectos que dependan de la propia empresa, ofreciendo salarios adecuados, unas condiciones de trabajo excelentes, formaciones gratuitas para que los profesores continúen formándose continuamente, etc.

Por último, cabe mencionar que con el fin de otorgar estabilidad a todos los miembros de la empresa, se fomentará la contratación indefinida, de manera que aquellos trabajadores, que, tras superar su primer contrato temporal de forma satisfactoria, deseen continuar en la empresa, podrán hacerlo de manera indefinida.

### C. El organigrama y la selección de personal.

En Gravity buscamos que nuestros trabajadores tengan ganas y se sientan motivados a la hora de impartir sus clases, de manera que optaremos por la contratación de gente joven, que cumplan con un mínimo de conocimientos, por supuesto, pero sin necesidad de tener experiencia laboral en este ámbito.

De esta forma, fomentaremos el primer empleo para aquellas personas que, aun teniendo los conocimientos necesarios, ven reducidas sus oportunidades de trabajar en lo que realmente les apasiona por culpa de la situación económica actual y los requerimientos, en mi opinión excesivos, de otras empresas.

La selección de cada uno de los trabajadores será realizada por mí mediante una entrevista y una pequeña prueba que permita conocer el nivel con el que cuenta el futuro profesor, consistente en la creación y presentación de una coreografía diseñada por él mismo.

A continuación se muestra el organigrama de la empresa:



#### **D. Obligaciones laborales**

Respecto al contrato de los trabajadores cabe mencionar que, como se ha explicado en apartados anteriores, serán de carácter indefinido una vez superado, de manera satisfactoria, un primer contrato temporal de 3 meses.

El salario se basará, por supuesto, en el convenio que regula este tipo de negocios, a saber el convenio colectivo estatal de instalaciones deportivas y gimnasios de 2018.

Además de cumplir con los mínimos establecidos en este convenio, los trabajadores se verán recompensados con formaciones totalmente gratuitas que también se han sido mencionadas anteriormente, cuyo gasto correrá a cargo de la empresa.

Por último, cabe mencionar que la prevención de riesgos laborales no será desarrollada en este documento dado que será organizada de forma ajena a la propia empresa, por terceros.

## VII. Forma jurídica

### A. ¿Qué forma jurídica vas a utilizar?

Dadas las características de mi negocio he decidido ser un emprendedor de responsabilidad limitada, forma jurídica que resumiré a continuación.

Persona física que, con limitación de responsabilidad bajo determinadas condiciones, realiza de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, con o sin trabajadores por cuenta ajena a su cargo.

He escogido esta forma debido a que es la que mejor se adapta a mis características, basándome, entre otros aspectos, en lo siguiente:

- Tendré el control total de mi negocio.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la de mi propia voluntad.
- Podré limitar la responsabilidad de las deudas derivadas del ejercicio de la actividad.
- Es una forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas pequeñas.
- No hay que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica, pero sí es necesario inscribir en el Registro Mercantil y en el Registro de la Propiedad la condición de Empresario de Responsabilidad Limitada indicando los datos de la vivienda habitual que quedará excluida de la responsabilidad de la empresa.
- Resulta más económico, dado que no se crea persona jurídica a parte de la mía.

## **VIII. Plan de producción**

### **A. El plan de producción**

Dado que mi empresa ofrece un servicio, nuestro plan de producción es sencillo.

Para desarrollar nuestra actividad sólo necesitaremos el propio local, sobre el que ya se ha hablado en apartados anteriores, un reproductor de música y la presencia del profesor correspondiente.

Teniendo en cuenta que las clases se repartirán a lo largo del día y que se tendrán horarios estrictamente marcados para cada uno de los grupos, es imprescindible que el profesor esté presente durante todo el tiempo asignado a su clase, teniendo en cuenta la necesidad, entre una clase y otra de tomar un pequeño descanso.

Al finalizar una clase los alumnos abandonarán las instalaciones, pudiendo acudir al vestuario a recoger sus pertenencias así como cambiarse, y mientras esto sucede los alumnos del siguiente turno podrán ir entrando en el local, de forma que tras los 5 minutos de descanso del profesor, los alumnos estén listos y pueda comenzar la clase.

Por último, cabe mencionar que al comienzo, la plantilla contará únicamente con un profesor, lo que conlleva que el horario de clases sea bastante reducido, pero a medida que la plantilla aumente con la contratación de nuevos profesores, se buscará la mayor compatibilidad entre ellos en función de su disponibilidad horaria y los espacios disponibles en el local para permitir que los clientes puedan recibir clases en horario de mañanas y de tardes.

### **B. La gestión de inventarios**

El desarrollo de este punto es irrelevante dado que no contaremos con inventario a excepción del merchandising encargado por los alumnos, el cual, una vez recibido será entregado de inmediato al cliente.

### C. Los proveedores

Gravity no requerirá un contacto frecuente con ningún tipo de proveedor por lo general, las instalaciones se tratan de una inversión a largo plazo que tras su acondicionamiento no necesitarán ser actualizadas, siempre y cuando se mantengan en buen estado, claro está.

El merchandising sí que supondrá un contacto frecuente con la empresa proveedora, por lo que es importante que esta cumpla con unos requisitos mínimos de precio y plazos de entrega, ya que serán pedidos reducidos pero que deben ser entregados con la mayor rapidez posible, buscando que la calidad, eso sí, sea de primera categoría.

Se tratará de mantener una relación duradera en este último caso, mientras que en los demás aspectos se buscará siempre el proveedor que ofrezca mejores oportunidades en el momento de la compra.

### D. Análisis de costes

En Gravity no tendremos unos gastos elevados, ya que no precisamos de la realización de muchas compras y las características de nuestro negocio no requieren de grandes inversiones.

En la siguiente tabla se presentan los costes fijos (para un mes + constitución):

<b>Alquiler del local</b>	600
<b>Alarma</b>	60
<b>Luz</b>	50
<b>Agua</b>	25
<b>Teléfono + Internet</b>	25
<b>Nominas</b>	1200
<b>Seguridad Social</b>	330
<b>Ropa de trabajo</b>	10
<b>Gestoría</b>	90
<b>Material de oficina</b>	10
<b>Publicidad</b>	100
<b>Reparaciones</b>	50
<b>Constitución</b>	630
<b>Autónomos</b>	60



Dado el carácter de nuestra empresa no se prevén gastos variables

Teniendo en cuenta la tabla anteriores obtenemos los siguientes resultados:

- **Total costes fijos (un año): 31.290**
- **Total costes variables (un año): 0**
- **Coste variable unitario: 0**

El precio técnico sería bastante reducido, dado que no se debe tener en cuenta ningún tipo de coste variable en el cálculo, además, de los costes fijos calculados anteriormente se debe restar los gastos de constitución, pues se producirán una única vez al comienzo de la actividad.

Dicho esto y tras un breve estudio de mercado sobre el precio de la competencia, la aplicación de un margen considerable y la realización de encuestas a la población local se ha calculado el precio definitivo.

- **Precio Técnico (la hora): 3,74**
- **Precio Definitivo (la hora): 4,16**

Como se puede observar no se ha aplicado un margen demasiado alto, esto es debido a que el precio definitivo se calcula sobre un solo cliente, pero las clases serán impartidas a grupos de 15-20 personas, lo cual supone un gran beneficio económico a la hora, sin necesidad de ofrecer un precio superior al de la competencia.

Conociendo estos datos y el precio de venta del producto podemos obtener el umbral de rentabilidad:

- **Precio de venta (bono de un mes): 50**
- **Umbral de rentabilidad (primer año): 624,6**

Tras la realización de todos estos cálculos podemos concluir que, en función de las encuestas y estudios realizados, nuestro precio es sobradamente competitivo, siendo este menor que el de la competencia, y permitiéndonos aun así un margen de beneficio muy elevado.

## **IX. Análisis económico-financiero**

### **A. Inversiones y gastos iniciales**

En Gravity serán necesarias las siguientes inversiones iniciales:

Acondicionamiento del local	2000
Mobiliario	1000
Herramientas	200
Ordenadores + Impresora	1800

Dentro de los gastos de un solo pago a realizar para 3 meses encontramos:

Constitución	630
Publicidad de lanzamiento	100
Material de oficina	50
Imprevistos	300

Por tanto, los gastos mensuales totales, incluyendo inversiones son los siguientes:

Alquiler	600
Suministros	75
Teléfono + Internet	25
Nóminas + SS	1530
Cuota Autónomos	60
Gestoría	90

### **B. La financiación propia**

Dado que Gravity no requerirá de una gran inversión como se ha podido observar en las tablas y cálculos anteriores, esta será financiada en gran medida mediante ahorros personales (30%).

Cabe mencionar que seré el único propietario y no precisaré de socios de ningún tipo.

### **C. La financiación ajena**

Como se ha explicado en el apartado anterior, la inversión será pequeña, y gracias a una ayuda familiar (70%), no será necesaria la solicitud de un préstamo a ninguna empresa o entidad bancaria, lo cual supondrá una reducción de los gastos notable, dado que no tendremos que preocuparnos por las comisiones.

## X. Análisis Contable y Financiero

### A. Balance de situación

	ACTIVO		PATRIMONIO NETO:	
NO CORRIENTE:	Utillaje	200	Capital	15745
	Mobiliario	4532		
	EPIS	1800	PASIVO:	
			Alquiler	7200
CORRIENTE:	<u>Existencias</u>		Proveedores	600
	<u>Realizable</u>		Acreedores	1200
	IVA soportado	1.371,72	IVA repercutido	6.558,3
	<u>Disponible</u>		IRPF	2040
	Bancos	28500	Seguridad Social	3960
	Caja	1500		

### B. Cuenta de resultados

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	51.250
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	43.080
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	8.170
INGRESOS FINANCIEROS	0
GASTOS FINANCIEROS	0
RESULTADO FINANCIERO	0
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	8.170
RESULTADO DEL EJERCICIO	6.127,5

Como podemos apreciar en la tabla anterior, Gravity, resultará, al contrario que la mayoría de negocios en sus inicios, considerablemente rentable, permitiendo en cuestión de unos pocos meses la obtención de beneficios.

Esto es debido en gran medida a la facilidad que tendremos para conseguir clientes desde un inicio, promocionándonos como una actividad extraescolar en todos los centros educativos de la ciudad, y ya que no existen otros negocios que oferten lo mismo que nosotros , contaremos con una buenísima oportunidad desde el minuto cero.

### C. Plan de tesorería

	<i>ENE</i>	<i>FEB</i>	<i>MAR</i>	<i>ABR</i>	<i>MAY</i>	<i>JUN</i>	<i>JUL</i>	<i>AGO</i>	<i>SEP</i>	<i>OCT</i>	<i>NOV</i>	<i>DIC</i>
<b>Saldo inicial</b>	<b>30000</b>	<b>22600</b>	<b>22020</b>	<b>22690</b>	<b>23210</b>	<b>23780</b>	<b>23200</b>	<b>22520</b>	<b>21890</b>	<b>25060</b>	<b>29389</b>	<b>33800</b>
<b>Cobros</b>	<b>1.250</b>	<b>2.500</b>	<b>3.750</b>	<b>3.750</b>	<b>3.750</b>	<b>2.500</b>	<b>2.500</b>	<b>2.500</b>	<b>6.250</b>	<b>7.500</b>	<b>7.500</b>	<b>7.500</b>
<b>Pagos</b>	<b>8650</b>	<b>3080</b>	<b>3080</b>	<b>3230</b>	<b>3180</b>	<b>3080</b>	<b>3180</b>	<b>3130</b>	<b>3080</b>	<b>3180</b>	<b>3080</b>	<b>3130</b>
<b>Alquiler</b>	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
<b>Acondicionamiento</b>	2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Mobiliario</b>	1000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Alarma</b>	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
<b>EPIS</b>	1800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Nóminas</b>	1530	1530	1530	1530	1530	1530	1530	1530	1530	1530	1530	1530
<b>SS</b>	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330
<b>Autónomos</b>	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
<b>Constante</b>	630	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Publicidad</b>	100	0	0	100	0	0	100	0	0	100	0	0
<b>Agua + Luz</b>	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
<b>Tel + Internet</b>	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
<b>Gestión</b>	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

<b>Ofici na</b>	50	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
<b>Repa racion es</b>	0	0	0	50	0	0	0	50	0	0	0	50
<b>Impr evisto s</b>	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
<b>Saldo final</b>	22600	22020	22690	23210	23780	23200	22520	21890	25060	29389	33800	38170

#### **D. Fondo de maniobra y ratios contables**

Con la finalidad de conocer mejor el estado y rentabilidad de la empresa se han realizado los siguientes cálculos, cuyos resultados se exponen a continuación:

- **Fondo de maniobra = AC - PC = 17.013,72**
- **Ratio de liquidez = AC / PC = 2,18**
- **Ratio de endeudamiento = P / P + PN = 0,57**
- **Rentabilidad esperada = Beneficio Neto / (Capital + Reservas) \* 100 = 38,92**

## BIBLIOGRAFÍA

Escuela de Referencia 1: <https://upcastellon.com/>

Escuela de Referencia 2: <https://escuelabaile.es/academia-baile-urbano/>

Escuela de Referencia 3: <https://wosap.com/>

Escuela de Referencia 4: <https://infinitydancestudio.es/>

Local: <https://www.idealista.com/inmuelle/85827728/>

Merchandising: <https://www.owayo.es/>

Logos, Folletos y Tarjetas: <https://www.canva.com/>

Política y teoría fiscal: <https://fiscal01.blogspot.com/>

RSC: <https://www.losrecursoshumanos.com/>

Tipos de mercado: <https://economipedia.com/>

Estadísticas en general: <https://www.ine.es/>

Convenio: [https://www.boe.es/eli/es/res/2018/05/29/\(2\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2018/05/29/(2))

Forma jurídica: <http://www.ipyme.org>

**ANEXOS**