

PLAN DE EMPRESA: EL PRIMER PASO

CAFYD

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA
Y EL DEPORTE**



Realizado por: Karina Mazza y Pablo Zabaleta.

Grupo TFG: M41

Año Académico: 2022-2023

Tutor/a: Valentín Fernández.

Área: Plan de empresa.

RESUMEN DE PLAN DE EMPRESA

Durante la realización de este trabajo detallaremos el plan de empresa dentro del sector deportivo, una empresa de nueva creación que se caracteriza por operar dentro del sector del entrenamiento personal y el asesoramiento, tanto de manera presencial como online, siendo estas dos las vertientes de trabajo que nos permitirán llevar a cabo nuestra actividad empresarial.

Nuestra idea es presentar un servicio más exclusivo y personalizado que nos permita diferenciarnos de la mayor parte de la competencia, y de enfocarnos en un perfil de cliente que busque resultados; para ello trabajaremos de manera individualizada y diferente con cada uno de nuestros clientes.

Nuestro centro se encontrará ubicado en la localidad de Laredo, un municipio situado en Cantabria, en el norte de la península, una villa costera de la zona oriental que consta de una población superior a los 10.000 habitantes, conocido por su gran afluencia turística, ya que en temporada incrementa su población exponencialmente, al igual que caracterizarse por ser uno de los municipios de mayor área de influencia dentro de la comunidad autónoma.

El Primer Paso pretende dotar de las herramientas necesarias a nuestros clientes para conseguir los objetivos que se propongan, teniendo en cuenta en todo momento los principios básicos del entrenamiento, entre ellos la especificidad del individuo, y que cada cliente tiene una serie de necesidades y que es diferente al resto, por lo que trabajaremos con cada uno de ellos de manera diferente, centrando nuestros servicios en ofrecer entrenamientos personalizados e individualizados, ofreciendo sesiones de entrenamiento donde pretendemos exprimir al máximo los resultados y ser lo más eficientes posibles.

De la misma manera ofrecemos servicios de asesoramiento nutricional y de entrenamiento, tanto presencial como de manera online, teniendo en cuenta las necesidades y la forma de vida de cada uno de nuestros clientes, el tipo de vida que llevan, el trabajo que desempeñan, su estado físico, su experiencia en el entrenamiento o sus gustos, entre otros tantos factores. Nuestro objetivo principal es que todos nuestros clientes consigan obtener los resultados que se proponen, teniendo en cuenta que sean alcanzables y medibles.

PLAN SUMMARY

During the realization from this work we will detail our business plan from inside of our sport sector. A newly created company that is characterized by operating inside the personal training and the counseling sector, both in person and online, these two being the aspects of work that will allow us to carry out our business activity.

Our idea is to present a more exclusive service and personalized service that allows us to differentiate ourselves from most of our competitors, and to let us focus on our customers profile that seeks results. For this we will work individually and differently from each of our customers.

Our center it will be located in the town of Laredo, a municipality located in Cantabria, in the north of la peninsula, a coastal town in the eastern zone that consist of a population of more than 10.000 inhabitants, known for his large tourist influx, in season their population increased exponentially, also its characterized by being one of the municipalities with the largest area of influx inside of the autonomy community.

The first step aims to provide our clients with the necessary tools to achieve the objectives they set. Knowing in every moment the basics beginnings of training, including the specificity of the individual, and that each client has a series of needs that is different from the rest, and that's why we will work with each of our clients differently, focusing our services on offering personalized and individual training. Offering training sessions where we will try to get the maximum of the results and to be the more efficient possible.

In the same way we offer nutritional and training advice services, both in person or online, always having in mind the needs and their life form of each of our clients, the type of life they have, the work they perform, their physical conditioning, their experience of training, among many others factors. Our main objective is that all of our customers manage to obtain the results that they proposed, knowing the goal has to be achievable and measurable.

INTRODUCCIÓN

El entrenamiento personalizado es ese plan de actividad física que se ajusta a nuestras necesidades, objetivos y condición personal. El encargado de diseñarlo es el entrenador personal, un profesional del fitness capacitado para prescribir ejercicios, fijar objetivos y metas y motivar de manera individualizada.

Para hacerlo, este profesional estudia todas las características personales de sus clientes, como condición física, espacio y tiempo disponibles, objetivos a medio y largo plazo, etc. Con el objetivo de alcanzar los mejores resultados en el mínimo tiempo posible y de la forma más segura, duradera y efectiva.

“La salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (OMS, 1948). Por ello, nos parece importante recalcar dicho concepto, lo que es la salud y lo que supone, ayudar a nuestros clientes a alcanzar su mejor versión, a mantenerse en un buen estado de salud y a dotarles de las herramientas necesarias para que cada uno de ellos consigan obtener los objetivos que se planteen alcanzar.

El planteamiento inicial para nuestro modelo de negocio se basa en la creación de un centro deportivo personalizado, llamado El Primer Paso. Un centro deportivo localizado en Laredo, Cantabria. Con el objetivo principal de ofrecer a nuestros clientes un servicio personalizado, para que puedan lograr sus objetivos personales y un estilo de vida más saludable.

La información obtenida y recopilada, se encuentra respaldada por los conocimientos técnicos del entorno, así como de la debida realización de una investigación de mercado, de un plan de marketing, un plan organizacional, plan financiero y los debidos aspectos legales a considerar para la correcta construcción de la empresa.

Nuestra forma de trabajar se va a basar sobre todo en la obtención de resultados mediante el entrenamiento de fuerza, así como un asesoramiento detallado, personal e individualizado tanto de entrenamiento como de un plan nutricional que pueda acompañarlo en todo momento; del mismo modo realizaremos revisiones periódicas que nos permitan contemplar cómo va la consecución de dichos objetivos, si se tienen que replantear nuevas estrategias o seguir en la misma dirección, para ello realizaremos mediciones de pliegues, cálculo de peso e índice de masa corporal, entre otros factores a tener en cuenta.

¿Por qué es importante el entrenamiento de fuerza?

“El entrenamiento de fuerza consiste en la utilización de la fuerza para lograr la contracción muscular, y así incrementar la resistencia anaeróbica, la fuerza muscular y el tamaño de los músculos. El entrenamiento con pesas puede proporcionar beneficios funcionales significativos, incrementos de las capacidades cognitivas, volitivas y una mejora de la salud general y el bienestar” (Padilla Colón, Carlos J., Sánchez Collado, P., y Cuevas M.J, 2014).

La realización de entrenamiento de fuerza tiene multitud de ventajas, entre algunas de ellas cabe destacar la prevención de la sarcopenia (pérdida de masa muscular), prevención del envejecimiento, prevención de la osteoporosis (dónde no solo ayuda a combatir la pérdida de densidad ósea, sino que también nos puede ayudar a incrementarla), reducción del estrés y la ansiedad, mejora de la calidad del sueño, prevención de lesiones o una mejora sustancial de la composición corporal; entre una multitud de ventajas.

“La sarcopenia es un síndrome que se caracteriza por una pérdida gradual y generalizada de la masa muscular esquelética y la fuerza, con riesgo de presentar resultados adversos como discapacidad física, calidad de vida deficiente y mortalidad” (Padilla Colón, Carlos J., Sánchez Collado, P., y Cuevas, M.J, 2014). Por tanto, el trabajo de fuerza será nuestra principal herramienta de trabajo en nuestras sesiones de entrenamiento, teniendo en cuenta en todo momento las necesidades específicas de cada uno de nuestros clientes y teniendo en cuenta que su objetivo puede ser tanto la ganancia de masa muscular, como la pérdida de grasa (entre otros).

Como hemos explicado anteriormente, nuestra actividad empresarial tendrá lugar en Laredo (Cantabria), un municipio de más de 10.000 habitantes, que nos permitirá gracias a su ubicación formar parte de un importante área de influencia dentro de la zona oriental de Cantabria, pues estamos en uno de los municipios mejor conectados de toda la comunidad, debido a su equidistancia con dos importantes ciudades como son Santander y Bilbao y por su proximidad con otros municipios de una importante densidad demográfica; de la misma manera nos encontramos ante un sitio de gran interés turístico, donde la población crece de una forma desmesurada en determinados meses del año.

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN DE PLAN DE EMPRESA	2
INTRODUCCIÓN	4
1. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	8
1.1. MODELO CANVAS.....	9
1.2. Misión, Visión y Valores	10
1.3. Presentación de los emprendedores	11
2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO	12
2.1. Análisis interno	12
2.1.1.Cadena de Valor.....	12
2.2. Análisis externo. Análisis PESTEL.....	16
2.2.1.Análisis político.....	16
2.2.2.Análisis económico.....	16
2.2.3.Análisis sociocultural	17
2.2.4.Análisis tecnológico.....	18
2.2.5.Análisis ecológico.....	18
2.2.6.Análisis legal	18
2.2.7.Análisis de la competencia.....	19
2.2.8.Análisis de la demanda	21
2.2.9.Matriz DAFO.....	24
2.2.10.	
Matriz CAME	24
2.2.11.	
Establecimiento de estrategias.....	28
3. PLAN DE MARKETING	28
4. PLAN DE OPERACIONES/GESTIÓN	31

5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	37
6. PLAN JURÍDICO.....	38
7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO Y VIABILIDAD	39
8. SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.....	41
9. CRONOGRAMA TO-START	41
10. CONCLUSIONES EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA.....	42
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	43
12. ANEXOS.....	45

1. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El primer paso es una empresa en el ámbito de la actividad física, del deporte y de la nutrición, bien mediante el asesoramiento online o de forma presencial trabajar con nuestros clientes en la búsqueda de obtención de los objetivos que persiguen.

La idea de la creación de este negocio surge en base a los tiempos post pandemia del COVID 19 que se produjo en el año 2020 en todo el mundo, donde pudimos presenciar que la vida tal y como la conocíamos podía cambiar por completo de la noche a la mañana.

Debido al estricto confinamiento que vivimos, al igual que estado de alarma al que estuvimos sometidos durante los meses posteriores, con lo que todo supuso a nivel de restricciones, ya no solo en nuestro país, si no a nivel global, vimos como una oportunidad de negocio interesante ofrecer un servicio de asesoramiento en entrenamiento y nutrición personalizado a nuestros clientes, bien de forma presencial o bien mediante vía online. Tratando siempre de ofrecer un servicio lo más personalizado y exclusivo a nuestros clientes, programado por profesionales bien preparados y cualificados.

Partiendo de la importancia que tiene la salud en nuestro trabajo y un buen estado físico, queremos ir más allá del mero término generalista de lo que representa la salud en sí, y queremos tener en cuenta que “se tiene una definición estadística de salud que “no se ajusta a la realidad biológica-ecológica y social porque el hombre y su ambiente están sometidos constantemente a la variación” que no admite modelos fijos” (San Martín y Pastor, 1989).

Nuestros pilares fundamentales a la hora de trabajar es tener en cuenta las necesidades de cada cliente y tratar de obtener resultados mediante el trabajo de fuerza, pero siempre teniendo en cuenta las bases fundamentales del entrenamiento, entre los que cabe destacar sobre todo el principio de especificidad del sujeto, el principio de sobrecarga progresiva, el principio de adaptación y el principio de supercompensación; entre otros.

1.1. MODELO CANVAS

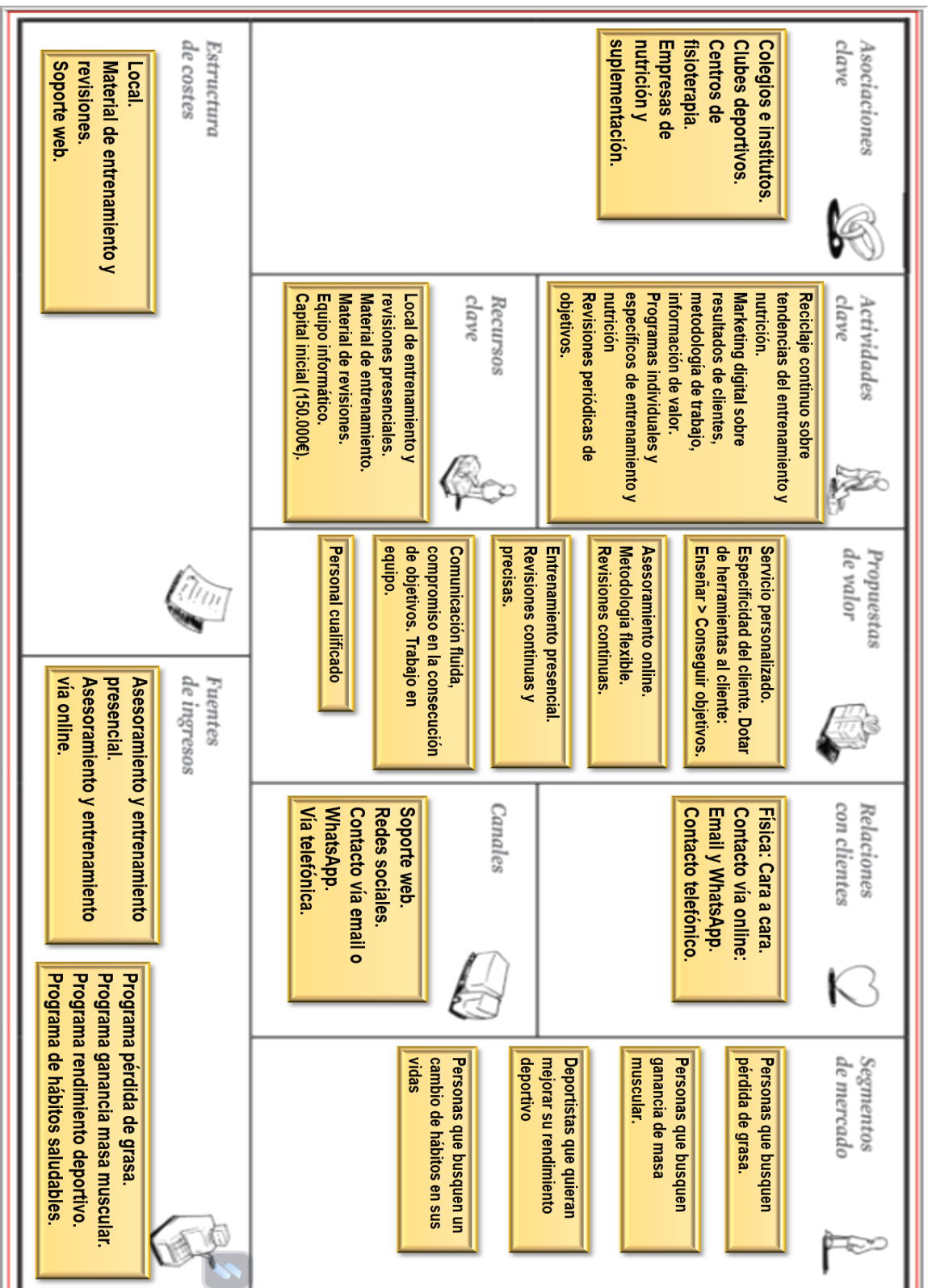


Figura 1: BUSINESS MODEL CANVAS aplicado a El Primer Paso (Elaboración Propia)

1.2. Misión, Visión y Valores

Misión:

Proporcionar a nuestros clientes de las herramientas necesarias que les ayuden a la consecución de sus objetivos, bien sea la pérdida de grasa o la ganancia de masa muscular; de igual manera ayudar a deportistas a potenciar el rendimiento deportivo en sus respectivas disciplinas o en ámbitos más genéricos a llevar unos hábitos de vida saludables y una vida activa. Nuestra actividad empresarial se llevará a cabo mediante la realización de programas de entrenamiento y/o nutrición, acompañados de revisiones periódicas que nos ayudarán a la consecución de estos objetivos.

Visión:

Ser una empresa de referencia en el ámbito del asesoramiento nutricional y del entrenamiento, ofreciendo un servicio lo más exclusivo y personalizado a nuestros clientes. No se tratará solo de ayudar a nuestros clientes a lograr sus objetivos de una manera superflua, si no de educar a nuestros clientes ofreciéndoles las herramientas que precisen para poder llevar unos hábitos en el futuro y de una manera sostenible.

Valores:

- ✓ Calidad en el servicio: Queremos ofrecer un servicio lo más exclusivo y personalizado posible a cada uno de nuestros clientes, entendiendo la individualidad y especificidad del entrenamiento, y que, por ende, cada cliente tiene unas necesidades y con el que trabajaremos de manera individualizada.
- ✓ Empatía y respeto. Comprendiendo a cada uno de nuestros clientes, cada caso es específico y tiene sus particularidades. Nuestro trabajo y filosofía se basa en escuchar y comprender los casos de nuestros clientes, sin juzgarles y llevar a cabo estrategias y soluciones para conseguir alcanzar los objetivos planteados.
- ✓ Trabajo en equipo. La clave del éxito pasará por trabajar de forma conjunta codo con codo con todos nuestros clientes por igual, teniendo en cuenta las necesidades de cada uno, pero implicándonos con ellos al máximo, dándoles las herramientas necesarias para ser lo más eficientes posible.
- ✓ Honestidad y transparencia. La premisa principal en nuestro trabajo es ser siempre lo más claro posibles con nuestros clientes, desde el conocimiento de

la evaluación de su caso en particular y siempre mostrando el mayor respeto posible.

- ✓ Compromiso con el cliente. Siempre trataremos de ser una guía para nuestros clientes, que se sientan apoyados y acompañados durante el proceso, nosotros somos una mera ayuda en la que el cliente es el protagonista principal.
- ✓ Mejora continua. Somos ambiciosos y queremos ofrecer el mejor servicio posible, para ello estaremos en continua formación con el objetivo de ser lo más eficientes posibles en nuestro trabajo, de tener diversas herramientas que nos permitan establecer estrategias y planificar el trabajo en búsqueda de los objetivos planteados.

1.3. Presentación de los emprendedores

La idea de este negocio surge de una unión empresarial entre dos personas de un perfil similar: Karina Mazza y Pablo Zabaleta, graduados en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. Ambos presencian como cada vez, más personas buscan encontrar resultados y en muchas ocasiones tratan de salir de lo que es un gimnasio estándar, donde acaban abandonándolo al poco tiempo de comenzar.

Debido al cansancio y a la frustración de muchas personas por no verse capaces de obtener una serie de resultados, por ir a sitios donde se deja un poco de lado la atención personal al cliente y donde cada uno muchas veces entrena como puede y como sabe, decidimos tratar de dotar a esta gente de las herramientas que necesitan, ofreciéndoles un servicio exclusivo y personalizado, individualizado, donde el vínculo con cada uno de nuestros clientes es total y diferente.

Siendo conscientes de que nos falta experiencia en el sector, pero con los conocimientos necesarios para poner la primera piedra y crecer en base a ello, dispuestos a una formación continua que no nos deje obsoletos y que nos ayude a ser mejores en nuestro sector de forma progresiva para garantizar un servicio de la mayor calidad posible.

2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.1. Análisis interno

2.1.1. Cadena de Valor

Podemos aceptar el término de cadena de valor de la siguiente manera: herramienta de análisis estratégico que se basa en el análisis de una empresa en función del valor que aportan las propias actividades de la misma, que nos permitirá generar una ventaja competitiva. En la siguiente figura se pueden observar todos los elementos que forman parte de la cadena de valor para empresas de servicios.

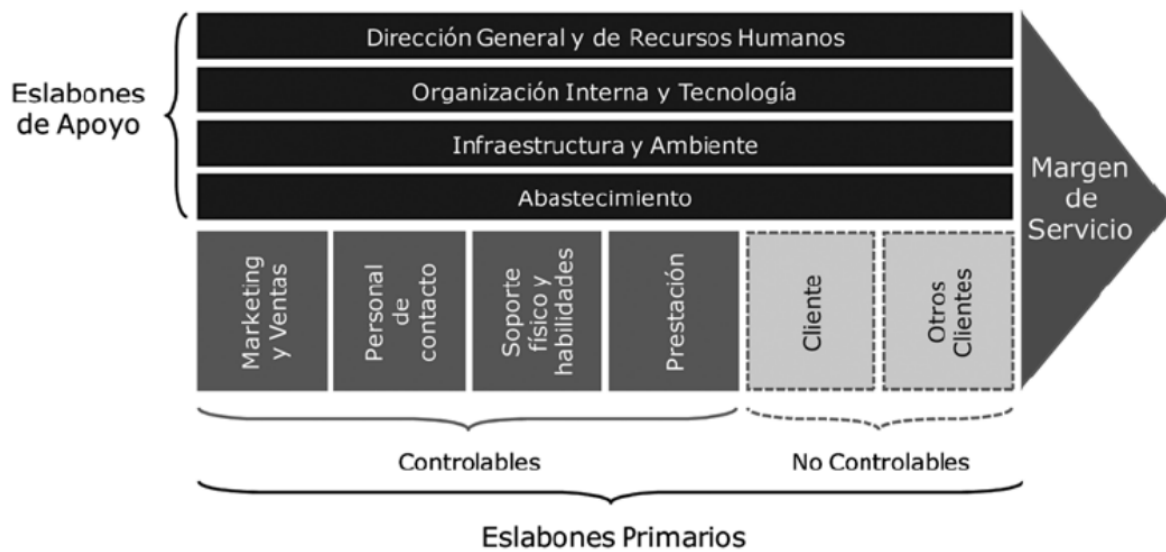


Figura 2: Cadena de Valor aplicada a empresas de servicios (Alonso, 2008).

Una vez conocemos de manera general cuales son los elementos que forman la cadena de valor pasaremos a detallar cada uno de estos en relación a nuestra empresa: El Primer Paso.

En primer lugar, pasaremos a definir los eslabones primarios, estos pueden ser controlables y no controlables.

Eslabones primarios controlables:

Marketing y ventas. Dado que nos encontramos ante una empresa absolutamente nueva, no se puede valorar El Primer Paso como una empresa cuya marca disponga de valor, de la misma manera que no se encuentra con una cartera de clientes establecida. Ante esta situación, necesitaremos realizar un gran esfuerzo e implicación en lo que a marketing se refiere, ya que necesitamos poner en el foco de atención

nuestros servicios para que la gente los conozca; para ello haremos uso del marketing digital que nos permitirá darnos a conocer a través de redes sociales para todo tipo de clientes que puedan estar interesados en nuestros servicios, tratando de subir de la misma manera en un tiempo prologado información de relevancia que sea de ayuda en el sector del entrenamiento, la actividad física y la nutrición. También nos permitirá que la gente pueda ver los resultados de nuestros clientes, nuestra forma de trabajar y mantener una relación más cercana con los posibles clientes; de igual manera mantendremos contacto vía telefónica, email o por las mismas redes, y dispondremos de página web que nos permitirá hacernos más visibles de una forma más detallada en lo que a nuestros servicios se refiere. Para atraer clientes nuevos, acompañando a la promoción sobre todo por redes sociales que hemos detallado anteriormente, realizaremos actividades de captación como un entrenamiento gratuito de prueba.

Personal de contacto. Como hemos explicado anteriormente, nuestro servicio se trata en diferenciarnos de la mayor parte de la competencia en que ofrecemos un servicio individualizado, pensado de manera única, exclusiva y diferente para cada uno de nuestros clientes, por lo tanto, el contacto entre el personal y el cliente será de vital importancia, dándose en todo momento un contacto fluido y una relación directa entre ambos basada en la confianza, el respeto y el compromiso con nuestros clientes. Para aportar calidad en la forma en la que ofrecemos nuestros servicios, la empresa se encargará de realizar tanto fichas como diagramas de procesos que nos detallarán en todo momento la forma de atender a los clientes; sobre todo una forma de estandarizar procesos en la primera toma de contacto (entrevista con el cliente, cuestionario de hábitos, mediciones, etc.).

Soporte físico y competencias de los empleados. En cuanto al soporte físico que necesitamos para llevar a cabo nuestra actividad empresarial constará de un local físico, que nos permitirá realizar entrenamientos personales de manera presencial, enfocando todos nuestros recursos, tiempo y dedicación en los objetivos de nuestros clientes. Además del local, evidentemente, entre nuestros recursos necesitaremos de material deportivo que nos permita la realización del entrenamiento planteado a cada cliente que tengamos en cuestión, teniendo en cuenta el nivel de experiencia del cliente a la par que sus necesidades y objetivos; permitiéndonos ofrecer un servicio individualizado, basado en uno de los principios básicos del entrenamiento: la

especificidad del sujeto. En último lugar, necesitaremos disponer de material informático que nos permita realizar y tener guardadas y organizadas todas las planificaciones de los clientes, así como las mediciones, los progresos y los cambios que llevemos a cabo a lo largo del tiempo, tanto para las planificaciones presenciales, como para nuestra otra vía de trabajo, la planificación y seguimiento online. La competencia fundamental de nuestra plantilla será el compromiso, el trabajo en equipo, la empatía y la honestidad.

Prestación. Como hemos dicho anteriormente, nuestra empresa ofrece varios servicios bien diferenciados, en la búsqueda de ayudar a perfiles diferentes de clientes que buscan diferentes objetivos dentro del mundo del entrenamiento y la nutrición. Nuestra empresa ofrece un servicio de entrenamiento personal que podrá realizarse en nuestro local, de manera física, centrando todos nuestros recursos en los objetivos que busque el cliente en cuestión, ofrecemos a nuestros clientes un asesoramiento y un plan tanto de nutrición como de entrenamiento, al igual que un seguimiento en ambas facetas, donde ofrecemos material deportivo para llevar a cabo los entrenamientos, así como material que nos permita registrar un seguimiento en el avance de nuestros clientes (peso, material de medición de pliegues, etc.). Otra vía de trabajo que dispone nuestra empresa es la de asesoramiento y planificación online, donde se le dará al cliente las herramientas necesarias para conseguir sus objetivos, bien sea entrenando en alguna instalación deportiva, como en la calle, igualmente que, con el resto de nuestros clientes, acompañado de un plan nutricional y un seguimiento periódico. Entre los planes que ofrecemos a nuestros clientes por cualquiera de las dos vías (presencial y online) nos encontramos con: Plan de pérdida de grasa, Plan de ganancia de masa muscular, Plan de rendimiento deportivo.

Eslabones primarios no controlables:

Clientes. La comunicación fluida y continua con el cliente será fundamental para ser capaces de percibir el grado de satisfacción de nuestros clientes el servicio ofrecido, para ello además de la comunicación tenemos a nuestro alcance de manera cuantitativa que durante el seguimiento del cliente se vea que se llegan a los objetivos planteados, para ello también tendremos que ser muy consecuentes en los objetivos que se plantean y que nuestros clientes siempre tengan al alcance objetivos medibles y alcanzables en el tiempo. Por último, para medir la satisfacción del cliente,

pasaremos encuestas de satisfacción, así como disponer feedback de ellos por parte de nuestras redes sociales, estamos siempre abiertos a mejorar y a dar un servicio de calidad.

Otros clientes. Nuestro servicio se basa en ofrecer un servicio individualizado, por lo que trabajaremos siempre en sesiones individuales, donde los clientes no se cruzarán, por lo que este eslabón no resulta de demasiada relevancia.

Eslabones de apoyo:

Dirección general de recursos humanos. Al tratarse de una empresa dirigida por dos socios, es fundamental que haya un buen clima de trabajo, tratando de completar el trabajo de cada uno con los puntos fuertes que pueden ofrecer. Estando en continua formación para ofrecer un servicio de la mayor calidad posible y mostrando compromiso, honestidad y empatía con sus clientes, tratando también sobre todo de formar a los clientes, no solo de conseguir objetivos de manera superflua mediante planificaciones y seguimientos, si no de dotarles de herramientas para llevar un estilo de vida saludable prolongado en el tiempo.

Organización interna y tecnología. Una parte muy importante de nuestro trabajo es la realización de las planificaciones, tanto para el seguimiento presencial, como para el seguimiento online. Tratando de que nuestros clientes reciban toda la información vía email de la manera más clara posible, estando en todo momento disponibles para comunicarnos con ellos bien vía telefónica, email o redes sociales. En un futuro también puede resultar de interés la creación de una aplicación móvil que pueda permitir a nuestros clientes disponer de toda la información necesaria de la manera más sencilla posible.

Infraestructura y ambiente. Nuestro servicio tendrá lugar tanto en vía presencial como mediante el seguimiento online, por lo que aquí destacamos la presencia de un local físico que nos permitirá llevar a cabo entrenamientos personales como el seguimiento de nuestros clientes o donde atender sus dudas de manera física.

Abastecimiento. La empresa requiere de una serie de proveedores de material deportivo para llevar a cabo los entrenamientos necesarios para nuestros clientes (mancuernas, pesas, barras, máquinas), así como material para llevar a cabo el seguimiento de los objetivos de estos (peso, cintas de medición, etc.).

Margen de servicio. Teniendo en cuenta los eslabones que hemos analizado anteriormente, valoramos que el servicio ofrecido por El Primer Paso se caracteriza por un servicio individualizado, donde el aprovechamiento del tiempo y los recursos y la satisfacción del cliente, junto con la obtención de resultados es lo primordial para nosotros. Nos mantenemos en continuo aprendizaje para garantizar la mayor calidad posible del servicio que ofrecemos, así como una comunicación constante y fluida con nuestros clientes para que se sientan atendidos y guiados en todo momento. Nuestro servicio se caracteriza por la especificidad e individualidad como rasgo diferenciador, ofreciendo un servicio de mayor coste, pero de la misma manera garantizando una mayor calidad.

2.2. Análisis externo. Análisis PESTEL.

2.2.1. Análisis político

Nos encontramos en el año 2023 y en unos pocos meses nos encontraremos con elecciones, lo que supondrá cambios a nivel político tanto en ayuntamientos locales, como regionales y sobre todo a nivel nacional, por lo que esto puede suponer cambios importantes en un plazo no muy largo de tiempo.

En una gestión política que ha destacado en estos últimos 4 años por la gestión de la pandemia del COVID 19 y su salida de la misma, así como en actuar ante la inflación actual que se está produciendo a nivel global.

No es el papel más idóneo para comenzar a hacerse autónomo, pese a las posibles facilidades que se han concedido en el terreno cortoplacista, pues pese a que resulta positivo pensar que durante el primero año de autónomo resultan más favorables las condiciones a tener en cuenta de lo que resultaban durante años anteriores, no debemos olvidarnos de que después tendremos que pagar una serie de cuotas, que indistintamente de si facturamos mucho o facturamos poco supondrán un punto importante a tener en cuenta, teniendo presente en todo momento el panorama político y económico actual.

2.2.2. Análisis económico

Es importante tener en cuenta que a día de hoy nos encontramos con una terrible subida de precios en todos los servicios que consumimos debido a la inflación que tenemos presente.

Los últimos años hemos tenido que paliar con la salida de una pandemia mundial que ha dejado grandes heridas en todos los aspectos, tanto a nivel de fallecidos y de secuelas en la salud de muchas personas, como a nivel económico. Una situación de mucho tiempo donde la gente ha tenido que subsistir a raíz de ayudas económicas y donde nos hemos encontrado con muchas personas que han tenido que cerrar sus negocios o que han perdido sus puestos de trabajo. Por si fuera poco, nos encontramos con la subida desorbitada de precios, que nos marca un escenario poco favorable actualmente para crear una empresa, pues los precios no dejan de subir, y quitando los productos básicos y de primera necesidad, como puede ser el mercado de la alimentación, la luz, el agua, el gas o el combustible de automóviles para poder desplazarnos, el resto de servicios a día de hoy resultan secundarios y por tanto, si es necesario, prescindibles.

Pese a que ha subido el salario mínimo la vida se ha encarecido considerablemente, y por ello podemos determinar que a día de hoy la calidad de vida ha bajado con respecto a años anteriores, pese a ganar menos dinero.

2.2.3. Análisis sociocultural

Hemos ido saliendo poco a poco de una crisis sin precedentes en los últimos 50 años como ha sido la del COVID 19, donde desgraciadamente hemos sufrido grandes secuelas, tanto a nivel físico, como de mortalidad, económicas, e incluso para las infraestructuras públicas (sanidad).

Sin embargo, si algo nos ha demostrado una crisis como la que hemos vivido es la importancia que tiene disponer de una buena salud y un sistema inmunológico fuerte. Mantenernos saludables nos permite reducir los factores de riesgo y tener una mayor esperanza de vida, así como una mayor calidad de vida a largo plazo, donde con el paso de los años y la entrada en unas edades más avanzadas se puede notar en muchos casos el tipo de vida que ha llevado cada uno.

Es por eso que consideramos que en este punto podemos salir positivamente favorecidos, pues nos hemos encontrado durante mucho tiempo en una situación que nos ha hecho plantearnos nuestras prioridades y nuestra forma de vida.

En unos años donde se ha mantenido un menor contacto social y donde mucha gente ha evitado las grandes aglomeraciones, además de eso, nos encontramos con la

importancia que tiene ofrecer un servicio que pueda estar al alcance de la gente y que sea flexible teniendo en cuenta el tipo de vida que se lleva, las horas de las que dispone libre, etc. No es necesario tener que acudir a un gimnasio a hacer ejercicio, ni hay que comer arroz y pollo. Lo que queremos es ofrecer a la gente herramientas útiles en base a los objetivos que pretendan alcanzar, pero sobre todo dotarles de dichas herramientas para llevar unos hábitos sostenibles en el tiempo y que sean conscientes de la importancia que tiene el mantenerse saludables.

2.2.4. Análisis tecnológico

La innovación tecnológica ha facilitado el trabajo de las empresas, reduciendo costes y agilizando trámites. Un claro ejemplo son las TIC (Tecnologías de información y comunicación). La empresa que actualmente no utilice estas vías, como internet, puede quedar en una posición de desventaja frente a los competidores. En el caso de nuestra empresa, como hemos explicado anteriormente, la difusión de los servicios se basa fundamentalmente en su difusión mediante el uso de redes sociales y de nuestra página web, aparte de que tenemos la opción de hacer acompañamiento online a nuestros clientes.

Estar presentes en nuestras redes sociales es muy necesario para que los clientes interactúen con nuestra empresa.

2.2.5. Análisis ecológico

Cuando se habla de factores ecológicos, se refiere al cumplimiento de las leyes de protección medioambiental, regulaciones sobre los consumos de agua y energía y el reciclaje de los residuos. El entorno ambiental afectará a la empresa en tanto en cuanto la población que asista al gimnasio esté concienciada o no. En términos generales, la población está cada vez más comprometida con el medio ambiente.

Simple gestos como el instalar toda la grifería del gimnasio con grifos mono-mando, hará que el consumo de agua sea mucho más reducido. Además, todas las papeleras estarán clasificadas para tener separación de residuos.

2.2.6. Análisis legal

En cuanto a los factores legales, se puede hablar sobre las licencias, las leyes sobre el empleo de las personas que trabajan en el gimnasio, las leyes de seguridad laboral y los sectores regulados por determinadas leyes. El Primer Paso contará con las

licencias de apertura necesarias para iniciar la actividad. Contaremos también con un plan de autoprotección, con el cual, evaluando las características del local y la actividad que se desarrolla, indicará las pautas a seguir en materia de seguridad laboral y prevención de riesgos.

2.2.7. Análisis de la competencia

El Primer Paso es una empresa que se encuentra localizada en Laredo, un municipio del norte de España, más concretamente en la zona oriental de Cantabria. Siendo conscientes de que nos encontramos en una de las comunidades autónomas más pequeñas de toda la Península, pese a este hándicap, donde siendo objetivos, podemos tener potencialmente menor cantidad de clientes en lo que viene siendo nuestro servicio presencial, también reconocemos una oportunidad en el sector, y es que nos encontramos con una posibilidad muy interesante de diferenciarnos dentro del sector, ya que la mayoría de servicios están enfocados al entrenamiento estándar globalizado, donde lo que se busca es la masificación de los usuarios a la hora de entrenar, y sobre todo, servicios municipales que encuentran diversas deficiencias, como el hecho de no encontrar durante todo su horario de apertura un monitor que pueda controlar el entrenamiento de los clientes o que directamente no esté tan enfocado el servicio en lo que se refiere a la guía de los usuarios durante el entrenamiento.

Laredo es un municipio que supera los 10.000 habitantes (10.967, para ser exactos), sin embargo, tal como detallaremos más adelante en el análisis de la demanda, no solo nos interesa la población estrictamente del municipio, si no que analizaremos también lo que nos encontramos en el área de influencia del mismo, ya que laredo es un municipio muy frecuentado por los habitantes de municipios cercanos como son Colindres, Treto, Cicero, Seña, Liendo, Ampuero, Limpias. Todos estos municipios suelen interactuar de alguna forma con Laredo, bien sea por trabajo, educación, sanidad u ocio.



Figura 3: Ubicación de la empresa El Primer Paso, Laredo, Cantabria (Google Maps, elaboración propia).

La principal competencia que nos encontramos es dentro del municipio, y es nuestro propio servicio municipal. Un servicio que debido a que es un servicio público no podemos competir en precios, ya que no está pensado para que sea un servicio rentable y de beneficios. Se trata de un servicio más económico para los usuarios, con un amplio horario de apertura (8:30 am – 21:30 pm).

En el mismo municipio nos encontramos con otras dos empresas dentro del sector, que serán parte también de nuestra competencia directa: Body Training Laredo, que se enfoca de igual manera al entrenamiento en grupos reducidos, focalizándose ya e un servicio más exclusivo, pero cuya forma de operar funciona mediante el pago de sesiones y no por meses o trimestres como pueden ser el resto, donde si un cliente quiere ir varios días a entrenar le va a resultar considerablemente más costoso. En último lugar dentro del municipio, nos encontramos con la empresa Powerfitness, que en cuanto a servicio sería nuestro rival más directo, ya que ofrece el mismo tipo de servicio que nosotros (entrenamiento personal o asesoramiento).

A la hora de analizar la competencia, también nos interesa conocer sobre todo lo que hay en Colindres, pues es el municipio colindante con Laredo, y de los que hemos mencionado anteriormente, el que más habitantes (8.512 habitantes). En esta zona nos encontramos con una mayor cantidad de gimnasios que pueden suponer también una competencia con nuestro servicio, donde nos encontramos de la misma forma que en laredo un servicio municipal, que incluye también el uso de piscina, y a parte

nos encontramos con dos salas de fitness muy bien posicionadas en la localidad desde hace años, el Korpos, y el Transworld GYM.

Resulta evidente presenciar una gran competencia tanto en el propio municipio, como en lo que abarca nuestra área de influencia, presenciando sobre todo instalaciones municipales y gimnasios convencionales. Asumiendo esta competencia, también asumimos que nuestro servicio se diferencia de la mayoría en cuanto a la exclusividad y la especificidad de cada cliente, no trabajamos en base a un espacio general para mucha gente, si no otorgando a nuestros clientes un momento y lugar específico y único para ellos, donde exprimir al máximo el tiempo de entrenamiento que pasemos con ellos, así como la realización de un seguimiento periódico, con medidas objetivas que nos permitan un mayor control en el progreso de los clientes.

2.2.8. Análisis de la demanda

Como hemos explicado en el análisis de la demanda, nos encontramos en la localidad de Laredo (Cantabria), un municipio de 10.967 habitantes, no obstante, además del principal núcleo de población local, también hemos tenido en cuenta a la hora de diseñar nuestra negocio las diferentes zonas que entrarían dentro de su área de influencia, diversos municipios que se encuentran por los alrededores y que suelen mantener alguna relación con localidad que les permite u obliga a venir con asiduidad; bien sea debido a la importancia que tiene el hospital comarcal de Laredo en la zona oriental de Cantabria, así como la cantidad de gente de estos pueblos que tienen que venir a estudiar a los diferentes centros educativos que se encuentran en el pueblo, o incluso a trabajar. De la misma manera tenemos presente que las condiciones que presenta Laredo nos permiten que más gente muestre interés en desplazarse al municipio, pues dispone de un entorno clave al tener una de las playas más reconocidas de Cantabria y ser una zona de gran explotación turística, donde se dispone de muchas segundas viviendas.

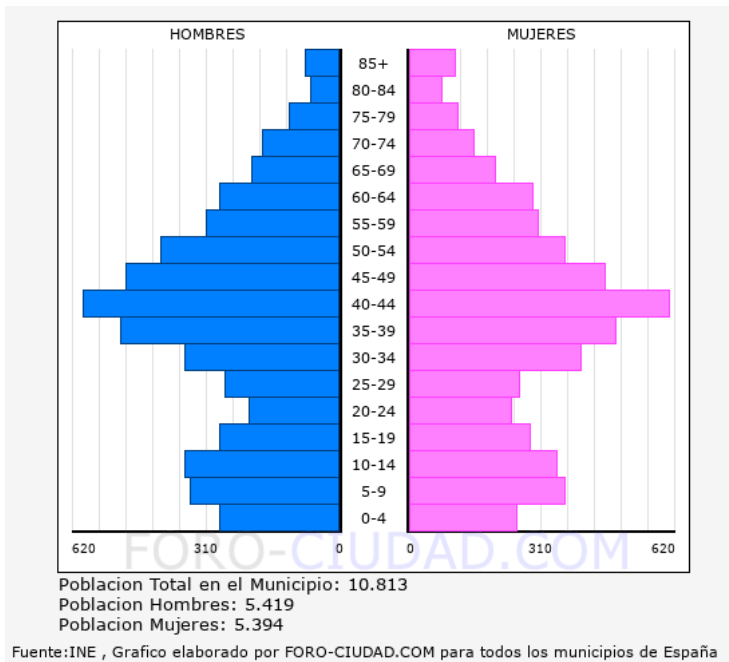


Figura 4: Pirámide de población de Laredo (Instituto Nacional de Estadística).

Como podemos ver en la pirámide de población del municipio (año 2020), el municipio de Laredo muestra una población total aproximadamente de unos 10.900 habitantes, entre los que se muestra presente que no hay una gran diferencia entre la población masculina y la femenina, encontrándonos prácticamente con un 50-50. Si que nos encontramos a destacar sobre todo que se trata de una población adulta, donde predomina la población entre los 35 y los 60 años, lo que resulta ideal para nuestro modelo de negocio, pues estamos hablando de un perfil de cliente que tiene la capacidad económica de consumir nuestros servicios.

Por otro lado, tenemos los municipios que componen el área de influencia de nuestra empresa, que como hemos dicho anteriormente, son Colindres, Bárcena de Cicero, Ampuero, Limpias y Liendo.

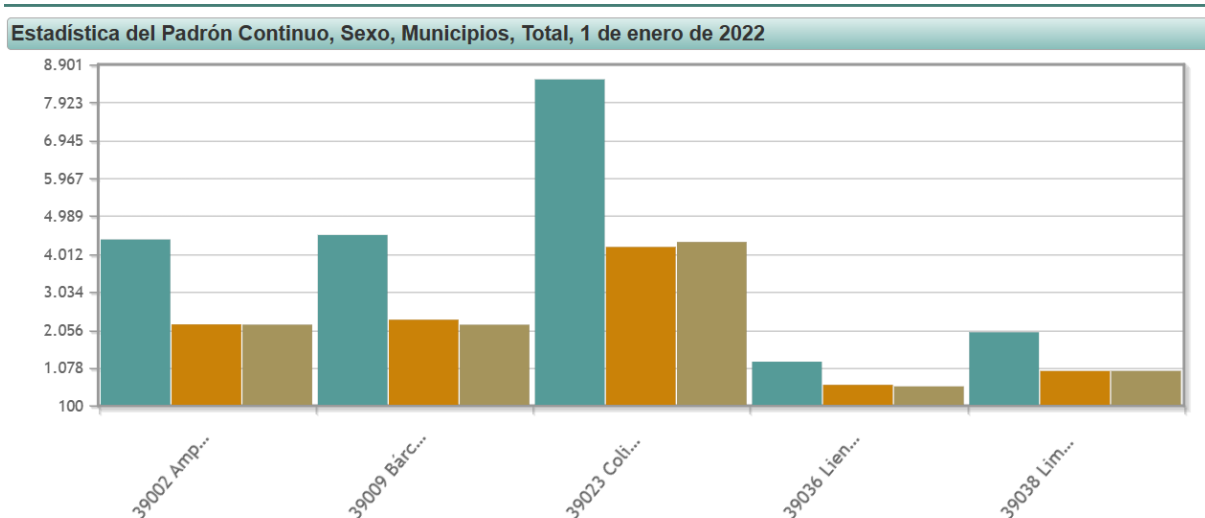


Figura 5: Gráfico de población del área de influencia de los diferentes municipios (Instituto Nacional de Estadística).

<i>Población</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>
<i>Laredo</i>	5.219	5.748	10.967
<i>Colindres</i>	4.192	4.320	8.512
<i>Liendo</i>	637	598	1.235
<i>Bárcena de Cicero</i>	2.316	2.187	4.503
<i>Ampuero</i>	2.196	2.188	4.384
<i>Limpias</i>	996	997	1.993
			31.594

Tabla 1: Análisis de población de los diferentes municipios (Elaboración propia).

Como podemos observar, la suma entre todos los municipios de la zona nos da un total de 31.594 habitantes, lo que nos permite pensar que a la hora de ofertar nuestro servicio nos permite creer que tenemos grandes posibilidades con un considerable número de clientes potenciales.

Estos parámetros los tendremos en cuenta sobre todo a la hora de pensar en nuestra vía de negocio presencial, donde dispondremos de nuestro local físico para que la gente lleve a cabo sus entrenamientos, seguimientos y asesoramientos; por otro lado, el trabajo y seguimiento online nos permite abrir nuestro trabajo a cualquier zona sin importar la distancia.

2.2.9. Matriz DAFO

El análisis DAFO nos permitirá valorar como de apto puede resultar el meternos al mercado con un servicio nuevo. Los responsables de esta nueva actividad que entra en el sector serán los que se encarguen de llevar a cabo dicho análisis, lo que nos permitirá ser consecuentes y poder obtener información para llevar a cabo cambios y mejoras de nuestro servicio en el mercado. El análisis DAFO representará un análisis en profundidad, tanto de las fortalezas como de las debilidades; al igual que detallará las oportunidades y amenazas en relación a nuestro proyecto empresarial. Mediante este análisis hemos obtenido las siguientes conclusiones acerca de nuestro servicio:

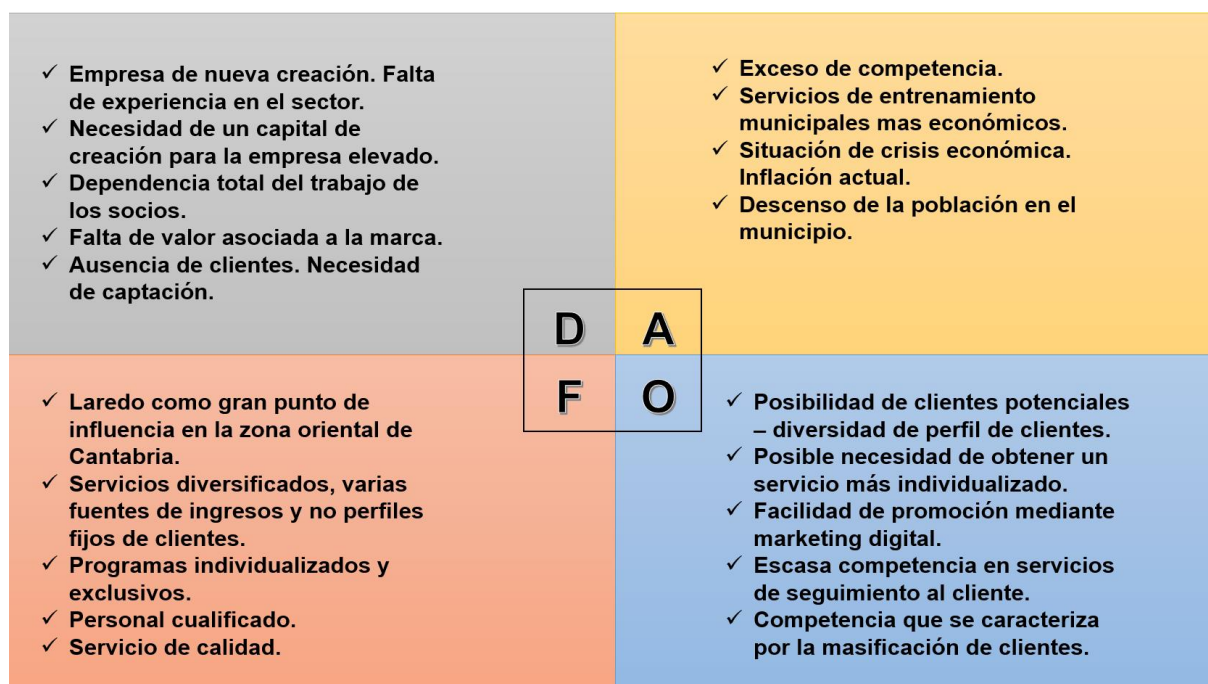


Figura 6: Matriz DAFO aplicada a El Primer Paso (Elaboración propia)

2.2.10. Matriz CAME

A partir del análisis que hemos realizado mediante la matriz DAFO pasamos a explicar de manera más detallada la mayor parte de los ítems que hemos metido en dicha matriz mediante el CAME.

En el CAME explicaremos como corregir las debilidades presenciadas en el DAFO, como mantener las fortalezas, como afrontar las amenazas y como explotar las oportunidades ante las que nos encontramos expuestos.

Debilidades (Corregir):

Empresa de nueva creación – falta de experiencia en el sector. Ser capaces de realizar un exhaustivo análisis del entorno e investigación de mercados, mantenernos constantemente informados sobre la situación actual que prevalece en nuestro sector para ser capaces de tomar buenas relaciones que mantengan nuestra empresa como una referencia en el medio – largo plazo dentro del sector.

Necesidad de un importante capital para la creación de la empresa. Tratar de reducir la mayor cantidad de costes posibles que nos permitan abaratar en la medida de lo posible todos aquellos costes que si o si vamos a tener que hacer frente. Conseguir que el servicio de seguimiento online tenga éxito nos permitirá unos ingresos importantes para poder invertir de la misma manera en tener un espacio actualizado para nuestro espacio de trabajo.

Dependencia total del trabajo de los socios.

Falta de valor asociada a la marca. Difundir nuestro servicio mediante el uso de redes sociales, al tratarse de un servicio que se puede difundir de manera muy visual poder dar cabida a que la gente vea los resultados de nuestros clientes nos será de gran ayuda, igualmente permaneces de forma continua subiendo contenido que sirva de ayuda a nuestros posibles clientes con relación a temas del mundo del entrenamiento y la nutrición, pudiendo mostrar nuestros conocimientos y convenciendo a la gente de la calidad de nuestros servicios en base de nuestra buena cualificación para ello.

Ausencia de clientes – necesidad de captación. De la misma forma que hemos mencionado en el ítem anterior, mediante la difusión de redes sociales podemos llegar a un gran número de potenciales clientes, además de la visualización de nuestro trabajo podemos contactar con perfiles de gente que puedan estar interesadas en nuestros servicios. La presencia de página web también nos ayudará a ello, informando de manera más detallada sobre nuestros servicios, horarios, tarifas, etc.

Fortalezas (Mantener):

Laredo como punto de influencia.

Servicios diversificados. Mantener y potenciar nuestras dos vías de trabajo, tanto el seguimiento presencial como el online, manteniéndonos en continua formación para dotar al servicio siempre de la mayor calidad posible.

Programas individualizados y exclusivos. Hacer sentir al cliente en todo momento que un servicio individualizado le permitirá expresar de una manera más eficiente la consecución de los objetivos que se plantee. Transmitir al cliente una información valiosa y dotarle de las herramientas necesarias para los retos que se plantee, tratar de educar a nuestros clientes para llevar unos hábitos sostenibles.

Personal cualificado. Mantenerse en continua formación, actualizados dentro del sector para saber cuáles son las mejores herramientas posibles para trabajar, tratar de garantizar la mayor calidad posible y garantizar a cada cliente un programa exclusivo y único con relación al resto, teniendo en cuenta en todo momento las necesidades y gustos de cada uno de nuestros clientes.

Servicio de calidad. Además de mantenerse actualizados en cuanto a formación se refiere, también conviene mantener nuestro espacio de trabajo actualizado, conociendo las últimas tendencias y disponiendo de material que se renueve cuando sea necesario.

Amenazas (Afrontar):

Exceso de competencia. Diferenciar nuestro servicio de la mayoría de la competencia, estamos enfocados en un servicio más individualizado y personal, buscamos sacar el mayor partido y rendimiento a las personas, buscamos enfocarnos estrictamente en el cliente en cuestión, guiarle y ayudarlo a que consiga los objetivos que se plantea. Nuestro servicio se distingue por la calidad que ofrece.

Crisis económica actual – inflación. La continua subida de precios afecta a todo el mundo en general, lo interesante es tratar de reducir el mayor número de costes posibles. Al ser nuestra empresa un servicio dedicado al entrenamiento personal no necesitamos de un local de unas dimensiones exageradas, al igual que no requerimos de unos grandes vestuarios, lo que nos permite también abaratar costes de facturas como agua, luz y gas; tampoco necesitamos la misma cantidad de equipamiento que un gimnasio convencional, y al depender el rumbo de la empresa del trabajo de los socios y no de la contratación de gente externa también nos permite poder sacar un mayor rendimiento económico.

Descenso de población en el municipio. Pese a que hemos decidido instalarnos en un municipio que ha perdido una cantidad de población importante en las 2 últimas

décadas (en torno a unos 2.000 habitantes menos), nos encontramos en un área de influencia importante para los municipios cercanos, tanto por zonas de trabajo como por centros educativos. La playa y las condiciones generales del municipio también son un factor que atraen a la gente de otros municipios.

Oportunidades (explotar):

Posibilidad de clientes potenciales. Conseguir dejar de definir como posibles clientes potenciales a clientes que consumen nuestro servicio, para ello será clave el trabajo en redes sociales, que la gente tenga acceso a ver tanto los resultados de nuestro trabajo como nuestra forma de trabajar, al igual que puedan comprobar la formación y las instalaciones que disponemos, todo ello acompañado de nuestra página web, donde seremos más detallados.

Posible sensación de necesidad de un servicio más individualizado. Debido a que la mayor parte de la competencia radica en gimnasios convencionales, además de una parte importante como servicios municipales, donde aparte de encontrarse de una masificación de usuarios a la hora de entrenar, a veces las condiciones y la posibilidad de que tengas a tu disposición en ciertos momentos del día la presencia de un monitor en el lugar es más difícil de lo que parece, nuestro método de trabajo nos permitirá diferenciarnos de la competencia, ofreciendo un servicio de mayor calidad e individualizado, donde la satisfacción personal del cliente es lo prioritario.

Facilidad de promoción mediante marketing digital. La difusión de los servicios de la empresa como hemos explicado anteriormente, se basa fundamentalmente en su difusión mediante el uso de redes sociales y de nuestra página web, donde se nos permitirá dar visibilidad a los resultados de nuestro trabajo, nuestra manera de trabajar y subir información relevante que nos permita la captación de nuevos clientes.

Escasa competencia en servicios de seguimiento al cliente. De la misma manera que hemos dicho que nos encontramos con una gran competencia en lo que se refiere a servicios de entrenamiento generales, no nos encontramos con una gran competencia en lo que se refiere a seguimientos de clientes tan detallados como pretendemos hacerlo nosotros, donde el seguimiento personalizado será periódico y con técnicas de medición precisas más allá de subirse uno a una báscula, también usaremos el

trabajo de medición de pliegues para tener unos datos más objetivos que nos permitan tener mayor información del progreso del cliente.

2.2.11. Establecimiento de estrategias

A la hora de definir los objetivos de la empresa tendremos que tener en cuenta que estos objetivos sean cuantificables y sobre todo que se traten de objetivos realistas, que se puedan conseguir en el tiempo establecido.

Los objetivos a corto plazo se diseñarán en base a un periodo de tiempo del primer año desde la creación de la empresa, los objetivos a medio plazo dispondrán de un periodo de tiempo de 2-5 años, por último, tendremos los objetivos a largo plazo, que serán aquellos que planteemos en base a un tiempo superior a los 5 años tras la creación de nuestra empresa.

Objetivos a corto plazo: acabar el año con un mínimo de 30 clientes en el asesoramiento presencial. Subir semanalmente contenido a nuestras redes, tanto a nivel de infografía relevante como de resultado de nuestros clientes.

Objetivos a medio plazo: aumentar de 30 a 50 clientes nuestro servicio presencial. Expandir nuestro servicio online. A partir del año 3-4 contratar a 1-2 personas más para el equipo.

Objetivos a largo plazo: crear una app móvil que permita a nuestros clientes recibir nuestro asesoramiento online de una forma más cómoda e intuitiva.

3. PLAN DE MARKETING

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación.

Producto:

El servicio que se ofrece en nuestro centro, pone a disposición de los usuarios el espacio, el equipo y el personal cualificado y personalizado necesarios para el logro de sus objetivos más personales. El Primer Paso impartirá sesiones personalizadas a cada uno de los clientes, bien mediante el asesoramiento online o de forma presencial. Las instalaciones disponen, además, de acompañamiento nutricional para nuestros clientes a tarifas reducidas.

Características del servicio ofrecido:

- ✓ **Profesionalidad:** Las sesiones serán impartidas por profesionales altamente cualificados y con amplia experiencia en entrenamientos personalizados. Entre sus funciones destacan el asesoramiento al cliente sobre la mejor elección de actividades en función de los distintos intereses y características físicas y el control de una correcta ejecución técnica de los ejercicios (para una mayor seguridad y un mayor rendimiento).
- ✓ **Personalización:** en nuestro centro queremos que los clientes sientan que son atendidos de forma individual. Para conseguir su confianza y su satisfacción es necesario conocer las motivaciones que les conducen a nosotros, adaptar la oferta a sus intereses y características particulares, llevar a cabo un seguimiento continuo de sus actividades, informarles de sus progresos, premiar la fidelidad, etc.
- ✓ **Calidad de la instalación y equipamiento:** se dotará a la instalación de una amplia y moderna gama de material para practicar todas las actividades ofertadas. En este mismo sentido, todos los materiales y equipos utilizados en el acondicionamiento del local cumplen las normativas de seguridad, han sido escogidos en función de su resistencia y características.

Precio:

Nuestra empresa basa su actividad en 2 ramas fundamentales: el entrenamiento personal, que será respaldado por un asesoramiento nutricional, así como una revisión periódica de objetivos mediante la medición de índices de grasa corporal, peso, pliegues, etc. Por otro lado, tenemos el asesoramiento online, en el que permitiremos elegir a los clientes diferentes planes en base al servicio que esperen, entre ellos tenemos el plan de entrenamiento + nutrición, o planes aislados tanto de entrenamiento como de nutrición. En estos planes también se realizarán revisiones periódicas de objetivos para nuestros clientes, ofreciéndoles asesoramiento vía online, donde podrán ser atendidos y recibirán la atención que requieren en base a las dudas y objetivos que quieren alcanzar.

Con nuestros servicios lo que pretendemos es de dotar de todas las herramientas necesarias para nuestros clientes, y de expresar con todos los recursos posibles para obtener los mejores resultados posibles.

Los precios que ofrecemos en base a nuestros servicios son los siguientes:

- ✓ Entrenamiento personal, acompañado de asesoramiento nutricional + revisión de objetivos y medición de resultados: 100 euros mensuales.
- ✓ Asesoramiento online entrenamiento + nutrición + revisión de objetivos + medición de resultados: 70 euros mensuales.
- ✓ Asesoramiento nutricional o entrenamiento + revisión de objetivos + medición de objetivos: 50 euros mensuales.

Teniendo en cuenta que nuestros precios son mayores que los de la competencia de la zona, pero también tenemos muy presente el tipo de servicio que ofrecemos, y por el que queremos diferenciarnos, que es el de exprimir al máximo los resultados con nuestros clientes, centrando cada sesión de entrenamiento de manera individualizada y exclusiva para cada uno de ellos, atendiendo a sus necesidades y estando implicados en todo momento en acompañarlos en el proceso.

Tenemos en cuenta que la mayoría de servicios de la zona son de ámbito municipal, y las deficiencias que hemos encontrado y contra las que creemos que podemos diferenciarnos y captar clientes es en la necesidad de encontrarse un servicio más exclusivo, centrado en las necesidades del cliente, y no tanto en la masificación del espacio, queremos que nuestros clientes se sientan atendidos en todo momento, guiados y motivados.

Distribución:

Nuestro centro de entrenamiento se encuentra en la localidad de Laredo, una villa de más de 10.000 habitantes en la zona oriental de Cantabria, en el norte peninsular. Destacamos el fácil acceso a nuestra instalación, que se encuentra en pleno centro del pueblo y que permite llegar fácilmente bien sea andando o en vehículo privado.

Del mismo modo nos encontramos con una ubicación privilegiada, de una de las localidades de mayor área de influencia de Cantabria, entre los que podemos destacar de la misma manera Santander, Torrelavega o Castro; Laredo se encuentra en una ubicación equidistante, a una distancia muy similar tanto de Santander como de Bilbao, y de la misma forma es un municipio bastante próximo a municipios como Colindres, Bárcena de Cicero, Ampuero, Limpias o Liendo, por ejemplo.

También podemos destacar otros municipios de gran densidad de población relativamente cercanos como puede ser Castro y Santoña, lo que nos permite tener un amplio número de clientes potenciales que pueden consumir nuestros servicios.

Comunicación:

Nuestros principales medios de comunicación serán las redes sociales, donde promocionaremos nuestros servicios, de la misma manera que realizaremos divulgación sobre entrenamiento, nutrición, hábitos de vida saludables, etc.

Las redes sociales que usaremos con mayor frecuencia serán Instagram y Facebook. Instagram: red social que funciona de manera más visual, nos permitirá subir contenido claro y directo, de una forma atractiva que nos permita captar clientes y darnos a conocer. Subiremos parte de nuestro trabajo, donde se verá la forma en que trabajamos, progresos de clientes y divulgación dentro del mundo del entrenamiento y la actividad física, que a modo didáctico permitirá a la gente de manera gratuita aprender y tener herramientas para llevar una vida saludable.

Facebook: donde subiremos contenido más genérico, fotos, videos y periódicamente algún post semanal sobre algún tema en concreto. Nos permitirá contactar a la gente y mediante la creación de una página en la plataforma obtener diferentes reseñas de nuestros clientes.

Por otro lado, la forma de contacto directo con nuestros clientes o la forma de obtener información sobre nuestros servicios será mediante teléfono, WhatsApp o vía email, que serán los canales de comunicación directa con nuestros clientes.

Nuestra diferenciación con el resto de centros en la comunicación con el cliente es que tenemos una página web clara y sencilla de usar donde se puede encontrar información sobre nuestro centro, nuestros precios y los servicios que ofrecemos, así como diferentes medios de contacto para facilitar al cliente el proceso.

4. PLAN DE OPERACIONES/GESTIÓN

Procesos clave para el desarrollo del negocio:

Descripción del lugar físico y materiales necesarios. Como hemos ido mencionando a lo largo del trabajo, nuestro negocio se encuentra en el municipio de Laredo, Cantabria.

Tratándose de un centro de entrenamiento personal, disponemos de una instalación deportiva mucho más pequeña que una sala de fitness convencional, ya que está diseñada para poder brindar a nuestros clientes de un entrenamiento personalizado donde tratar de exprimir con cada uno de ellos el mayor rendimiento posible; por tanto,

no necesitaremos una instalación grande, permitiendo una fácil localización y pudiendo abaratar costes.

Dispondremos de un local de 170 metros cuadrados situado en el centro del pueblo, lo que nos permitirá ser accesibles a los usuarios de forma sencilla, además de encontrarnos próximo a los centros educativos, negocios y la mayor parte del núcleo de población. De los 170m² que disponemos de local en una sola planta, 120m² estarán destinados a espacio para llevar a cabo los entrenamientos, otros 15m² los destinaremos a un despacho que nos permitirá llevar a cabo nuestro trabajo online; así como las tomas de medidas corporales, las entrevistas, etc. Por último 35 metros cuadrados serán destinados a vestuarios, donde nuestros clientes podrán asearse y cambiarse.

Dirección: Calle Plaza de la constitución, Laredo, 39770.

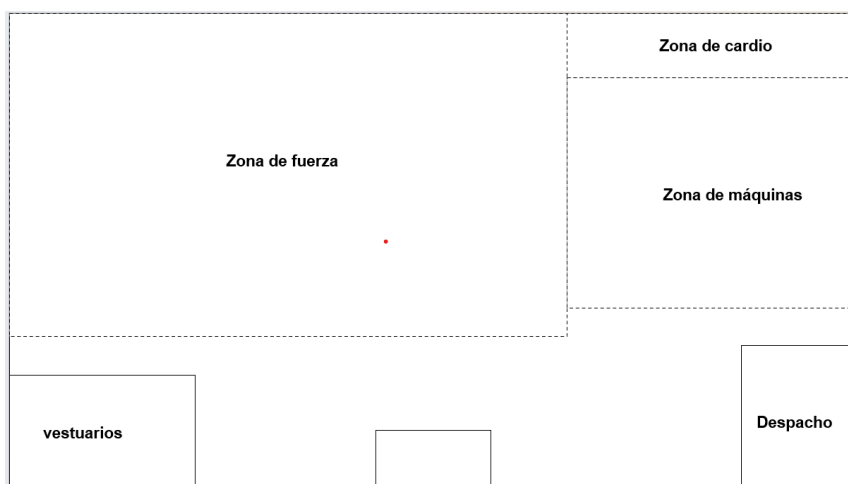


Figura 7: Plano de la instalación de El Primer Paso (Elaboración propia).

Como podemos ver en la figura 7, esta es la distribución que va a seguir nuestro centro de entrenamiento, podemos apreciar varias zonas diferenciadas, al entrar a mano izquierda nos encontramos con los vestuarios, que dispondrán de aseo y ducha. A mano derecha de la entrada nos encontramos con el despacho, donde llevaremos a cabo las entrevistas con nuestros clientes, la revisión de objetivos, las mediciones corporales, los asesoramientos online, etc.

Hemos de tener en cuenta que El Primer Paso es un centro destinado a trabajar con un grupo reducido de personas por sesión, buscando maximizar el rendimiento y centrandolo nuestros recursos en ser lo más eficientes posible. Por tanto, nuestro

PLAN DE EMPRESA: EL PRIMER PASO

objetivo principal como empresa no es la masificación de clientes, por lo que el espacio del que disponemos es más que suficiente.

Para los vestuarios hemos estimado una serie de criterios, en primer lugar tener en cuenta el número máximo de clientes que podemos tener en hora punta en la instalación, dado que hablamos de un grupo bastante más reducido con respecto a la competencia, valoramos de cara al futuro que en algún momento nuestra instalación podría disponer de unos 8 usuarios al mismo tiempo, los vestuarios deben tener la capacidad para el 50% (4 personas); teniendo en cuenta estos criterios, luego debemos de contar con unos valores para los m² en función de la zona seca y la húmeda, la zona seca debe albergar unos 2-2,5 m² por persona, mientras que la húmeda debe disponer de 1-1,5 m² por persona. Por eso, como hemos comentado anteriormente, los vestuarios dispondrán de un total de 35 m² (17,5 m² cada módulo).

Una vez entramos encontramos tres zonas donde trabajar de manera diferenciada, la zona de fuerza, donde nos encontraremos diverso material de entrenamiento como son las pesas, las mancuernas o la jaula. Por otro lado, podemos encontrar la zona de máquinas, nos permitirán hacer un trabajo más aislado, como son prensa, máquina multiestaciones o la multipower. En último lugar al fondo encontraremos una pequeña zona para llevar a cabo nuestro trabajo de cardio, con cinta de andar/correr o una elíptica.

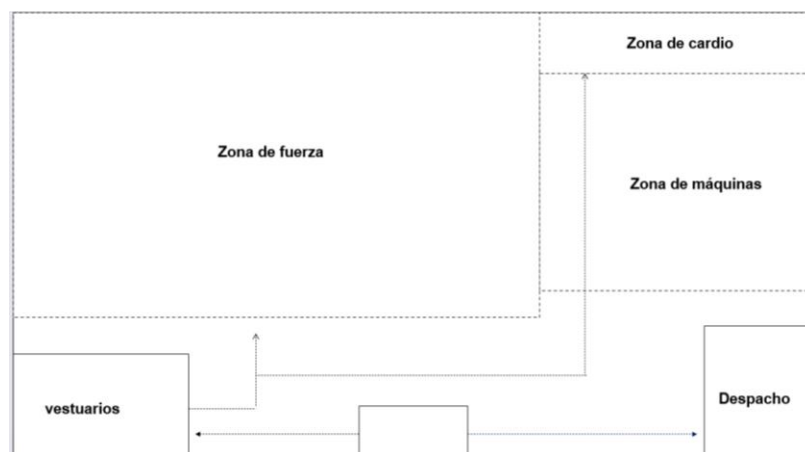


Figura 8: Plano de circulación de El Primer Paso (Elaboración propia)

En cuanto a las circulaciones, dado que no dispones de unos espacios deportivos diferenciados, si no que todo va complementado en un mismo sistema de trabajo, no tenemos por qué hacer ninguna diferenciación en la circulación por la instalación; no

tenemos por qué andar diferenciando una zona húmeda de una zona seca, sin embargo podemos observar cómo nada más entrar podemos ir hacia los vestuarios para acceder posteriormente a cualquiera de las zonas de entrenamiento, o bien si no acceder a mano derecha al despacho para llevar a cabo la revisión de objetivos.

Descripción de los materiales y equipamientos necesarios para el desarrollo del negocio. Dispondremos de distinto equipamiento para que nuestros clientes puedan llevar a cabo sus entrenamientos, además del material necesario para poder llevar a cabo las mediciones corporales o nuestros asesoramientos.

A continuación, pasaremos a explicar el material del que necesitamos disponer para nuestro negocio, como se puede observar en las siguientes tablas, vamos a diferenciar el material de entrenamiento y el material para llevar a cabo el trabajo de asesoramiento y de toma de medidas corporales.

<i>Material</i>	<i>Precio</i>	<i>Unidades</i>	<i>Total</i>
<i>Banco Ajustable</i>	1450€	3	2900€
<i>Rack</i>	5250€	1	5250€
<i>Banco Plano</i>	2650€	1	2650€
<i>Estación multipower</i>	4000€	1	4000€
<i>Barra olímpica</i>	290€	3	870€
<i>Barra hexagonal</i>	220€	1	220€
<i>Barra Z</i>	90€	2	180€
<i>Discos 25 kg</i>	185€	2	370€
<i>Discos 20 kg</i>	150€	4	600€
<i>Discos 15 kg</i>	110€	4	440€
<i>Discos 10 kg</i>	85€	6	510€
<i>Discos 5 kg</i>	80€	6	480€
<i>Discos 2,5 kg</i>	65€	4	260€
<i>Discos 1,25 kg</i>	55€	4	220€
<i>Mancuernas 2-36 kg</i>	4000€	-	4000€
<i>Mancuernero</i>	300€	-	300€
<i>Rack Barras</i>	200€	-	200€
<i>Kettlebell 8-20 kg</i>	1000€	-	1000€

<i>Balones medicinales 3-10 kg</i>	100€	-	100€
<i>Máquina multiestación</i>	5000€	1	5000€
<i>Máquina de prensa</i>	1500€	1	1500€
<i>Cinta de correr</i>	4000€	1	4000€
<i>Elíptica</i>	4000€	1	4000€
			40.500€

Tabla 2: Material de entrenamiento de El Primer Paso (Elaboración propia)

<i>Material</i>	<i>Precio</i>	<i>Unidades</i>	<i>Total</i>
<i>Ordenador portátil</i>	800€	2	1600€
<i>Báscula</i>	300€	1	300€
<i>Kit antropometría</i>	100€	1	100€
			2000€

Tabla 3: Material de oficina y medición de El Primer Paso (Elaboración propia)

Aparte de todo el material, tendremos que contar con el precio de alquiler del local, que será de un total de 700 euros mensuales, al igual que un presupuesto de reforma del local, cuyo cálculo será en torno a 40.000 euros.

Procesos de la empresa.

Proveedores iniciales y/o habituales. En cuanto a los proveedores que vamos a destacar con relación a nuestra empresa serán aquellos de los que adquiramos el material de entrenamiento, entre ellos cabe destacar la empresa TechnoGym y la empresa Gorilla Sports, quienes nos proporcionarán todo el equipamiento citado anteriormente: bancos, pesas, mancuernas, barras, máquinas, etc.

<i>Proveedores</i>	<i>Concepto</i>
<i>Material deportivo 1</i>	TechnoGym
<i>Material deportivo 2</i>	Gorilla Sports
<i>Pavimento</i>	Pavigym

Tabla 4: Proveedores de El Primer Paso (Elaboración propia)

Coordinación entre servicios: horarios, distribución de la cartera de servicios, etc.

En cuanto a los horarios la empresa dispone de un horario de lunes a viernes, de 9 de la mañana a 9 de noche, donde se llevarán a cabo tanto la realización de asesoramientos online, como los entrenamientos presenciales. Cabe destacar, que, al tratarse de un servicio de entrenamiento personal, lo que se llevará a cabo son horarios personales acordado con cada uno de nuestros clientes, buscando que en función de los horarios y las necesidades de nuestros clientes consigamos exprimir al máximo su rendimiento para conseguir los objetivos pautados.

<i>Servicio</i>	<i>Horario</i>	<i>Duración</i>
<i>Entrenamiento y asesoramiento personal</i>	9:00 – 21:00	60-90 minutos
<i>Asesoramiento online</i>	9:00 – 21:00	-
<i>Atención de nuevos clientes</i>	10:00 – 13:00 17:00 – 20:30	20-30 minutos

Tabla 5: Horario de actividades de la empresa (Elaboración propia).

En el servicio de asesoramiento, tanto online como presencial nos encontramos con disponibilidad continua de 9 de la mañana a 9 de la noche, en el asesoramiento presencial pactaremos los horarios con los clientes, mientras que en el asesoramiento online se irá revisando a lo largo del día y enviando a nuestros clientes todo lo que necesitan al respecto. Por otro lado, el horario que tenemos para la nueva adquisición de clientes, donde poder realizarles una entrevista, revisión de objetivos y estudio antropométrico será en horario partido, de 10 de la mañana a 1 de la tarde, y de 5 de la tarde a 8 y media de la noche.

5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

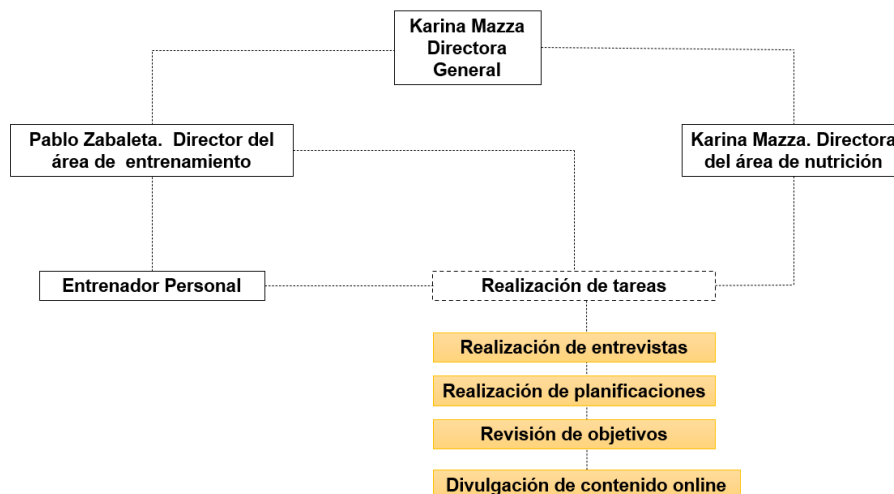


Figura 9: Organigrama de El Primer Paso (Elaboración Propia)

Como podemos apreciar, nuestra empresa está diseñada para tener un organigrama pequeño, de fácil organización y que no dependa de mucha gente. Obviamente recae un grandísimo peso en muy poca gente, pero eso nos permitirá reducir costes y aumentar beneficios, al fin y al cabo, este servicio está diseñado para un número de clientes reducidos, por lo que contaríamos como idea inicial entre 1 cliente y 4-5 al mismo tiempo, tratando de ofrecer a nuestros clientes en todo momento un servicio lo más personalizado posible, teniendo la capacidad de entrenar en grupos reducidos. Necesitaríamos por tanto en el corto plazo tan solo un entrenador más, en el futuro a largo plazo es posible que se pudiese ampliar la cuantía de trabajadores.

Dentro del organigrama de la empresa diferenciamos dos sectores, el sector de entrenamiento y el sector de nutrición, cada uno supervisado bajo uno de los socios de la empresa. Teniendo cada uno que aportar y complementar con el otro socio para llevar a cabo un asesoramiento completo, donde los conocimientos adquiridos en la carrera, así como en formación externa nos será de gran relevancia.

La persona que quiera conseguir dicho puesto de trabajo tendrá que reunir una serie de requisitos, pero sobre todo pretendemos tener a una persona que se sienta totalmente comprometida con el proyecto, que le guste trabajar en equipo y tenga ganas de superarse a sí mismo.

PLAN DE EMPRESA: EL PRIMER PASO

Para el puesto de trabajo lo que tendremos en cuenta a la hora de seleccionar a nuestro trabajador es que disponga de conocimientos y experiencia en el mundo del entrenamiento, capacidad de comunicación, empatía, trabajo en equipo, capacidad de resolución de problemas.

PUESTO	ENTRENADOR PERSONAL	
MISIÓN	Plantear, llevar a cabo y supervisar los entrenamientos de los clientes	
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Director del área de entrenamiento	
PUESTOS A SU CARGO	Ninguno	
FUNCIONES ESPECÍFICAS		
Plantear entrenamientos teniendo en cuenta los objetivos y características del cliente.	RESPONSABILIDADES: - Revisar los objetivos y progreso de cada cliente. - Ordenar y guardar el material después del entrenamiento.	
Supervisar los entrenamientos de cada cliente.		
Supervisar la mejora en los entrenamientos de cada cliente		
REQUISITOS ACADÉMICOS		
Graduado en TAFAD.		
Graduado en CAFYD.		
COMPETENCIAS		
Resolución de problemas	Empatía	
Trabajo en equipo	Capacidad comunicativa	

Tabla 6: Características del puesto de trabajo (Elaboración propia)

6. PLAN JURÍDICO

En este apartado se va a definir la forma jurídica de la empresa junto con todos los pasos a seguir para su constitución y puesta en marcha.

El Primer Paso será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), siendo la forma jurídica que mejor se adapta a las características de la empresa.

Una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) es un tipo de sociedad mercantil en la que la responsabilidad está limitada al capital aportado (Creacionempresas, 2018)

Se necesitará también:

- ✓ Número de Identificación Fiscal (NIF).
- ✓ Certificación Negativa del nombre de la sociedad y del logo.
- ✓ Escritura Pública.
- ✓ Impuesto de Transmisiones Patrimoniales.
- ✓ Inscripción de empresa en el Registro Mercantil.

PLAN DE EMPRESA: EL PRIMER PASO

Antes de proceder a la apertura del negocio hay que llevar a cabo las siguientes actividades:

- ✓ Alta en el Censo de empresarios profesionales y retenedores.
- ✓ Alta de los Socios y Administradores en la Seguridad Social.
- ✓ Legalización del libro de actas, libro de registro de socios, libro-registro de contratos.
- ✓ Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventario y Cuentas Anuales.
- ✓ Licencia de Actividad (Licencia de actividades de instalaciones y obras y Licencia de Funcionamiento).
- ✓ Registro de ficheros de carácter personal en la agencia Española de Protección de Datos (AEPD).
- ✓ Alta de los trabajadores en la Seguridad Social.
- ✓ Alta de los contratos de trabajo.

Una vez constituida la Sociedad y teniendo en regla toda la documentación anterior mencionada, se deberá comunicar la apertura del local a la Consejería de Trabajo de la Comunidad de Cantabria, con el fin de controlar las condiciones de seguridad y salud laboral.

7. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO Y VIABILIDAD

La inversión total del proyecto es de 82500 euros, para ello requeriremos de una financiación de 90.000 euros, 30.000 euros de financiación de recursos propios y 60.000 euros de recursos ajenos. En este punto veremos los ingresos y gastos totales del año 1, así como su resultado de cuentas y su posterior resultado de cuentas a 5 años. En el apartado de anexos dejaremos presentes el escenario optimista y el pesimista en comparación al escenario que podemos esperar de resultados de la empresa.

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ingresos Presenciales	2500	2800	3000	3300	3500	3700	3800	4000	4000	4200	4600	4800	44200
Ingresos Online Completo	1400	1610	1750	1960	2100	2400	2450	2450	2590	2660	2660	2800	26830
Ingresos Pack 1	750	850	950	1050	1150	1250	1150	1250	1150	1250	1350	1350	13500
INGRESOS TOTALES	4650	5260	5700	6310	6750	7350	7400	7700	7740	8110	8610	8950	84530

Tabla 7: Ingresos totales año 1. Elaboración propia Excel.

Alquiler	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8400
Seguro	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
Suministros	700	700	700	700	850	850	850	1000	1000	1000	1200	1200	10750
Publicidad (flyers)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Página web	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Sueldos	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	15600
Seguridad Social	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5460
GASTOS TOTALES	3855	3855	3855	3855	4005	4005	4005	4155	4155	4155	4355	4355	48610

Tabla 8: Gastos totales año 1. Elaboración propia Excel.

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ingresos Presenciales	2500	2800	3000	3300	3500	3700	3800	4000	4000	4200	4600	4800	44200
Ingresos Online Completo	1400	1610	1750	1960	2100	2400	2450	2450	2590	2660	2660	2800	26830
Ingresos Pack 1	750	850	950	1050	1150	1250	1150	1250	1150	1250	1350	1350	13500
INGRESOS TOTALES	4650	5260	5700	6310	6750	7350	7400	7700	7740	8110	8610	8950	84530
Alquiler	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	8400
Seguro	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
Suministros	700	700	700	700	850	850	850	1000	1000	1000	1200	1200	10750
Página web	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Sueldos	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	15600
Seguridad Social	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5460
GASTOS TOTALES	3855	3855	3855	3855	4005	4005	4005	4155	4155	4155	4355	4355	48610
EBITDA	795	1405	1845	2455	2745	3345	3395	3545	3585	3955	4255	4595	35920
Amortización	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	593,05556	7116,6667
EBIT	201,9444	811,9444	1251,944	1861,944	2151,944	2751,944	2801,944	2951,944	2991,944	3361,944	3661,944	4001,944	28803,33

Tabla 9: Resultado de cuentas del Año 1. Elaboración propia Excel.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos entrenamiento presencial		44200	47294	51550,46	57736,515	66396,992
Ingresos Pack Online		26830	28171,5	30988,65	34707,288	39913,381
Ingresos pack 1		13500	13905	14600,25	15622,268	17184,494
INGRESOS TOTALES		84530	89370,5	97139,36	108066,07	123494,87
Suministros		10750	11287,5	11851,875	12444,469	13066,692
Página web		4800	5040	5292	5556,6	5834,43
Sueldos		15600	16068	16550,04	17046,541	17557,937
Seguridad Social		5460	5623,8	5792,514	5966,2894	6145,2781
GASTOS TOTALES		36610	38019,3	39486,429	41013,899	42604,338
EBITDA		47920	51351,2	57652,931	67052,171	80890,53
Amortización		7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667
EBIT		40803,333	44234,533	50536,264	59935,505	73773,864
Impuesto Beneficios		8160,6667	8846,9067	10107,253	11987,101	14754,773
NOPLAT		32642,667	35387,627	40429,011	47948,404	59019,091
Amortización		7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667
Operating Cash Flow		39759,333	42504,293	47545,678	55065,07	66135,757
Variación Fondo de Maniobra						
CAPEX		-82500			-2700	
FREE CASH FLOW		-82500	39759,333	42504,293	47545,678	52365,07
Valor Residual o de Continuación						865466,21
FREE CASH FLOW CON VR		-82500	39759,3	42504,3	47545,7	52365,1
FC Acumulado		-82500	-42740,667	-236,37333	47309,305	99674,375
Plazo de Recuperación		3,89	años			
VAN		671.119,03 €	Efectuable			
TIR		89,15%	Efectuable			

Tabla 10: Resultado de cuentas 5 años. Elaboración Propia Excel.

8. SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En los últimos años, la Responsabilidad Social Corporativa se ha vuelto un campo imprescindible en todas aquellas empresas que quieran crecer en el mercado. Se trata de un pilar más que debe tenerse en cuenta desde el primer segundo en el que se establece una compañía.

Nuestra empresa cuenta con grifos mono-mando, que hace que el consumo de agua sea mucho más reducido, evitando el desecho. Aparte de que las papeleras del centro están clasificadas para la separación de los residuos, haciendo con que se reduzcan los consumos de recursos naturales, permitiendo también acabar con el desperdicio.

Las empresas cuentan con una enorme responsabilidad con el medioambiente, por lo que tienen que aplicar medidas especiales para cuidarlo y reducir el impacto de la actividad profesional que llevan a cabo. Cuidar el medioambiente es cosa de todos, también de las empresas. Y en nuestra empresa hacemos nuestra parte.

9. CRONOGRAMA TO-START

A continuación, pasamos a reflejar en una tabla el cronograma de las diferentes actividades que tendremos que realizar durante el tiempo establecido hasta la apertura de la empresa, donde comenzaremos a dar nuestro servicio. La periodización de estas tareas dará comienzo en enero de 2023 y finalizará en mayo, siendo la última semana de este el momento donde “El primer Paso” dará comienzo a su actividad empresarial.

Tarea	2023																			
	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio de mercado	■	■	■																	
Constitución de la sociedad	■	■	■																	
Visita a otros centros		■	■																	
Crédito				■	■	■														
Reforma de local					■	■	■	■												
Compra de material						■	■	■	■											
Marketing en redes sociales								■	■	■	■	■								
Elaboración de actividades promocionales								■	■	■	■	■								
Contacto con clientes potenciales												■	■	■						
Reclutamiento y selección de personal													■	■	■					
Formación y capacitación del personal														■	■	■				
Organización administrativa															■	■	■	■		
Puesta en marcha																■	■	■	■	
Apertura																			■	■

Figura 10: Cronograma to-start de El Primer Paso (Elaboración propia)

10. CONCLUSIONES EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE EMPRESA

Durante el transcurso de este trabajo hemos ido desarrollando la idea de negocio y su plan de empresa para poderla llevar a cabo. Hemos visto y estudiado varios aspectos clave que nos pueden ayudar en un futuro a poder llevar a cabo un plan de negocio similar, entre los que cabe destacar los diferentes análisis, teniendo en cuenta las herramientas a disponer para estudiar la situación, así como tener en cuenta factores que afectan a nuestro público potencial.

Igualmente visualizar que económicamente sea un proyecto viable, pues si no, evidentemente no se puede llevar a cabo, la premisa fundamental de un negocio es que, de beneficios, si no, resulta imposible llevarlo a cabo.

Por otro lado, hemos querido plasmar en este trabajo el importante valor social que hemos querido darle a nuestro servicio, y no solo a nuestro servicio en sí, sino a todo lo que conlleva lo aprendido durante estos años de formación universitaria, pues consideramos de vital importancia para la sociedad en general conseguir llevar unos hábitos de vida saludables mediante el entrenamiento, la nutrición y unos principios de vida activa generales; otorgando a la sociedad una mayor calidad de vida.

De igual forma, nuestro mayor propósito es dotar de herramientas a la población para poder mantener un estilo de vida saludable, y de igual forma, enseñar a la misma que mediante el trabajo, el esfuerzo y una buena planificación se pueden conseguir ciertas metas (coherentes), nos gusta ayudar a que la gente luche por su mejor versión.

Debido a la situación económica que se lleva arrastrando los últimos años, saliendo de una crisis para meterse en otra, y teniendo la salida de una pandemia bastante reciente, tenemos en cuenta los riesgos que conlleva crear una empresa a día de hoy, pero también consideramos que “sin riesgo no hay beneficio”, y que con un buen estudio de mercado, un servicio de calidad, ganas y trabajo podemos conseguirlo; aunque no será sencillo, sin embargo tener una empresa que no tenga demasiadas pretensiones, y que podamos diversificar nuestros servicios en diferentes ramas (asesoramientos presencial y online, así como asesoramientos más completos o simplemente derivados a una rama como la nutrición o el entrenamiento) nos parece fundamental para poder tener una empresa sostenible en el tiempo y poder crecer.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcántara Moreno, G. (2008). La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad. Disponible en: [Redalyc.La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad](#)

Alonso, G. (2008). Marketing de servicios: reinterpretando la cadena de valor. *Palermo Business Review*, 2, 83-96.

BOE. (2022). Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte. Disponible en: [BOE-A-2022-24430 Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte.](#)

Dávila Bastidas, E. M. (2017). Plan estratégico para la empresa academia de fútbol ejecutivo BYD (Bachelor's thesis, PUCE).

De la Cámara, M.A., Valcarce-Torrente, M., y Veiga, O. (2020). Encuesta nacional de tendencias de fitness en España para el año 2020. Disponible en: [Dialnet-EncuestaNacionalDeTendenciasDeFitnessEnEspanaParaE-7243302.pdf](#)

García-Rodríguez, J.F., García-Fariñas, A., Rodríguez-León, G.A., y Gálvez-González, A.M., (2010). Dimensión económica del sobrepeso y la obesidad como problemas de salud pública. Disponible en: [Redalyc.Dimensión económica del sobrepeso y la obesidad como problemas de salud pública](#)

Hernández, C. E. A., Espinosa, B. T., & Flores, S. B. O. (2017). El régimen jurídico de la sociedad limitada, nueva empresa en España. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 8(25), 1-11.

Hernández de Cos, P. (2020). El impacto del COVID-19 en la economía española. Disponible en: [hdc010720.pdf \(bde.es\)](#)

Illescas Llanos, X. E. (2012). Plan de empresa para un gimnasio.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2022). Estadística del Padrón Continuo, Sexo, Municipios, Total, Todas las edades. Disponible en: [Población por sexo, municipios, nacionalidad \(español/extranjero\) y edad \(grandes grupos\)\(33747\) \(ine.es\)](#)

Martínez Lemos, I., y González-Sastre, B. (2016). El mercado del fitness en España: Un estudio exploratorio sobre el perfil económico del segmento low-cost. Disponible en: [764-Texto del artículo-2456-1-10-20161030.pdf](#)

MECD. (2022). Encuesta de Hábitos Deportivos en España. Consejo Superior de Deportes (CSD). Disponible en: Encuesta de Hábitos Deportivos 2022. Síntesis de resultados (culturaydeporte.gob.es)

MECD. (2015). Encuesta de Hábitos Deportivos en España. Consejo Superior de Deportes (CSD). Disponible en: Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2015. Síntesis de resultados (culturaydeporte.gob.es)

Moscoso-Sánchez, D. (2020). El contexto del deporte en España durante la crisis sanitaria de la COVID-19. Disponible en: 5000-Texto del artículo-19295-1-10-20200720.pdf (upo.es)

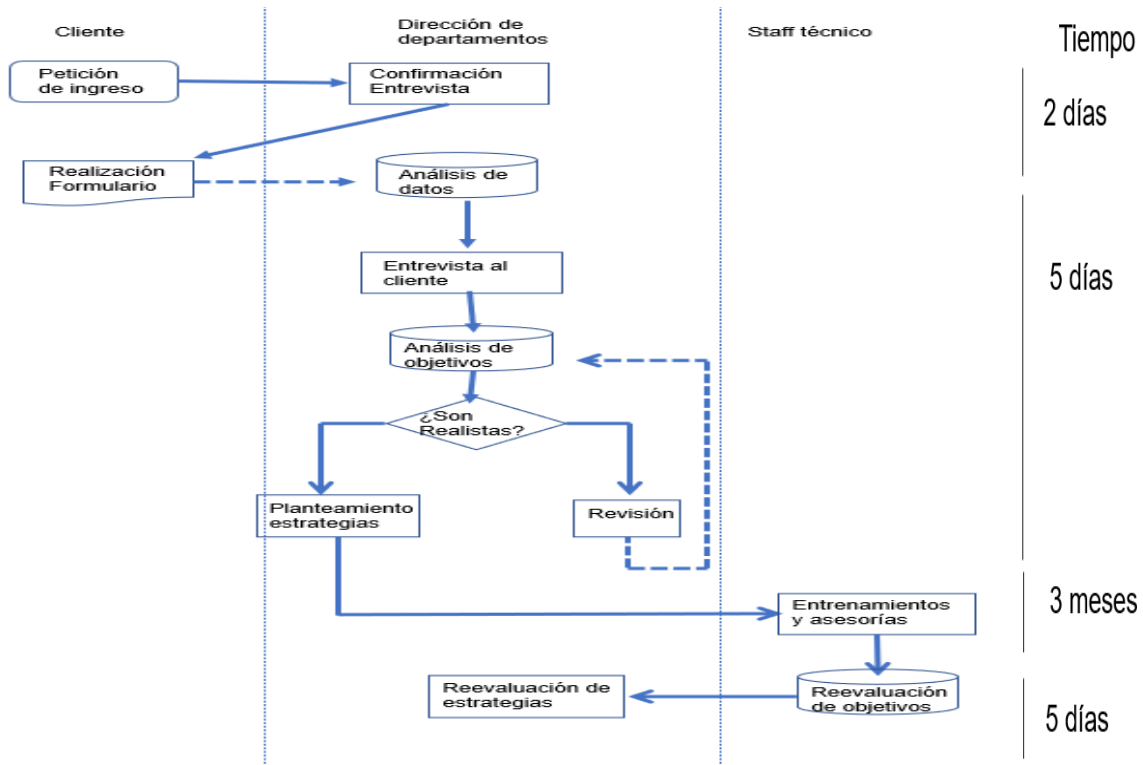
Padilla Colón, Carlos J., Sánchez Collado, P., y Cuevas, M.J. (2014). Beneficios del entrenamiento de fuerza para la prevención y tratamiento de la sarcopenia. Disponible en: STAFF 5-2014.indd (isciii.es)

Pedrosa Sanz, R., y Salvador Insúa, J.A. (2003). El impacto del deporte en la economía: problemas de medición. Disponible en: Dialnet-ElImpactoDelDeporteEnLaEconomia-1126028.pdf

Uribe, J. A. F. (2015). *Plan de negocio: para pequeñas empresas*. Ediciones de la U.

12. ANEXOS

Anexo 1: Diagrama de flujo de procesos de la empresa.



Anexo 2: Escenario Pesimista

Hemos estudiado este escenario económico partiendo con un 25% menos de ingresos con respecto al escenario más probable que hemos expuesto en el plan financiero de la empresa, debido a que obtendríamos una demanda menor de la esperada.

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ingresos Presenciales	1875	2100	2250	2475	2625	2775	2850	3000	3000	3150	3450	3600	33150
Ingresos Online Completo	1050	1207,5	1312,5	1470	1575	1800	1837,5	1837,5	1942,5	1995	1995	2100	20122,5
Ingresos Pack 1	562,5	637,5	712,5	787,5	862,5	937,5	862,5	937,5	862,5	937,5	1012,5	1012,5	10125
INGRESOS TOTALES	3487,5	3945	4275	4732,5	5062,5	5512,5	5550	5775	5805	6082,5	6457,5	6712,5	63397,5

El resultado que obtenemos en este escenario es que es factible, pero el periodo de recuperación tendrá una mayor duración.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos entrenamiento presencial		33150	35470,5	38662,845	43302,386	49797,744
Ingresos Pack Online		20122,5	21128,625	23241,488	26030,466	29935,036
Ingresos pack 1		10125	10428,75	10950,188	11716,701	12888,371
INGRESOS TOTALES		63397,5	67027,875	72854,52	81049,553	92621,151
Suministros		10750	11287,5	11851,875	12444,469	13066,692
Página web		4800	5040	5292	5556,6	5834,43
Sueldos		15600	16068	16550,04	17046,541	17557,937
Seguridad Social		5460	5623,8	5792,514	5966,2894	6145,2781
GASTOS TOTALES		36610	38019,3	39486,429	41013,899	42604,338
EBITDA		26787,5	29008,575	33368,091	40035,654	50016,813
Amortización		7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667
EBIT		19670,833	21891,908	26251,424	32918,987	42900,147
Impuesto Beneficios		3934,1667	4378,3817	5250,2849	6583,7974	8580,0293
NOPLAT		15736,667	17513,527	21001,139	26335,19	34320,117
Amortización		7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667
Operating Cash Flow		22853,333	24630,193	28117,806	33451,856	41436,784
Variación Fondo de Maniobra						
CAPEX		-82500			-2700	
FREE CASH FLOW		-82500	22853,333	24630,193	28117,806	30751,856
Valor Residual o de Continuación						542250,33
FREE CASH FLOW CON VR		-82500	22853,3	24630,2	28117,8	30751,9
FC Acumulado		-82500	-59646,667	-35016,473	-6898,6672	23853,189
Plazo de Recuperación		3,96	años			
VAN		383.344,89 €	Efectuable			
TIR		64,22%	Efectuable			

Anexo 3: Escenario Optimista

En este escenario suponemos que los resultados esperados por parte de nuestra empresa son mayores a los previsible, por lo que nos encontramos con un margen de ingresos mayor al esperado; partimos de un escenario con un 25% más de ingresos que en el escenario realista que hemos expuesto en el plan económico financiero.

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ingresos Presenciales	3125	3500	3750	4125	4375	4625	4750	5000	5000	5250	5750	6000	55250
Ingresos Online Completo	1750	2012,5	2187,5	2450	2625	3000	3062,5	3062,5	3237,5	3325	3325	3500	33537,5
Ingresos Pack 1	937,5	1062,5	1187,5	1312,5	1437,5	1562,5	1437,5	1562,5	1437,5	1562,5	1687,5	1687,5	16875
INGRESOS TOTALES	5812,5	6575	7125	7887,5	8437,5	9187,5	9250	9625	9675	10137,5	10762,5	11187,5	105662,5

En este escenario, vemos que el plazo de recuperación de la empresa es menor y tenemos un VAN y TIR de mayor valor que en el escenario realista.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos entrenamiento presencial		55250	59117,5	64438,075	72170,644	82996,241
Ingresos Pack Online		33537,5	35214,375	38735,813	43384,11	49891,727
Ingresos pack 1		16875	17381,25	18250,313	19527,834	21480,618
INGRESOS TOTALES		105662,5	111713,13	121424,2	135082,59	154368,58
Suministros		10750	11287,5	11851,875	12444,469	13066,692
Página web		4800	5040	5292	5556,6	5834,43
Sueldos		15600	16068	16550,04	17046,541	17557,937
Seguridad Social		5460	5623,8	5792,514	5966,2894	6145,2781
GASTOS TOTALES		36610	38019,3	39486,429	41013,899	42604,338
EBITDA		69052,5	73693,825	81937,771	94068,689	111764,25
Amortización		7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667
EBIT		61935,833	66577,158	74821,104	86952,022	104647,58
Impuesto Beneficios		12387,167	13315,432	14964,221	17390,404	20929,516
NOPLAT		49548,667	53261,727	59856,883	69561,618	83718,064
Amortización		7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667	7116,6667
Operating Cash Flow		56665,333	60378,393	66973,55	76678,285	90834,731
Variación Fondo de Maniobra						
CAPEX	-82500				-2700	
FREE CASH FLOW	-82500	56665,333	60378,393	66973,55	73978,285	90834,731
Valor Residual o de Continuación						1188682,1
FREE CASH FLOW CON VR	-82500	56665,3	60378,4	66973,6	73978,3	1279517
FC Acumulado	-82500	-25834,667	34543,727	101517,28	175495,56	1455012,4
Plazo de Recuperación	3,86	años				
VAN	958.893,16 €	Efectuable				
TIR	110,46%	Efectuable				