



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



**Carlos Rodríguez Gaviria**

**Daniela Simancas Yanes**

**TRABAJO FINAL DEL GRADO DE DIRECCIÓN Y CREACIÓN DE  
EMPRESAS**

**Dirigido por Sergio Carnero de Acosta**

**Convocatoria de junio de 2024**

# plan de **empresa**



**rent**fit

## PORTADILLA

# UNIVERSIDAD EUROPEA DE CANARIAS FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Plan de empresa para la creación de una plataforma digital de alquiler de equipamiento deportivo entre particulares: **RentFit**

---

Carlos Rodríguez Gaviria y Daniela Simancas Yanes

## TRABAJO FINAL DEL GRADO DE DIRECCIÓN Y CREACIÓN DE EMPRESAS

**Dirigido por Sergio Carnero Acosta**

**Convocatoria de junio 2024**

**Resumen:** RentFit es una plataforma digital para el alquiler de equipamiento deportivo entre particulares en Canarias. De esta forma, las personas que poseen material deportivo en desuso pueden anunciar sus equipos en la plataforma para que estos sean alquilados por visitantes de las islas por un periodo de tiempo establecido.

**Palabras clave:** actividades deportivas, turismo sostenible, economía circular, alquiler y plataforma digital.

## AGRADECIMIENTOS

### **Carlos Rodríguez Gaviria**

*“A mis padres, por ser quienes mueven cielo y tierra por mí. Por su apoyo en todas las facetas de mi vida. Por enseñarme todo lo que sé”*

*“A mi hermana, abuelos y familia. Por ser un pilar fundamental en mi vida, estando siempre ahí para ayudarme”*

*“A Sergio Carnero, así como a todos los profesores que me han ayudado a llegar hasta aquí. Por todos los conocimientos académicos y consejos personales que me han brindado”*

*“Y, especialmente, a Daniela. Por ser quien me impulsa todos los días a ser mejor persona. Motivándome, ayudándome y, sobre todo, inspirándome para convertirme en la persona que quiero llegar a ser”*

---

### **Daniela Simancas Yanes**

*“A mis padres, por su apoyo constante durante toda mi etapa universitaria, por enseñarme lo que es la ambición y la superación, y por animarme siempre a compaginar mis estudios con mi carrera deportiva”*

*“A mis profesores, especialmente a Sergio Carnero, porque sin su sabiduría y experiencia, no podríamos haber demostrado lo mejor de nosotros en este trabajo”*

*“Y, sobre todo, a Carlos, porque coincidir contigo en este camino ha sido una gran suerte. Por complementarnos a la perfección y remar siempre en la misma dirección. Juntos hacemos un gran equipo”*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>MOTIVACIÓN PERSONAL.....</b>	<b>17</b>
<b>1. RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>18</b>
1.1. Resumen ejecutivo.....	18
1.2. Breve explicación de la idea empresarial y delimitación del objetivo y la actividad de la nueva empresa o actividad.....	19
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....</b>	<b>21</b>
2.1. Información general del entorno y análisis del contexto.....	21
2.1.1. Análisis del contexto turístico canario.....	21
2.1.2. Análisis del contexto deportivo.....	23
2.2. Análisis PESTEL.....	25
2.2.1. Entorno político-legal.....	25
2.2.2. Entorno económico.....	26
2.2.3. Factores tecnológicos.....	28
2.2.4. Entorno socio-cultural.....	28
2.3. Previsión de cambios del entorno.....	29
2.4. Análisis del estado del arte a nivel nacional e internacional.....	30
<b>3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>32</b>
3.1. Motivación de la idea de negocio.....	32
3.2. Definición de la idea de negocio.....	32
3.3. Objetivos del proyecto.....	32
3.4. Necesidades que se van a satisfacer.....	33
3.5. Descripción de la oportunidad del proyecto.....	33
3.6. Alcance previsto y localización geográfica.....	34
3.7. Descripción técnica del bien/servicio y recursos necesarios.....	34
3.8. Análisis de potenciales beneficios.....	34
3.9. Características funcionales.....	35

3.10. Descripción de un caso de uso.....	35
3.11. Contribución del proyecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	37
<b>4. ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL.....</b>	<b>39</b>
4.1. Análisis del mercado objetivo.....	39
4.2. Investigación de mercado.....	41
4.2.1. Objetivos.....	41
4.2.2. Hipótesis.....	41
4.2.3. Metodología empleada.....	41
4.2.4. Técnicas de investigación.....	42
4.3. Cálculo de la demanda.....	43
4.4. Análisis de la competencia.....	45
4.5. Análisis DAFO.....	49
4.5.1. Oportunidades.....	49
4.5.2. Amenazas.....	49
4.5.3. Debilidades.....	50
4.5.4. Fortalezas.....	50
4.6. Análisis estratégico del sector.....	51
4.6.1. Competidores.....	51
4.6.2. Compradores.....	51
4.6.3. Nuevos competidores.....	52
4.6.4. Productos sustitutos.....	52
4.6.5. Proveedores.....	52
4.7. Análisis e identificación de riesgos de introducción del producto/servicio en el mercado.....	53
4.8. Análisis de clientes potenciales.....	53
<b>5. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....</b>	<b>57</b>
5.1. Estrategias de segmentación, posicionamiento y fidelización.....	57
5.1.1. Estrategias de segmentación.....	57

5.1.2. Estrategias de posicionamiento.....	58
5.1.3. Estrategias de fidelización.....	58
5.2. Definición de los objetivos de marketing: cualitativos y cuantitativos.....	60
5.2.1. Objetivos cualitativos.....	60
5.2.2. Objetivos cuantitativos.....	61
5.3. Estrategias funcionales.....	62
5.3.1. Estrategia de producto.....	62
5.3.2. Estrategia de precios.....	63
5.3.3. Estrategias de distribución y ventas.....	66
5.3.4. Estrategia de promoción y comunicación.....	66
5.4. Análisis específico de la implementación de la estrategia de promoción y comunicación.....	71
5.4.1. Inversión prevista y planificada.....	71
5.4.2. Estrategia creativa.....	75
5.4.3. Formatos y Medios publicitarios.....	77
5.4.4. Medición de la efectividad.....	86
5.4.5. Registro en redes, portales y buscadores.....	87
5.5. Resumen objetivos, estrategias y acciones de marketing.....	89
<b>6. PLAN DE PRODUCCIÓN O DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....</b>	<b>91</b>
6.1. Esquema de la planificación, desarrollo y ejecución del bien o servicio.....	91
6.2. Características detalladas del proceso de fabricación o de prestación del servicio.....	92
6.3. Recursos de localización, técnicos, humanos y materiales requeridos.....	96
6.3.1. Recursos de localización.....	96
6.3.2. Recursos humanos.....	97
6.4. Recursos y mantenimiento de sistemas, hardware, software, web, bases de datos, seguridad y telecomunicaciones.....	97
6.4.1. Innovación tecnológica, arquitectura de sistemas, plataforma hardware a utilizar, valoración de externalización y mantenimiento.....	97

6.4.2. Servidores web, de aplicaciones, de contenidos, bases de datos, software estándar y desarrollos a medida / páginas web, política de mantenimiento, política de seguridad.....	98
6.4.3. Telecomunicaciones.....	102
<b>7. RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>103</b>
7.1. Organigrama de personal.....	103
7.2. Descripción de los puestos de trabajo, funciones y competencias.....	103
7.3. Plan de contrataciones y desarrollo de competencias.....	109
7.4. Normativa laboral aplicable al personal, contratos que se van a implantar y evaluación del rendimiento.....	111
7.5. Sistema de retribución.....	113
7.6. Plan de Igualdad.....	114
<b>8. ASPECTOS JURÍDICOS.....</b>	<b>117</b>
8.1. Elección de la forma jurídica.....	117
8.2. Trámites para la constitución de la Sociedad.....	117
8.3. Escritura de constitución de la Sociedad.....	118
8.4. Estatutos sociales.....	118
8.5. Gastos de constitución.....	118
<b>9. PLAN FINANCIERO.....</b>	<b>120</b>
9.1. Plan de Inversión y Financiación.....	120
9.1.1. Inversión.....	120
9.1.2. Financiación.....	122
9.2. Proyección de Ingresos y Gastos.....	123
9.2.1. Proyección de ingresos.....	123
9.2.2. Proyección de gastos.....	125
9.3. Análisis del Flujo de Caja (económico).....	127
9.3.1. Cálculo del coste del capital.....	128
9.3.2 Análisis de viabilidad financiera.....	130

9.3.3 Análisis del punto de equilibrio: Umbral de rentabilidad.....	131
9.4. Estados financieros: Balance, PyG y Estado de flujos de efectivo previsional.....	132
9.4.1. Medida para solventar problema de liquidez temporal.....	137
9.5. Análisis económico-financiero.....	137
9.5.1 Análisis patrimonial.....	137
9.5.2 Ratios.....	140
9.6. Distribución de resultados.....	142
9.7. Escenarios hipotéticos.....	142
9.7.1. Escenario optimista.....	142
9.7.2. Escenario pesimista.....	144
9.8. Análisis de sensibilidad.....	146
<b>10. SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN.....</b>	<b>150</b>
10.1. Seguimiento del presupuesto, costes y finanzas.....	150
10.2. Seguimiento de objetivos comerciales.....	150
10.3. Control del equipo técnico.....	151
10.4. Control de los recursos humanos.....	151
10.5. Sistema de calidad.....	152
<b>11. PLAN DE ACCIÓN.....</b>	<b>154</b>
11.1. Principales fases del proyecto.....	154
11.2. Plan de trabajo: Definición de tareas / actividades a llevar a cabo en el proyecto... 155	
11.3. Cronograma de acciones: Diagrama de Gantt.....	155
11.4. Diagrama de Pert.....	156
<b>12. CONCLUSIONES.....</b>	<b>157</b>
<b>13. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>158</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>168</b>
1. Tablas salariales 2024 y 2025 según Convenio Colectivo Estatal de Instalaciones Deportivas y Gimnasios.....	168
2. Reglamento interno de trabajo de RentFit.....	169

3. Escritura de constitución.....	208
4. Estatutos sociales de RentFit.....	212
5. Estimación coste de desarrollo de la plataforma.....	229
6. Presupuesto ordenadores Última Informática.....	230
7. Presupuesto teléfonos móviles Banana Computer.....	231
8. Presupuesto servidores on-cloud Amazon Web Services.....	232
9. Presupuesto asesoría fiscal y laboral.....	233
10. Póliza seguros.....	234
11. Microsoft 365 Empresa Estándar.....	235
12. Cuadro de amortización del préstamo bancario (sistema francés).....	236
13. Resultados de la encuesta.....	239
14. Customer Satisfaction Survey.....	249
15. Encuesta de satisfacción del propietario.....	250
16. Manual de identidad visual corporativa.....	251
17. Presupuesto Litografía Romero.....	252
18. Presupuesto JFT vallas publicitarias Santa Cruz y Las Palmas.....	253
19. Presupuesto 75Media.....	254
20. Presupuesto JFT publicidad en Aeropuerto Reina Sofía.....	255
21. Presupuesto JFT publicidad en Aeropuerto de Gran Canaria.....	256
22. Presupuesto ERP y CRM personalizado por Noos Solutions, S.L.....	257
23. Ejemplo de anuncio en la plataforma.....	258

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Turistas que realizan actividades deportivas durante su estancia en Canarias, por isla y año (2018-2023).....	25
Tabla 2. Estado del arte del sector de alquiler de material deportivo.....	31
Tabla 3. Propietarios de equipamiento deportivo, por tipo de equipamiento y año (%).....	39
Tabla 4. Propietarios de bicicletas en desuso en España, 2022.....	40
Tabla 5. Contenido de la encuesta de investigación de mercado.....	42
Tabla 6. Cálculo del número máximo de anuncios estimados en la plataforma.....	44
Tabla 7. Principales competidores de RentFit.....	46
Tabla 8. Análisis de la competencia, por ingresos de explotación y cuota de mercado.....	47
Tabla 9. Análisis DAFO para RentFit.....	49
Tabla 10. Descuentos especiales por la celebración de eventos deportivos.....	59
Tabla 11. Conversión de los FitPoints en beneficios.....	59
Tabla 12. Invitaciones a eventos deportivos para propietarios.....	60
Tabla 13. Objetivos cualitativos de marketing.....	60
Tabla 14. Objetivos cuantitativos de marketing.....	61
Tabla 15. Comisión de servicio a cargo del propietario.....	64
Tabla 16. Comisión de servicio a cargo del arrendatario.....	65
Tabla 17. Ganancia de RentFit.....	65
Tabla 18. Tarifas del servicio adicional de recogida y transporte.....	66
Tabla 19. Publicidad exterior local.....	67
Tabla 20. Publicidad exterior internacional.....	67
Tabla 21. Plan de reparto de folletos informativos.....	68
Tabla 22. Inversión prevista y planificada de las acciones de promoción y comunicación.....	71
Tabla 23. Medición de la efectividad de las acciones de promoción y comunicación.....	86
Tabla 24. Estrategia y acciones SEO y SEM de RentFit.....	88
Tabla 25. Datos para registrarse en RentFit.....	93

Tabla 26. Datos para publicar un nuevo anuncio en RentFit.....	93
Tabla 27. Características técnicas de los anuncios en RentFit.....	94
Tabla 28. Recursos humanos de RentFit.....	97
Tabla 29. Comparativa servidores On-premise vs Cloud.....	98
Tabla 30. Comparativa ERP.....	99
Tabla 31. Comparativa CRM.....	100
Tabla 32. Descripción del puesto de CEO.....	103
Tabla 33. Descripción del puesto de Informático.....	104
Tabla 34. Descripción del puesto de Responsable de Marketing y Ventas.....	105
Tabla 35. Descripción del puesto de Social Media Manager.....	105
Tabla 36. Descripción del puesto de Controller financiero.....	106
Tabla 37. Descripción del puesto de Contable.....	107
Tabla 38. Descripción del puesto de Finance Intern.....	107
Tabla 39. Descripción del puesto de Marketing Intern.....	108
Tabla 40. Tipos de contrato de trabajo en RentFit.....	112
Tabla 41. Evaluación del rendimiento del personal de RentFit.....	112
Tabla 42. Medida “Plantilla equitativa” del Plan de Igualdad de RentFit.....	115
Tabla 43. Medida “No al acoso sexual” del Plan de Igualdad de RentFit.....	115
Tabla 44. Medida “Ampliación de bajas de paternidad/maternidad” del Plan de Igualdad de RentFit.....	115
Tabla 45. Medida “Programa de Desarrollo Directivo” del Plan de Igualdad de RentFit.....	116
Tabla 46. Evaluación del Plan de Igualdad de RentFit.....	116
Tabla 47. Trámites para constituir una Sociedad Limitada.....	117
Tabla 48. Gastos de constitución de la Sociedad.....	119
Tabla 49. Inversión en inmovilizado intangible.....	120
Tabla 50. Inversión en inmovilizado material.....	120
Tabla 51. Cálculo del Net Working Capital.....	121
Tabla 52. Cálculo de la cuota de IGIC soportado en la inversión.....	121

Tabla 53. Plan de amortización del inmovilizado.....	122
Tabla 54. Cuadro de amortización del inmovilizado.....	122
Tabla 55. Suscripción de participaciones en el capital social.....	123
Tabla 56. Proyección de ingresos.....	124
Tabla 57. Proyección del crecimiento futuro.....	125
Tabla 58. Proyección de gastos.....	125
Tabla 59. Cashflow económico.....	128
Tabla 60. Cálculo de los flujos de caja actualizados.....	131
Tabla 61. Balance de situación previsional para RentFit.....	132
Tabla 62. Cuenta de pérdidas y ganancias previsional para RentFit.....	133
Tabla 63. Estado de flujos de efectivo previsional para RentFit.....	135
Tabla 64. Características de la línea de crédito.....	137
Tabla 65. Masas patrimoniales, activo.....	137
Tabla 66. Masas patrimoniales, pasivo y patrimonio neto.....	138
Tabla 67. Ratios.....	141
Tabla 68. Distribución de resultado RentFit.....	142
Tabla 69. Ingresos estimados en el escenario optimista.....	142
Tabla 70. Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario optimista.....	143
Tabla 71. Análisis de rentabilidad en el escenario optimista.....	144
Tabla 72. Ingresos estimados en el escenario pesimista.....	144
Tabla 73. Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario pesimista.....	145
Tabla 74. Análisis de rentabilidad en el escenario pesimista.....	146
Tabla 75. Análisis de sensibilidad, disminución del turismo alemán.....	147
Tabla 76. Análisis de sensibilidad, cuenta de pérdidas y ganancias con disminución del turismo alemán.....	147
Tabla 77. Análisis de sensibilidad, reducción de gastos de personal.....	148
Tabla 78. Análisis de sensibilidad, cuenta de pérdidas y ganancias con reducción de gastos de personal.....	148

Tabla 79. Seguimiento del presupuesto, costes y finanzas.....	150
Tabla 80. Seguimiento de objetivos comerciales.....	150
Tabla 81. Control del equipo técnico.....	151
Tabla 82. Control de recursos humanos.....	151
Tabla 83. Requisitos SuperOwner.....	152
Tabla 84. Periodos de evaluación de SuperOwners.....	153
Tabla 85. Fases de desarrollo de RentFit.....	155

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Business Model Canvas, RentFit.....	20
Figura 2. Evolución del número de turistas que visitan Canarias, incluyendo turistas nacionales (2018-2023).....	21
Figura 3. Distribución de los turistas según país de origen, Canarias 2022.....	22
Figura 4. Evolución del número de turistas que visitan Canarias por isla (2018-2022).....	22
Figura 5. Hábitos de actividad física en la Unión Europea, 2019.....	23
Figura 6. Evolución del número de turistas que realizan actividades deportivas durante su estancia en Canarias, por país de origen y año (2018-2023).....	24
Figura 7. Evolución del producto interior bruto de Canarias entre el año 2000 y el año 2022	26
Figura 8. Evolución de la tasa de paro a nivel Canarias y Estatal entre el año 2002 y el año 2023.....	27
Figura 9. Empleo turístico en Canarias.....	27
Figura 10. Pirámide poblacional de Canarias.....	29
Figura 11. Perfil estratégico del entorno de RentFit.....	30
Figura 12. Customer Journey Map.....	36
Figura 13. Océano azul de RentFit.....	51
Figura 14. Alejandro Pérez: Buyer Persona 1 para RentFit.....	55
Figura 15. Lukas Schmüidt: Buyer Persona 2 para RentFit.....	56
Figura 16. Fijación estratégica de precios en función del valor.....	63
Figura 17. Herramientas de comunicación de RentFit.....	66
Figuras 18 y 19. Comunicaciones de testimonios reales de usuarios de RentFit, en Instagram...	70
Figuras 20 y 21. Logotipo de RentFit.....	75
Figura 22. Elemento gráfico de RentFit.....	76
Figura 23. Paleta de colores de RentFit.....	76
Figura 24. Tipografía de RentFit.....	77
Figura 25. Publicidad exterior en sala del Aeropuerto de Tenerife Sur.....	78

Figura 26. Publicidad exterior en carretera de salida del Aeropuerto de Tenerife Sur.....	78
Figura 27. Publicidad exterior en carretera de salida del Aeropuerto de Gran Canaria.....	79
Figura 28. Publicidad exterior internacional en Londres.....	80
Figuras 29, 30, 31, 32, 33 y 34. Folleto publicitario de RentFit.....	81
Figuras 35 y 36. Perfil de RentFit en Instagram.....	82
Figura 37. Perfil de RentFit en Facebook.....	83
Figura 38. Perfil de RentFit en TikTok.....	84
Figura 39. Banner web de uso local.....	85
Figura 40. Banner web de uso internacional.....	86
Figura 41. Posicionamiento deseado en buscadores.....	89
Figura 42. Objetivos cualitativos, estrategias y acciones de marketing.....	90
Figura 43. Objetivos cuantitativos, estrategias y acciones de marketing.....	90
Figura 44. Pasos para publicar un anuncio en RentFit.....	91
Figura 45. Pasos para alquilar a través de RentFit.....	91
Figura 46. Inicio de sesión como propietario en RentFit.....	92
Figura 47. ERP personalizado.....	101
Figura 48. Organigrama de personal de RentFit.....	103
Figura 49. Proceso de selección para RentFit.....	109
Figura 50. Cálculo beta apalancada ( $\beta_L$ ) de RentFit.....	128
Figura 51. Cálculo del CAPM ( $r_{FP}$ ) de RentFit.....	129
Figura 52. Cálculo del WACC de RentFit.....	130
Figura 53. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) de RentFit.....	130
Figura 54 y 55. Cálculo del payback actualizado para RentFit.....	131
Figura 56. Activo corriente VS Pasivo corriente.....	139
Figura 57. Patrimonio neto VS Pasivo total.....	140
Figura 58. Diagrama de Gantt.....	155
Figura 59. Diagrama de Pert.....	156

## MOTIVACIÓN PERSONAL

RentFit nace como una idea innovadora de dos jóvenes apasionados por el deporte, con el fin de crear un modelo de negocio sostenible y que genere un impacto positivo en la economía local.

Tras muchos años practicando deporte, tanto de alto nivel como *amateur*, hemos llegado a la conclusión de que la práctica deportiva va mucho más allá del rendimiento, de lo estético y de lo competitivo. Para nosotros, al igual que para muchas personas, el deporte supone un estilo de vida que nos acompaña en todas las facetas de nuestro día a día. El deporte no solo nos ha dado un buen estado de salud general, sino que ha sido un instrumento que ha trascendido de lo meramente físico para convertirse en una herramienta que nos ha permitido ser mejores personas.

La disciplina, la superación y la autoexigencia junto con la humildad, la honestidad y el trabajo en equipo, son valores que el deporte nos ha ido enseñando a lo largo de los años, y que han pasado a ser nuestros estándares como personas. Ha sido una válvula de escape contra los imprevistos del día a día, transformándose en una forma de conocernos a nosotros mismos como individuos y como parte de un equipo.

Lo más bonito de todo esto es que no estamos solos, cada vez más y más personas descubren los beneficios de su práctica. Año tras año, millones de personas comienzan a practicar ejercicio físico. Algunos por iniciativa propia, otros por recomendación de médicos y amigos. Ya sea ciclismo, surf, atletismo o pádel, lo que queda claro es que la gente cada vez es más consciente de la importancia y de los beneficios de la actividad deportiva.

Por todo ello, buscamos crear una herramienta que ayude a las personas a seguir con sus hábitos deportivos incluso cuando viajan. Queremos ofrecer a los turistas una herramienta que vaya más allá del mero alquiler de material deportivo, queremos que su decisión de practicar deporte en Canarias tenga un impacto positivo directamente en el bolsillo de los canarios, a la vez que se colabora con la sostenibilidad y se reducen los residuos de material en desuso.

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

### 1.1. Resumen ejecutivo

El turismo deportivo ha crecido significativamente en Canarias, atrayendo a millones de visitantes anualmente para disfrutar de las condiciones naturales ideales para la práctica deportiva. No obstante, transportar equipamiento deportivo como bicicletas y tablas de surf desde otros destinos resulta costoso, tedioso y poco sostenible.

Al mismo tiempo, miles de residentes en Canarias poseen equipamiento deportivo que no utilizan de forma regular. En esta confluencia surge RentFit: una plataforma digital para el alquiler de equipamiento deportivo entre particulares en Canarias. RentFit ofrece una amplia variedad de equipos deportivos, permitiendo al arrendatario acceder a equipos únicos que no están disponibles en el mercado tradicional de alquiler.

Después de una exhaustiva investigación de mercado, hemos identificado a nuestro público objetivo y definido las principales estrategias del proyecto. Destacamos el énfasis en la publicidad digital y la dualidad de las acciones comunicativas, dirigidas tanto a propietarios como a arrendatarios. Además, hemos desarrollado una cuidadosa estrategia de precios que implica una comisión del 30% por transacción, dividida equitativamente entre el propietario y el arrendatario.

Es preciso destacar que RentFit no contará con una ubicación geográfica concreta, trabajando de forma remota. Por otro lado, los recursos humanos son esenciales en RentFit, por eso contamos con un equipo de 7 empleados (incluyendo administradores).

Finalmente, RentFit presenta un atractivo económico. Aunque se prevén pérdidas en el primer año, se espera un crecimiento de dos dígitos en los años siguientes, con una TIR del 50,77% y un VAN de 230.996,63€, recuperando la inversión en un periodo ligeramente superior a los dos años. La financiación del proyecto proviene de fondos propios (capital social) y financiación externa a través de un préstamo ICO.

## **1.2. Breve explicación de la idea empresarial y delimitación del objetivo y la actividad de la nueva empresa o actividad**

La idea de negocio se centra en desarrollar una plataforma digital innovadora que conecte a personas, con equipos deportivos infrautilizados, con turistas y visitantes que buscan experiencias ocio-deportivas en las islas Canarias. El objetivo es dar uso a ese material deportivo no utilizado y proporcionar una nueva fuente de ingresos a los propietarios que se unan a la plataforma. Para los arrendatarios, ofrecemos una gama mucho más amplia que los negocios tradicionales, tanto en cantidad como en modelos y marcas, además de la garantía de seguro al realizar la reserva a través de la plataforma. En la Figura 1 se muestra nuestro modelo de negocio siguiendo la metodología del *Business Model Canvas*.

**Figura 1. Business Model Canvas, RentFit**



Fuente: elaboración propia (2024).

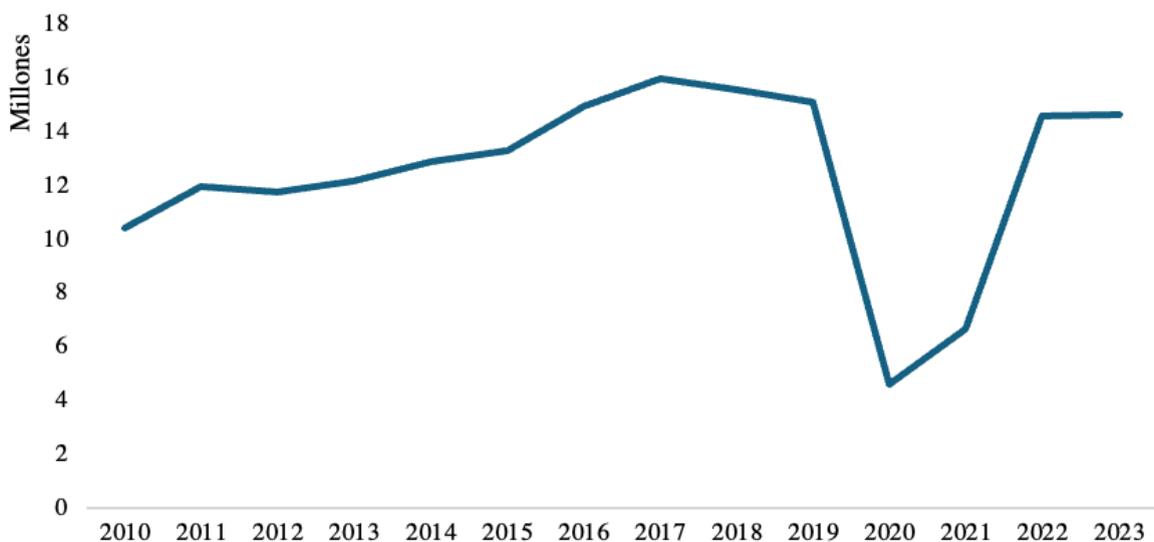
## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 2.1. Información general del entorno y análisis del contexto

#### 2.1.1. Análisis del contexto turístico canario

Con millones de visitantes anuales según el Instituto Canario de Estadística (2023), las islas Canarias se han consolidado como uno de los destinos más codiciados a nivel global. Como se muestra en la Figura 2, más de 10 millones de turistas eligen Canarias cada año (ISTAC, 2023). Sin embargo, en 2020 se observó una notable disminución debido al impacto del COVID-19 en el sector turístico (ISTAC, 2023). No obstante, en los últimos dos años el turismo ha crecido exponencialmente, recuperando casi los niveles previos a la pandemia en 2019.

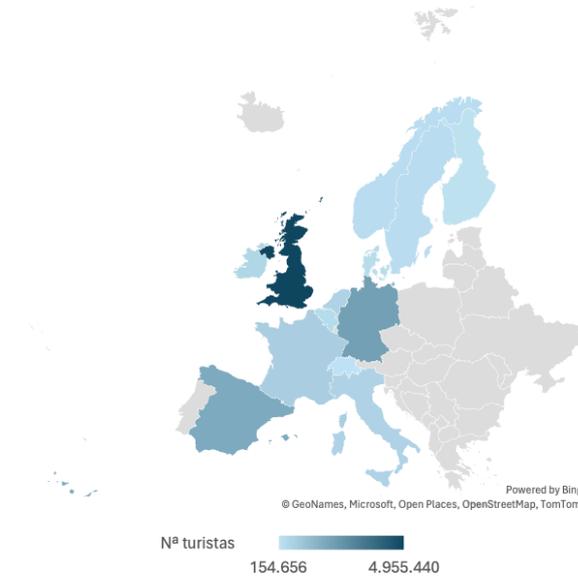
**Figura 2. Evolución del número de turistas que visitan Canarias, incluyendo turistas nacionales (2018-2023)**



*Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) (2024).*

Por otro lado, es interesante conocer el país de procedencia de los turistas que visitan Canarias. Como se observa en la Figura 3, la mayoría de los visitantes provienen del Reino Unido, Alemania, España (turismo nacional) y Francia (ISTAC, 2023).

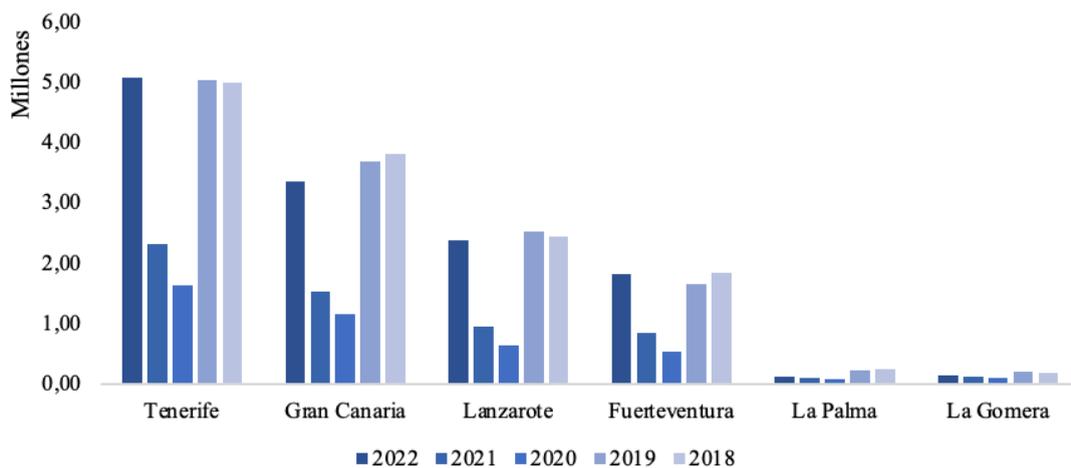
**Figura 3. Distribución de los turistas según país de origen, Canarias 2022**



*Nota. Se analizan los datos de 2022 debido a que es el último año completo publicado. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) (2024).*

Respecto a las islas más visitadas se observa que la isla de Tenerife lidera el ranking, seguido de Gran Canaria y Lanzarote, tal y como se puede observar en la Figura 4.

**Figura 4. Evolución del número de turistas que visitan Canarias por isla (2018-2022)**

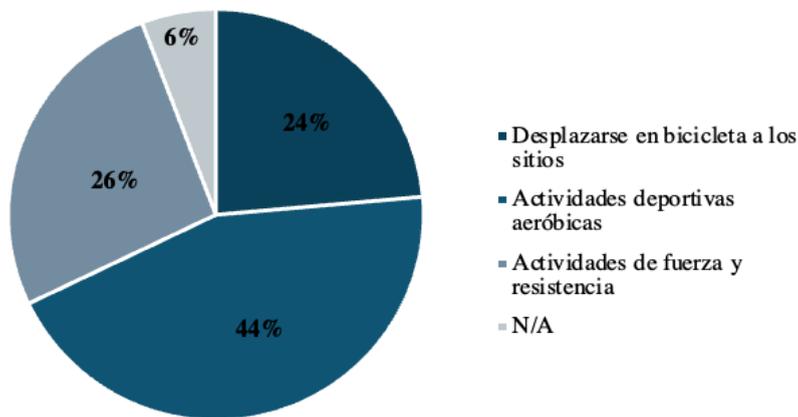


*Nota. No se incluye El Hierro en el estudio por no encontrar datos oficiales. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) (2024).*

### 2.1.2. Análisis del contexto deportivo

El auge del deporte en los últimos años ha sido indiscutible. El deporte ha evolucionado de ser una simple actividad física a convertirse en un fenómeno cultural, social y económico (Ebene, 2021). Este creciente interés refleja una tendencia global hacia una sociedad más activa, extrapolable a los millones de turistas que visitan Canarias cada año (Ebene, 2021). Según la Figura 5, que incluye información a nivel europeo, aproximadamente el 44% de los encuestados participan en actividades deportivas aeróbicas, mientras que únicamente un 6% declara no realizar ninguna actividad deportiva, lo que subraya la relevancia del deporte y el estilo de vida activo en la sociedad europea (EUROSTAT, 2019).

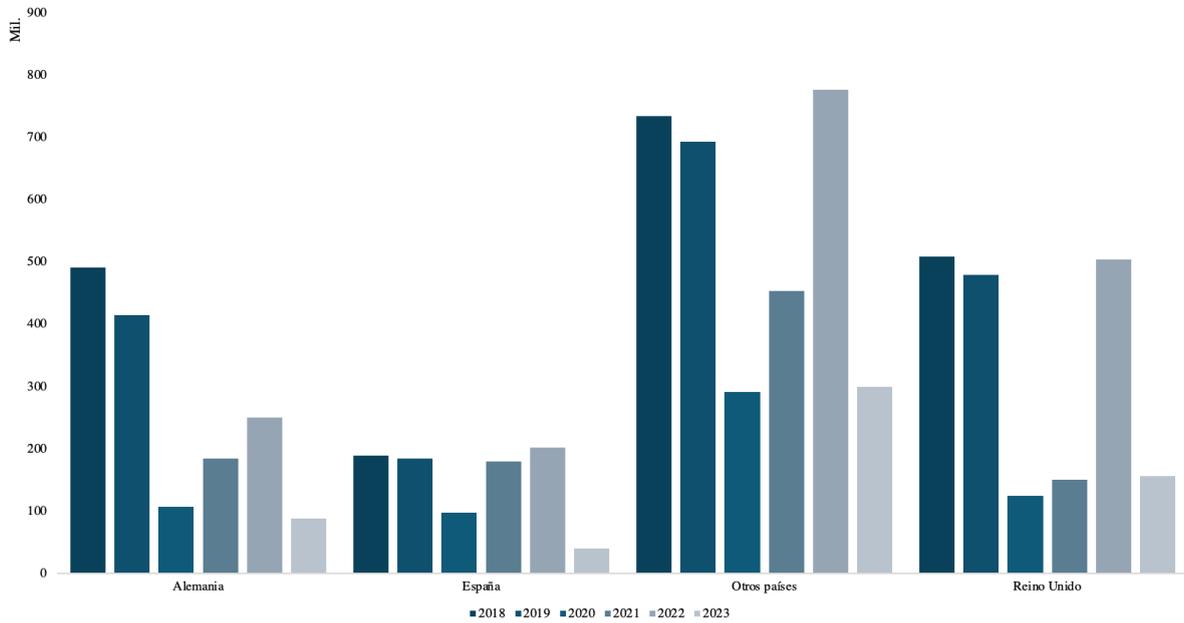
**Figura 5. Hábitos de actividad física en la Unión Europea, 2019**



*Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Oficina Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT) (2024).*

Con un clima cálido y una geografía diversa que abarca desde playas paradisíacas hasta imponentes montañas, Canarias atrae a un flujo constante de visitantes ávidos de actividades deportivas al aire libre (Vistaoasis, 2024). La Figura 6 muestra la cantidad de turistas que realizan actividades deportivas durante su estancia en Canarias, clasificados por los principales países de origen para los años 2018-2023.

**Figura 6. Evolución del número de turistas que realizan actividades deportivas durante su estancia en Canarias, por país de origen y año (2018-2023)**



*Nota. Los datos de 2023 no incluyen el dato del mes de diciembre, por no estar disponible en el momento de elaboración del estudio. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) (2024).*

Finalmente, la Tabla 1 presenta el desglose por islas de los turistas que realizan actividades deportivas en Canarias. Los datos revelan que, desde 2018, más de 7,5 millones de turistas han participado en actividades deportivas durante su estancia en las islas (ISTAC, 2023).

**Tabla 1. Turistas que realizan actividades deportivas durante su estancia en Canarias, por isla y año (2018-2023)**

Nº turistas por isla			2020 Total		621.361
Año	Isla	Total	2021		
2018	Fuerteventura	368.572		Fuerteventura	153.420
	Gran Canaria	492.892		Gran Canaria	247.208
	La Palma	35.509		La Palma	9.717
	Lanzarote	393.081		Lanzarote	212.632
	Tenerife	633.693		Tenerife	347.395
<b>2018 Total</b>		<b>1.923.747</b>	<b>2021 Total</b>		<b>970.372</b>
2019	Fuerteventura	294.381	2022	Fuerteventura	251.963
	Gran Canaria	458.174		Gran Canaria	445.011
	La Palma	35.058		La Palma	12.385
	Lanzarote	370.400		Lanzarote	414.201
	Tenerife	615.396		Tenerife	610.528
<b>2019 Total</b>		<b>1.773.409</b>	<b>2022 Total</b>		<b>1.734.088</b>
2020	Fuerteventura	83.829	2023	Fuerteventura	75.545
	Gran Canaria	186.873		Gran Canaria	150.625
	La Palma	9.145		La Palma	3.339
	Lanzarote	117.965		Lanzarote	121.686
	Tenerife	223.549		Tenerife	232.997
			<b>2023 Total</b>		<b>584.192</b>
			<b>TOTAL CANARIAS</b>		<b>7.607.169</b>

*Nota. Los datos de 2023 no incluyen el dato del mes de diciembre, por no estar disponible en el momento de elaboración del estudio. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) (2024).*

## 2.2. Análisis PESTEL

### 2.2.1. Entorno político-legal

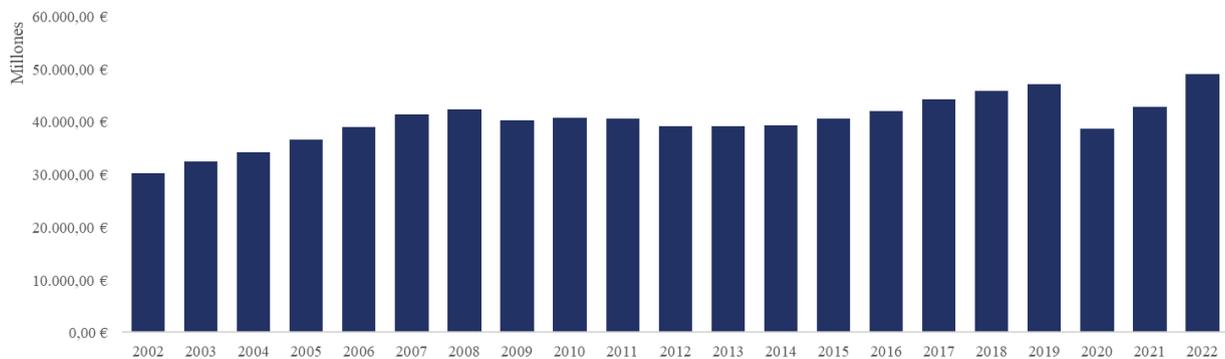
Canarias disfruta de un grado de autonomía político-legal similar al de otras comunidades autónomas. El Gobierno de Canarias puede establecer políticas y tomar medidas adaptadas a la realidad y necesidades del territorio (Constitución Española, 1978). Actualmente, el partido Coalición Canaria liderado por Fernando Clavijo, gobierna en Canarias (Jerez et al., 2023).

En cuanto al entorno legal, Canarias se beneficia de un Régimen Económico y Fiscal propio (REF). Este régimen ofrece ventajas significativas para el sector empresarial, especialmente en inversión y creación de empresas. Entre los beneficios más destacados están la Reserva para Inversiones en Canarias (RIC) que permite reducir la base imponible hasta en un 90%, y la Zona Especial Canaria (ZEC) con una tributación del 4% (Ministerio de Hacienda, 2024).

### 2.2.2. Entorno económico

Como se observa en la Figura 7, el producto interior bruto (PIB) de Canarias ha mostrado una tendencia positiva durante los últimos 22 años aunque con periodos de declive económico. El PIB creció de manera constante entre 2000 y 2008 hasta que la crisis financiera provocó una caída (Jiménez, 2019). En 2014, el PIB comenzó a recuperarse y a crecer nuevamente hasta 2020, cuando la pandemia de COVID-19 afectó a la economía global (Cantero et al., 2020). Desde entonces ha ido recuperándose, alcanzando su máximo histórico en 2022.

**Figura 7. Evolución del producto interior bruto de Canarias entre el año 2000 y el año 2022**

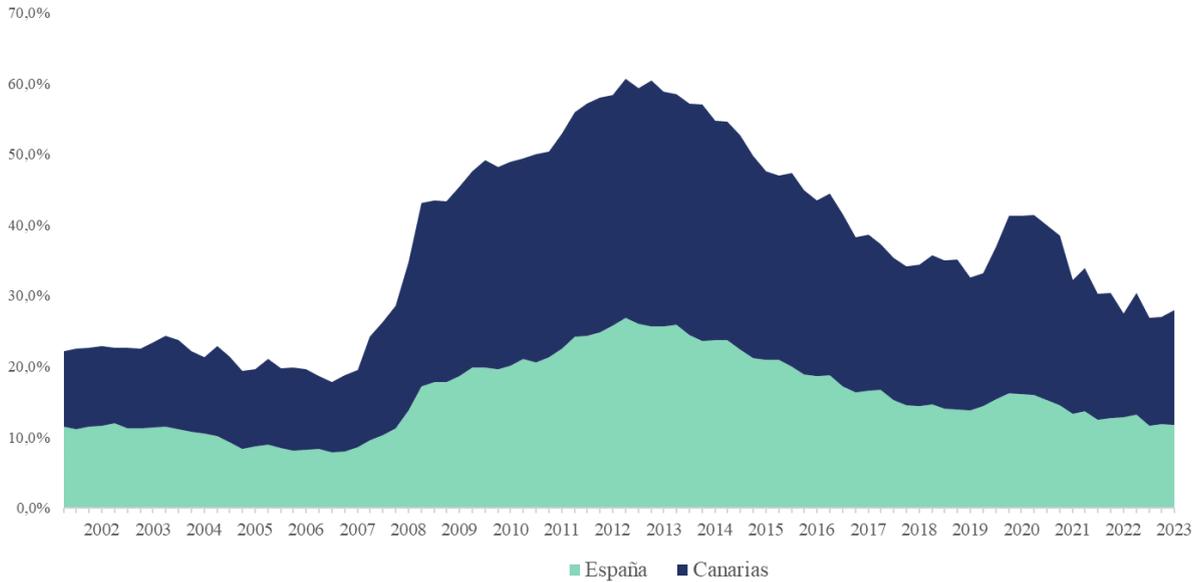


*Fuente: elaboración propia a partir de datos de DatosMacro (2024).*

Por otro lado, la Figura 8 muestra que la tasa de paro tanto en el ámbito nacional como en Canarias, ha fluctuado en los últimos 20 años. En Canarias la tasa de paro es mayor que la media nacional, lo que indica que la región enfrenta desafíos adicionales en términos de creación de empleo y actividad económica. Sin embargo, como se aprecia en la Figura 8, la tasa de paro en Canarias ha mostrado una tendencia decreciente desde 2012.

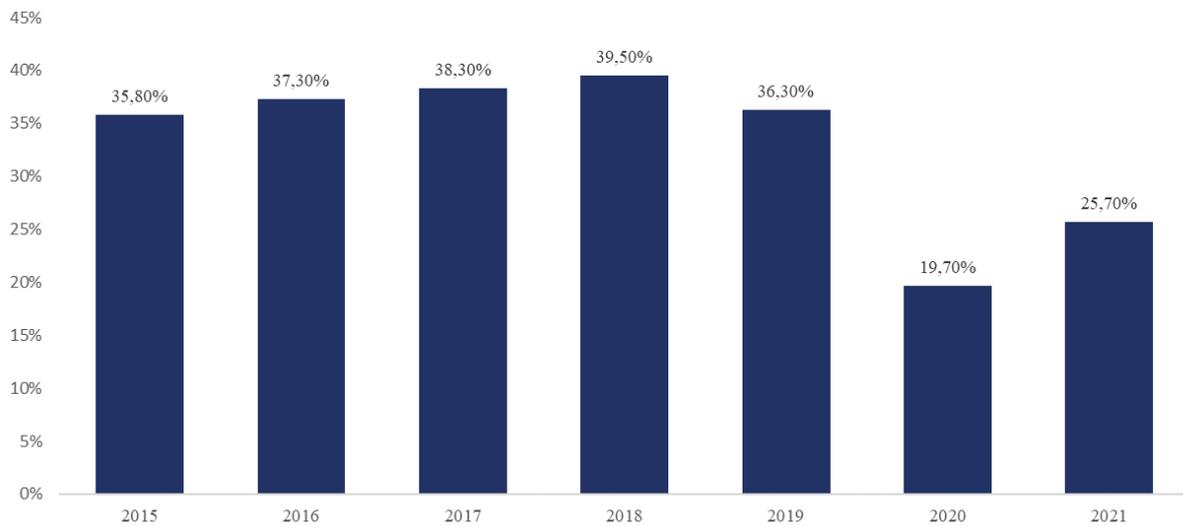
Asimismo, uno de los factores que más influye en el empleo en Canarias es el turismo. Como se muestra en la Figura 9, el empleo turístico ha representado una parte considerable del empleo total en los últimos años. El COVID-19 afectó duramente al empleo en el sector turístico, aunque desde entonces se ha observado un proceso de recuperación.

**Figura 8. Evolución de la tasa de paro a nivel Canarias y Estatal entre el año 2002 y el año 2023**



*Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2024).*

**Figura 9. Empleo turístico en Canarias**



*Fuente: elaboración propia a partir de datos Impactur (2021).*

### 2.2.3. Factores tecnológicos

Esta dimensión se refiere a la infraestructura y desarrollo tecnológico, así como al presupuesto público dedicado a actividades de I+D+i. En este sentido, Canarias está haciendo grandes esfuerzos por promover la innovación en las islas (Tiempo de Canarias, s. f.). Fernando Clavijo, presidente del Gobierno de Canarias, afirmó durante la campaña electoral su intención de “impulsar la transferencia de conocimiento, en base a una colaboración con nuestras universidades públicas, y los ejemplos que vemos en el Parque Científico Tecnológico merecen el impulso de un programa bien dotado para el apoyo a la incubación de spinoffs y startups” (Tiempo de Canarias, s. f.).

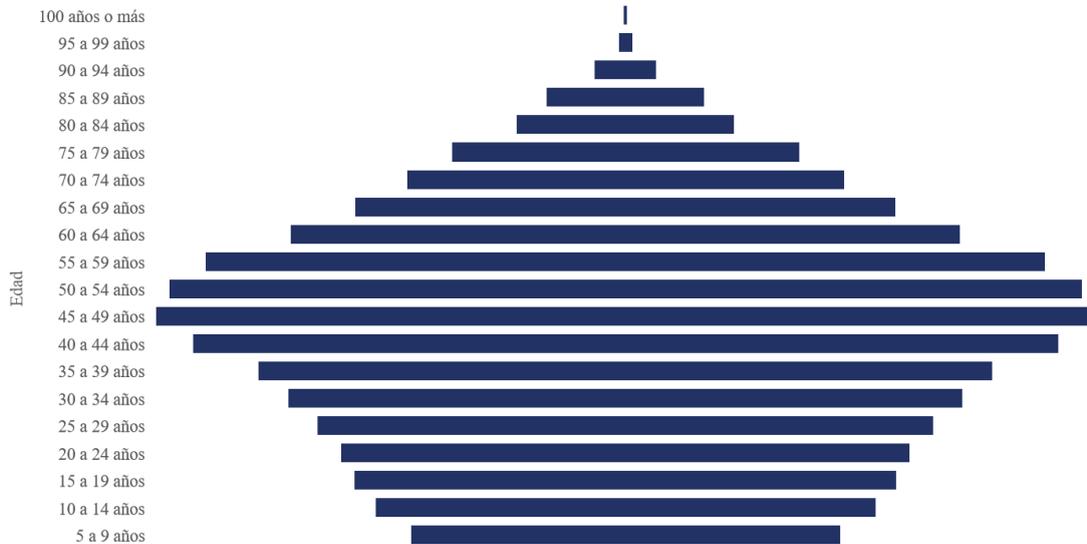
Es relevante mencionar que en Canarias, las empresas pueden deducir entre un 28% y un 100% de las actividades de I+D+i que realicen en el marco del REF (Agencia Estatal de Administración Tributaria, 2024).

### 2.2.4. Entorno socio-cultural

Canarias tiene una población de 2.236.013 personas, situándose en el séptimo puesto entre las comunidades más pobladas de España (Datosmacro, 2024). Además, se estima un gran crecimiento poblacional para la comunidad, alcanzando los 2,5 millones de habitantes en 2033 (Del Toro, 2023).

A nivel nacional uno de los factores más preocupantes en cuanto a demografía es la inversión de la pirámide poblacional, lo que conlleva consecuencias sociales y económicas, afectando al sistema nacional de pensiones (Redacción, s.f.). Canarias comparte esta problemática con el resto del país, como se muestra en la Figura 10.

**Figura 10. Pirámide poblacional de Canarias**

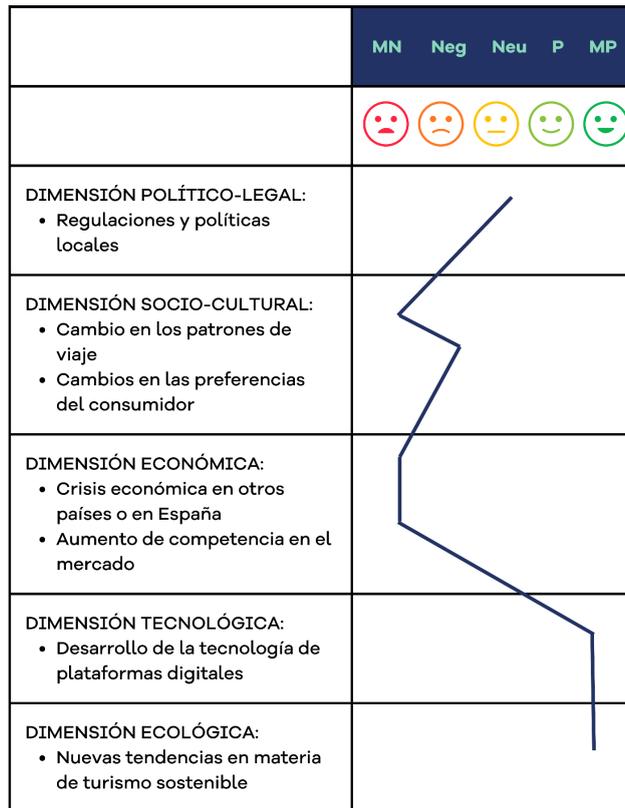


*Fuente: elaboración propia a partir de datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) (2022).*

### 2.3. Previsión de cambios del entorno

- Entorno político-legal: los cambios en regulaciones y políticas locales sobre el alquiler de equipos deportivos y la seguridad del cliente pueden impactar servicios como RentFit, requiriendo adaptaciones legales.
- Entorno socio-cultural: las preferencias del consumidor influyen en la demanda de ciertos tipos de equipos deportivos.
- Entorno económico: la variabilidad en los patrones de viaje debido a crisis económicas y sanitarias globales y la competencia en el mercado derivada de la economía colaborativa son factores a considerar.
- Entorno tecnológico: la evolución tecnológica mejora la experiencia del usuario en plataformas digitales con implementaciones como la realidad aumentada y sistemas de reserva más intuitivos, haciendo servicios como RentFit más atractivos.
- Entorno ecológico: la creciente conciencia sobre el turismo sostenible y responsable impulsa a los viajeros a minimizar su huella ambiental.

**Figura 11. Perfil estratégico del entorno de RentFit**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 2.4. Análisis del estado del arte a nivel nacional e internacional

Después de una exhaustiva investigación sobre las plataformas y servicios disponibles para alquilar material deportivo, podemos afirmar que no existen empresas ni en Canarias ni en el resto de España que ofrezcan el servicio que proponemos. Para estudiar el estado del arte a nivel nacional e internacional, hemos buscado empresas que ofrezcan plataformas con características similares a nuestro proyecto:

- Plataforma colaborativa.
- Entorno principalmente online.
- Posibilidad de que cualquier persona ponga en alquiler su material.
- Libre elección de precios por cada usuario.

En la Tabla 2 se muestran las principales empresas que ofrecen alquiler de material deportivo, tanto a nivel local, como nacional e internacional.

**Tabla 2. Estado del arte del sector de alquiler de material deportivo**

Nombre	Ubicación	Alcance	Actividad
<b>Bike Point</b>	Tenerife	Insular	Venta y alquiler de material de ciclismo
<b>Free Motion</b>	Tenerife y Gran Canaria	Regional	Alquiler de material de ciclismo y organización de actividades turísticas en bicicleta
<b>Decathlon</b>	Internacional	Internacional	Venta y alquiler de material deportivo
<b>Forum Sport</b>	Vizcaya	Península	Alquiler y renting de larga temporada de material y accesorios deportivos
<b>Lease a bike</b>	Países Bajos	Internacional	Plataforma de intermediación de alquiler de bicicletas entre tiendas de bicicletas y empresas que desean dar bicicletas a sus empleados

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Después de analizar a los principales *players* de la industria en la que operamos, hemos concluido que aunque existen negocios de alquiler de material deportivo, las empresas actuales utilizan modelos de negocios tradicionales: adquieren el material y lo alquilan directamente.

## 3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### 3.1. Motivación de la idea de negocio

La motivación de nuestra propuesta de negocio surge de una profunda reflexión personal. Queríamos crear un modelo que no solo fuera técnicamente y económicamente viable sino que también reflejara nuestras pasiones por el deporte y el turismo sostenible. Al observar de cerca las necesidades del mercado de alquiler deportivo y basándonos en nuestras propias experiencias, identificamos una oportunidad clara en el mercado.

### 3.2. Definición de la idea de negocio

La idea de negocio consiste en desarrollar una plataforma digital que conecta a personas que poseen equipos deportivos infrautilizados con turistas y visitantes que buscan experiencias ocio-deportivas en su estancia en las islas Canarias.

### 3.3. Objetivos del proyecto

- Garantizar la rentabilidad en el largo plazo.
- Garantizar el crecimiento sostenible de la plataforma.
- Establecer un modelo de negocio sólido que nos permita generar un sólido volumen de ingresos a través de comisiones por transacciones.
- Construir una plataforma completamente funcional y *responsive*, optimizando el UI (*User Interface*) y el UX (*User Experience*).
- Conseguir una presencia sólida y competitiva en el mercado de Canarias, para más adelante expandirnos a nivel nacional e internacional.
- Posicionarnos como líderes en el mercado, ofreciendo el catálogo más amplio y el mejor servicio al cliente.

---

### MISIÓN

*“Revitalizar el espíritu deportivo en Canarias a través de una economía circular, facilitando el acceso y la reutilización de equipos deportivos entre residentes y turistas”*

---

## VISIÓN

*“Nuestra visión es convertirnos en la solución principal para el alquiler de equipamiento deportivo en Canarias”*

---

## VALORES

*“Sostenibilidad, innovación, comunidad y búsqueda de la excelencia son las palabras que nos definen”*

---

### 3.4. Necesidades que se van a satisfacer

Nuestra propuesta de negocio satisface las siguientes necesidades:

- Permite que los turistas disfruten de experiencias deportivas en las islas sin necesidad de tener que transportar el equipamiento desde el lugar de origen.
- Ofrece rentabilidad a aquellos propietarios de equipamiento deportivo al que no le dan un uso habitual.
- Basándonos en la economía circular y el máximo aprovechamiento de los recursos, generamos una comunidad de personas interesadas en el deporte, tanto en Canarias como en el extranjero.
- Ofrece una amplia variedad de equipamientos, modelos y marcas, tan extensa como la variedad de propietarios en Canarias.

### 3.5. Descripción de la oportunidad del proyecto

En la actualidad hay una tendencia creciente hacia el turismo activo y las actividades al aire libre, especialmente en destinos como Canarias, gracias a su clima favorable (Hola Islas Canarias, 2019). Creemos que este es el momento ideal para monetizar esta tendencia. Además, la mayoría de las personas tienen acceso a internet y dispositivos móviles, lo que facilita la adopción de plataformas digitales como la nuestra (Fraguela, 2024).

La sociedad actual es cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad y el consumo responsable (Calzadilla, 2023). Esta idea es especialmente relevante en Canarias, donde la protección del medio ambiente es una prioridad (Díaz, s.f.). Por todo ello, consideramos que este es el momento y el lugar perfectos para desarrollar nuestra propuesta de negocio.

### **3.6. Alcance previsto y localización geográfica**

El alcance geográfico previsto de la empresa es en un principio a nivel regional, tomando la comunidad autónoma de Canarias como marco de referencia. Este enfoque local nos permite comprender a fondo las necesidades y preferencias de los usuarios, así como adaptarnos a las condiciones y regulaciones del mercado canario.

### **3.7. Descripción técnica del bien/servicio y recursos necesarios**

Tanto la plataforma web como la app móvil cuentan con dos áreas diferenciadas:

- Área propietario: en la que los propietarios de los equipos pueden gestionar sus anuncios.
- Área general y área arrendatario: esta área contiene todos los anuncios publicados, además de un área privada en la que el arrendatario puede gestionar sus reservas.

Para hacer realidad este proyecto se requieren recursos básicos. En este sentido, los recursos tecnológicos son clave, ya que la infraestructura tecnológica para alojar la plataforma y gestionar su seguridad es fundamental. Además, los recursos humanos son esenciales para el éxito previsto. El equipo se divide en administradores, departamento de marketing, departamento de finanzas e informática.

### **3.8. Análisis de potenciales beneficios**

RentFit ofrece una enorme variedad de productos, ya que son los propios usuarios quienes deciden qué se ofrece. Esto proporciona a los arrendatarios una selección muy diversa, permitiéndoles encontrar modelos concretos que ya no están en el mercado convencional y artículos que de otra manera no podrían ser alquilados por día, como el material de musculación.

RentFit también se distingue por su enfoque en la sostenibilidad, promoviendo la reutilización de equipos deportivos inutilizados y contribuyendo así a la reducción del desperdicio y la protección del medio ambiente. Además, permite a los propietarios monetizar su material en desuso.

### 3.9. Características funcionales

Del modelo de negocio ideado para RentFit surgen las siguientes características funcionales:

- Amplia variedad de oferta: desde bicicletas y tablas de surf hasta equipos para submarinismo, golf, escalada y demás. En RentFit se ofrece una amplia gama de equipos deportivos y accesorios disponibles para alquiler. La amplitud también se extiende a modelos y gamas del producto.
- Conveniencia de acceso: los turistas pueden acceder fácilmente a equipos especializados sin la necesidad de transportarlos consigo.
- Generación de ingresos adicionales: los propietarios de equipos deportivos pueden obtener ingresos adicionales al alquilar aquellos equipos que no están utilizando.
- Promoción de la sostenibilidad: al fomentar el alquiler de equipos deportivos infrautilizados, nuestra plataforma promueve la sostenibilidad.

### 3.10. Descripción de un caso de uso

Daniela, una entusiasta del surf, planea unas vacaciones en las islas Canarias, por lo que busca una tabla de surf para alquilar durante su estancia. Por otro lado, Carlos, residente en Canarias, posee una tabla que ha estado acumulando polvo en su casa.

#### 1. Descubrimiento o *awareness*

Daniela pone en Google “alquiler tabla de surf en Canarias”, y descubre RentFit. Por otro lado, Carlos descubre la plataforma a través de un *banner* web en el Diario de Avisos.

#### 2. Consideración o *consideration*

Carlos, tras investigar el funcionamiento de la plataforma y los beneficios potenciales, decide darse de alta y poner en alquiler su tabla. Daniela, después de explorar la plataforma, encuentra la tabla perfecta para su viaje y empieza a considerar alquilar a través de RentFit.

Probablemente investigue más sobre la tabla, leyendo reviews y revisando el perfil del propietario.

### 3. Compra o *purchase*

En esta fase se cierra la transacción. Daniela decide hacer la reserva de la tabla y Carlos la acepta. Establecen la forma de recogida y la reserva quedaría efectuada.

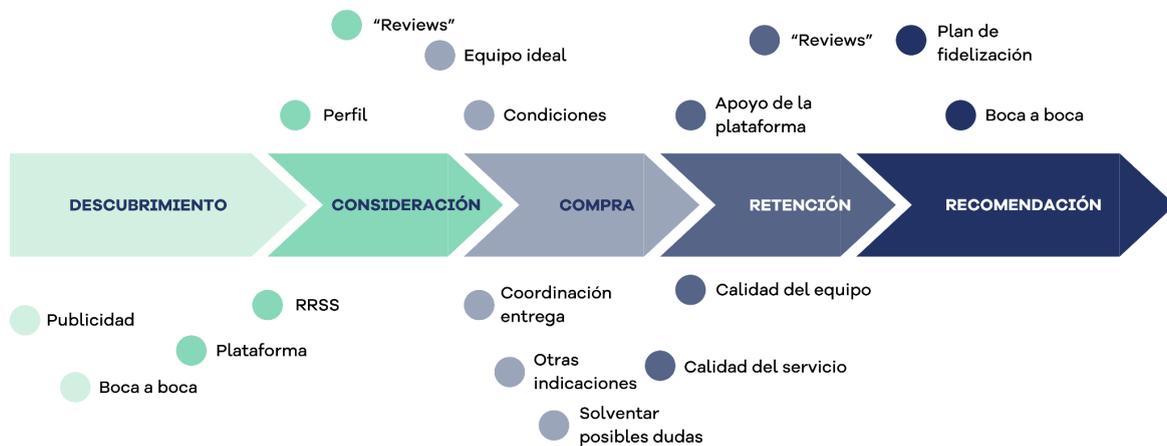
### 4. Retención o *retention*

A su llegada a Canarias, Daniela recibe la tabla de surf de Carlos. Mientras tanto, Carlos se siente satisfecho al ver que su tabla de surf está siendo utilizada y que está generando ingresos adicionales mientras estaba inactiva en su casa.

### 5. Recomendación o *advocacy*

Al finalizar su estancia, Daniela devuelve la tabla de surf según lo acordado y proporciona un feedback positivo sobre su experiencia en la plataforma, destacando la conveniencia y calidad del servicio, mientras que Carlos también comparte su satisfacción por haber generado ingresos adicionales gracias al alquiler de su tabla de surf. Además, se valoran mutuamente a través de las reviews de la plataforma.

**Figura 12. Customer Journey Map**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 3.11. Contribución del proyecto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

RentFit apoya y enfoca su propuesta hacia la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Nuestro proyecto está íntimamente relacionado con los siguientes ODS:

- Producción y consumo responsables (ODS 12): nuestro modelo de negocio se basa en la economía circular, promoviendo un hábito de consumo más sostenible y responsable. Evitamos que los turistas compren material deportivo que usarán poco, mientras que otras personas tienen ese material sin utilizar en casa.
- Salud y bienestar (ODS 3): nuestra propuesta fomenta la práctica de deporte y actividad física, factores determinantes para la salud y el bienestar. Nuestro objetivo es promover actividades deportivas en Canarias, concienciando sobre un estilo de vida saludable y minimizando el riesgo de enfermedades.
- Acción por el clima (ODS 13): ofrecemos una opción más sostenible que el transporte en avión de objetos deportivos pesados y voluminosos, reduciendo las emisiones de CO<sub>2</sub> de los aviones. Nuestra alternativa minimiza los costos medioambientales.
- Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8): nuestro proyecto generará empleo de calidad para la gestión de la plataforma, contribuyendo al crecimiento económico.



Además, hemos desarrollado acciones alineadas con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC):

- Responsabilidad medioambiental: proporcionamos información a los usuarios sobre cómo minimizar su impacto ambiental durante su estancia en Canarias, fomentando el uso de medios de transporte sostenibles como bicicletas y la reducción de residuos. Informamos sobre la importancia de preservar la flora y fauna locales y cómo contribuir a su conservación mientras disfrutan de actividades deportivas al aire libre.

- Responsabilidad con el cliente: implementamos un programa de educación y capacitación en deportes acuáticos, que se promueve en nuestra plataforma. Este programa ofrece clases gratuitas, enseñando habilidades acuáticas básicas y creando conciencia ambiental marina.
- Responsabilidad con los empleados: una vez la empresa esté en funcionamiento, implementaremos un programa de flexibilidad laboral y teletrabajo para todos los empleados, fomentando una mayor conciliación entre la vida familiar y laboral.
- Responsabilidad social del entorno: adoptamos prácticas comerciales transparentes y éticas en todas las operaciones de la plataforma. Los valores y compromisos de la empresa en materia de RSC estarán disponibles para la consulta de todos los usuarios en la propia plataforma.

## 4. ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

### 4.1. Análisis del mercado objetivo

En el territorio español, el sector deportivo proporcionó empleo a más de 200.000 personas en 2022 (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023). Asimismo, el Directorio Central de Empresas (DIRCE) registró 43.549 empresas cuya actividad económica principal es deportiva a principios de 2022 (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023).

En Canarias, había 2.526 empresas vinculadas con el deporte en 2022, de las cuales el 79,5% se dedican a la realización de actividades deportivas como actividad económica principal (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023).

Por otro lado, es relevante analizar la disponibilidad de equipamiento deportivo en los hogares españoles. Según el Anuario de Estadísticas Deportivas de 2023 (2024), los equipamientos más frecuentes en los hogares son bicicletas, balones y raquetas. El 94.7% de las personas encuestadas que practican deporte de forma habitual (al menos una vez por semana) tienen algún tipo de material deportivo en su casa (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023).

**Tabla 3. Propietarios de equipamiento deportivo, por tipo de equipamiento y año (%)**

Tipo de equipamiento deportivo	2015	2020	2022
Balones	69,8	49,5	57,9
Patines	39,7	24,4	32,9
Bicicletas	75,1	60,4	66,4
Motos deportivas	6,8	4	5,9
Raquetas	69	47,2	61,3
Palos de golf	4,8	2,9	4
Equipamiento de montaña	45,1	36,6	47,4
Equipo de caza	6,9	4,3	4,6
Equipo de pesca	20,7	11,4	14,2
Equipo de bucear	27,8	17,4	23,5
Equipo de navegación	6,1	3,6	5,3
Equipo de esquiar	13,9	8,2	13,2

<b>Aparatos de ejercitación y musculación</b>	50	51,9	55,5
<b>Ajedrez</b>	49,6	27,3	38,9
<b>Otros equipamientos deportivos</b>	13,8	17,4	15,1

*Fuente: datos extraídos del Anuario de Estadísticas Deportivas (2023). Elaboración propia (2024).*

Como se observa, el equipamiento deportivo más frecuente en los hogares españoles es la bicicleta, dato respaldado por el estudio “Barómetro de la Bicicleta en España - 2022”. Este análisis afirma que el 77,7% de los españoles tiene al menos una bicicleta en casa, y de media, hay dos bicicletas por hogar (Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, 2022).

No obstante, el informe indica que solo el 32,5% de los propietarios de bicicletas las usan de forma habitual (al menos una vez por semana), una cifra que ha ido en aumento en los últimos años. Además, el 43% de los españoles que tienen bicicleta afirman no usarla nunca o casi nunca (Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, 2022). Estos datos son valiosos para analizar nuestro mercado potencial.

**Tabla 4. Propietarios de bicicletas en desuso en España, 2022**

<b>Población total en España, en el momento de realización del estudio (INE, 2022)</b>	47.781.354 habitantes
<b>Porcentaje de personas con, al menos, una bicicleta en casa</b>	77,7%
<b>Número de personas con, al menos, una bicicleta en casa</b>	37.126.112 personas
<b>Porcentaje de personas que tienen una bicicleta y no la usan</b>	43%
<b>Número de personas que tienen bicicleta y no la usan</b>	16.235.377 personas

*Fuente: datos extraídos del Barómetro de la Bicicleta en España (2022). Elaboración propia (2024).*

Por otro lado, el Anuario de Estadísticas Deportivas indica que el turismo deportivo internacional generó un desembolso de 13,8 millones de euros en 2022, duplicando la cifra de 2021, que fue de 6,8 millones de euros (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023). Por otro lado, el turismo deportivo nacional supuso un flujo monetario de 15.386.300 euros en 2022 (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023).

## 4.2. Investigación de mercado

### 4.2.1. Objetivos

A través de la investigación de mercado, buscamos alcanzar una serie de objetivos específicos que nos ayudan a comprender mejor el entorno y a tomar decisiones:

- Conocer las necesidades y preferencias de los consumidores: qué es lo que los consumidores buscan en términos de alquiler de equipos deportivos durante su estancia en las islas Canarias.
- Identificar las tendencias en el mercado de RentFit y los cambios en las preferencias de los consumidores: tendencias emergentes en el mercado de turismo y deporte, así como cualquier cambio en las preferencias de los consumidores.
- Evaluar la competencia y determinar cómo se posiciona RentFit respecto a ellos: quiénes son nuestros competidores directos e indirectos, así como sus fortalezas y debilidades.
- Establecer el tamaño del mercado y la posible cuota de mercado de RentFit.

### 4.2.2. Hipótesis

1. H1. Más del 80% de los encuestados dispone de material deportivo en sus casas.
2. H2. Menos del 30% de los encuestados usa su material deportivo a diario.
3. H3. Tres cuartas partes de los posibles usuarios están dispuestos a alquilar su material deportivo.
4. H4. La mitad de los propietarios no usan su material por falta de tiempo.

### 4.2.3. Metodología empleada

Nuestra estrategia de investigación de mercado para RentFit se basa en una metodología integral que combina diversas técnicas y herramientas para obtener una comprensión completa del entorno en el que operaremos.

En este contexto, diseñamos un enfoque detallado que abarcará desde la revisión de informes oficiales y análisis de tendencias hasta encuestas a consumidores, observaciones directas en destinos turísticos y análisis competitivo.

#### 4.2.4. Técnicas de investigación

En primer lugar, nos centramos en la revisión de informes oficiales proporcionados por fuentes oficiales como el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) , el Instituto Nacional de Estadística (INE) o el Ministerio de Cultura y Deporte.

De la misma manera, hemos diseñado y lanzado una encuesta que nos permite comprender de una manera muy precisa las características y el interés de nuestro público objetivo, a través de la herramienta de Google Forms (ver en [el siguiente enlace](#)).

Respecto a su estructura, hemos dividido la encuesta en diferentes apartados, y la hemos diseñado de forma que dependiendo de la respuesta, avanza hacia una pregunta u otra. El total de encuestados asciende a 228 personas. En la Tabla 5 se pueden observar los diferentes apartados de la encuesta, así como las preguntas que incluyen.

**Tabla 5. Contenido de la encuesta de investigación de mercado**

<ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Información general.</b><ol style="list-style-type: none"><li>a. Edad</li><li>b. Género</li><li>c. Isla de residencia</li><li>d. ¿Usas redes sociales en tu día a día?</li></ol></li><li><b>2. Sostenibilidad y economía circular.</b><ol style="list-style-type: none"><li>a. ¿Qué importancia le otorgas a la integración de principios de economía circular en los productos y servicios que consumes?</li><li>b. ¿Qué importancia tiene para ti contribuir a la sostenibilidad medioambiental?</li><li>c. ¿Qué importancia le das a que una empresa implemente prácticas de producción sostenible?</li><li>d. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu actitud hacia la reducción de residuos en casa?</li><li>e. ¿Estarías dispuesto/a a pagar más por productos que son ambientalmente sostenibles?</li></ol></li><li><b>3. Redes sociales y publicidad digital.</b><ol style="list-style-type: none"><li>a. ¿Qué Redes Sociales usas?</li><li>b. ¿Con qué frecuencia usas las Redes Sociales que indicaste en la pregunta anterior?</li><li>c. En la siguiente imagen, hay dos ejemplos de anuncios en Instagram (en el feed o en stories), ¿en cuál de ellos crees que es más probable que muestres interés? (con imagen adjunta)</li></ol></li><li><b>4. Disponibilidad de material deportivo.</b><ol style="list-style-type: none"><li>a. ¿Dispones en casa de algún tipo de material deportivo? (ej: bicicleta, tabla de surf, mancuernas, etc.)</li></ol></li><li><b>5. Tipología de material deportivo.</b></li></ol>
--

- a. ¿De qué deporte(s) posees material deportivo?
  - b. ¿Qué frecuencia de uso le das a ese material?
  - c. En el caso que lo uses poco o no lo uses, ¿cuál consideras que es el motivo?
  - d. ¿Estarías dispuesto/a a poner ese material en alquiler?
- 6. En caso de no estar dispuesto a alquilar tu material.**
- a. ¿Por qué no estarías dispuesto/a a alquilar tu material?
- 7. Uso potencial de la plataforma.**
- a. ¿Cuántos productos pondrías en alquiler?
  - b. ¿Qué porcentaje de comisión estarías dispuesto/a a soportar, como máximo?
- 8. Uso de la plataforma como arrendatario.**
- a. ¿Estarías interesado/a en alquilar, en algún momento, equipamiento deportivo a través de RentFit?
  - b. En el caso de no estar interesado/a, ¿cuáles serían los motivos?
  - c. Si RentFit ofreciera un servicio extra de entrega del equipamiento a tu ubicación exacta (ej: a tu casa), ¿qué precio estarías dispuesto/a a pagar por ello?

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Esta encuesta ha sido diseñada incluyendo preguntas de diferentes tipos: preguntas abiertas, preguntas cerradas, preguntas de respuesta obligatoria, preguntas de respuesta voluntaria. Los resultados de esta encuesta se encuentran en [Resultados de la encuesta](#).

Para complementar nuestra investigación, hemos aportado nuestro conocimiento y experiencia en el ámbito deportivo. Hemos consultado y discutido de forma personal acerca de las ventajas y el potencial de RentFit con atletas de diferentes disciplinas y con empresarios del sector deportivo, como dueños de gimnasios y organizadores de eventos deportivos.

#### **4.3. Cálculo de la demanda**

A la hora de realizar el cálculo de la demanda consideramos apropiado estimar, por un lado, el número de anuncios de equipamiento deportivo que estará disponible en la plataforma y, por otro lado, el número esperado de alquileres que se realizarán a través de la plataforma.

##### **a) Cálculo de la demanda de equipamiento deportivo disponible en RentFit**

En primer lugar, partimos de la población total de España en 2022, la cual asciende a 48.592.909 personas, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística (s.f.). De este dato, se extrae la población de Canarias: 2.202.048 (ISTAC, 2022).

Partiendo de la población canaria, y conociendo que el 52% de los canarios practican deporte semanalmente (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023), obtenemos un total de 1.147.267 habitantes de las islas que realizan deporte de forma regular. En base a la investigación de mercado realizada, obtenemos que el 85% de nuestro público objetivo posee en casa algún tipo de equipamiento deportivo.

Estos datos reflejan un mercado potencial de 975.177 personas. A este dato le aplicamos los resultados obtenidos en la encuesta de investigación de mercado realizada ([resultados de la encuesta](#)), de la que extraemos información sobre la disposición al uso de la plataforma. Un 59% de los encuestados ha confirmado que estarían dispuestos a publicar su material en nuestra plataforma. De esta forma, si aplicamos al total de personas que disponen de material deportivo, el porcentaje de los mismos que estarían dispuestos a poner su material en alquiler, obtenemos un total de 575.354 propietarios interesados en utilizar RentFit. Finalmente, ponderamos dicha cifra por el número de anuncios que prevén publicar en RentFit (según los [resultados de la encuesta](#)).

**Tabla 6. Cálculo del número máximo de anuncios estimados en la plataforma**

Nº productos	% respuestas	Recuento personas	Recuento anuncios
1 anuncio	35,70%	205.402	205.402
2 anuncios	25,9%	149.017	298.034
3 anuncios	10,5%	60.412	181.237
Más de 3 anuncios	28%	161.099	644.397
<b>TOTAL ANUNCIOS MÁXIMO ESTIMADOS</b>			<b>1.329.069</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

#### **b) Cálculo de la demanda de alquiler de equipamiento deportivo a través de RentFit**

Para estimar el número potencial de alquileres, y su impacto monetario, a través de la plataforma, partimos en primer lugar del número de turistas que visitan Canarias en el año 2022, el cual asciende a 14.617.383 de personas, de acuerdo al ISTAC (2022). De estos, un 13% corresponden a turistas nacionales (residentes en España), mientras que un 87% proceden de otros países (ISTAC, 2022).

Asimismo, como se expuso al comienzo del presente documento, en el año 2022, un total de 1.734.088 turistas realizaron actividades deportivas durante su estancia en Canarias, manteniendo la misma proporción en cuanto a lugar de origen comentada en el párrafo anterior (ISTAC, 2022). Esta cifra constituye el mercado potencial de RentFit. Sin embargo, estimamos llegar al 7% de nuestro mercado potencial (que se trata de la media de cuota de mercado de las 14 primeras empresas), ya que esperamos alcanzar un puesto dentro del top 14 empresas del mercado. Por tanto, contamos con un mercado al que aspiramos llegar de 130.057 personas, distribuyéndose como sigue:

- Turistas nacionales: 15.780 personas. El gasto medio de un turista español en actividades deportivas es de 255€/viaje realizado (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023), por lo que considerando el 7% de cuota de mercado objetivo, estamos ante un mercado potencial nacional de 281.676,58€.
- Turistas internacionales: 105.606 personas. El gasto medio de un turista internacional (no español) en actividades deportivas es de 1.505,20€/viaje realizado (Ministerio de Cultura y Deporte, 2023), por lo que aplicando nuestra cuota de mercado estimada, obtenemos un mercado potencial internacional de 11.127.066,29€.

De esta manera nos encontramos ante un mercado potencial total de 11.408.742,87€. No obstante, se debe tener en cuenta que no todo el gasto en actividades deportivas de los turistas se destina al alquiler del material, por lo que siendo conservadores, estimamos que el gasto en esta partida corresponde al 25% del gasto deportivo total. De esta manera, alcanzamos un mercado potencial para RentFit de 2.852.185,72€.

Aplicando una comisión del 30% (15% a arrendadores y 15% a arrendatarios, ([estrategia de precios](#)), por el uso de la plataforma a las cantidades anteriormente estimadas, nos encontramos ante un ingreso potencial para RentFit de 855.655,72€.

#### **4.4. Análisis de la competencia**

Si bien consideramos que RentFit no cuenta con competidores que ofrezcan exactamente el mismo servicio que el que planteamos, en la Tabla 7 se analizan las principales empresas dedicadas al alquiler de equipamiento deportivo en Canarias.

**Tabla 7. Principales competidores de RentFit**

Empresa	Breve descripción	Deporte	Ámbito geográfico	Puntos fuertes	Puntos débiles
	Alquiler de equipos y organización de actividades deportivas	Ciclismo	Tenerife y Gran Canaria	Sólida trayectoria y conocimiento del mercado local e internacional	Limitación de sus servicios exclusivamente a estas islas
Papagayo Bike 	Alquiler y organización de actividades de ciclismo	Ciclismo	Lanzarote	Exclusividad en la isla. Ofrecen bicicletas de gama media, accesibles para un amplio espectro de clientes	Limitación de sus servicios a la isla de Lanzarote. No ofrecen bicicletas de gama alta o marcas reconocidas, atractivas para ciclistas profesionales.
	Comercio de material de ciclismo (bicicletas, ropa, accesorios, etc.) y alquiler de bicicletas	Ciclismo	Tenerife	Está ubicada en lugares clave desde un punto de vista estratégico, como El Médano.	Limitados al mercado de Tenerife
	Organización de aventuras acuáticas	Deportes acuáticos	Gran Canaria	Diversidad de actividades, ofrecen “packs” de varios tipos de actividades para familias. Ubicación estratégica en Maspalomas	Están ubicados en un punto concreto de la playa, lo que les limita considerablemente el público objetivo
	Alquiler de material de golf y la organización de vacaciones para jugar al golf. Venta de productos de golf y simuladores.	Golf	Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote	Venden el paquete completo de vacaciones. Tienen tienda online, tanto para alquiler como para venta	Los paquetes de vacaciones no son personalizables. Escasas acciones de comunicación y marketing

	<p>Organizan todo tipo de actividades relacionadas con el buceo: salidas, cursos, bautizos, etc. Además, ofrecen alquiler de equipos. También ofrecen bonos de actividades + alojamiento</p>	<p>Buceo</p>	<p>El Hierro</p>	<p>Lideran el sector del buceo en El Hierro. Mucha actividad en redes sociales</p>	<p>Mercado potencial muy limitado por el alcance turístico de la isla del Hierro</p>
---	--	--------------	------------------	--	--

Fuente: elaboración propia (2024).

Por otro lado, la Tabla 8 muestra las 15 mayores empresas canarias que dedican toda o parte de su actividad al alquiler de material deportivo, ordenadas por ingresos de explotación así como por su cuota de mercado. Para la elaboración de esta tabla se ha utilizado la base de datos SABI, filtrando por el código CNAE 2009 7721 (correspondiente al alquiler de artículos deportivos y de ocio) y con ubicación en Canarias.

**Tabla 8. Análisis de la competencia, por ingresos de explotación y cuota de mercado**

Nombre	Localidad	Ingresos de explotación (últ. ejercicio disponible)	Cuota de mercado
Freesports Marketing, S.L.	San Bartolomé de Tirajana	5.673.938,64€	37,61%
Fun Factory El Cabezo, S.L.	Granadilla de Abona	1.965.296,28€	13,03%
Canarias Sports Holidays, S.L.	Santa Cruz de Tenerife	1.778.450,40€	11,79%
Sociedad explotadora Playa del Duque, S.L.	Santa Cruz de Tenerife	1.670.540,11€	11,07%
Papagayo bike, S.L.	Yaiza	528.788,32€	3,50%
Fliston's bike, S.L.	Tías	492.101,48€	3,26%
Fifo Diving, S.L.	Las Palmas de Gran Canaria	342.271,24€	2,27%

<b>Explotaciones Montanari, S.L.</b>	Arona	301.310,24€	2,00%
<b>Fuerte Ocean, S.L.</b>	La Oliva	281.705,59€	1,87%
<b>Fuerteinnova, S.L.</b>	Puerto del Rosario	229.112,72€	1,52%
<b>Salted Family, S.L.</b>	Teguise	219.717,40€	1,46%
<b>Nicmon ht, S.L.</b>	Arona	192.308,47€	1,27%
<b>Moto Rides Canarias, S.L.</b>	Tías	167.337,00€	1,11%
<b>Aqua Safary Canarias, S.L.</b>	Arona	138.138,88€	0,92%
<b>Rnb Acontecimientos, S.L.</b>	Puerto del Rosario	119.837,91€	0,79%

*Fuente: datos extraídos del SABI. Elaboración propia (2024).*

Todas las empresas anteriores poseen una característica común: un modelo de negocio tradicional, donde se especializan en un deporte concreto, adquieren el material en propiedad y lo ponen en alquiler.

## 4.5. Análisis DAFO

**Tabla 9. Análisis DAFO para RentFit**

Factores internos	Factores externos
<b>Fortalezas</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demanda creciente.</li> <li>2. Diversidad de productos.</li> <li>3. Servicios adicionales.</li> </ol>	<b>Oportunidades</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crecimiento del turismo.</li> <li>2. Colaboraciones estratégicas.</li> <li>3. Diversificación de servicios.</li> </ol>
<b>Debilidades</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competencia en el mercado.</li> <li>2. Logística de entrega.</li> <li>3. Dependencia de la temporada turística.</li> </ol>	<b>Amenazas</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cambios en la regulación.</li> <li>2. Crisis económica en otros países.</li> <li>3. Cambios en el comportamiento del consumidor.</li> </ol>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 4.5.1. Oportunidades

En primer lugar, consideramos que la principal ventaja que presenta el entorno es el crecimiento constante del turismo en Canarias. Para capitalizar esta tendencia, es fundamental explorar colaboraciones estratégicas con hoteles, agencias de viajes y otras empresas del sector turístico.

Por otro lado, además del alquiler de equipos deportivos, la posible diversificación de nuestros servicios es esencial para mantenernos competitivos. En este sentido, se podría considerar la incorporación de actividades como excursiones guiadas, clases especializadas o la oferta de paquetes turísticos completos.

### 4.5.2. Amenazas

Los cambios en la regulación, tanto a nivel local como nacional, relacionados con el turismo o el alquiler de equipos deportivos, constituyen un factor de riesgo que puede impactar directamente en las operaciones de la empresa: implantación de una tasa turística, nuevas regulaciones respecto a las medidas de seguridad que deben cumplir los equipos deportivos, cambios en la Ley de Protección de Datos, etc.

Además, al tener un público objetivo de carácter internacional, la aparición de crisis económicas en países emisores de turistas puede tener un efecto significativo en el flujo de visitantes hacia destinos como Canarias.

#### **4.5.3. Debilidades**

El mercado de alquiler de equipamiento deportivo en Canarias es altamente competitivo, con la presencia consolidada de empresas locales en el sector, como se explicó previamente.

Por otro lado, la gestión eficiente de la logística de entrega y recogida de los equipos constituye otro obstáculo significativo a considerar y que requiere amplia cantidad de recursos para que se realice sin incidencias. Especialmente durante los períodos de alta demanda o en zonas remotas de la isla, garantizar la disponibilidad oportuna y la calidad del servicio de entrega puede representar un desafío logístico considerable. Asimismo, dada la naturaleza del sector, la dependencia de la temporada turística implica que nuestro negocio experimentará fluctuaciones en la demanda a lo largo del año.

#### **4.5.4. Fortalezas**

La demanda de actividades deportivas durante la estancia en Canarias está experimentando un notable crecimiento, impulsada por turistas y visitantes que buscan experiencias activas y emocionantes.

La diversidad de opciones disponible en la plataforma amplía nuestro atractivo para diferentes tipos de usuarios y nos posiciona como un recurso integral para aquellos que buscan experiencias deportivas variadas y emocionantes durante su estancia en la isla.

Además de la oferta de equipos deportivos, nuestro negocio se destaca por los servicios adicionales que proporcionamos. Esto incluye opciones premium como la entrega a domicilio.

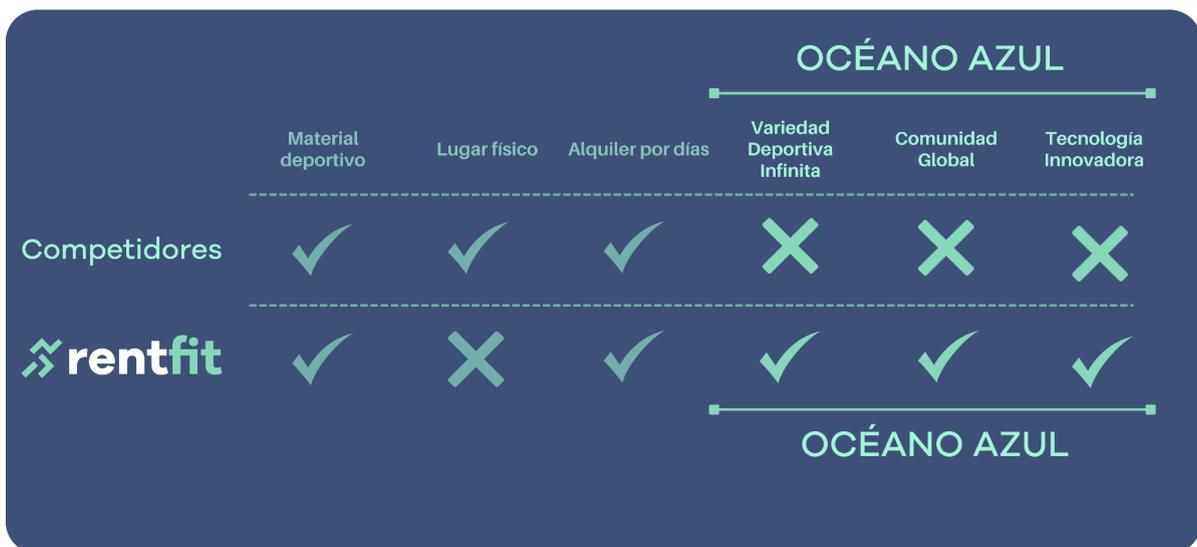
## 4.6. Análisis estratégico del sector

### 4.6.1. Competidores

En el sector de alquiler de material deportivo en Canarias, la intensidad de la competencia es relativamente alta. El sector servicios en Canarias está muy explotado y cada día surgen nuevas empresas que ofrecen diferentes servicios a los turistas (Pacini, s.f.). Durante el año 2022, Canarias fue la segunda región con mayor crecimiento de ventas en el sector servicios de toda España con un incremento de 32,4% (elDiario.es, 2023).

A pesar de ello, consideremos que para RentFit, la competencia no es tan alta. RentFit propone un modelo de negocio totalmente innovador y muy diferente al que ofrecen las empresas de alquiler tradicional. RentFit se sitúa por tanto en un océano azul.

**Figura 13. Océano azul de RentFit**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 4.6.2. Compradores

El poder de negociación de los compradores en el turismo deportivo, está fuertemente influenciado por una serie de tendencias globales y preferencias por parte de los

consumidores. Una de las tendencias más notables es el incremento del interés en el turismo deportivo (Qhotel, 2024).

Por otro lado, el interés en actividades como el surf y el ciclismo muestra cómo ciertas prácticas deportivas pueden transformar regiones y atraer turismo especializado (TurismoGlobal, 2020). Esta demanda de experiencias de calidad y bienestar, combinada con el deseo de aventuras y descubrimientos, otorga a los turistas deportivos un poder significativo sobre los proveedores de servicios turísticos, demandando ofertas innovadoras, sostenibles y tecnológicamente integradas.

En resumen, el poder de negociación de los compradores en el mercado de turismo deportivo es alto, influenciado por tendencias como el incremento en el gasto y la búsqueda de experiencias únicas y de calidad.

#### **4.6.3. Nuevos competidores**

El turismo deportivo en España, y particularmente en Canarias, ha demostrado ser un sector con un potencial de crecimiento notable. Dentro de este contexto, las barreras de entrada específicas incluyen la necesidad de realizar inversiones iniciales importantes para infraestructura y actividades de marketing.

Por ello, la amenaza de que surjan nuevos competidores para RentFit es real. A pesar de ello, consideramos que tras los primeros años de vida del proyecto esta amenaza irá disminuyendo.

#### **4.6.4. Productos sustitutos**

En línea con la amenaza de nuevos competidores, consideramos que el peligro de que existan productos sustitutos a RentFit es real. Igualmente consideramos que cuanto mayor sea la plataforma y conforme vaya creciendo en usuarios y en productos ofertados, menor será esta amenaza.

#### **4.6.5. Proveedores**

Entendiendo que los proveedores de RentFit son principalmente residentes canarios que ofrecen equipos deportivos no utilizados para alquilar a través de la plataforma, el análisis

del poder de negociación de los proveedores toma una perspectiva única. En este caso, el poder de negociación se centra en la capacidad y disposición de los residentes locales para participar en la economía compartida propuesta por RentFit, lo cual es una dinámica distinta a la relacionada con proveedores comerciales tradicionales.

El poder de negociación en este contexto se ve influenciado por factores como la facilidad de uso de la plataforma RentFit, y los incentivos para que los proveedores mantengan una alta calidad en sus ofertas.

#### **4.7. Análisis e identificación de riesgos de introducción del producto/servicio en el mercado**

Consideramos que los principales riesgos en los que puede incurrir nuestra plataforma en su fase de introducción en el mercado, pueden ser los siguientes:

- Problemas técnicos en la plataforma: caída del sitio web, errores de funcionamiento o fallos en el proceso de pago son ejemplos de los riesgos que tenemos que afrontar.
- Protección de datos de los usuarios: debemos gestionar multitud de datos e información relacionada con los usuarios, como datos personales, ubicaciones, o información financiera, por lo que existe el riesgo de que todos estos datos se vean comprometidos, con los problemas legales y la pérdida de confianza que conlleva.
- Escasez en el material deportivo a disposición: en una primera fase, es posible que no haya muchos artículos disponibles en la plataforma.

#### **4.8. Análisis de clientes potenciales**

A nivel general, nuestros clientes potenciales se encuentran en un rango de edad de entre 16 y 65 años, por ser los principales usuarios de internet, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística (2023) y también los que llevarán una vida más activa (Consumidora, 2023).

El denominador común de nuestro público objetivo es, sin duda, la práctica deportiva. Nos enfocamos en personas que llevan un estilo de vida activo, que disfrutan practicando deporte y haciendo actividades en el exterior.

Por otro lado, también debemos tener en cuenta la nacionalidad, dado que, como se comentó anteriormente, el principal usuario de la plataforma será habitualmente de un país extranjero (seguramente cualquier país de Europa), mientras que la persona que pone a disposición el material será residente de Canarias. En cuanto a la profesión, no consideramos que sea un factor clave en nuestro público objetivo, más allá de determinar su capacidad adquisitiva.

#### **a) Propietarios de equipos deportivos**

Entre ellos, se pueden encontrar adultos de todas las edades, desde jóvenes profesionales hasta personas mayores. Muchos de estos pueden tener trabajos que les mantienen ocupados y no les permiten dedicar tiempo suficiente al deporte a pesar de poseer equipos deportivos en sus hogares.

En cuanto a sus hábitos deportivos, algunos de estas personas pueden haber sido deportistas activos en el pasado pero que, debido a compromisos laborales o familiares, han reducido su participación en actividades deportivas. Otros pueden haber adquirido equipos deportivos con la intención de comenzar una rutina de ejercicio, pero por diversas razones, como falta de tiempo o motivación, no han logrado utilizarlos con regularidad.

Este grupo de clientes potenciales, que tiende a concentrarse en áreas urbanas o turísticas de Canarias, tiene la oportunidad de aprovechar sus equipos deportivos inutilizados al ponerlos en alquiler a través de la plataforma.

#### **b) Arrendatarios**

Este grupo demográfico es también muy diverso y puede incluir adultos jóvenes, familias y personas mayores, que provienen de diferentes partes del mundo y que comparten un interés común en actividades deportivas y al aire libre durante su estancia en las islas.

Sin embargo, a pesar de su entusiasmo por el deporte, muchos turistas prefieren no llevar consigo su propio equipo debido a las complicaciones logísticas y al costo adicional que implica transportar equipos voluminosos durante sus viajes. Este grupo de clientes potenciales valora la comodidad y la flexibilidad que ofrece el alquiler de equipos a través de

la plataforma. A continuación, se adjuntan dos figuras que representan a ambos tipos de *buyer persona* para la plataforma.

**Figura 14. Alejandro Pérez: Buyer Persona 1 para RentFit**



Alejandro tiene 29 años, vive en Santa Cruz de Tenerife y trabaja en PwC como consultor informático. Tiene pareja, aunque aún vive con sus padres. Es un entusiasta del ciclismo y del deporte en general. Antes practicaba triatlón a nivel de competición, pero ahora pasa mucho tiempo trabajando y no tiene tiempo de entrenar tanto, aunque intenta ir al gimnasio una hora al día.

**Hábitos y comportamientos:**

- Activo y saludable: Alejandro se preocupa por mantenerse en forma y llevar un estilo de vida saludable, en la medida de lo que puede compaginar con su trabajo.
- Conocedor de la tecnología: como consultor informático, Alejandro está familiarizado con la tecnología y utiliza aplicaciones móviles y plataformas en línea para simplificar su vida diaria. Además, es usuario de las principales redes sociales: Instagram, TikTok, X, etc.

**Motivaciones:**

- Generar ingresos adicionales: Alejandro está interesado en poner su bicicleta de triatlón a disposición para alquilarla durante los periodos en los que no la está utilizando, con el objetivo de generar ingresos adicionales para complementar su salario.
- Compartir su pasión: Alejandro disfruta compartiendo su pasión por el ciclismo con otros y quiere ofrecer una experiencia positiva a los usuarios que alquilen su bicicleta.
- Maximizar el uso de su bicicleta: quiere asegurarse de que su bicicleta se utilice al máximo, para ayudar a amortizar los costos de mantenimiento y adquisición.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Figura 15. Lukas Schmüidt: Buyer Persona 2 para RentFit**



**Lukas es un ingeniero mecánico de 30 años, residente en Hamburgo (Alemania), apasionado por los deportes acuáticos, especialmente el windsurf. Está planeando unas vacaciones en Gran Canaria para escapar del clima frío de Alemania y disfrutar de las aguas cálidas del océano Atlántico. Como entusiasta del windsurf, Lukas está interesado en alquilar equipos de windsurf durante su estancia en la isla para aprovechar al máximo su experiencia en el agua.**

**Hábitos y comportamientos:**

- Amante de los deportes acuáticos: Lukas disfruta de actividades al aire libre y tiene experiencia previa en deportes acuáticos como el windsurf.
- Aventurero y activo: como parte de su estilo de vida saludable, Lukas busca nuevas experiencias y desafíos, y el windsurf es una actividad que le ofrece emoción y adrenalina.
- Viajero frecuente: Lukas disfruta explorando nuevos lugares y culturas durante sus vacaciones. Gran Canaria es uno de sus destinos favoritos debido a su clima cálido y las oportunidades que ofrece para practicar deportes acuáticos. Ahora viene a Gran Canaria con su novia Anna.

**Motivaciones:**

- Ahorrar espacio de equipaje: alquilar equipos de windsurf en destino le permite a Lukas evitar la molestia de transportar su propio equipo desde Alemania y le brinda la libertad de viajar más ligero. Además, prefiere servicios que puedan entregar el equipo directamente a su hotel para mayor comodidad.
- Experimentar el windsurf en Gran Canaria: el principal objetivo de Lukas es experimentar la emoción del windsurf en las aguas de Gran Canaria y disfrutar de una experiencia inolvidable durante sus vacaciones.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 5. ESTRATEGIAS DE MARKETING

### 5.1. Estrategias de segmentación, posicionamiento y fidelización

#### 5.1.1. Estrategias de segmentación

Según Kotler (2008), para que una segmentación sea eficaz, debe ser medible, accesible, sustancial, accionable y diferenciable. Por ello, segmentamos el mercado geográficamente, demográficamente y psicográficamente.

##### a) Segmentación de los propietarios de equipamiento

En este grupo, en lo que a los propietarios de material respecta, nos centramos en la comunidad autónoma de Canarias. De esta forma, dirigimos nuestra atención hacia propietarios con una renta media baja, ya que creemos que estos son los que estarán más interesados en obtener rendimientos extra. Asimismo, atendemos principalmente a propietarios con una edad comprendida entre los 18 y los 65 años, dado que este grupo de edad es el que mejor responde a las características tecnológicas de la plataforma (Instituto Nacional de Estadística, 2023).

En lo que a sus características psicográficas se refiere, nos enfocamos en personas con un estilo de vida activo y concienciadas con el impacto social de sus hábitos de consumo, ya que creemos que estas estarán interesadas en ganar dinero extra a través de alquilar aquello que ya no usan.

##### b) Segmentación de los arrendatarios

Aunque cualquier persona de cualquier país puede alquilar material en RentFit, nos enfocamos en un segmento geográfico compuesto por países principalmente de la Unión Europea. En ese sentido, nos centramos en aquellos países que más turistas traen a Canarias: Alemania, Inglaterra, Francia y Países Bajos (ISTAC, 2023).

Segmentando demográficamente al mercado, atendemos principalmente a arrendatarios con una edad comprendida entre los 18 y los 65 años, al igual que los propietarios. De la misma manera nos centramos en dirigir el alquiler de material hacia

personas de renta media alta, ya que consideramos que son personas dispuestas a pagar por un servicio de calidad. Finalmente, en cuanto a la segmentación psicográfica, nos centramos en los arrendatarios con un estilo de vida activo, saludable y que demuestren un compromiso con la sostenibilidad.

### **5.1.2. Estrategias de posicionamiento**

Para establecer el posicionamiento de RentFit, en primer lugar destacamos (por orden de importancia), los siguientes atributos asociados a nuestra marca:

1. Economía social: implantamos este principio como hilo conductor de nuestro modelo de negocio.
2. Libertad: a través de las enormes posibilidades que ofrece nuestra plataforma, queremos que nuestros clientes perciban la sensación de libertad al realizar actividades deportivas en un entorno tan enriquecedor como las islas Canarias.
3. Ingreso adicional: para los propietarios, la posibilidad de obtener un ingreso adicional por esos objetos que ya no usa, es uno de nuestros atributos principales.

Hacia los propietarios de material, RentFit se posiciona como una nueva oportunidad para monetizar sus propiedades. En la mente del propietario, RentFit es una herramienta que le ayuda a ganar dinero extra. Por otro lado, en la mente del deportista arrendatario, nuestra marca se ubica como una nueva forma de conseguir material, donde se puede acceder a equipos únicos que de otra manera no hubiera sido posible conseguir.

### **5.1.3. Estrategias de fidelización**

Desarrollar una estrategia de fidelización de clientes resulta crucial para asegurar el crecimiento y sostenibilidad del negocio. Para ello desarrollamos las siguientes iniciativas:

- Descuentos por eventos especiales: establecer descuentos en fechas especiales, como por ejemplo eventos deportivos que se desarrollen en las islas, puede ser una herramienta muy potente que motive a los usuarios a elegir RentFit. Esta estrategia se materializa en los eventos indicados en la Tabla 10.

**Tabla 10. Descuentos especiales por la celebración de eventos deportivos**

Evento	Fecha	Descuento
Vuelta ciclista a Lanzarote	28-29 septiembre 2025	20% de descuento en el alquiler de material de la categoría “Ciclismo”
III Champions Trophy en Las Américas Golf (Tenerife)	21 diciembre 2025	15% de descuento en el alquiler de material de la categoría “Golf”
Ironman Lanzarote	Mayo 2026 (día pendiente de concretar)	20% de descuento en el alquiler de material de la categoría “Triatlón”
Tenerife Bluetrail	Junio 2026 (día pendiente de concretar)	25% de descuento en el alquiler de material de la categoría “Trail”

*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Sistema de puntos canjeables por descuentos: implementamos un programa de puntos a través del cual se recompensa la lealtad de los usuarios. Este sistema se llama *Match Point*, haciendo referencia al momento en el que se decide un partido de tenis. En *Match Point*, se recibirán puntos llamados *FitPoints*. Por cada 40€ gastados en la plataforma se obtendrá 1 *FitPoint*. En la Tabla 11 se detallan los beneficios canjeables por los *FitPoints*.

**Tabla 11. Conversión de los *FitPoints* en beneficios**

FitPoints	Beneficio
5	25% de descuento en la próxima reserva.
10	Bono de 50€ canjeable en RentFit.
20	Invitación a un evento deportivo a elegir.
30	Regalo de equipación deportiva con el logo de RentFit.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Invitaciones a eventos deportivos: dada la naturaleza de nuestro proyecto, nos interesa mucho vincularnos con eventos deportivos locales. Por ello, ofrecemos invitaciones a eventos especiales a aquellos propietarios que más material pongan a disposición de la plataforma. En la Tabla 12 se especifican algunas de las invitaciones que se concederán.

**Tabla 12. Invitaciones a eventos deportivos para propietarios**

Artículos publicados	Invitación
4	Santa Cruz Binter Night Run 2025
8	Triatlón Ocean Lava Tenerife 2025
12	Transvolcania Terrex La Palma 2025
20	Ironman Lanzarote 2025

*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Encuesta post-compra para conocer el grado de satisfacción: las encuestas de satisfacción post alquiler nos ofrecen beneficios de dos maneras diferentes; hacen que el cliente se sienta valorado y escuchado y nos proporcionan datos muy interesantes, que pueden ser usados con el fin de seguir desarrollando el proyecto. Ver encuestas en los anexos del trabajo, tanto para el [arrendatario](#) (en inglés) como para el [propietario](#) (en español).

## 5.2. Definición de los objetivos de marketing: cualitativos y cuantitativos

### 5.2.1. Objetivos cualitativos

**Tabla 13. Objetivos cualitativos de marketing**

Objetivo	<i>Specific</i> - Específico	<i>Achievable</i> - Alcanzable	<i>Realistic</i> - Realista	<i>Time bounded</i> - Limitado en el tiempo
<b>Fomento de la lealtad del cliente</b>	Aumentar la tasa de retención de clientes en los primeros meses del proyecto.	Sí, requiere implementar programas de recompensas y servicio postventa.	Sí, si se integran correctamente las estrategias de fidelización.	Dentro de los primeros seis meses del lanzamiento.
<b>Posicionamiento como líder en la industria</b>	Ser reconocidos como líderes en el sector de alquiler deportivo en Canarias.	Sí, requiere aumentar la visibilidad con eventos locales y colaboraciones.	Factible con inversiones adecuadas en marketing.	A alcanzar en los primeros cinco años.
<b>Fortalecimiento de la percepción del valor del producto</b>	Aumentar el reconocimiento de los beneficios y el valor percibido del producto entre los clientes potenciales.	Sí, requiere campañas de marketing que transmitan los beneficios del producto.	Viable si se enfoca en las ventajas únicas del servicio.	En el primer año de operaciones.

<b>Satisfacción del cliente</b>	Mejorar la calificación de satisfacción del cliente basada en encuestas de satisfacción	Sí, requiere revisar y mejorar continuamente los puntos de contacto con el cliente ( <i>pain points</i> ).	Realista con una implementación de mejoras basadas en el feedback.	Cada trimestre, revisión y mejora continua.
---------------------------------	---	--	--	---

Fuente: elaboración propia (2024).

## 5.2.2. Objetivos cuantitativos

**Tabla 14. Objetivos cuantitativos de marketing**

<b>Objetivo</b>	<i>Specific - Específico</i>	<i>Measurable - Medible</i>	<i>Achievable - Alcanzable</i>	<i>Realistic - Realista</i>	<i>Time bounded - Limitado en el tiempo</i>
<b>Incremento de las conversiones en el sitio web</b>	Aumentar la tasa de conversión en un 10% dentro de los próximos tres meses.	Número de visitantes del sitio web que se interesan por un anuncio de la plataforma.	Sí, requiere optimizar estrategias SEO y SEM y mejorar los llamados a la acción.	Factible con análisis y ajustes en el sitio web.	En los próximos tres meses.
<b>Incremento del retorno de la inversión (ROI) en acciones de marketing</b>	Obtener un ROI de al menos 4:1 en la campaña de lanzamiento de marketing	ROI medido como ingresos generados por publicidad dividido por el costo de inversión.	Sí, requiere centrarse en canales de alto rendimiento y ajustar presupuestos.	Realista si se monitorean y ajustan las campañas según el desempeño.	Duración de la campaña de lanzamiento.
<b>Mejora de la participación en redes sociales</b>	Aumentar la cantidad de interacciones (likes, comentarios, compartidos) en un 25% en las publicaciones de redes sociales en los próximos tres meses.	Variación en el total de interacciones.	Sí, requiere crear contenido de alta calidad y frecuente que fomente la participación.	Alcanzable con un plan de contenido estratégico y constante.	En los próximos tres meses.
<b>Crecimiento de la base de datos de clientes</b>	Obtener 500 nuevos registros de clientes en la base de datos en los próximos 6 meses.	Número de clientes registrados.	Sí, requiere implementar campañas de captación y ofertas para nuevos registros.	Viable con promociones efectivas y divulgación amplia.	En los próximos seis meses.

Fuente: elaboración propia (2024).

### 5.3. Estrategias funcionales

#### 5.3.1. Estrategia de producto

A la hora de elaborar la estrategia de producto y marca de RentFit, es esencial tener en cuenta que se trata de un servicio, lo que implica las siguientes características:

- Intangibilidad: se trata de una plataforma digital, por lo que hay un alto grado de incertidumbre antes de la adquisición (Kotler y Armstrong, 2008).
- Inseparabilidad: el servicio se produce y se consume a la vez. En este sentido, es difícil separar el servicio prestado por RentFit de la atención del propietario con el arrendatario (Kotler y Armstrong, 2008). Hay una fuerte relación entre el trato del propietario y la experiencia del arrendatario.
- Variabilidad: la calidad del servicio varía en función del propietario que ponga a disposición su equipo (Kotler y Armstrong, 2008).
- Caducidad: podemos experimentar problemas cuando la demanda no es estable (Kotler y Armstrong, 2008). Por ejemplo, si hay un evento ciclista en una determinada zona y la demanda supera a la oferta.

Para mitigar el posible impacto negativo de estas características, consideramos esencial hacer hincapié en el denominado “marketing interactivo”, pues la calidad de nuestro servicio depende fuertemente de la calidad de la interacción entre el propietario del equipo (quien actúa como vendedor) y el arrendatario (Kotler & Armstrong, 2008).

Con un fuerte carácter innovador, la plataforma utilizará la última tecnología en UX (experiencia de usuario) y UI (interfaz de usuario) para hacerla lo más intuitiva posible. En este sentido, se distinguen dos áreas principales:

##### a) Área del propietario

Se trata de un área dedicada a los propietarios de material, en la que los arrendadores disponen de un área privada (previo registro) donde pueden administrar todos sus anuncios, así como entablar conversaciones con sus potenciales clientes y responder sus dudas. Los propietarios cuentan con numerosas herramientas que les ayudarán a establecer precios, promocionar anuncios o modificar los mismos, en definitiva, a vender más.

## b) Área general y área arrendatario

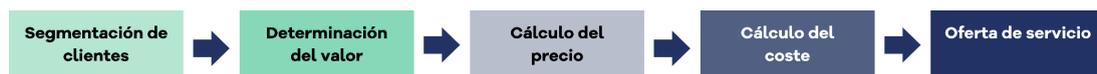
Por otro lado, diseñamos un espacio en el que se publiquen los anuncios, este espacio será abierto para todo el mundo, y cualquier persona, esté registrada o no, puede ver qué productos se alquilan en ese momento. Finalmente, creamos un área privada para arrendatarios, desde la que pueden ponerse en contacto con los propietarios y administrar sus reservas, así como gestionar su cartera de puntos de fidelización y ver las posibles opciones de canje de los mismos.

En los anexos del trabajo se puede encontrar un [ejemplo de un anuncio en RentFit](#).

### 5.3.2. Estrategia de precios

El precio es una parte fundamental del marketing mix, al ser a su vez un factor determinante para la rentabilidad de la plataforma. Por tanto, diseñamos una fijación de precios estratégica que nos permita actuar de forma activa ante las condiciones del mercado, (Nagle & Holden, 2008). De esta forma, nuestra estrategia de precios se clasifica como estrategia de precios en función del valor, entendiendo este como la cantidad de dinero que el cliente está dispuesto a pagar (Nagle & Holden, 2008). Para determinar dicho valor, nos basamos en la encuesta realizada en la fase de investigación de mercado.

**Figura 16. Fijación estratégica de precios en función del valor**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

## a) Precio de alquiler de los equipos

Cada propietario establece el precio de su equipo deportivo de la forma que considere más adecuada y competitiva. No obstante, a la hora de determinar si un anuncio está preparado o no para ser publicado en la plataforma, valoramos si el precio se encuentra en un rango adecuado. A la hora de elaborar el anuncio, el propietario debe determinar la siguiente información en relación al precio:

- Precio por día de alquiler.
- Condiciones especiales para reservas superiores a X días:
  - Por ejemplo: “Para reservas superiores a 7 días de duración, se realizará un 15% de descuento sobre el precio total de la reserva”.

**b) Comisión de servicio a cargo del propietario**

En primer lugar, es preciso destacar que RentFit no cobra comisión si el equipo deportivo no es alquilado. Es decir, no se cobra nada al propietario por hacer uso de la plataforma para anunciar su equipo.

En este sentido, en base a los resultados obtenidos en la encuesta realizada, un porcentaje superior al 30% de los encuestados, afirman que estarían dispuestos a soportar una comisión igual o superior al 15%, como propietario del equipo. Por tanto, fijamos la comisión de servicio a cargo del propietario en un 15%, sobre el precio total de la reserva (precio por día x número de días de la reserva). El propietario recibirá como beneficio neto, el importe total de la reserva menos la comisión de servicio por el uso de la plataforma.

**c) Comisión de servicio a cargo del arrendatario**

Por otro lado, RentFit establece una comisión del 15% que se le añade al precio final del equipo deportivo, y que debe soportar el arrendatario, es decir, la persona que hace uso del equipo deportivo. En base a lo establecido anteriormente, en las Tablas 15, 16 y 17 se observa un ejemplo del funcionamiento de las comisiones de servicio de RentFit.

**Tabla 15. Comisión de servicio a cargo del propietario**

Soy propietario de una bicicleta	
Precio que establezco para mi producto	20€/día
Solicitud de reserva	5 días
Importe total de la reserva	$20 \times 5 = 100\text{€}$
Comisión de servicio de RentFit	$15\% = 100 \times 0,15 = 15\text{€}$
<b>BENEFICIO NETO QUE OBTIENE EL PROPIETARIO = <math>100 - 15 = 85\text{€}</math></b>	

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 16. Comisión de servicio a cargo del arrendatario**

Quiero alquilar una bicicleta (soy arrendatario)	
Precio que establezco para mi producto	20€/día
Solicitud de reserva	5 días
Importe total de la reserva	$20 \times 5 = 100\text{€}$
Comisión de servicio de RentFit	$15\% = 100 \times 0,15 = 15\text{€}$
<b>IMPORTE TOTAL A PAGAR POR EL ALQUILER = <math>100 + 15 = 115\text{€}</math></b>	

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 17. Ganancia de RentFit**

Ganancia de RentFit	
Comisión de servicio a cargo del propietario	15€
Comisión de servicio a cargo del arrendatario	15€
<b>GANANCIA DE RENTFIT = <math>15 + 15 = 30\text{€}</math></b>	

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**d) Precio del servicio adicional de recogida y transporte**

RentFit proporciona un servicio extra de recogida del equipamiento deportivo en el punto de entrega que fije el propietario, transportando el mismo hasta el punto determinado por el arrendatario. En base a los resultados obtenidos en la encuesta en lo que se refiere a la disposición a contratar este servicio adicional y el precio que estarían dispuestos/as a pagar, hemos fijado tarifas indicadas en la Tabla 18.

**Tabla 18. Tarifas del servicio adicional de recogida y transporte**

Distancia entre origen y destino	Tarifa
0-40km	8€ por reserva
40-80km	10€ por reserva
80-100km	15€ por reserva

Fuente: elaboración propia (2024).

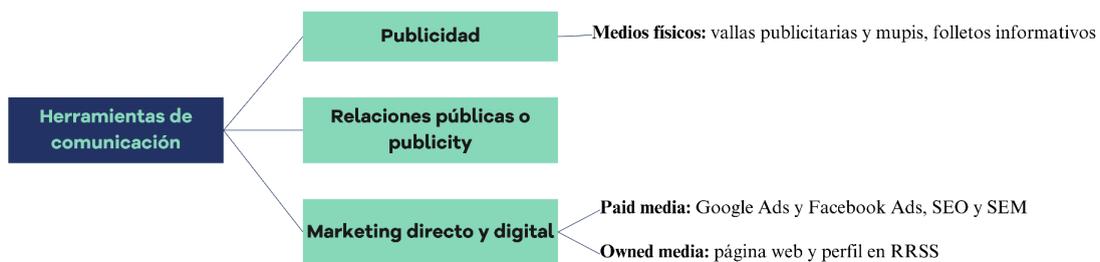
### 5.3.3. Estrategias de distribución y ventas

Debido a que RentFit es un servicio online, la estrategia de distribución no es tan compleja como si se tratase de un producto físico. Teniendo en cuenta que RentFit opera principalmente a través de una plataforma digital, el principal canal de venta será internet.

### 5.3.4. Estrategia de promoción y comunicación

La estrategia de comunicación de nuestra marca aborda diferentes herramientas, que en su conjunto forman la denominada Comunicación de Marketing Integral.

**Figura 17. Herramientas de comunicación de RentFit**



Fuente: elaboración propia (2024).

- Estrategia de atracción: esta estrategia es el primer punto de contacto con el cliente potencial, por lo que el objetivo es principalmente que nos conozcan. Por tanto, para esta campaña de lanzamiento, se ha decidido repartir folletos informativos de la plataforma en puntos geográficos clave (aquellos con mayor concentración turística) Además, en esta fase de lanzamiento también se alquilan vallas publicitarias.

- Estrategia para impulsar: una vez se ha realizado la campaña de lanzamiento, se impulsará la promoción de la plataforma a través de medios propios (principalmente en redes sociales) y medios pagados (publicidad digital, a través de campañas de tráfico, y publicidad exterior).
- Estrategia de creación de demanda: se adaptarán los mensajes y objetivos en función de la campaña concreta a realizar. Para ello, se usará principalmente campañas digitales de venta, tanto en Facebook como en Google Ads.

#### a) Promoción y comunicación en entornos físicos

Desde la etapa de lanzamiento de la plataforma, el entorno físico en lo que a publicidad se refiere va a jugar un papel fundamental en la estrategia de RentFit. Las acciones a realizar son las siguientes:

- Alquiler de vallas publicitarias: inicialmente se alquilan espacios publicitarios en puntos estratégicos de las islas, posteriormente, se expandirá la actividad y se alquilarán vallas para la promoción de RentFit en otros países. El reparto de vallas en la fase de lanzamiento será de la forma que se indica en la Tabla 19.

**Tabla 19. Publicidad exterior local**

Ubicación	Tipo de soporte publicitario	Cantidad
Santa Cruz de Tenerife	Valla publicitaria	2 vallas
Las Palmas de Gran Canaria	Valla publicitaria	3 vallas

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Posteriormente, en relación a la campaña internacional, el reparto será el siguiente:

**Tabla 20. Publicidad exterior internacional**

Ubicación	Tipo de soporte publicitario	Cantidad
Londres	Valla publicitaria	3 vallas

<b>Berlín</b>	Valla publicitaria	3 vallas
<b>París</b>	Valla publicitaria	2 vallas

*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Reparto de folletos informativos: durante las 4 primeras semanas de vida del proyecto, durante los fines de semana, se ofrecerán folletos informativos como se indica en la Tabla 21.

**Tabla 21. Plan de reparto de folletos informativos**

Ubicación	Fecha	Cantidad de folletos a repartir
<b>Paseo Marítimo de Los Cristianos</b>	2-4 de enero de 2025	625 folletos
<b>Paseo Colón en el Puerto de la Cruz</b>	10-12 de enero de 2025	625 folletos
<b>Avenida de Las Canteras</b>	17-19 de enero de 2025	625 folletos
<b>Paseo Marítimo de Meloneras</b>	24-26 de enero de 2025	625 folletos

*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Publicidad en aeropuertos: de cara a la campaña de consolidación y mantenimiento de la marca, se instalarán imágenes publicitarias en formato “columna” dentro de los principales aeropuertos canarios. Además, se instalarán vallas publicitarias en las salidas de los aeropuertos.

## **b) Promoción y comunicación en entornos digitales**

### **Medios pagados**

- Campañas de Facebook Ads: se pondrán en marcha campañas de Facebook Ads, que se mostrarán tanto en Instagram como en Facebook, cuyo objetivo principal será el tráfico de *leads* hacia nuestra plataforma y su posterior conversión en clientes. Las campañas a realizar serán las siguientes:
  - Campaña de reconocimiento: se trata de una campaña realizada con el objetivo principal de aumentar la conciencia de marca en la fase de lanzamiento de la plataforma. Para ello, a través del “Administrador de anuncios de Meta”, se

fijará nuestro público objetivo, inicialmente a nivel Canarias, en base a la segmentación realizada. Para esta campaña, se destinará un presupuesto de 20€/día, y tendrá un mes de duración (mes de enero de 2025).

- Campaña de tráfico: esta segunda campaña digital está enfocada en dirigir potenciales clientes hacia nuestra web, incrementando, por tanto, las posibilidades de reserva. Esta campaña tendrá un presupuesto de 30€/día y durará tres meses (desde febrero hasta abril de 2025).
- Campañas de Google Ads: las campañas en Google Ads son muy beneficiosas para RentFit al dirigir tráfico de alta intención a la plataforma. Para ello, es sumamente importante utilizar palabras clave específicas relacionadas con el turismo deportivo en Canarias y el alquiler de equipamiento deportivo. Concretamente, las campañas que se realizarán serán las siguientes:
  - Campaña de display: esta campaña nos permite mostrar nuestros anuncios en la Red de Display de Google, que incluye millones de sitios web y aplicaciones. Además, la herramienta permite segmentar por ubicación geográfica y factores demográficos. Con este fin, se han desarrollado *banners* creativos que se pueden observar en: [estrategia creativa](#). Asimismo, la inversión destinada ascenderá a 20€/diarios y tendrá una duración total de 4 meses (entre mayo de 2025 y enero de 2026, en tandas quincenales).
  - Campaña de búsqueda: esta acción nos permite mostrar anuncios de texto en los resultados del motor de búsqueda de Google, en base a palabras clave. En posteriores apartados se realiza un análisis más detallado de la estrategia SEO y SEM que se enmarca en esta campaña, si bien es preciso indicar que el presupuesto destinado para la misma asciende a 500€ para la totalidad del primer año de vida de RentFit (2025).

### **Medios propios**

- Creación de contenido en redes sociales: en nuestros perfiles de Instagram, Facebook y TikTok, nuestro equipo de marketing y redes sociales generará contenido de calidad, sin incurrir en costes adicionales. Algunos ejemplos de publicaciones para estas plataformas son las siguientes:

- Entrevistas a usuarios de la plataforma que cuenten su experiencia, como se observa en las Figuras 18 y 19.

**Figuras 18 y 19. Comunicaciones de testimonios reales de usuarios de RentFit, en Instagram**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Artículos novedosos de alta calidad publicados recientemente en la plataforma (“Mejores bicis de septiembre en RentFit”, por ejemplo).
- Ideas de actividades al aire libre en Canarias (“3 rutas en bici por Tenerife que no conocías”, por ejemplo).
- *Repost* de contenido generado por los propios usuarios.

## 5.4. Análisis específico de la implementación de la estrategia de promoción y comunicación

### 5.4.1. Inversión prevista y planificada

**Tabla 22. Inversión prevista y planificada de las acciones de promoción y comunicación**

Mes	Tipo de acción	Descripción	Coste por acción	Justificación del coste	Coste mensual en publicidad
<b>Enero</b>	Flyers	Reparto de 2.500 flyers en zonas turísticas	124,99 €	Precio ofertado por la imprenta Litografía Romero (ver <a href="#">anexo</a> ).	1.866,67€
	Publicidad exterior local	Alquiler de 2 vallas publicitarias en Santa Cruz de Tenerife durante 10 días	440€ (22€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 3 vallas publicitarias en Las Palmas de Gran Canaria durante 10 días	660€ (22€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
	Publicidad en redes sociales	Campaña de reconocimiento en Facebook Ads durante 10 días	600,00 €	Presupuesto de 60€ diarios	
	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads todo el mes	41,67€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	
<b>Febrero</b>	Publicidad en redes sociales	Campaña de tráfico en Facebook Ads durante 30 días	900,00€	Presupuesto de 30€ diarios	4.241,67€
	Publicidad exterior local	Alquiler de 2 vallas publicitarias en Santa Cruz de Tenerife durante 30 días	1.320,00 € (22€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 3 vallas publicitarias en Las Palmas	1.980,00 € (22€/día/valla)	Precio ofertado por la	

		de Gran Canaria durante 30 días		agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads todo el mes	41,67€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	
<b>Marzo</b>	Publicidad en redes sociales	Campaña de tráfico en Facebook Ads durante 30 días	900,00€	Presupuesto de 30€ diarios	941,67€
	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads todo el mes	41,67€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	
<b>Abril</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads todo el mes	41,67€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	3.624,42€
	Publicidad en redes sociales	Campaña de tráfico en Facebook Ads durante 30 días	900,00€	Presupuesto de 30€ diarios	
	Publicidad exterior internacional	Alquiler de 2 vallas publicitarias en Londres durante 15 días	766,50€ (22,55€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia 75 Media (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 3 vallas publicitarias en Berlín durante 15 días	1.149,75€ (22,55€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia 75 Media (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 2 vallas publicitarias en París durante 15 días	766,50€ (22,55€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia 75 Media (ver <a href="#">anexo</a> )	
<b>Mayo</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads todo el mes	41,67€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	3.324,42€
		Campaña de display en Google Ads todo el mes	600,00€	Presupuesto de 20€ diarios	
	Publicidad exterior internacional	Alquiler de 2 vallas publicitarias en Londres durante 15 días	766,50€ (22,55€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia 75 Media (ver	

				<a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 3 vallas publicitarias en Berlín durante 15 días	1.149,75€ (22,55€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia 75 Media (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 2 vallas publicitarias en París durante 15 días	766,50€ (22,55€/día/valla)	Precio ofertado por la agencia 75 Media	
<b>TOTAL CAMPAÑA DE LANZAMIENTO</b>					<b>13.998,84 €</b>
<b>Junio</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads durante 15 días	20,84€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	320,84€
		Campaña de display en Google Ads durante 15 días	300,00€	Presupuesto de 20€ diarios	
<b>Julio</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads durante 15 días	20,84€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	280,84€
		Campaña de display en Google Ads durante 13 días	260,00€	Presupuesto de 20€ diarios	
<b>Agosto</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de display en Google Ads todo el mes	600,00€	Presupuesto de 20€ diarios	600,00€
<b>Septiembre</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de display en Google Ads todo el mes	600,00€	Presupuesto de 20€ diarios	1.710,00€
	Publicidad en aeropuertos	Alquiler de 3 mupis en sala de recogida maletas Aeropuerto Reina Sofia durante 15 días	720,00€ (24€/mupi/día)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 2 mupis en sala de recogida maletas Aeropuerto Gran Canaria durante 15 días	390,00€ (13€/mupi/día)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
<b>Octubre</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads durante 15 días	20,84€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	320,84€

		Campaña de display en Google Ads durante 15 días	300,00€	Presupuesto de 20€ diarios	
<b>Noviembre</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads durante 15 días	20,84€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	320,84€
		Campaña de display en Google Ads durante 15 días	300,00€	Presupuesto de 20€ diarios	
<b>Diciembre</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de búsqueda en Google Ads durante 15 días	20,84€ (500€/año)	Precio ofertado por la agencia Dinamiza Digital	20,84€
<b>Enero 2026</b>	Publicidad en buscadores	Campaña de display en Google Ads durante 15 días	300,00€	Presupuesto de 20€ diarios	4.605,00€
	Publicidad en aeropuertos	Alquiler de 3 mupis en sala de recogida maletas Aeropuerto Reina Sofía durante todo el mes	1.080,00€ (24€/mupi/día)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 3 mupis en sala de recogida maletas Aeropuerto Gran Canaria durante todo el mes	585,00€ (13€/mupi(día))	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
	Publicidad exterior aeropuertos	Alquiler de 2 vallas publicitarias en carretera de salida del Aeropuerto Reina Sofía durante todo el mes	1.320,00€ (22€/valla/día)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
		Alquiler de 2 vallas publicitarias en carretera de salida del Aeropuerto Gran Canaria durante todo el mes	1.320,00€ (22€/valla/día)	Precio ofertado por la agencia JFT Comunicación (ver <a href="#">anexo</a> )	
<b>TOTAL CAMPAÑA DE CONSOLIDACIÓN Y MANTENIMIENTO</b>					<b>8.179,18€</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN PREVISTA EN PUBLICIDAD</b>					<b>22.178,02€</b>

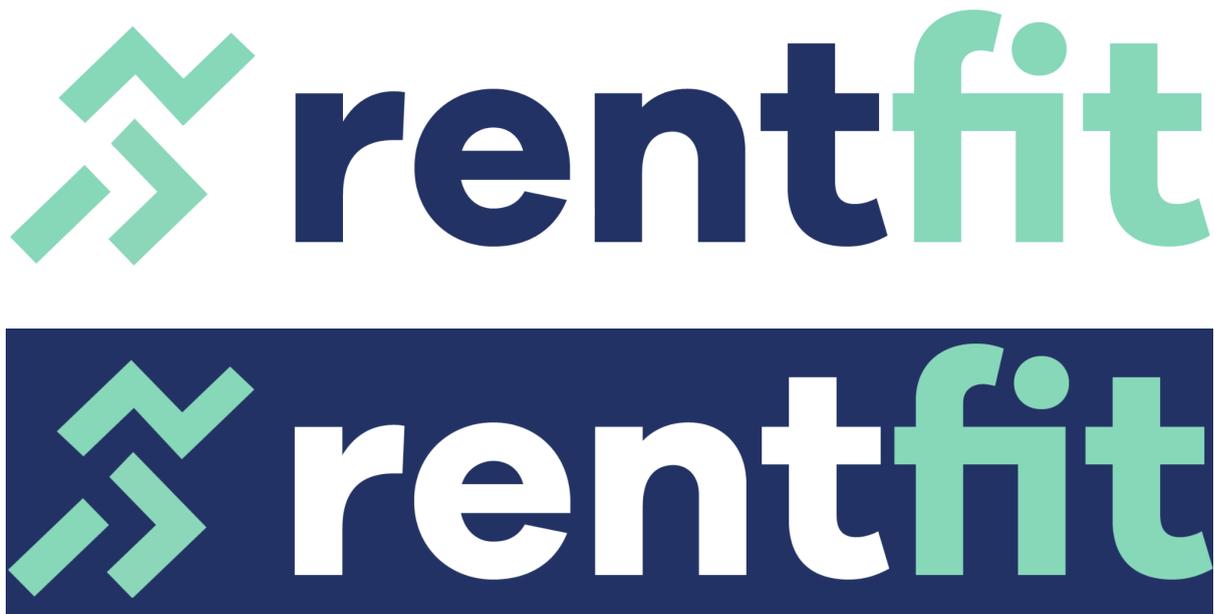
Fuente: elaboración propia (2024).

### 5.4.2. Estrategia creativa

RentFit es una combinación de dos conceptos en inglés, "rent" y "fit", que reflejan la esencia de la marca: la idea de mantenerse en forma mientras se fomenta la economía colaborativa. El nombre es corto, fácil de recordar e internacional. Nuestra identidad visual está cuidadosamente detallada en el [manual de identidad corporativa de RentFit](#).

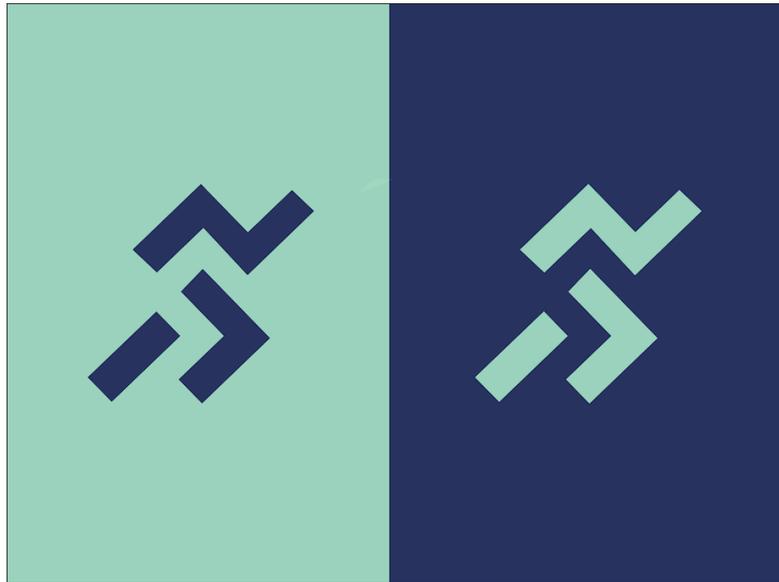
El logotipo de RentFit representa el compromiso de la empresa con la actividad que ofrece, transmitiendo la sensación de libertad que deseamos que nuestros clientes experimenten (ver Figuras 20 y 21). El símbolo gráfico que acompaña al nombre es la representación de una persona corriendo, que simboliza el movimiento, la actividad y la energía (ver Figura 22). Los colores principales del logotipo reflejan el enfoque moderno e innovador de RentFit, transmitiendo una imagen vibrante y dinámica (ver Figura 23).

**Figuras 20 y 21. Logotipo de RentFit**



*Fuente: elaboración propia (2024) a través del programa Adobe Creator.*

**Figura 22. Elemento gráfico de RentFit**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Figura 23. Paleta de colores de RentFit**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

Adicionalmente, en la Figura 24 se puede observar la tipografía seleccionada para las comunicaciones corporativas de RentFit.

**Figura 24. Tipografía de RentFit**

# Títulos

## Subtítulos

### Bloques de texto

*Fuente: elaboración propia (2024).*

#### **5.4.3. Formatos y Medios publicitarios**

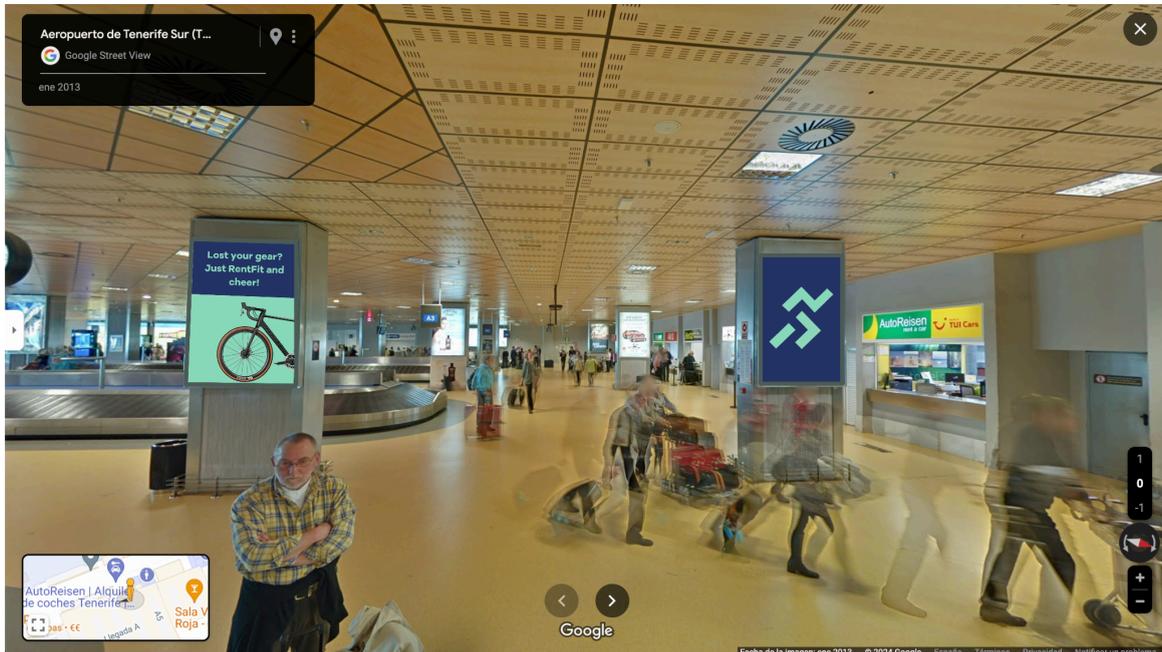
Tanto para la campaña de lanzamiento de la marca, como para la de consolidación y mantenimiento, haremos uso de los siguientes formatos y medios publicitarios.

##### **1. Publicidad exterior:**

Consideramos esencial en un inicio darnos a conocer por medio de publicidad exterior, ya que la ubicación de nuestras acciones publicitarias juega un papel fundamental. Es más, según la AIMC (Asociación para los Medios de la Comunicación), en 2023, la publicidad exterior es el tercer medio que más audiencia genera (Nemain, 2023). Dentro del medio publicitario exterior, se distinguen dos acciones publicitarias:

- Publicidad exterior en aeropuertos locales: se trata de la instalación de vallas publicitarias tanto en el interior de los principales aeropuertos canarios (en *lounges* de espera o salas de recogida de equipaje) como en el exterior de los mismos, a través de vallas publicitarias de gran tamaño en las carreteras de salida del aeropuerto, para que sea el primer estímulo publicitario que ve el turista en su llegada a Canarias. En las Figuras 25, 26 y 27 se observan vallas de muestra.

**Figura 25. Publicidad exterior en sala de recogida de equipajes del Aeropuerto de Tenerife Sur**



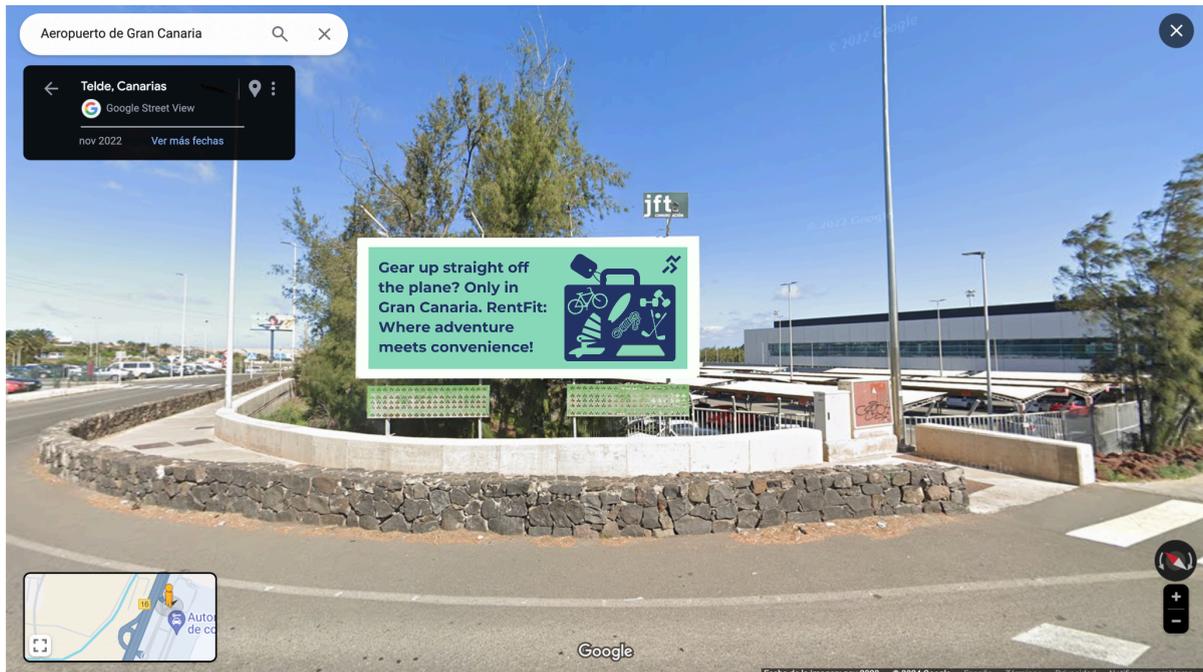
*Fuente: imagen original extraída de Google Street View (2013). Elaboración propia (2024).*

**Figura 26. Publicidad exterior en carretera de salida del Aeropuerto de Tenerife Sur**



*Fuente: imagen original extraída de Google Street View (2022). Elaboración propia (2024).*

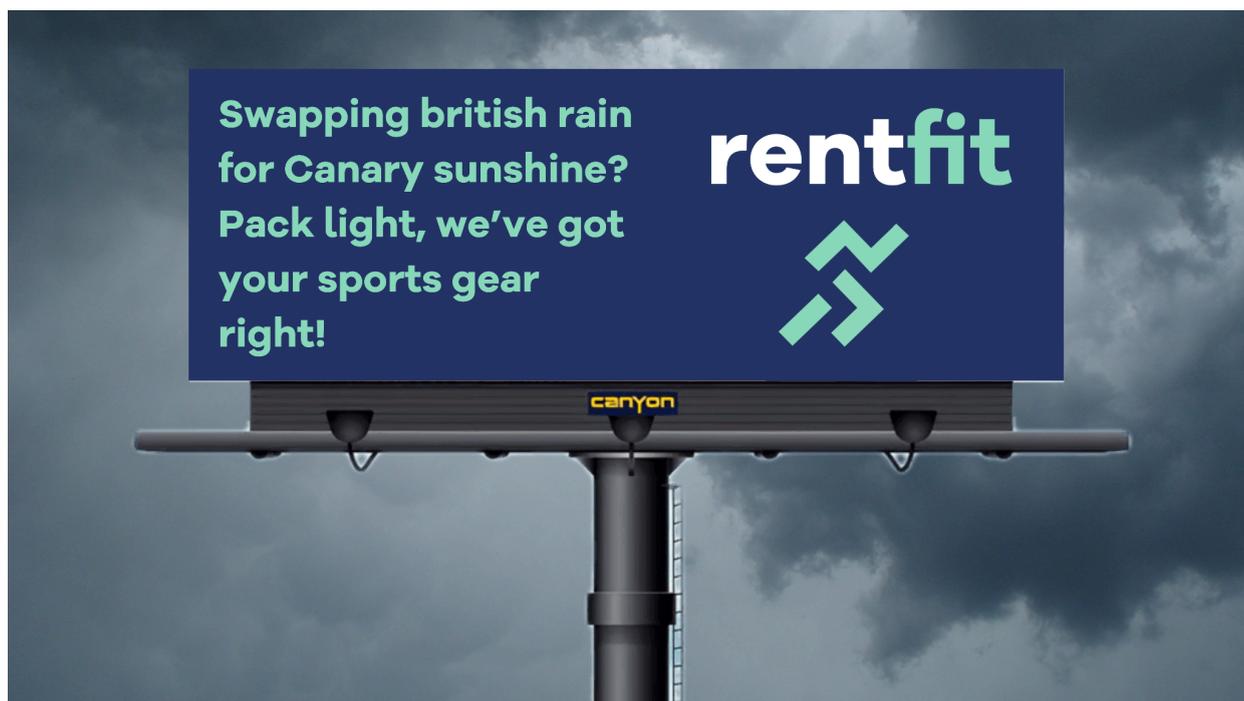
**Figura 27. Publicidad exterior en carretera de salida del Aeropuerto de Gran Canaria**



*Fuente: imagen original extraída de Google Street View (2022). Elaboración propia (2024).*

- Publicidad exterior internacional: consiste en la instalación de vallas en zonas urbanas concurridas en las principales ciudades europeas. Consideramos clave atraer la atención de nuestro cliente potencial incluso cuando este se encuentra en su lugar de origen. En la Figura 28 se observa un ejemplo de este tipo de publicidad.

**Figura 28. Publicidad exterior internacional en Londres**

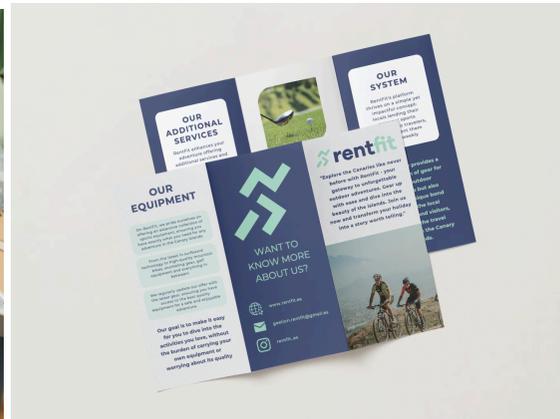


*Fuente: elaboración propia (2024).*

## **2. Folleto publicitario:**

El folleto publicitario presenta algunas ventajas muy interesantes para nuestro proyecto: son manejables, polivalentes y nos permiten enfocarnos en nuestro público objetivo (*targeting*) (Redacción, 2022). Nuestro folleto estará dirigido a turistas que pueden formar parte de nuestro mercado potencial, y haremos entrega de ellos en áreas de alta concentración turística, como Los Cristianos o Maspalomas. En las Figuras 29-34 se observa el diseño del folleto.

Figuras 29, 30, 31, 32, 33 y 34. Folleto publicitario de RentFit

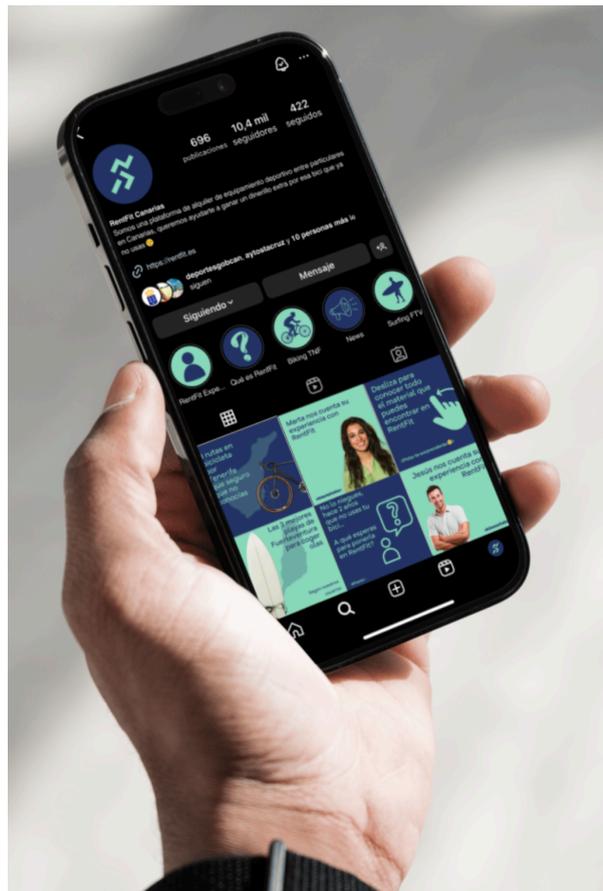
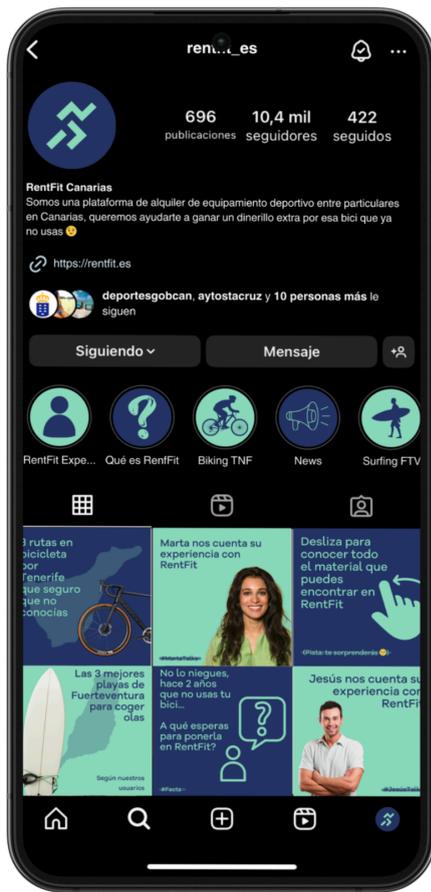


Fuente: elaboración propia (2024).

### 3. Perfil en redes sociales:

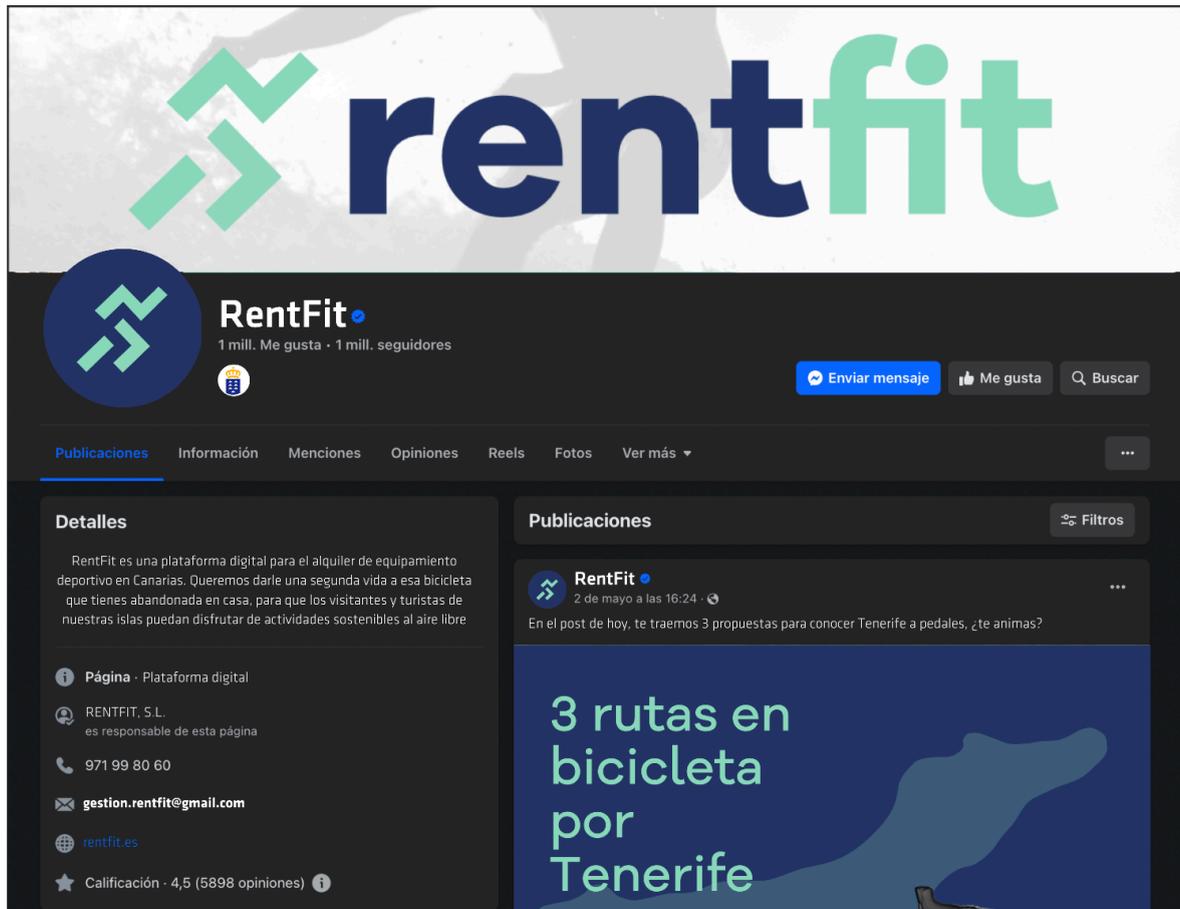
Como parte de nuestra estrategia publicitaria, contaremos con perfil en redes sociales. Concretamente, estaremos presentes en Instagram, Facebook y TikTok. A continuación se observa nuestro perfil en las redes mencionadas, bajo el nombre de @rentfit\_es.

**Figuras 35 y 36. Perfil de RentFit en Instagram**



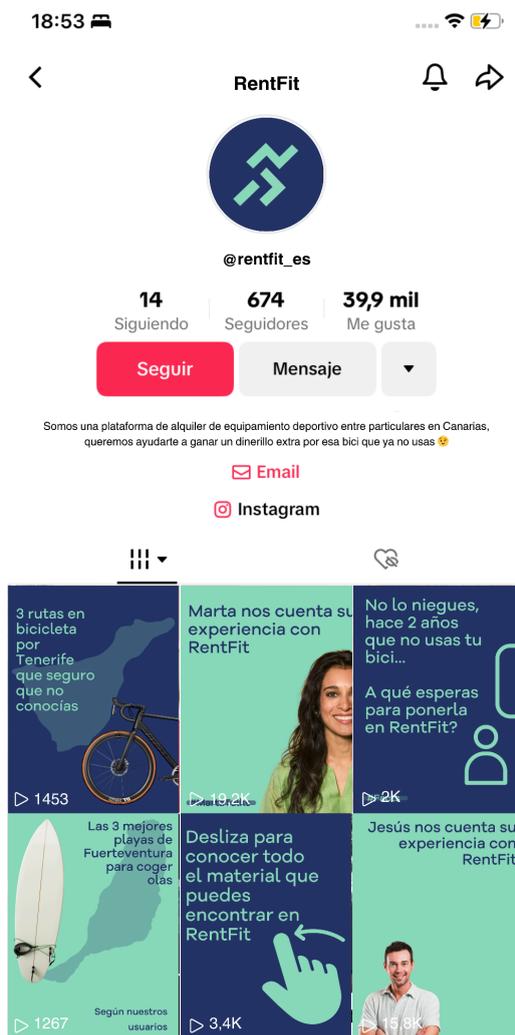
*Fuente: elaboración propia (2024).*

Figura 37. Perfil de RentFit en Facebook



Fuente: elaboración propia (2024).

**Figura 38. Perfil de RentFit en TikTok**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

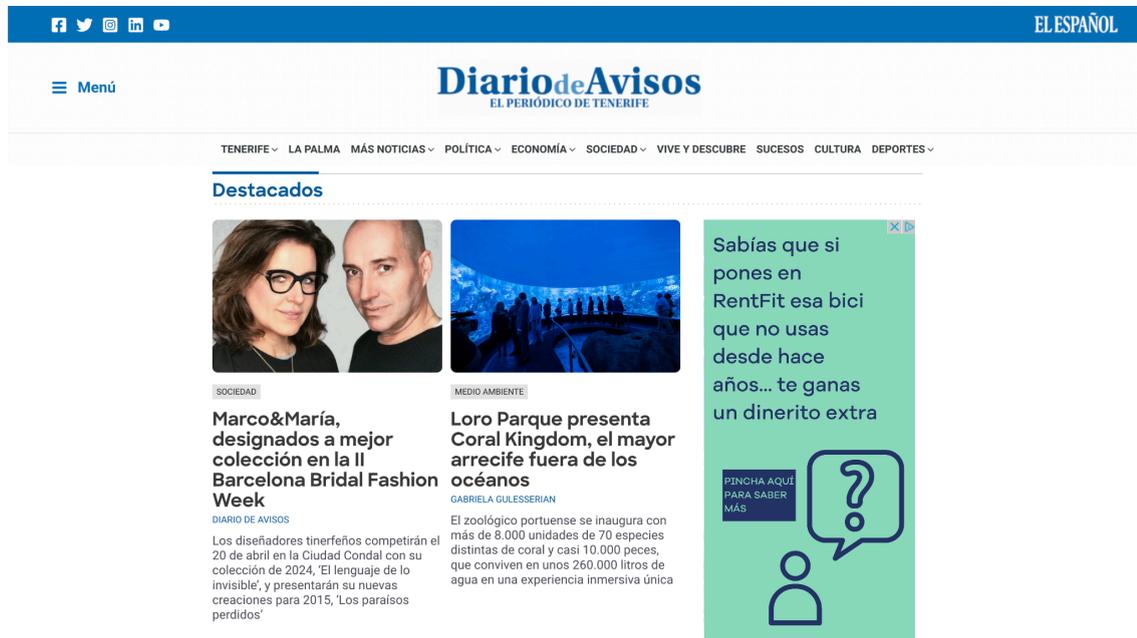
**4. Banner web:**

Los *banners* serán de gran utilidad para aumentar la visibilidad de la marca y llegar a una audiencia más amplia (La Mina Digital, 2023). Dada su versatilidad y su alcance, haremos uso de los *banners* web con dos objetivos diferenciados:

- Atraer a propietarios de equipamientos deportivos en Canarias, para que ofrezcan los mismos en RentFit. Para ello, colocaremos nuestros *banners* en

páginas frecuentadas por los canarios, como por ejemplo, periódicos locales como el Diario de Avisos, como se observa en la Figura 39.

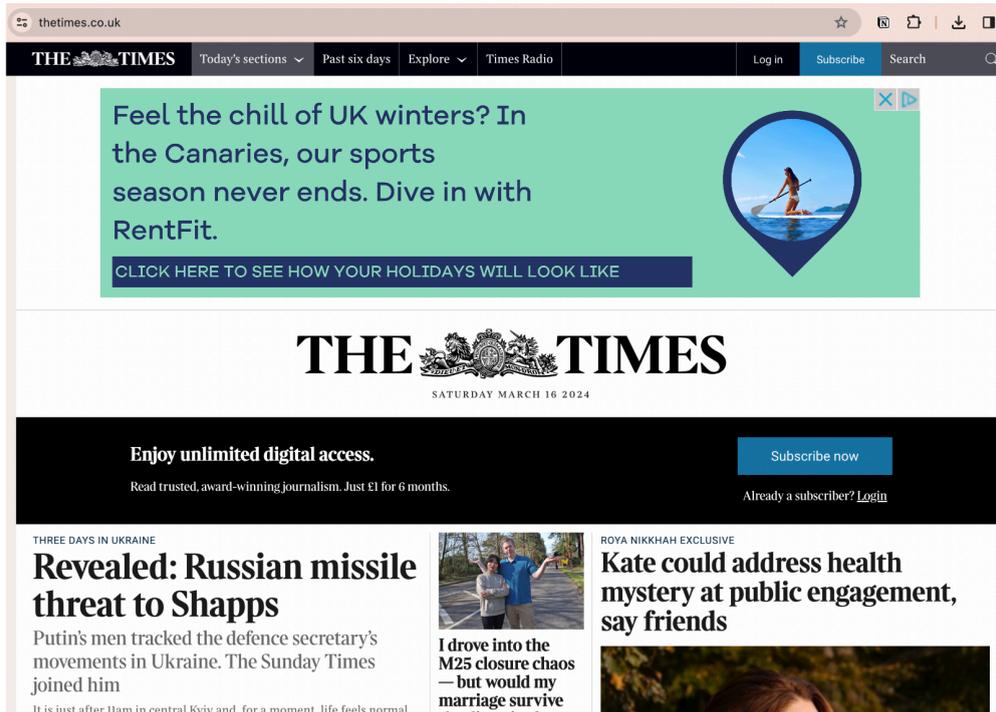
**Figura 39. Banner web de uso local**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

- Fomentar los alquileres en la plataforma por parte de visitantes extranjeros. Para ello, haremos uso de *banners* para anunciar la plataforma en páginas web frecuentadas en los países de origen de nuestro público objetivo, como se observa a continuación, en el conocido periódico británico *The Times*.

**Figura 40. Banner web de uso internacional**



Fuente: elaboración propia (2024).

#### 5.4.4. Medición de la efectividad

**Tabla 23. Medición de la efectividad de las acciones de promoción y comunicación**

Acción	Periodicidad y momento de la acción	KPI que indica su efectividad	Persona/equipo encargado de su medición	Periodicidad de la medición de efectividad
Creación de la página web	Única, desde agosto hasta diciembre 2024 (previo a apertura)	Nº visitas	Equipo directivo	Semanal, todos los viernes
Campaña de búsqueda en Google Ads	Mensual, de enero 2025 a abril 2025	Nº de clicks y visitas generadas	Equipo de marketing	Mensual, primer lunes de cada mes
Reparto de folletos	Única, fines de semana de enero 2025	Nº folletos entregados	Equipo de marketing	Tras la realización de la acción, a final de enero
Alquiler de vallas publicitarias en Santa Cruz y Las Palmas	Mensual, meses de enero y febrero 2025	Tasa de variación de anuncios en la plataforma desde la instalación de las vallas	Equipo de marketing	Semanal, todos los lunes de enero y febrero

<b>Campaña de reconocimiento en Facebook Ads</b>	Única, enero 2025	Nº de clicks y visitas generadas	Equipo de marketing	Semanal, todos los lunes de enero
<b>Campaña de tráfico en Facebook Ads</b>	Mensual, meses de febrero, marzo y abril 2025	Nº de clicks y visitas generadas	Equipo de marketing	Semanal, todos los viernes de septiembre, noviembre y diciembre
<b>Alquiler de vallas publicitarias en ciudades europeas</b>	Mensual, meses de abril y mayo 2025	Tasa de variación de reservas desde la instalación de las vallas	Equipo de marketing	Semanal, todos los lunes de abril y mayo
<b>Alquiler de mupis dentro de los aeropuertos canarios</b>	Mensual, meses de septiembre de 2025 y enero de 2026	Tasa de variación de reservas desde la instalación de los mupis	Equipo de marketing	Semanal, todos los lunes de septiembre y enero
<b>Alquiler de vallas publicitarias en salida de aeropuertos</b>	Mensual, mes de enero de 2026	Tasa de variación de anuncios en la plataforma desde la instalación de las vallas	Equipo de marketing	Semanal, todos los lunes de enero
<b>Campaña de display en Google Ads</b>	Mensual, meses de mayo 2025 a enero 2026	Tasa de variación de reservas desde la puesta en marcha	Equipo de marketing	Semanal, todos los lunes desde mayo hasta enero
<b>Creación de contenido para redes sociales</b>	De forma constante, varias veces a la semana	Alcance de las publicaciones	Equipo de Social Media	Dos semanas después de cada publicación realizada
<b>Concurso “Canarias en una foto”</b>	Única, mes de mayo 2025	Nº de usuarios participantes en el concurso	Equipo de Social Media	Tras la finalización de la acción, finales de mayo de 2025
<b>Reto “30 días de vacaciones en Canarias”</b>	Única, mes de julio de 2025	Nº de usuarios participantes en el concurso	Equipo de Social Media	Tras la finalización de la acción, mes de agosto de 2025

*Fuente: elaboración propia (2024).*

#### 5.4.5. Registro en redes, portales y buscadores

La optimización para motores de búsqueda (SEO) y la creación de un perfil de empresa en Google son esenciales para mejorar la visibilidad y accesibilidad de RentFit en la búsqueda y en plataformas como Maps (Google para Pymes, s. f.).

En este sentido, para asegurar una presencia notable de RentFit en Google, es esencial implementar estrategias efectivas de SEO y SEM, adaptadas a las características y necesidades del público objetivo de la plataforma.

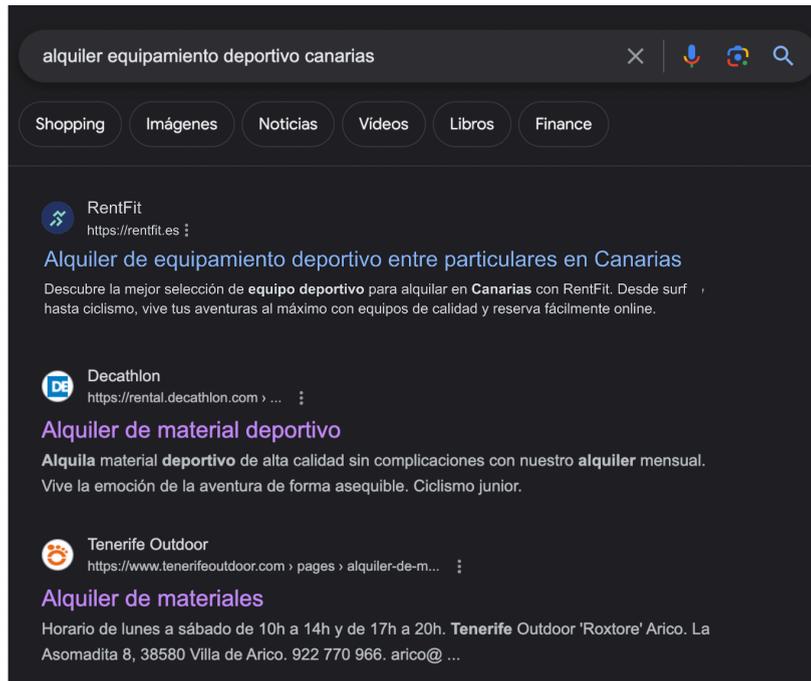
**Tabla 24. Estrategia y acciones SEO y SEM de RentFit**

Estrategia	Acción	Descripción y ejemplos
SEO	Investigación de palabras clave	Identificar términos específicos usados por clientes potenciales, como "alquiler de equipo de surf en Canarias" o "bicicleta de montaña en Tenerife"
	Optimización del contenido	Crear contenido valioso que integre las palabras clave, como por ejemplo guías de actividades y consejos para seleccionar equipos.
	Mejora técnica del sitio web	Optimizar el sitio web para mayor velocidad, seguridad y adaptabilidad móvil con el fin de mejorar la experiencia del usuario
SEM	Campañas en Google Ads	Colocar anuncios dirigidos a palabras clave específicas, como "alquiler de SUP en Fuerteventura" o "equipo de senderismo en Gran Canaria".
	Segmentación y optimización de anuncios	Aprovechar la segmentación geográfica y de intereses; ajustar ofertas y presupuesto para maximizar el ROI
	Landing pages optimizadas	Desarrollar páginas de destino específicas para cada campaña SEM, asegurando su relevancia con las palabras clave y anuncios usados

*Fuente: elaboración propia (2024).*

El objetivo final de estas acciones, es posicionarnos como primera opción en el momento en el que un cliente potencial busque información sobre nuestro servicio, tal y como se puede observar en la Figura 41.

**Figura 41. Posicionamiento deseado en buscadores**



*Fuente: captura de pantalla del buscador de Google (2024). Elaboración propia (2024).*

## 5.5. Resumen objetivos, estrategias y acciones de marketing

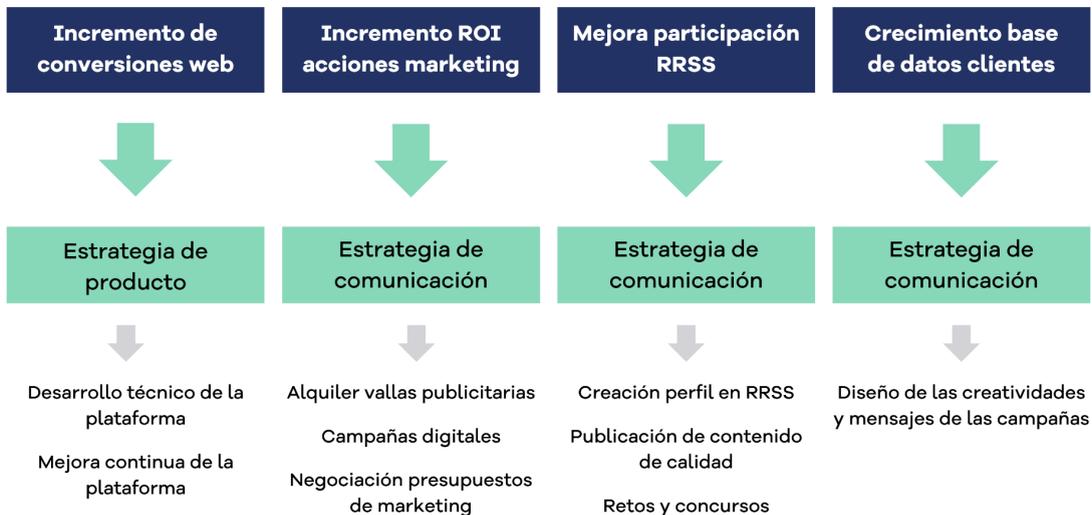
A modo de resumen de lo explicado a lo largo del punto 5 del trabajo, en las Figuras 42 y 43, se encuentra una relación entre los objetivos de marketing, las estrategias, y las acciones planteadas, diferenciando los objetivos cualitativos de los cuantitativos.

**Figura 42. Objetivos cualitativos, estrategias y acciones de marketing**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Figura 43. Objetivos cuantitativos, estrategias y acciones de marketing**

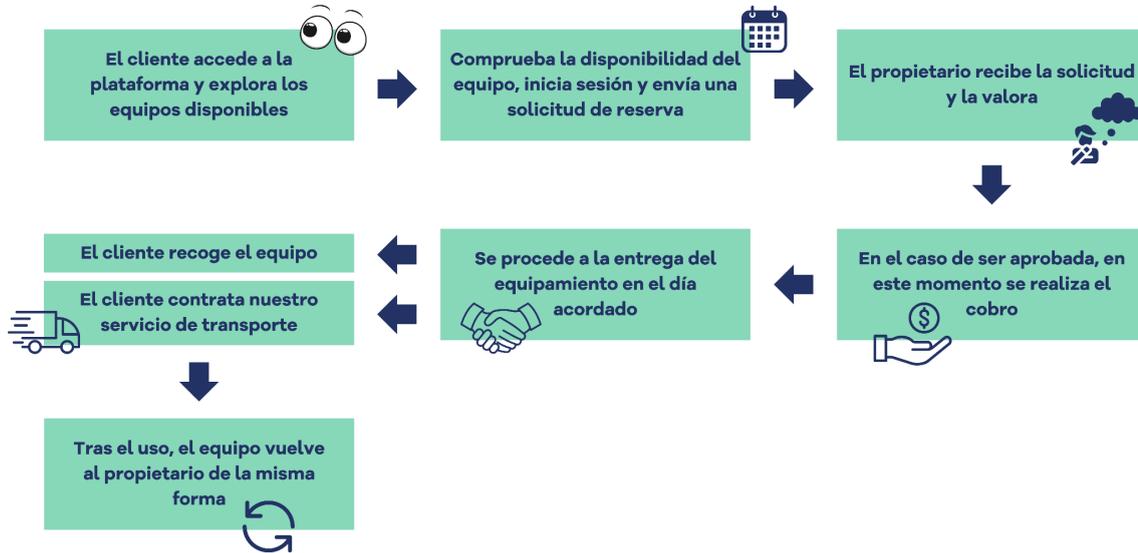


*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 6. PLAN DE PRODUCCIÓN O DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

### 6.1. Esquema de la planificación, desarrollo y ejecución del bien o servicio

Figura 44. Pasos para publicar un anuncio en RentFit



Fuente: elaboración propia (2024).

Figura 45. Pasos para alquilar a través de RentFit



Fuente: elaboración propia (2024).

## 6.2. Características detalladas del proceso de fabricación o de prestación del servicio

### a) Aspectos preliminares

En esta primera fase del plan de producción se desarrolla la plataforma en sí, incluyendo todas las funcionalidades necesarias para que la relación propietario-cliente sea lo más directa posible. Se trata de una fase clave, con un elevado uso de recursos tecnológicos para el desarrollo web, de la mano de la empresa Software Development Hub.

### b) Puesta a disposición de los equipos

El primer paso es darse de alta como propietario dentro de la plataforma. Para ello, puede conectar su cuenta de Google o darse de alta con su correo electrónico, como se observa en la Figura 46. En ambos casos, hacemos uso del sistema de doble confirmación (sistema doble *opt-in*) como mecanismo de verificación del consentimiento, con el fin de asegurarnos que los correos electrónicos no son ficticios, tal y como aconseja la Agencia Española de Protección de Datos (Lefebvre, 2023).

**Figura 46. Inicio de sesión como propietario en RentFit**



*Fuente: captura de pantalla del prototipo web RentFit. Elaboración propia (2024).*

El siguiente paso para el propietario es acceder a su perfil y facilitar sus datos personales, datos de contacto, datos deportivos y una breve descripción sobre él/ella. Consideramos interesante que en este paso se aporten datos concretos sobre los deportes y/o aficiones preferidas del propietario con el fin de poder conectar con los clientes interesados en dicho deporte. Concretamente, los datos que recopilamos de los propietarios son indicados en la Tabla 25.

**Tabla 25. Datos para registrarse en RentFit**

Datos personales	Datos de contacto	Datos deportivos	Datos económicos	Breve descripción	Galería de fotos
Nombre y apellidos	Correo electrónico	Deportes favoritos	Selección del método de cobro deseado y frecuencia: - Cuenta bancaria - PayPal - Google Pay - Apple Pay	Zona de texto libre para que el propietario pueda describirse a sí mismo como considere oportuno	El propietario puede añadir hasta 10 fotos suyas (por ejemplo, practicando deporte), para generar una relación más cercana con el cliente
Fecha de nacimiento	Número de teléfono	Otras aficiones			
Género	Dirección (punto de recogida de los equipos)				

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Una vez configurado el perfil, desde la propia zona de propietario, se accede al botón “nuevo anuncio”, en el que se despliega a continuación los campos a configurar para publicar un nuevo equipo en RentFit.

**Tabla 26. Datos para publicar un nuevo anuncio en RentFit**

Datos básicos	Características técnicas	Estado del equipamiento	Datos económicos	Disponibilidad	Galería de fotos
Título del equipo	En función del equipamiento que se trate, se deben indicar una serie de características técnicas que permitan determinar la idoneidad o no del equipo para un determinado usuario (*).	Se debe indicar en qué estado de uso se encuentra el equipamiento: - Nuevo/casi sin uso - Muy poco uso - Uso moderado - Bastante uso	Precio por día de alquiler	Días que se encuentra disponible para alquilarse el equipo, al menos durante los próximos 3 meses	Fotos de buena calidad del equipo
Breve descripción			Condiciones especiales para alquiler de larga duración, si aplica		Fotos de detalles técnicos (en las que se aprecien los desperfectos, si los hubiera)
Categorizar el equipo dentro de las siguientes opciones: - Ciclismo de carretera - Ciclismo de montaña - eBikes - Surf - Windsurf - Kitesurf - Kayaking - Golf - Deportes de raqueta - Escalada, montañismo y senderismo - CrossFit y musculación - Otros deportes					

acuáticos - Otras actividades	(* Ver Tabla 27)				
----------------------------------	------------------	--	--	--	--

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Respecto a las características técnicas, en la Tabla 27 se recogen las mínimas indispensables para algunos deportes. No obstante, en el caso del resto de deportes, si el equipo de RentFit considera que falta alguna característica técnica fundamental, se rechazará el anuncio y se contactará con el propietario para que la incluya.

**Tabla 27. Características técnicas de los anuncios en RentFit**

Equipamiento	Características técnicas mínimas a incluir en el anuncio
<b>Bicicletas (tanto de carretera, de montaña o eBike)</b>	Talla, tipo de bicicleta (montaña, urbana, triatlón, etc.), tipo de cuadro (carbono, aluminio...), marca y modelo de los componentes (cambios, frenos), tipo de ruedas y peso de la bicicleta. Para las eBikes, es esencial indicar las características de la batería (autonomía, potencia, etc.). En el caso de ofrecer también accesorios, se debe indicar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cascos: indicar si están homologados, su talla y material.</li> <li>• Luces: indicar la potencia lumínica de las mismas.</li> </ul>
<b>Surf</b>	Tipo y tamaño de la tabla, tipo de quilla ( <i>single fin</i> , <i>twin fin</i> , etc.) y material de la tabla. Esencial indicar si se incluye la correa.
<b>Golf</b>	Tipo de palo (maderas, hierros, híbridos o <i>putter</i> ), medidas y peso. Se debe indicar si se incluye una bolsa para los palos y pelotas.
<b>CrossFit y musculación</b>	Tipo de material (mancuerna, barra de halterofilia, <i>kettlebell</i> , balón medicinal, etc.), peso y marca.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Por otro lado, el propietario puede configurar en su anuncio si desea que el equipo sea reservado de forma directa por un cliente, o si por el contrario desea que el cliente envíe una solicitud y, una vez el propietario la ha evaluado, cerrar la reserva.

De esta forma, una vez el propietario ha diseñado su anuncio con la información indicada, el equipo de RentFit lo recibe y valora si el anuncio es correcto y completo, así como el estado del equipamiento que se desea alquilar, y la fiabilidad del propietario. En esta fase se tiene en especial consideración la seguridad de la persona que lo va a usar. Además, también se evalúa si el precio es razonable o si se trata de un precio ilógico. También se prestará atención a la calidad de las fotos, en tanto que sean identificables las características principales del objeto.

En el caso de que el equipo de RentFit considere que el anuncio no es apropiado o que falta alguna información esencial, se contactará con el propietario para comunicárselo. Por otro lado, si el anuncio es correcto y obtiene el visto bueno de RentFit, estará preparado para publicarse en la plataforma. Una vez se encuentra visible, el propietario puede gestionarlo desde su área privada, pudiendo modificar cualquier aspecto del mismo (descripción, precio, fotos, etc.), en la que también puede comunicarse con los clientes a través de un “chat”.

### **c) Alquiler de los equipos**

El primer paso para un potencial cliente que accede a la plataforma es explorar los equipos disponibles. Puede hacer uso de los filtros de la plataforma (filtrando por deporte o por fecha de disponibilidad de los equipos). En este punto, aún no es necesario iniciar sesión.

Una vez se ha encontrado el equipo deportivo que se desea alquilar, y se ha verificado que está disponible para las fechas seleccionadas, el cliente debe enviar una solicitud de reserva al propietario (salvo que este tenga activada la opción de reserva directa). Antes de enviar la solicitud, es necesario iniciar sesión o registrarse en la plataforma. Para ello, el procedimiento es igual que el establecido para el registro de los propietarios, haciendo uso de la doble confirmación y recopilando los mismos datos, con el fin de poder cruzarlos y establecer relaciones.

Cuando el usuario ya está dado de alta y con la sesión iniciada, puede enviar solicitudes de reserva para aquellos equipos en los que esté interesado. Dicha solicitud incluirá las fechas en las que estaría interesado en alquilar el equipo, y permitirá al propietario acceder al perfil del cliente. En este momento también se habilita un “chat” en el que propietario y cliente pueden intercambiar información incluso antes de cerrar la reserva.

Tras la aprobación de la solicitud por parte del propietario, se considera “cerrada” la reserva y se procede a cobrarle el importe correspondiente al cliente, transfiriendo el dinero a la cuenta del propietario. Así mismo, en este momento es cuando se le cobra al propietario la comisión por el uso de la plataforma, y al cliente la comisión de servicio.

El día estipulado en la reserva, se le hace entrega al cliente del equipo deportivo. En esta fase, el cliente tiene dos opciones (entre las que debe elegir con un mínimo de 24 horas de antelación al día de inicio de la reserva):

1. El cliente se desplaza hasta el lugar determinado por el propietario, bajo sus propios medios, y recoge personalmente el equipo.
2. El cliente contrata con RentFit el servicio de recogida y transporte, con un cargo extra que se abona de forma automática el día siguiente de finalizar el periodo de reserva.

Tras haber transcurrido el periodo de uso del equipamiento deportivo, este debe retornar a su propietario. En este sentido, en función de la opción seleccionada en el momento de la reserva, el método de entrega será igual.

Finalmente, en los anexos del trabajo se puede observar un ejemplo de un [anuncio en RentFit](#).

### **6.3. Recursos de localización, técnicos, humanos y materiales requeridos**

#### **6.3.1. Recursos de localización**

El proyecto no tendrá una ubicación geográfica concreta por no considerarlo necesario, ya que se trata de un servicio totalmente digital sin componente físico al no acumular existencias. De esta forma, tanto los propios fundadores como los empleados de RentFit, nos sumamos a los más de 3 millones de españoles que ya trabajan desde casa (País et al., 2024). No obstante, es preciso destacar que, como se comentará posteriormente, la Sociedad tiene domicilio fiscal en Santa Cruz de Tenerife.

El hecho de constituirnos como una empresa con un sistema de trabajo en remoto nos permite atraer talento cualificado de diferentes partes del mundo, tal y como indica la plataforma Buffer, que afirma que el 99% de los profesionales del campo tecnológico e informático encuestados, prefieren el teletrabajo frente al trabajo tradicional (Gamarra, 2024).

Finalmente, es preciso destacar que al acogernos a esta modalidad de trabajo en remoto, nos ceñimos también a lo establecido en la Ley 10/2021, de 9 de julio, de trabajo a distancia, que establece el marco regulatorio para dicho sistema.

### 6.3.2. Recursos humanos

**Tabla 28. Recursos humanos de RentFit**

Denominación del puesto de trabajo	Número de personas
Administrador/a	2
Informático/a	1
Responsable de marketing y ventas	1
Social Media Manager	1
Controller financiero	1
Contable	1
<b>TOTAL EMPLEADOS A TIEMPO COMPLETO</b>	<b>7</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 6.4. Recursos y mantenimiento de sistemas, hardware, software, web, bases de datos, seguridad y telecomunicaciones

### 6.4.1. Innovación tecnológica, arquitectura de sistemas, plataforma hardware a utilizar, valoración de externalización y mantenimiento

La propuesta de negocio que presenta RentFit ya resulta innovadora de por sí. De hecho, nos servimos del desarrollo tecnológico para aplicarlo a la generación de un servicio, pudiendo definirnos como una empresa de base tecnológica de acuerdo a la Universidad de Murcia (s.f.).

Por otro lado, en lo que al hardware se refiere, se requieren pocos dispositivos para el desarrollo de la actividad de la empresa. Estos son los siguientes:

- Ordenador portátil Windows: cada empleado contará con su propio ordenador. Concretamente, el ordenador que se usará será el portátil de la marca HP, modelo EliteBook 840 G7, dada su ligereza para ser transportado cómodamente, y su potencia para trabajar con gran cantidad de datos (Support HP, s.f.). Además, cabe destacar que este portátil trae instalado el sistema operativo Windows 10 (Support HP, s.f.).

- Teléfono móvil de empresa: al igual que con el ordenador, cada empleado de RentFit contará con un teléfono móvil. Concretamente, el iPhone SE de Apple.

Estos dispositivos serán adquiridos en propiedad por la empresa y su mantenimiento se llevará a cabo de forma mensual por el informático que forma parte de la plantilla de RentFit. El mantenimiento de estos dispositivos no solo incluye el mantenimiento físico, sino también la actualización del software y la instalación de programas de ciberseguridad y “antivirus” que los mantengan protegidos.

#### 6.4.2. Servidores web, de aplicaciones, de contenidos, bases de datos, software estándar y desarrollos a medida / páginas web, política de mantenimiento, política de seguridad

##### a) Servidores

A día de hoy existen dos alternativas principales en lo que a servidores se refiere, por un lado están los servidores *on-premise* y por otro lado están los servidores *cloud* (Marques, 2023). En la Tabla 29 se observan las características de cada tipo de servidor, así como sus ventajas e inconvenientes.

**Tabla 29. Comparativa servidores *On-premise* vs *Cloud***

Tipo de servidor	On-premise	Cloud
<b>Características</b>	Servidores propios almacenados físicamente en las instalaciones de la empresa (Marques, 2023).	Servicio de alquiler de los servidores a empresas especializadas (Marques, 2023).
<b>Ventajas</b>	Plena posesión y custodia de los datos (Marques, 2023).	Bajos costes iniciales (Marques, 2023). Mantenimiento prácticamente inexistente (Marques, 2023). Gran escalabilidad (Marques, 2023). Generalmente más seguro (Marques, 2023).
<b>Inconvenientes</b>	Necesidad de una gran inversión inicial (Marques, 2023)	No se posee el 100% del control de la información almacenada (Marques, 2023).

Fuente: varios. Elaboración propia (2024).

Teniendo en cuenta todas las características mencionadas de los dos sistemas principales de servidores, decidimos que la plataforma RentFit estará construida sobre

servidores *cloud*, dado que como se comentó anteriormente, a priori no vamos a contar con una ubicación física en la que establecernos, por lo que descartamos los servidores “in situ”. Adicionalmente, la seguridad, la escalabilidad y los menores costes iniciales que presentan los servidores *cloud* hacen que nos hayamos decantado por esta opción.

**b) Enterprise Resource Planning (ERP) y Customer Relationship Management (CRM)**

Hemos comparado las principales alternativas que existen en el mercado de los ERPs (*Enterprise Resource Planning*) en la Tabla 30.

**Tabla 30. Comparativa ERP**

Nombre	Ventajas	Inconvenientes
	Intuitivo y fácil de usar. Agilidad y control en tiempo real. Posibilidad de incrementar las funcionalidades agregando módulos. (SPNet & SPNet, 2024).	Falta de integración con muchas soluciones. (SPNet & SPNet, 2024).
	Personalizable y altamente funcional. Permite la automatización de múltiples procesos. Brinda una funcionalidad amplia y completa con una amplia variedad de módulos. (Melanie, 2023).	Puede tener un coste bastante superior a otras alternativas. La curva de aprendizaje de los usuarios puede ser larga. (Melanie, 2023).
	Sistema multimódulo. Ofrece funciones de inteligencia empresarial y análisis de datos. Ofrece características de seguridad. (Melanie, 2024).	La implementación puede ser costosa y difícil. Algunos módulos pueden no ser intuitivos. (Melanie, 2024).
	Elaborado a medida para RentFit. Flexibilidad en la creación de nuevos módulos que se ajusten a las necesidades. Asistencia directa en caso de incidencia técnica.	Dar con lo que necesitamos puede ser un proceso largo y costoso. Tiene que existir una comunicación muy fluida entre la empresa y el desarrollador para evitar brechas en el sistema.

*Fuente: varios. Elaboración propia (2024).*

Por otro lado, en la Tabla 31 (*Customer Relationship Management*) se muestra una comparativa de los principales softwares de CRM disponibles en el mercado.

**Tabla 31. Comparativa CRM**

Nombre	Ventajas	Inconvenientes
	Permite escalar funcionalidades de forma paulatina. Ofrece buenos reportes. Permite crear automatizaciones de procesos (Los 5 Mejores CRM De Ventas 2023   SEIDOR, 2023).	Dificultad de configuración e implementación. No es configurable para procesos de venta muy específicos. (Mailclick, 2023)
	Requiere menos desarrolladores para diseñar e implementar el sistema. Capacidades de personalización y configuración. Capacidades de integración. (Dangwal & Dangwal, 2022).	Depende de una conexión a internet para funcionar correctamente. Demasiados sistemas integrados pueden ralentizarlo. (Dangwal & Dangwal, 2022).
	Soluciones de soporte sólidas. Interfaz de usuario sencilla y fácil de manejar. (Vesa & Vesa, 2023).	Falta de seguimiento de comunicaciones. Limitaciones en informes y análisis. (Zendesk Sell Software Reviews, Pros and Cons - 2024 Software Advice, 2018)
<b>CRM personalizado</b> 	Elaborado a medida para RentFit. Flexibilidad en la creación de nuevos módulos que se ajusten a las necesidades. Asistencia directa en caso de incidencia técnica.	Dar con lo que necesitamos puede ser un proceso largo y costoso. Tiene que existir una comunicación muy fluida entre la empresa y el desarrollador para evitar brechas en el sistema.

*Fuente: varios. Elaboración propia (2024).*

Teniendo estos aspectos en cuenta, finalmente nos hemos decantado por la elaboración de un ERP Y CRM diseñado a medida para RentFit por Noos Solutions, S.L (ver [presupuesto](#)). Se trata de un ERP con la integración de un CRM en el mismo programa, unificando los sistemas de trabajo. Noos Solutions, S.L. nos ofrece la posibilidad de personalizarlo de acuerdo a las necesidades de RentFit, además de ocuparse del mantenimiento de dichos sistemas y formar a nuestro personal en el uso de ambos. En este sentido, será el personal informático de RentFit quien mantenga una relación directa con Noos Solutions.

En la Figura 47 se puede observar una imagen a modo de ejemplo de la interfaz de usuario del software personalizado. En la izquierda de la imagen se observan los módulos con los que cuenta el programa.

Figura 47. ERP personalizado



Fuente: elaboración propia (2024).

### c) Ofimática y comunicaciones

Contrataremos el servicio de Microsoft Office 365 para acceder a toda su suite de programas. Contaremos con Word, Excel, PowerPoint para llevar a cabo tareas de ofimática del día a día (Microsoft Office, s.f.). De la misma forma, usaremos Microsoft Teams para la comunicación interna de la empresa.

#### 6.4.3. Telecomunicaciones

RentFit hará uso de los siguientes medios para llevar a cabo las comunicaciones, tanto internas como externas:

- Teléfono móvil: se usará para que los trabajadores de RentFit puedan comunicarse entre sí, así como para recibir llamadas de clientes y propietarios.
- Correo electrónico: al igual que el teléfono móvil, el correo electrónico servirá para llevar a cabo comunicaciones internas de la empresa y para atender a clientes y propietarios. Se hará uso del correo electrónico Outlook.
- Redes Sociales: se utilizarán con el fin de atraer posibles nuevos clientes que puedan estar interesados en RentFit. También servirá para resolver dudas y mantener comunicaciones más informales y de una forma más directa con los usuarios de la plataforma.

## 7. RECURSOS HUMANOS

### 7.1. Organigrama de personal

Figura 48. Organigrama de personal de RentFit



Fuente: elaboración propia (2024).

### 7.2. Descripción de los puestos de trabajo, funciones y competencias

Tabla 32. Descripción del puesto de CEO

Administrador (CEO)	
<b>Departamento</b>	Dirección
<b>Nivel</b>	Nivel directivo
<b>Jornada de trabajo</b>	40 horas semanales: L-V de 8:00 - 17:00 (una hora de descanso)
<b>Retribución</b>	20.000€ brutos anuales
<b>Tipo de contrato</b>	Indefinido
<b>Superior</b>	N/A
<b>Subordinados</b>	Todos los demás empleados
<b>Resumen del puesto</b>	Se trata de un rol clave en la gestión y dirección estratégica de la empresa, siendo el máximo responsable de la misma

<b>Responsabilidades</b>	Sus responsabilidades incluyen el desarrollo y la implementación del modelo de negocio, la supervisión de la operatividad diaria, y la toma de decisiones estratégicas críticas para el crecimiento y la expansión de la plataforma.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de grado universitario en dirección de empresas (ADE).</li> <li>- Postgrado universitario en algún área relacionado con la dirección de empresas.</li> <li>- Experiencia previa en gestión de negocios, asumiendo un rol de liderazgo y gestión de equipos.</li> <li>- Conocimiento del sector turístico y deportivo en Canarias</li> <li>- Manejo del software SAP.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel C1 acreditado).</li> <li>- Disponibilidad para viajar entre islas y/o al extranjero.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 33. Descripción del puesto de Informático**

Informático	
<b>Departamento</b>	IT
<b>Nivel</b>	Técnico
<b>Jornada de trabajo</b>	40 horas semanales: L-V de 8:00 - 17:00 (una hora de descanso)
<b>Retribución</b>	22.000€ brutos anuales
<b>Tipo de contrato</b>	Indefinido
<b>Superior</b>	Administradores
<b>Subordinados</b>	N/A inicialmente
<b>Resumen del puesto</b>	Responsable de desarrollar, implementar y mantener las soluciones tecnológicas que soportan la operatividad de la plataforma digital de RentFit, así como de la gestión oportuna con los proveedores de soluciones tecnológicas.
<b>Responsabilidades</b>	Su principal responsabilidad es el mantenimiento y la actualización de la infraestructura tecnológica de la empresa.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de grado universitario en ingeniería informática.</li> <li>- Experiencia previa en desarrollo de software y gestión de bases de datos.</li> <li>- Habilidades de programación en múltiples lenguajes.</li> <li>- Manejo del software SAP.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado).</li> <li>- Disponibilidad para viajar entre islas y/o al extranjero.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 34. Descripción del puesto de Responsable de Marketing y Ventas**

Responsable de Marketing y Ventas	
<b>Departamento</b>	Marketing
<b>Nivel</b>	Gerente
<b>Jornada de trabajo</b>	40 horas semanales: L-V de 8:00 - 17:00 (una hora de descanso)
<b>Retribución</b>	24.000€ brutos anuales
<b>Tipo de contrato</b>	Indefinido
<b>Superior</b>	Administradores
<b>Subordinados</b>	Social Media Manager
<b>Resumen del puesto</b>	Encargado de liderar las estrategias de marketing y las operaciones de ventas para promover los servicios de RentFit y expandir la base de clientes en el mercado de Canarias.
<b>Responsabilidades</b>	Su principal responsabilidad es el desarrollo y la implementación de estrategias de marketing integral, así como la gestión del presupuesto destinado a marketing y ventas.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de grado universitario en dirección de empresas o marketing.</li> <li>- Formación de postgrado en Marketing, o experiencia profesional equiparable.</li> <li>- Experiencia previa de mínimo 3 años en puestos de marketing en el sector turístico o deportivo.</li> <li>- Conocimiento demostrable en Google Ads y Facebook Ads.</li> <li>- Habilidades de comunicación y liderazgo.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado)..</li> <li>- Disponibilidad para viajar entre islas y/o al extranjero.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 35. Descripción del puesto de Social Media Manager**

Social Media Manager	
<b>Departamento</b>	Marketing
<b>Nivel</b>	Especialista
<b>Jornada de trabajo</b>	40 horas semanales: L-V de 8:00 - 17:00 (una hora de descanso)
<b>Retribución</b>	22.000€ brutos anuales
<b>Tipo de contrato</b>	Indefinido
<b>Superior</b>	Responsable de Marketing y Ventas
<b>Subordinados</b>	N/A inicialmente

<b>Resumen del puesto</b>	El Social Media Manager gestiona la presencia de RentFit en redes sociales para mejorar la visibilidad de la marca, interactuar con la comunidad y potenciar las ventas a través de estas plataformas.
<b>Responsabilidades</b>	Su principal responsabilidad es la creación y gestión del contenido de RRSS, así como el monitoreo y análisis de las métricas de rendimiento. Además, se encargará, junto con su supervisor, de la puesta en marcha de las campañas de marketing digital.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de grado universitario en dirección de empresas o marketing o formación profesional similar.</li> <li>- Conocimiento demostrable en Google Ads y Facebook Ads.</li> <li>- Habilidades de comunicación y liderazgo.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado).</li> <li>- Disponibilidad para viajar entre islas y/o al extranjero.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 36. Descripción del puesto de Controller financiero**

Controller financiero	
<b>Departamento</b>	Contabilidad y finanzas
<b>Nivel</b>	Gerente
<b>Jornada de trabajo</b>	40 horas semanales: L-V de 8:00 - 17:00 (una hora de descanso)
<b>Retribución</b>	25.000€ brutos anuales
<b>Tipo de contrato</b>	Indefinido
<b>Superior</b>	Administradores
<b>Subordinados</b>	Contable
<b>Resumen del puesto</b>	Responsable de la planificación financiera, el análisis de información financiera y el <i>reporting</i> financiero.
<b>Responsabilidades</b>	Su principal responsabilidad es la supervisión de la contabilidad y finanzas para cumplir con la normativa vigente y facilitar la toma de decisiones de índole financiera junto con los administradores. También se encarga de la elaboración de presupuestos y previsiones financieras.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de grado universitario en dirección de empresas (ADE), Economía, Contabilidad y finanzas o similar.</li> <li>- Formación de postgrado en finanzas, contabilidad, auditoría de cuentas o similar.</li> <li>- Experiencia comprobada en roles financieros, preferiblemente como Controller o similar, de al menos 3 años. Especialmente valorable experiencia en Big Four.</li> <li>- Nivel alto de Excel.</li> <li>- Manejo del software SAP.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado).</li> <li>- Disponibilidad para viajar entre islas y/o al extranjero.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 37. Descripción del puesto de Contable**

Contable	
<b>Departamento</b>	Contabilidad y finanzas
<b>Nivel</b>	Especialista
<b>Jornada de trabajo</b>	40 horas semanales: L-V de 8:00 - 17:00 (una hora de descanso)
<b>Retribución</b>	22.000€ brutos anuales
<b>Tipo de contrato</b>	Indefinido
<b>Superior</b>	Controller financiero
<b>Subordinados</b>	N/A inicialmente
<b>Resumen del puesto</b>	Responsable de la ejecución y mantenimiento de las actividades contables diarias.
<b>Responsabilidades</b>	Su principal responsabilidad es el registro y mantenimiento de las transacciones financieras en el sistema contable, así como la preparación de estados financieros mensuales y la realización de conciliaciones bancarias.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación de grado universitario en dirección de empresas (ADE), Economía, Contabilidad y finanzas o similar, o formación profesional de grado superior equivalente.</li> <li>- Nivel alto de Excel.</li> <li>- Manejo del software SAP.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado)</li> <li>- Disponibilidad para viajar entre islas y/o al extranjero</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Adicionalmente a los puestos a tiempo completo mencionados anteriormente, ofrecemos 2 plazas para estudiantes en prácticas, que se incorporan a la empresa en calidad de becarios, previo acuerdo con su institución educativa.

**Tabla 38. Descripción del puesto de Finance Intern**

Finance Intern	
<b>Departamento</b>	Contabilidad y finanzas
<b>Nivel</b>	Becario
<b>Jornada de trabajo</b>	A determinar con el candidato en función de sus obligaciones académicas.
<b>Retribución</b>	Se trata de una oferta de prácticas no remuneradas.
<b>Tipo de contrato</b>	Contrato de prácticas de carácter temporal, de 6 meses de duración. Con posibilidad de incorporarse al equipo como empleado a tiempo completo una vez se complete el periodo de prácticas, siempre en función del rendimiento del becario y las necesidades

	de la empresa.
<b>Superior</b>	Controller financiero
<b>Subordinados</b>	N/A
<b>Resumen del puesto</b>	Apoyo al contable y al controller financiero en el registro de las transacciones financieras en el sistema contable, y apoyo en la preparación de presupuestos y previsiones financieras.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiante de últimos cursos de ADE, Economía o Contabilidad y finanzas.</li> <li>- Buen expediente académico.</li> <li>- Muy valorable contar con experiencia internacional (haber realizado un Erasmus o similar)</li> <li>- Nivel alto de Excel.</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado)</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 39. Descripción del puesto de Marketing Intern**

Marketing Intern	
<b>Departamento</b>	Marketing
<b>Nivel</b>	Becario
<b>Jornada de trabajo</b>	A determinar con el candidato en función de sus obligaciones académicas.
<b>Retribución</b>	Se trata de una oferta de prácticas no remuneradas.
<b>Tipo de contrato</b>	Contrato de prácticas de carácter temporal, de 6 meses de duración. Con posibilidad de incorporarse al equipo como empleado a tiempo completo una vez se complete el periodo de prácticas, siempre en función del rendimiento del becario y las necesidades de la empresa.
<b>Superior</b>	Responsable de Marketing y ventas
<b>Subordinados</b>	N/A
<b>Resumen del puesto</b>	Apoyo al responsable de Marketing y al Social Media Manager en la puesta en marcha de las estrategias de marketing y en la gestión de las redes sociales de la empresa.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiante de últimos cursos de ADE, Marketing o Publicidad.</li> <li>- Buen expediente académico.</li> <li>- Muy valorable contar con experiencia internacional (haber realizado un Erasmus o similar)</li> <li>- Dominio del español y del inglés (mínimo nivel B2 acreditado)</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 7.3. Plan de contrataciones y desarrollo de competencias

El plan de contratación de RentFit comienza con la publicación de una oferta de trabajo. Para ello usamos la plataforma LinkedIn. Gracias a LinkedIn podremos observar qué otras experiencias ha vivido el candidato y su red de contactos.

La primera fase del proceso de selección es común para todos los departamentos de la empresa, mientras que las otras fases son específicas según el área en el que se esté contratando. En la Figura 49 se observa el proceso de reclutamiento y selección de personal de forma gráfica.

**Figura 49. Proceso de selección para RentFit**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

A continuación se explica cómo se desarrollarán las diferentes fases del proceso de selección de RentFit:

## **1. Limpieza y screening de CVs**

Se eliminan del proceso aquellos perfiles que no cumplen con los requisitos establecidos en la oferta. Igualmente, el gerente selecciona, a su criterio personal (teniendo en cuenta la cláusula que se explica posteriormente en el Plan de Igualdad) los 10 perfiles interesantes que desea entrevistar.

## **2. Prueba de inglés**

Los candidatos seleccionados son invitados a la realización de una prueba de inglés. Esta prueba se realizará de forma externa a través de la plataforma Kleinson (Kleinson, 2024). Esta fase es obligatoria, si bien sus resultados no serán excluyentes para seguir avanzando en el proceso de selección.

## **3. Entrevista con gerente**

La siguiente etapa consiste en una entrevista personal con el gerente del área a la que está aplicando, con el objetivo de descubrir cómo es el candidato personalmente, sus valores, sus principios y la razón por la que está interesado en unirse a RentFit. De esta forma, se pasará a las siguientes fases a aquellos candidatos cuyos rasgos de personalidad y cuyos valores se alinean mejor con los de RentFit.

## **4. Prueba técnica**

Aquellos candidatos que superen la fase anterior del proceso alcanzarán esta fase en la que tendrán que realizar una pequeña prueba de conocimientos técnicos del puesto de trabajo al que están aplicando que puede consistir en la contestación de algunas preguntas técnicas o la resolución de casos ficticios. El objetivo de esta fase es comprobar que el candidato posee los conocimientos básicos necesarios para desarrollar el puesto.

## **5. Entrevista con los administradores**

Para finalizar el proceso de selección el candidato tendrá una reunión personal con los administradores de la empresa con el objetivo de obtener el aprobado por su parte para que se incorpore a la empresa. Una vez las dos partes estén de acuerdo en las condiciones, se

procederá a la firma del contrato y la presentación y firma del reglamento interno de trabajo, dando por finalizado el proceso de selección.

En lo que al plan de formación y al desarrollo de competencias se refiere, diseñaremos un curso inicial que será obligatorio para todos los empleados de la empresa. En este curso se enseñarán los principios y los valores de RentFit, se explicará en enfoque basado en la sostenibilidad del proyecto y se explicarán los procesos corporativos del día a día en la empresa.

En RentFit consideramos que la formación de los empleados es un aspecto fundamental para el éxito de la empresa. Por ello animamos a nuestros empleados a seguir formándose a través de cursos y másters. De esta manera, el empleado puede proponer el curso o máster que desea realizar y, tras obtener el visto bueno de su gerente en función de si se ajusta o no a su puesto de trabajo, se estudia con la dirección la posibilidad de ser financiado.

#### **7.4. Normativa laboral aplicable al personal, contratos que se van a implantar y evaluación del rendimiento**

Todas las relaciones laborales que tengan lugar en la empresa, se regirán de forma estricta y en todos sus aspectos por la Ley del Estatuto de los Trabajadores en vigor en cada momento. En este sentido, el Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, con su última actualización el 12 de enero de 2024, es la normativa laboral aplicable en el momento de constitución de la Sociedad.

Más concretamente, el marco legal específico por el que se rigen las relaciones laborales en RentFit, es el [Convenio Colectivo Estatal de Instalaciones Deportivas y Gimnasios](#), ya que nuestro objeto social está relacionado con la prestación de servicios destinados a la práctica de ejercicio físico, tal y como indica el artículo 1 de la resolución de 16 de enero de 2024, de la Dirección General de Trabajo. Adicionalmente, de forma anexa a este documento, se observan las [tablas salariales](#) aplicables según convenio, para el ejercicio 2024 y 2025.

De forma adicional a la normativa estatal de obligado cumplimiento mencionada anteriormente, RentFit elabora un reglamento interno de trabajo que recoge aspectos relevantes para el empleado, la normativa interna de la empresa, su jornada laboral concreta y su remuneración específica (Tax, s.f.). Se puede consultar el reglamento interno de trabajo en los documentos anexos al trabajo (ver: [reglamento interno de trabajo de RentFit](#)).

Por otro lado, en la Tabla 40 se detallan los tipos de contrato de trabajo a implantar en función del puesto.

**Tabla 40. Tipos de contrato de trabajo en RentFit**

Puesto de trabajo	Tipo de contrato
<b>Administrador Informático</b> <b>Responsable de Marketing</b> <b>Social Media Manager</b> <b>Controller financiero</b> <b>Contable</b>	Contrato indefinido a tiempo completo
<b>Finance Intern</b> <b>Marketing intern</b>	Contrato de prácticas

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Finalmente, en lo que respecta al proceso de evaluación del rendimiento de los trabajadores de RentFit, en la Tabla 41 se recogen los indicadores a tener en cuenta, así como quién o quiénes serán los encargados/as de evaluar a cada persona.

**Tabla 41. Evaluación del rendimiento del personal de RentFit**

Puesto	KPIs (indicadores de rendimiento)	Responsable de seguimiento
<b>Informático</b>	Número de incidencias informáticas en la plataforma. Tiempo de respuesta a incidencias. Innovaciones técnicas implementadas. Satisfacción de los clientes con las características técnicas de la plataforma.	Dirección
<b>Responsable de Marketing</b>	Cumplimiento de los objetivos de venta. ROI de las campañas de marketing realizadas. Crecimiento de la cuota de mercado.	Dirección
<b>Social Media Manager</b>	Engagement en las plataformas sociales. Crecimiento de número de seguidores. Tasa de conversión de campañas. ROI campañas de Google Ads y Facebook Ads.	Responsable de Marketing

<b>Controller financiero</b>	Exactitud de reportes financieros. Cumplimiento de los cierres contables en plazo. Iniciativas de mejora de situación financiera planteadas.	Dirección
<b>Contable</b>	Precisión en el registro de la información. Llevar al día la contabilidad. Efectividad en la gestión de cuentas por pagar/recibir.	Controller financiero
<b>Finance Intern</b>	Capacidad de aprendizaje. Actitud proactiva. Nivel de involucración con los proyectos del departamento.	Controller financiero
<b>Marketing Intern</b>	Capacidad de aprendizaje. Actitud proactiva. Nivel de involucración con los proyectos del departamento.	Responsable de Marketing

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 7.5. Sistema de retribución

El sistema de retribución para los empleados de RentFit dependerá del puesto de trabajo específico. También haremos uso de la herramienta Cobee, que nos permite ofrecer una retribución flexible. Tal y como explican en su página web, “la retribución flexible es un tipo de remuneración que permite al empleado o empleada destinar hasta el 30% de su salario bruto al consumo de determinados productos o servicios a un precio inferior al del mercado” (Cobee, 2024).

Las ventajas de la retribución flexible se traducirán en un ahorro mensual para el empleado que se transformará en un salario neto anual mayor, que puede alcanzar el 15% (Cobee, 2024).

De entre las diferentes versiones que ofrece la plataforma Cobee, comenzamos utilizando la versión *starter* esta versión ofrece las siguientes ventajas a los empleados:

- Ticket restaurante
- Ticket transporte
- Ticket guardería
- Descuentos
- Seguro de salud

Este servicio tiene un coste para RentFit de 75€ al mes, que consideramos que es una buena inversión para atraer y mantener talento.

## 7.6. Plan de Igualdad

El plan de igualdad plasma en un documento el desarrollo y la puesta en marcha de las políticas de igualdad en las empresas, avanzando hacia un importante objetivo: garantizar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres (Ministerio de Igualdad, s.f.).

No obstante, en virtud de lo dispuesto en el artículo 2.2 del Real Decreto 901/2020, de 13 de octubre, por el que se regulan los planes de igualdad y su registro y se modifica el Real Decreto 713/2010, de 28 de mayo, sobre registro y depósito de convenios y acuerdos colectivos de trabajo, al no contar con 50 o más personas trabajadoras, no estamos obligados legalmente a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad.

Sin embargo, RentFit decide implementar, de forma voluntaria, un plan de igualdad, ajustándose en la medida de lo posible a lo establecido en la normativa. Para ello, se siguen las directrices indicadas por el Instituto de las Mujeres, organismo dependiente del Ministerio de Igualdad del Gobierno de España, en su “Guía para la elaboración de planes de igualdad en las empresas”.

Teniendo en cuenta lo anterior, el plan se estructura de la siguiente forma:

- **Fase I. Puesta en marcha del proceso de elaboración del plan de igualdad.**

En esta primera fase se constituye la comisión negociadora del plan, formada por ambos administradores de la Sociedad junto con otro empleado de la misma. La principal función de la comisión es negociar cada uno de los aspectos que forman el plan, con todas las partes intervinientes (empleados, sindicatos, organizaciones patronales, etc.).

- **Fase II. Realización del diagnóstico de situación actual.**

En esta fase se recogen datos cuantitativos y cualitativos con el fin de conocer el grado de integración de la igualdad entre mujeres y hombres en RentFit. Se facilitará a todos los empleados un cuestionario anónimo para conocer su opinión en aspectos relacionados con la igualdad efectiva de trato en momentos como el proceso de selección, la incorporación a la

empresa, su puesto de trabajo, su nivel de responsabilidad respecto a compañeros/as del género opuesto, etc.

- **Fase III. Diseño del plan de igualdad.**

En esta fase se definen los objetivos, las medidas e indicadores del plan de igualdad.

**Tabla 42. Medida “Plantilla equitativa” del Plan de Igualdad de RentFit**

Plantilla equitativa	
<b>Objetivo</b>	Lograr una presencia equilibrada de hombres y mujeres en la plantilla.
<b>Descripción</b>	Con el fin de lograr una plantilla de trabajadores equitativa en lo que a su género se refiere, en el proceso de selección y contratación, se tendrá preferencia por el sexo infrarrepresentado <u>en igualdad de condiciones de idoneidad del candidato para el puesto.</u>
<b>Indicadores de seguimiento</b>	Nº total de procesos de selección realizados. Nº de procesos en los que se aplica la cláusula de preferencia. Nº y %, por género, de candidaturas presentadas, personas que participan en el proceso y personas incorporadas en plantilla.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 43. Medida “No al acoso sexual” del Plan de Igualdad de RentFit**

No al acoso sexual	
<b>Objetivo</b>	Erradicar el acoso y las conductas sexistas en el trabajo.
<b>Descripción</b>	Establecer un canal de denuncias interno para la prevención y manejo de casos de acoso sexual así como consecuencias firmes para los agresores.
<b>Indicadores de seguimiento</b>	Nº de denuncias recibidas y resueltas. Resultados anuales de encuestas internas de clima laboral.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 44. Medida “Ampliación de bajas de paternidad/maternidad” del Plan de Igualdad de RentFit**

Ampliación de las bajas por paternidad/maternidad	
<b>Objetivo</b>	Promover la igualdad en las responsabilidades familiares.
<b>Descripción</b>	RentFit se compromete a extender las bajas por maternidad y paternidad más allá de las estipulaciones legales. Esto incluye proporcionar 4 semanas adicionales, asegurando que los padres puedan dedicar tiempo esencial al cuidado de sus hijos recién nacidos.

<b>Indicadores de seguimiento</b>	Nº de empleados que utilizan la ampliación de la baja. Resultado de la encuesta de satisfacción post-baja.
-----------------------------------	---

*Fuente: elaboración propia (2024).*

**Tabla 45. Medida “Programa de Desarrollo Directivo” del Plan de Igualdad de RentFit**

<b>Programa de Desarrollo Directivo para mujeres</b>	
<b>Objetivo</b>	Promover el desarrollo directivo de las mujeres en la empresa.
<b>Descripción</b>	Formación (a través de escuelas de negocios externas) orientada a mujeres que van a ocupar puestos directivos dentro de la empresa, con el fin de asegurar su preparación en roles de liderazgo.
<b>Indicadores de seguimiento</b>	Nº de participantes en el programa. Nº de ascensos a puestos directivos tras la realización del programa.

*Fuente: elaboración propia (2024).*

- **Fase IV. Implantación y seguimiento del plan de igualdad.**

En esta fase se llevarán a cabo las medidas indicadas en el apartado anterior, de acuerdo con la planificación prevista para cada uno. Asimismo, de forma paralela a la implementación de las acciones, se realizará un seguimiento continuo de las mismas, supervisando la implementación de cada una de ellas.

- **Fase V. Evaluación del plan de igualdad.**

En esta fase final, se valora el grado de consecución de los objetivos planteados, los resultados y el impacto que ha tenido el plan en la empresa, siguiendo la estructura que se indica a continuación.

**Tabla 46. Evaluación del Plan de Igualdad de RentFit**

<b>¿Qué se ha hecho?</b>	Evaluación del resultado
<b>¿Cómo se ha hecho?</b>	Evaluación del proceso
<b>¿Qué se ha conseguido?</b>	Evaluación del impacto

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 8. ASPECTOS JURÍDICOS

### 8.1. Elección de la forma jurídica

La forma jurídica que elegimos para la constitución de la Sociedad de RentFit es la Sociedad de Responsabilidad Limitada, o simplemente Sociedad Limitada (S.L.). Las principales ventajas que nos han hecho decantarnos por esta forma jurídica son las siguientes:

- Responsabilidad limitada: la responsabilidad de los socios queda limitada al capital aportado (Admin, 2023).
- Flexibilidad en la estructura: resultando sencillo realizar aportaciones de capital o reducciones del mismo (Admin, 2023).
- Atracción de inversores: este tipo de Sociedades permite la entrada de nuevos socios a través de ampliaciones de capital con cierta facilidad (Admin, 2023).
- Sencillez de los trámites: este tipo de forma jurídica ofrece trámites simplificados frente a los necesarios en otro tipo de Sociedades. Por ejemplo, en el caso de aportaciones no dinerarias de socios, las Sociedades limitadas no exigen la valoración de los bienes por un experto independiente (Admin, 2023).

### 8.2. Trámites para la constitución de la Sociedad

**Tabla 47. Trámites para constituir una Sociedad Limitada**

Orden	Nombre	Descripción	Organismo al que dirigirse
1	<b>Reserva de la Denominación Social</b>	Consiste en la obtención de un certificado de que el nombre elegido para la Sociedad no está asignado ni reservado por otra empresa (Denominaciones, s.f.).	Registro Mercantil Central (online)
2	<b>Aportación del Capital Social</b>	Consiste en abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa, y depositar, como mínimo, el capital mínimo exigido (3.000€). El banco emitirá un certificado de la aportación del Capital Social (CIRCE, s.f.). Asimismo, el banco elegido ha sido Cajasiete, con su cuenta de empresas “EnPlanFácil” (Cajasiete, s.f.).	Cajasiete
3	<b>Redacción de los estatutos sociales</b>	Ver contenido de los estatutos en: <a href="#">Estatutos sociales de RentFit</a>	N/A, los socios redactan los estatutos
4	<b>Otorgamiento de la escritura pública de constitución de</b>	Los socios deben acudir al Notario con el certificado negativo de denominación social, el certificado bancario de depósito del Capital Social y los estatutos. En este caso acudimos al Sr. Nicolás Quintana, en Santa Cruz de	Notaría Nicolás Quintana

	<b>la Sociedad</b>	Tenerife, por su experiencia en constitución de Sociedades.	
5	<b>Solicitud del NIF provisional</b>	Se debe presentar ante la Administración Tributaria el modelo 036 de alta de actividad económica, junto con una copia de la escritura pública de constitución (Agencia Tributaria: Cómo Solicitar Un NIF, s.f.). Este trámite se puede realizar directamente a través del Notario.	Notaría Nicolás Quintana y Agencia Estatal de Administración Tributaria Estatal (AEAT)
6	<b>Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados</b>	Pese a que la constitución de Sociedades está exenta del pago del ITP y AJD, es preciso obtener el justificante de pago del impuesto (modelo 600) por parte de la Agencia Tributaria Canaria (CIRCE, s.f.). Esta justificación se obtiene a través del STT-CIRCE.	Agencia Tributaria Canaria
7	<b>Alta en el IGIC</b>	Se debe presentar el modelo 400, de declaración censal de alta en el Impuesto General Indirecto Canario (dado que nuestra actividad está sujeta y no exenta al IGIC) (Software DELSOL, 2021).	Agencia Tributaria Canaria
8	<b>Inscripción en el Registro Mercantil</b>	Para ello, se debe presentar el NIF provisional, la escritura pública de la Sociedad y el modelo 600 (EAE, 2021). Una vez inscrita la Sociedad, se obtiene el NIF definitivo y se publica en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORME) (EAE, 2021).	Registro Mercantil de Santa Cruz de Tenerife
9	<b>Inscripción en el régimen general de la Seguridad Social</b>	Consiste en el registro en la Seguridad Social como empresa y la obtención de un Código de Cuenta para poder vincular a trabajadores a su organización, para lo que se presentará el modelo TA.6 (Seguridad Social, s.f.).	Administración de la Tesorería General de la Seguridad Social en Santa Cruz de Tenerife
10	<b>Afiliación y alta de trabajadores en la Seguridad Social</b>	Consiste en la inclusión en el sistema de la Seguridad Social de aquellos trabajadores que no estaban previamente afiliados, obteniendo así el número de afiliación a la Seguridad Social (Seguridad Social, s.f.). Este trámite se realiza a través del modelo TA.1 (Seguridad Social, s.f.).	Administración de la Tesorería General de la Seguridad Social en Santa Cruz de Tenerife

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 8.3. Escritura de constitución de la Sociedad

La escritura de constitución se puede consultar como anexo al documento: [escritura de constitución](#).

### 8.4. Estatutos sociales

Los estatutos de la Sociedad se pueden consultar como anexo a este documento. Ver estatutos en: [estatutos sociales](#). Además, respecto a ellos, cabe mencionar que incluye toda la información indicada en el artículo 43 de la Ley de Sociedades de Capital, que establece los contenidos mínimos que se deben plasmar en los estatutos sociales.

## 8.5. Gastos de constitución

**Tabla 48. Gastos de constitución de la Sociedad**

Trámite	Concepto del gasto	Coste
<b>Reserva de la Denominación Social</b>	Arancel del Registro Mercantil por la emisión del certificado negativo de denominación social (Denominaciones, s.f.).	13,52€
<b>Aportación del Capital Social</b>	Capital social	80.000€
<b>Redacción de los estatutos sociales</b>	Redacción de los estatutos sociales, gratuita porque lo realizamos los propios socios.	0€
<b>Otorgamiento de la escritura pública de constitución de la Sociedad</b>	Según lo establecido en anexo I del Real Decreto 1426/1989, de 17 de noviembre, por el que se aprueba el Arancel de los Notarios, se establece un arancel de 150€ para la escritura de constitución de una S.L. con un capital social de 80.000€, al que hay que sumarle otros gastos como la emisión de copias, por lo que se estima un coste de 250€ (BOE-A-1989-28111 Real Decreto 1426/1989, De 17 De Noviembre, Por El Que Se Aprueba El Arancel De Los Notarios., s.f.).	250€
<b>Inscripción en el Registro Mercantil</b>	Arancel del Registro Mercantil por la inscripción de la Sociedad en el mismo (Guía de Negocios en España, 2023).	40€
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		<b>80.303,52€</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 9. PLAN FINANCIERO

### 9.1. Plan de Inversión y Financiación

#### 9.1.1. Inversión

##### a) Inmovilizado intangible

**Tabla 49. Inversión en inmovilizado intangible**

Cuenta contable	Descripción del activo	Coste estimado
206 - Aplicaciones informáticas	Plataforma y app versión móvil	93.500 €
<b>TOTAL INMOVILIZADO INTANGIBLE</b>		<b>93.500 €</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Para realizar una estimación del coste de desarrollar una plataforma y app del calibre de RentFit, hemos solicitado presupuesto a través la herramienta de *pricing* tecnológico, “Software Development Hub”, indicando las funcionalidades con las que debe contar la plataforma (ver [Anexo 5](#)).

##### b) Inmovilizado material

Este apartado se integra por los ordenadores y móviles necesarios para el desarrollo del proyecto. Hemos solicitado un presupuesto a [Última Informática](#) para el coste de los ordenadores, y a [Banana Computer](#) para los teléfonos móviles.

**Tabla 50. Inversión en inmovilizado material**

Cuenta contable	Descripción del activo	Coste estimado
217 - Equipos para proceso de información	Ordenadores portátiles	8.479,26 €
217 - Equipos para proceso de información	Teléfonos móviles	4.004,59 €
<b>TOTAL INMOVILIZADO MATERIAL</b>		<b>12.483,85 €</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### c) Tesorería

En este apartado se incluye el *Net Working Capital* (NWC), integrando los gastos de constitución de la Sociedad, y el capital de trabajo necesario para los primeros meses de vida del proyecto. Dicho capital de trabajo, incluye los gastos previstos para los primeros 3 meses de actividad (salvo el gasto por amortización de los activos).

El motivo de incluir el NWC en el plan de inversión de la empresa, responde principalmente a la necesidad de contar con un fondo de tesorería que cubra los gastos en los que RentFit prevé incurrir al inicio de la actividad. A continuación, en la Tabla 51, se observa el desglose de la cantidad dotada para tal fin.

**Tabla 51. Cálculo del *Net Working Capital***

Concepto	Descripción	Coste
Gastos de constitución	Gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, desglosados en <a href="#">gastos de constitución</a> , excluyendo la aportación de capital social	303,52 €
Gastos estimados enero 2025	Sumatoria de los gastos estimados para el primer mes	23.299,50 €
Gastos estimados febrero 2025	Sumatoria de los gastos estimados para el segundo mes	21.494,86 €
Gastos estimados marzo 2025	Sumatoria de los gastos estimados para el tercer mes	18.231,86 €
<b>TOTAL NET WORKING CAPITAL</b>		<b>63.329,74 €</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### d) IGIC inversión

**Tabla 52. Cálculo de la cuota de IGIC soportado en la inversión**

Concepto	Base imponible	Cuota IGIC soportado
Plataforma y app versión móvil	93.500 €	6.545 €
Ordenadores portátiles	8.479,26 €	593,55 €
Teléfonos móviles	4.004,59 €	280,32 €
<b>TOTAL IGIC INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>7.418,87 €</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### e) Amortizaciones

Hemos decidido acogernos a las tablas de amortización propuestas por la Administración Tributaria para la deducibilidad del gasto por amortización en el Impuesto sobre Sociedades, con el fin de minimizar las diferencias entre el resultado contable y fiscal. En este sentido, el método de amortización que seguimos es el establecido en la Tabla 53.

**Tabla 53. Plan de amortización del inmovilizado**

Cuenta	Concepto	Coefficiente lineal máximo	Periodo de años máximo
206	Aplicaciones informáticas	33%	6 años
217	Equipos para el proceso de información	25%	8 años

*Fuente: elaboración propia (2024) a partir de datos establecidos en la última actualización de la Ley del Impuesto de Sociedades (2024).*

**Tabla 54. Cuadro de amortización del inmovilizado**

Concepto	2025			2026		2027	
	Inversión	Dotación	Pendiente amortizar	Dotación	Pendiente amortizar	Dotación	Pendiente amortizar
206. Aplicaciones informáticas	93.500,00 €	15.583,33 €	77.916,67 €	15.583,33 €	62.333,33 €	15.583,33 €	46.750,00 €
217. Equipos para el proceso de información	12.483,85 €	1.560,48 €	10.923,37 €	1.560,48 €	9.362,89 €	1.560,48 €	7.802,41 €
<b>TOTAL</b>	<b>105.983,85 €</b>	<b>17.143,81 €</b>	<b>88.840,04 €</b>	<b>17.143,81 €</b>	<b>71.696,22 €</b>	<b>17.143,81 €</b>	<b>54.552,41 €</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 9.1.2. Financiación

### a) Fuentes de financiación propias

En este caso, los administradores hemos decidido que el 44% de la inversión se financiará con fondos propios, correspondiendo al capital social, consistente en aportaciones

dinerarias realizadas a partes iguales por cada administrador. No obstante, es preciso destacar que hemos valorado fuentes de financiación alternativas, como *business angels* o *crowdfunding*, si bien ambos administradores preferimos concentrar la toma de decisiones financieras a los fundadores del proyecto.

En este sentido, el capital social de RentFit asciende a ochenta mil euros (80.000,00€), dividido en ocho mil (8.000) participaciones de un valor nominal unitario de diez euros (10,00€).

**Tabla 55. Suscripción de participaciones en el capital social**

Socio/a	Aportación dineraria al capital social	Participaciones suscritas
Carlos Rodríguez	40.000€	1 a 4.000
Daniela Simancas	40.000€	4.001 a 8.000

*Fuente: elaboración propia (2024).*

#### **b) Fuentes de financiación ajena**

Respecto al coste de la inversión restante, se ha decidido financiar la misma a través de una entidad bancaria, concretamente Cajasiete. El producto concreto se trata de un préstamo ICO Empresas y Emprendedores.

La cuantía a financiar asciende a 94.320,57 euros, amortizable en un periodo de 8 años, sin carencia. El tipo de interés aplicable a la operación es de 7,56% TAE. El cuadro de amortización del préstamo, siguiendo el método francés, se puede encontrar en el [Anexo 12](#).

## **9.2. Proyección de Ingresos y Gastos**

### **9.2.1. Proyección de ingresos**

Tal y como se ha mencionado anteriormente, los ingresos de RentFit proceden del cargo de comisión que se aplica en la transacción del alquiler de material. Tras el estudio de la demanda realizado en [Cálculo de la demanda](#), estimamos que el mercado potencial testeado para RentFit es de 855.655,72€. Esta cifra corresponde al 7% de nuestro mercado potencial, porcentaje que esperamos alcanzar (y superar) a lo largo de los primeros 6 años de vida de la

plataforma, habiendo analizado las tasas de crecimiento anuales de la competencia. No obstante, en el presente plan financiero nos centraremos en los próximos 3 años, con el fin de estimar de forma más acertada nuestros ingresos y gastos.

Por otro lado, a la hora de proyectar nuestros ingresos mensuales, se ha de tener en cuenta la estacionalidad de la demanda turística en Canarias, en tanto que la misma difiere según nos encontremos en los meses de verano o invierno (Mabrian, 2023).

**Tabla 56. Proyección de ingresos**

Demanda turística (Mabrian, 2023)	Mes	2025	2026	2027
9%	Enero	5.000,00	37.800,00	49.140,00
8%	Febrero	9.000,00	33.600,00	43.680,00
9%	Marzo	11.000,00	37.800,00	49.140,00
10%	Abril	20.000,00	42.000,00	54.600,00
8%	Mayo	24.000,00	33.600,00	43.680,00
7%	Junio	21.000,00	29.400,00	38.220,00
7%	Julio	21.000,00	29.400,00	38.220,00
7%	Agosto	21.000,00	29.400,00	38.220,00
8%	Septiembre	24.000,00	33.600,00	43.680,00
8%	Octubre	24.000,00	33.600,00	43.680,00
9%	Noviembre	27.000,00	37.800,00	49.140,00
10%	Diciembre	30.000,00	42.000,00	54.600,00
<b>IMPORTE NETO CIFRA NEGOCIO</b>		<b>237.000,00</b>	<b>420.000,00</b>	<b>546.000,00</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Tal y como se observa en la Tabla 56, se estima un ingreso para el primer mes de 5.000€, fruto de la campaña publicitaria de lanzamiento y la novedad que supone el surgimiento de RentFit. Respecto a los siguientes meses, se observa como los ingresos fluctúan en función de la demanda turística estimada, registrando un mayor ingreso en los meses de abril, noviembre y diciembre, y cerrando el primer ejercicio con un crecimiento interanual positivo.

Posteriormente, en el ejercicio 2026, se estima un crecimiento respecto al ejercicio anterior del 77%. Esto se justifica por un crecimiento orgánico habitual en una empresa emergente que ya comienza a hacerse un hueco en el mercado, tras su fase de lanzamiento, aumentando el público al que es capaz de alcanzar. Igualmente, los ingresos mensuales oscilan en función de la previsión de la llegada de turistas a las islas en base a los porcentajes indicados.

Finalmente, de cara al ejercicio 2027, estimamos un crecimiento del 30%, en lo que a cifra de negocio se refiere. Inferior al crecimiento experimentado en años anteriores, debido a que la empresa ya se encuentra establecida en el mercado y ha pasado ese momento “boom” que genera la novedad de la idea en los primeros años. Asimismo, en este punto consideramos relevante la posible entrada de nuevos competidores en el mercado, por lo que asumimos que nuestra cifra de ventas puede verse afectada.

En línea con lo establecido anteriormente, aunque no son objeto de análisis en el presente plan financiero, en la Tabla 57 se estiman los ingresos esperados para 2028, 2029 y 2030, y el crecimiento esperado.

**Tabla 57. Proyección del crecimiento futuro**

	2028	2029	2030
<b>Ingreso estimado</b>	655.200,00	760.032,00	855.655,72
<b>% crecimiento</b>	20%	16%	12%

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 9.2.2. Proyección de gastos

En la Tabla 58 se observan los gastos fijos en los que incurre RentFit para operar.

**Tabla 58. Proyección de gastos**

COSTES FIJOS MENSUALES 2025	
Sueldos CEOs	3.333,33 €

Sueldos personal	9.583,33 €
Seguridad Social por parte de la empresa	3.048,33 €
Cuota de autónomo CEOs	160 € (únicamente para 2026 y 2027)
<b>TOTAL GASTOS DE PERSONAL</b>	<b>15.964,99 €</b>
Asesoría fiscal y laboral	100 €
Seguro de responsabilidad civil	41,67 €
Seguro material deportivo	166,67 €
Publicidad y propaganda	1.464,42 € (de media para 2025, para los próximos ejercicios, el presupuesto será de 15.000€ anuales)
Implementación ERP y CRM	2.000 €
Programas informáticos (Office)	11,70 €
Servidores Cloud	63,63 €
<b>TOTAL GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>2.372 €</b>
<b>TOTAL COSTES FIJOS 2025</b>	<b>244.948,77 €</b>
<b>TOTAL COSTES FIJOS 2026</b>	<b>238.172,35 €</b>
<b>TOTAL COSTES FIJOS 2027</b>	<b>237.419,48 €</b>

*Nota: se aprecia que los costes van disminuyendo anualmente debido al gasto por intereses de deudas, correspondiente a la amortización del préstamo bancario. Ver mayor detalle en cuadro de amortización anexo al documento. Fuente: elaboración propia (2024).*

Dada la naturaleza de RentFit, todos sus gastos son gastos fijos. A continuación se explica brevemente el concepto y la naturaleza de cada uno de los gastos señalados en la Tabla 58:

- Sueldos CEO: el salario bruto anual es de 20.000€ para cada administrador.
- Sueldos personal: ver [descripción de los puestos de trabajo, funciones y competencias](#).
- Seguridad social por parte de la empresa.
- Cuota de autónomo: gracias a la bonificación que el Gobierno de Canarias ofrece, el primer año la cuota será de 0€. A partir del segundo año la cuota será de 80€ mensuales por administrador. Es decir, 160€ mensuales y 1.920€ anuales.
- Asesoría fiscal y laboral: ver presupuesto de [Celsa Mª López Marrero](#).
- Seguro de responsabilidad civil: ver [póliza seguros](#).

- Seguro de material deportivo: se trata de un seguro contratado con Mapfre a través del cual se aseguran todos los equipamientos deportivos publicados en RentFit. Este seguro tiene un coste de 2.000€ anuales en forma de tarifa plana, independientemente del número de equipamientos que se alquile. Ver [póliza seguros](#).
- Publicidad y promoción: ver [inversión prevista y planificada](#) para detalle de los costes.
- Programas ofimáticos:
  - Microsoft 365 Empresa Estándar: incluye Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Outlook, Teams, One Drive y 1 TB de almacenamiento en la nube, entre otras herramientas. Ver [Microsoft 365 Empresa Estándar](#).
  - ERP y CRM: diseñado a medida para RentFit por la empresa NOOS SOFTWARE SOLUTIONS, S.L. Tiene un coste de implementación de 2.000€ en pago único y un coste de mantenimiento de 150€ mensuales. Ver [presupuesto ERP y CRM](#).
- Servidores *cloud*: servidores *cloud* de AWS (Amazon Web Service) donde se ejecutará toda la plataforma de RentFit. Tiene un coste de 68,10 dólares al mes, que convertidos a la moneda funcional de la empresa son 63,63€/mes. Ver [presupuesto servidores on-cloud Amazon Web Services](#).

### 9.3. Análisis del Flujo de Caja (económico)

En un escenario neutral, se prevé obtener los flujos de caja que se indican en la Tabla 59.

**Tabla 59. Cashflow económico**

Concepto	Año 1 (2025)	Año 2 (2026)	Año 3 (2027)
<b>Resultado del ejercicio</b>	(6.173,64)	154.553,50	262.293,44
<b>Dotaciones por amortización</b>	17.143,81 €	17.143,81 €	17.143,81 €
<b>Gastos financieros</b>	(8.622,92)	(6.124,68)	(5.371,80)
<b>Cashflow económico</b>	<b>19.593,09</b>	<b>177.821,99</b>	<b>284.809,06</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 9.3.1. Cálculo del coste del capital

#### a) Obtener la beta desapalancada del Profesor Damodaran

La Beta desapalancada o *Unlevered Beta* ( $\beta_U$ ) que aplica a nuestro proyecto, es la del sector *Recreation* en la región europea, siendo esta de **0,82** a fecha de enero de 2024 (Damodaram, 2024).

#### b) Calcular la Beta apalancada ( $\beta_L$ ) del proyecto

En este paso se ajusta la Beta anterior a la forma de financiación del proyecto, de forma que se “apalanca” la Beta con estos datos:

- Deuda del proyecto (D): 94.320,57 €
- Fondos propios del proyecto (FP): 80.000,00 €
- Tipo impositivo sobre el beneficio: 15%

Con estos datos, se obtiene una Beta apalancada para Rentfit de 1,64, tal y como se observa en la Figura 50.

**Figura 50. Cálculo beta apalancada ( $\beta_L$ ) de RentFit**

$$Beta_{apalancada}(\beta_L) = 0,82 + \left[ 1 + (1 - 0,15) * \frac{94.320,57}{80.000} \right] = 1,641767923$$

*Fuente: elaboración propia a partir de material docente (2024).*

#### c) Cálculo del coste de los fondos propios a través del CAPM

Para calcular el coste de los fondos propios a través del CAPM, se emplean los siguientes datos:

- Rentabilidad libre de riesgo ( $R_f$ ): rentabilidad de los Bonos del Estado español a 5 años, por considerarse un producto financiero prácticamente libre de riesgo. A fecha de la última subasta (18 de abril de 2024), la rentabilidad asciende a 2,848% (Tesoro Público, s.f.).
- Rendimiento esperado del mercado ( $R_m$ ): rentabilidad anualizada del IBEX 35 de los últimos 5 años, siendo esta de 5,90% (Finect, s.f.).

Con estos datos, se obtiene una rentabilidad de los fondos propios de 7,86%, tal y como se observa en la Figura 51.

**Figura 51. Cálculo del CAPM (rFP) de RentFit**

$$rFP = 0,02848 + 1,641767923 * (0,059 - 0,02848) = 0,07858676$$

*Fuente: elaboración propia a partir de material docente (2024).*

#### d) Cálculo del WACC

Para determinar el coste que le supone a la empresa obtener los recursos de financiación, se calcula el *Weighted Average Cost of Capital* (WACC), o Coste Medio Ponderado de Capital.

El único dato necesario para el WACC que no ha sido explicado con anterioridad, es el coste de la deuda (CD). Se trata del tipo de interés TAE aplicable al préstamo bancario, siendo en nuestro caso de 7,56%. Con estos datos, obtenemos un WACC del proyecto de 7,08%, como se observa en la Figura 52.

**Figura 52. Cálculo del WACC de RentFit**

$$WACC = 0,07858676 + \frac{80.000,00}{80.000,00 + 94.320,57} + 0,0756 * (1 - 0,15) * \frac{94.320,57}{80.000,00 + 94.320,57} = 0,070834902$$

*Fuente: elaboración propia a partir de material docente (2024).*

### 9.3.2 Análisis de viabilidad financiera

#### a) Valor Actual Neto

Tal y como se aprecia en la Figura 53, se confirma la rentabilidad del proyecto, obteniendo un VAN positivo que asciende a 230.996,63 €.

**Figura 53. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) de RentFit**

$$VAN = -174.320,57 + \frac{19.593,09}{1 + 0,070834902} + \frac{177.821,99}{(1 + 0,070834902)^2} + \frac{284.809,06}{(1 + 0,070834902)^3} = 230.996,63$$

Fuente: elaboración propia a partir de material docente (2024).

En relación al cálculo del VAN tomando los *cashflow* descontados, nos gustaría señalar que es uno de los principales métodos de valoración de empresas que existen. Otros métodos que podrían haberse empleado son los métodos basados en el balance (valor patrimonial), como el valor contable o el valor de liquidación, o los métodos basados en múltiplos, como el múltiplo de las ventas (Fernández, 2008). No obstante, consideramos que el DCF (*discounted cash flow*) es el más apropiado para RentFit ya que tiene en cuenta el valor actual de flujos de caja futuros.

#### b) Tasa Interna de Retorno

Utilizando la fórmula IRR (*Internal Rate of Return*) de Excel, se ha calculado la TIR del proyecto, obteniendo un resultado de 50,77%. Como se observa, nuestra TIR es superior al coste de capital (7,08%), por lo que confirmamos la viabilidad del proyecto.

#### c) *Payback* actualizado o plazo de recuperación

Para completar el análisis de viabilidad, se calcula en este apartado cuánto tiempo se tardará en recuperar la inversión necesaria para el proyecto.

**Tabla 60. Cálculo de los flujos de caja actualizados**

Periodo	Flujo de caja actualizado	Total acumulado
Año 0	-174.320,57 €	-174.320,57
Año 1 (2025)	$19.593,09 \cdot (1,070834902)^{-1} = 18.297,02$ €	-156.023,55
Año 2 (2026)	$182.095,48 \cdot (1,070834902)^{-2} = 155.074,52$ €	-949,03
Año 3 (2027)	$289.079,67 \cdot (1,070834902)^{-3} = 231.945,66$ €	230.996,63

Fuente: elaboración propia (2024).

**Figura 54 y 55. Cálculo del *payback* actualizado para RentFit**

$$Payback = 2 + \frac{155.074,52}{177.821,99} = 2,872077265$$

$$Payback \simeq 2 \text{ años, } 10 \text{ meses, } 14 \text{ días}$$

*Fuente: elaboración propia a partir de material docente (2024).*

Por tanto, en un escenario neutral, la inversión se recuperará en 2 años, 10 meses y 14 días.

**9.3.3 Análisis del punto de equilibrio: Umbral de rentabilidad**

Dado que nuestro proyecto solo presenta costes fijos, el umbral de rentabilidad es igual a dichos costes. Eso se debe a que, al no existir costes variables, la totalidad de los ingresos generados se destina a cubrir nuestros costes fijos. Por tanto, una vez que se alcancen los ingresos que se estimaron anteriormente, alcanzamos nuestro punto de equilibrio.

**9.4. Estados financieros: Balance, PyG y Estado de flujos de efectivo previsional**

**a) Balance de situación**

**Tabla 61. Balance de situación previsional para RentFit**

Concepto	2025	2026	2027
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>88.840,04</b>	<b>71.696,22</b>	<b>54.552,41</b>
Inmovilizado intangible	77.916,67	62.333,33	46.750,00
(206) Aplicaciones informáticas	77.916,67	62.333,33	46.750,00
Inmovilizado material	10.923,37	9.362,89	7.802,41
(217) Equipos para proceso de la información	10.923,37	9.362,89	7.802,41
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>81.076,50</b>	<b>290.964,24</b>	<b>587.859,35</b>
Tesorería	81.076,50	290.964,24	587.859,35
(572) Bancos e instituciones de crédito	81.076,50	290.964,24	587.859,35

<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>169.916,53</b>	<b>362.660,45</b>	<b>642.411,75</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>73.826,36</b>	<b>228.379,86</b>	<b>490.673,30</b>
Fondos propios	73.826,36	228.379,86	490.673,30
(100) Capital social	80.000,00	80.000,00	80.000,00
(112) Reserva legal	0,00	0,00	20.000,00
(113) Reserva voluntaria	0,00	0,00	128.379,86
(121) Resultados de ejercicios anteriores	0,00	(6.173,64)	147,27
(129) Resultado del ejercicio	(6.173,64)	154.553,50	262.293,44
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>75.774,39</b>	<b>65.399,31</b>	<b>54.212,46</b>
Deudas a largo plazo	75.774,39	65.399,31	54.212,46
(170) Deudas a largo plazo con entidades de crédito	75.774,39	65.399,31	54.212,46
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>20.315,78</b>	<b>68.881,28</b>	<b>97.525,99</b>
Deudas a corto plazo	9.622,21	10.375,08	11.186,86
(520) Deudas a corto plazo con entidades de crédito	9.622,21	10.375,08	11.186,86
Créditos comerciales y otras cuentas a pagar	10.581,53	58.506,20	86.339,13
(400) Proveedores	107,00	107,00	107,00
(410) Acreedores por prestaciones de servicios	10.586,57	58.399,20	86.232,13
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>169.916,53</b>	<b>362.660,45</b>	<b>642.411,75</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

## b) Cuenta de pérdidas y ganancias

**Tabla 62. Cuenta de pérdidas y ganancias previsional para RentFit**

<b>Concepto</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Importe neto de la cifra de negocio	237.000,00	420.000,00	546.000,00
(705) Prestaciones de servicio	237.000,00	420.000,00	546.000,00
Gastos de personal	(191.579,90)	(193.499,90)	(193.499,90)
(640) Sueldos y salarios	(154.999,92)	(154.999,92)	(154.999,92)
(642) Seguridad Social a cargo de la empresa	(36.579,98)	(36.579,98)	(36.579,98)
(649) Otros gastos sociales	0,00	(1.920,00)	(1.920,00)

Otros gastos de explotación	(25.827,01)	(21.403,96 )	(21.403,96 )
(623) Servicios de profesionales independientes	(1.200,00)	(1.200,00)	(1.200,00)
(625) Primas de seguros	(2.500,00)	(2.500,00)	(2.500,00)
(627) Publicidad y propaganda	(17.573,05)	(15.000,00)	(15.000,00)
(629) Otros servicios	(4.553,96)	(2.703,96)	(2.703,96)
<b>EBITDA</b>	<b>19.593,09</b>	<b>205.096,14</b>	<b>331.096,14</b>
Dotaciones para amortizaciones	(17.143,81)	(17.143,81)	(17.143,81)
(680) Amortización del inmovilizado intangible	(1.560,48)	(1.560,48)	(1.560,48)
(681) Amortización del inmovilizado material	(15.583,33)	(15.583,33)	(15.583,33)
<b>BAII / RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>2.449,27</b>	<b>187.952,33</b>	<b>313.952,33</b>
Gastos financieros	(8.622,92)	(6.124,68)	(5.371,80)
(662) Intereses de deudas	(8.622,92)	(6.124,68)	(5.371,80)
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(8.622,92)</b>	<b>(6.124,68)</b>	<b>(5.371,80)</b>
<b>BAI / RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(6.173,64)</b>	<b>181.827,65</b>	<b>308.580,52</b>
Tributos	0,00	(27.274,15)	(46.287,08)
(630) Impuesto sobre el beneficio	0,00	(27.274,15)	(46.287,08)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>(6.173,64)</b>	<b>154.553,50</b>	<b>262.293,44</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

c) Estado de flujos de efectivo

**Tabla 63. Estado de flujos de efectivo previsional para RentFit**

2025													
Concepto	Apertura	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Saldo inicial	63.329,74												
Ventas al contado		5.350,00	9.630,00	11.770,00	21.400,00	25.680,00	22.470,00	22.470,00	22.470,00	25.680,00	25.680,00	28.890,00	32.100,00
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>60.917,85</b>	<b>5.350,00</b>	<b>9.630,00</b>	<b>11.770,00</b>	<b>21.400,00</b>	<b>25.680,00</b>	<b>22.470,00</b>	<b>22.470,00</b>	<b>22.470,00</b>	<b>25.680,00</b>	<b>25.680,00</b>	<b>28.890,00</b>	<b>32.100,00</b>
Sueldos y salarios		12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66	12.916,66
Seguridad Social			3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33	3.048,33
Profesionales independientes			107,00	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00	107,00
Seguros		208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33	208,33
Publicidad y propaganda		1.997,34	4.538,59	1.007,59	3.878,13	3.557,13	343,30	300,50	642,00	1.829,70	343,30	343,30	22,30
Otros gastos		2.220,60	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10	241,10
Préstamo		1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24	1.462,24
<b>TOTAL PAGOS</b>		<b>18.805,17</b>	<b>22.522,26</b>	<b>18.991,26</b>	<b>21.861,80</b>	<b>21.540,80</b>	<b>18.326,97</b>	<b>18.284,17</b>	<b>18.625,67</b>	<b>19.813,37</b>	<b>18.326,97</b>	<b>18.326,97</b>	<b>18.005,97</b>

<b>FLUJO DE TESORERÍA</b>		-13.455,17	-12.892,26	-7.221,26	-461,80	4.139,20	4.143,03	4.185,83	3.844,33	5.866,63	7.353,03	10.563,03	14.094,03
<b>FLUJO DE TESORERÍA ACUMULADO</b>	60.917,85	47.462,67	34.570,42	27.349,16	26.887,37	31.026,57	35.169,60	39.355,43	43.199,77	49.066,40	56.419,43	66.982,46	81.076,50

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 9.4.1. Medida para solventar problema de liquidez temporal

Tal y como se observa en el Estado de Flujos de Efectivo anterior, previsiblemente RentFit atravesará problemas de liquidez durante los 4 primeros meses del ejercicio. Para anticiparnos a esto, hemos decidido abrir una línea de crédito para esos 4 meses con nuestra entidad financiera “Cajasiete”. Este producto se ajusta a nuestras dificultades temporales y permite que la empresa siga adelante y podamos atender a nuestros pagos. Los detalles del producto son los indicados en la Tabla 64.

**Tabla 64. Características de la línea de crédito**

<b>LÍNEA DE CRÉDITO - CAJASIETE EMPRESAS</b>	
●	Capital solicitado: 40.000€
●	Periodo de devolución: 1 año
●	Tipo de interés de la línea de crédito: 4,50%
●	Intereses de deuda generados: 150€, a pagar mensualmente

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 9.5. Análisis económico-financiero

Este apartado tiene la finalidad de analizar el resultado de la proyección financiera respecto a su estado patrimonial así como sus ratios.

### 9.5.1 Análisis patrimonial

Tal y como se aprecia en el balance de situación anteriormente planteado para el primer ejercicio, este presenta la composición que se indica en la Tabla 65.

**Tabla 65. Masas patrimoniales, activo**

<b>Activo no corriente</b>	88.840,04	49%
<b>Activo corriente</b>	91.821,31	51%

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Como se observa, el activo de la Sociedad presenta una situación muy equilibrada, donde el activo corriente prácticamente iguala al activo no corriente. Cabe destacar que mientras el activo no corriente está compuesto principalmente de inmovilizado material e intangible provenientes de la inversión inicial, el activo corriente está principalmente formado por la caja que afrontará todos los gastos iniciales.

Por otro lado, en lo que al pasivo y al patrimonio neto se refiere, este está distribuido tal y como se indica en la Tabla 66.

**Tabla 66. Masas patrimoniales, pasivo y patrimonio neto**

<b>Patrimonio neto</b>	78.299,87	43%
<b>Pasivo no corriente</b>	81.569,81	45%
<b>Pasivo corriente</b>	20.791,66	12%

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Como se observa, las fuentes de financiación del proyecto están basadas principalmente en los recursos propios y en las deudas a largo plazo, siendo el pasivo corriente la menor de las partidas con diferencia. Esta situación patrimonial permite a la empresa gozar de una previsible estabilidad financiera durante los sus primeros años de vida.

Continuando con el análisis patrimonial de RentFit, se estudian los siguientes principios:

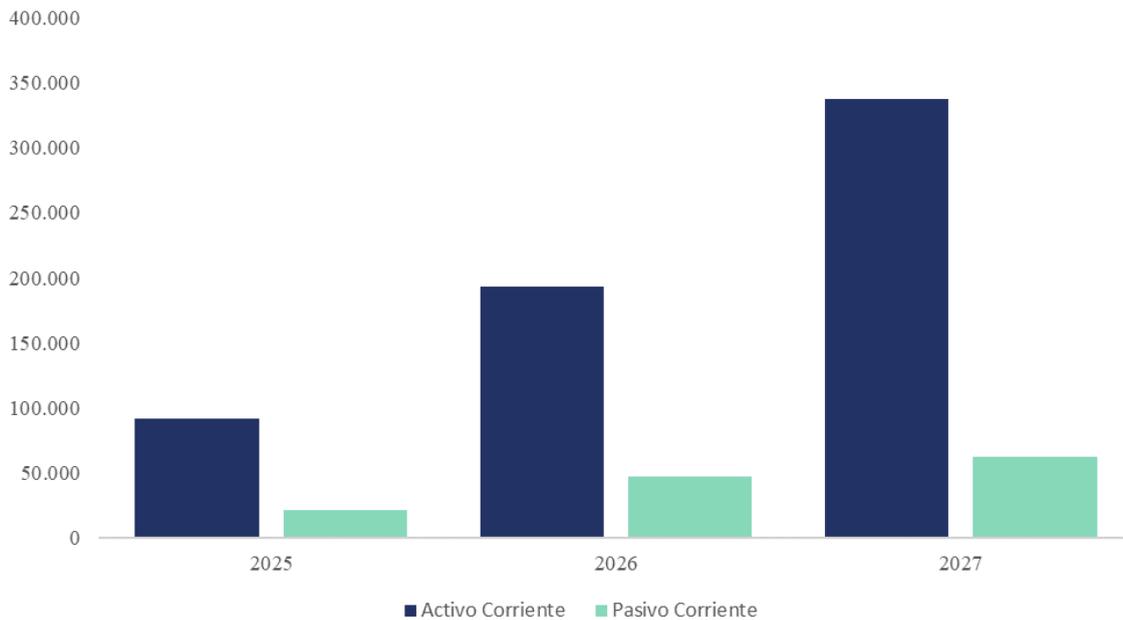
- 1. El activo corriente ha de ser mayor, y si es posible casi el doble, que el pasivo corriente.**

Tal y como se observa en la Figura 55, este principio se cumple todos los años con amplia garantía. Atender a este principio es necesario para que la empresa no tenga problemas de liquidez y pueda atender sus pagos, algo que RentFit cumple perfectamente. De la misma manera se debe mencionar que cumplir con un principio tan holgadamente puede ocasionar que se estén infrautilizado los activos. En el caso de RentFit, se trata de una estrategia que busca mitigar el posible riesgo de quiebra, acumulando tesorería para hacer frente a los posibles contratiempos que pueden surgir en el futuro.

**2. El realizable más el disponible ha de igualar, aproximadamente, al pasivo corriente.**

Debido a que RentFit no posee existencias, el disponible es igual al activo corriente. Por ello este principio comparte la Figura 56 con el principio 1. De esta manera se demuestra que RentFit no tendrá problemas para afrontar sus obligaciones en el corto plazo.

**Figura 56. Activo corriente VS Pasivo corriente**

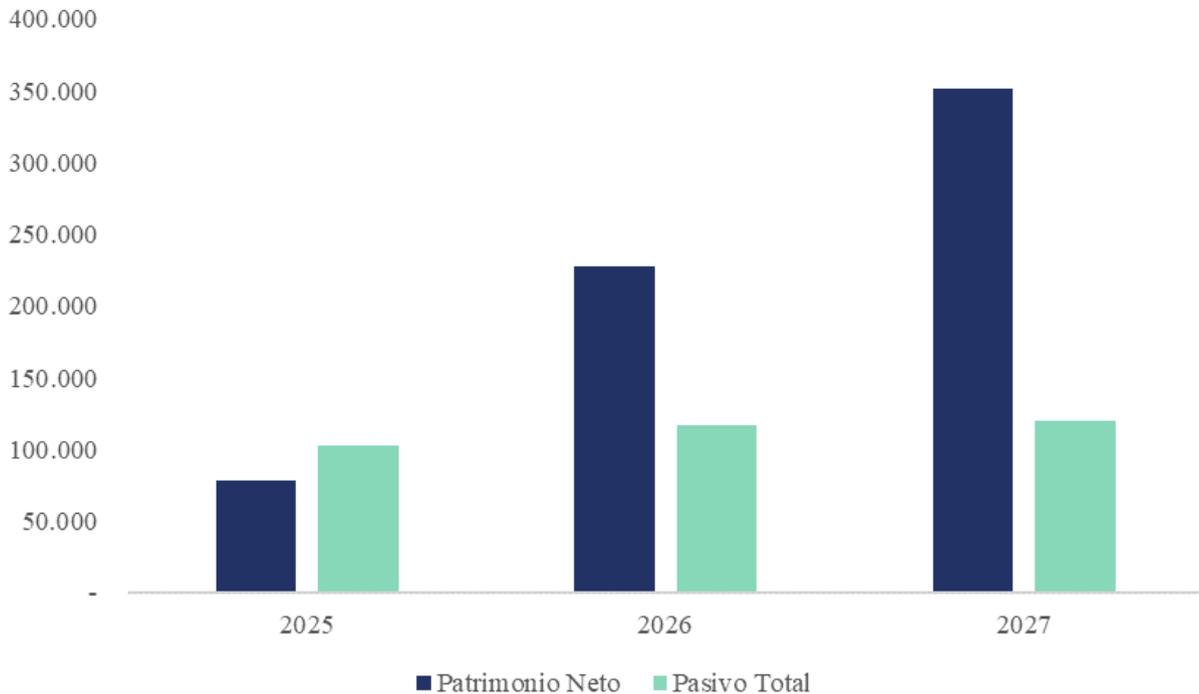


*Fuente: elaboración propia (2024).*

**3. Los fondos propios han de ascender al 40 % o 50 % del total del pasivo.**

Tal y como se muestra en la Figura 57, RentFit cumple a la perfección con este principio, lo que indica que los riesgos derivados del endeudamiento están minimizados. El gran crecimiento que se observa en el patrimonio neto viene motivado por la decisión de dotar reservas, cuya distribución se explica a continuación. Por tanto, como se mencionó anteriormente, aunque parezca que puede existir una infrautilización de los recursos, se trata de una decisión meditada con el fin de capitalizar la Sociedad.

**Figura 57. Patrimonio neto VS Pasivo total**



*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 9.5.2 Ratios

En el presente apartado se analizan los principales ratios obtenidos tras proyectar los estados financieros desglosados anteriormente. En este sentido, se analizan los ratios de los tres primeros años de la empresa. Se debe tener en cuenta que el dato de un ratio individualmente no supone información suficiente para motivar la toma de decisiones, son todos los datos en su conjunto los que nos brindan una imagen fiel de la realidad económica y financiera de la empresa.

Antes de comenzar con el análisis se debe mencionar que una de las políticas de la Sociedad, con el fin de mitigar el riesgo de quiebra, es dotar reservas para capitalizar a la empresa. Puede que algunos de los ratios que se analizan muestren un posible exceso de tesorería, pero se debe tener en cuenta que es una decisión totalmente meditada por parte de los administradores de la Sociedad con el fin de ser conservadores.

**Tabla 67. Ratios**

Ratio	2025	2026	2027
<b>Ratios de liquidez</b>			
Liquidez	3,98	4,22	6,04
Tesorería	3,98	4,22	6,04
<b>Ratios de endeudamiento</b>			
Endeudamiento	0,58	0,37	0,24
Calidad de la deuda	0,21	0,51	0,64
Capacidad de devolución de la deuda	0,09	1,28	1,84
Coste de la deuda	10,04%	8,08%	8,21%
Cobertura de gastos financieros	0,10	30,72	57,89
<b>Ratios de gestión del activo</b>			
Rotación ANC	2,67	5,86	10,01
Rotación AC	2,91	1,42	0,91
<b>Plazos</b>			
Plazo de pago (*)	0	0	0
Plazo de cobro (*)	0	0	0
<b>Ratios de rentabilidad</b>			
Rentabilidad económica	0,50%	52,43%	48,95%
Rentabilidad financiera	-11,03%	68,77%	53,59%
Retorno sobre la inversión	-107%	46%	147%
Retorno sobre el capital empleado	3%	82%	64%

(\*) Nota. Los ratios de pago y cobro son 0 debido a que por las características intrínsecas de la plataforma, cobramos y pagamos al contado. Fuente: elaboración propia (2024).

Al analizar los diferentes ratios que presenta RentFit en su escenario neutral, se puede afirmar que se trata de un proyecto sin problemas de liquidez, con unos niveles de deuda muy adecuados, con una gestión de activos muy eficiente, sin plazos de pago y cobros y con una rentabilidad muy atractiva.

## 9.6. Distribución de resultados

La empresa espera obtener resultados positivos a partir del segundo año (este incluido). No obstante, los administradores hemos decidido que, durante los 4 primeros ejercicios, no se repartirán dividendos a los socios para asegurar la estabilidad a largo plazo, por lo que reinvertiremos todos los resultados positivos obtenidos en el propio proyecto, una vez cubierta la reserva legal. En la Tabla 68 se indica la distribución concreta del resultado.

**Tabla 68. Distribución de resultado RentFit**

Periodo	Resultado del ejercicio	Reserva legal	Reservas voluntarias	Compensación de pérdidas	Dividendos
2025	-6.173,64	<b>Pérdidas, no procede realizar distribución de resultados</b>			
2026	154.553,50	16.000,00	132.379,86	6.173,64	N/A
2027	262.293,44	0,00	262.293,44	0,00	N/A

*Fuente: elaboración propia (2024).*

En los planes futuros de RentFit, con el capital destinado a reservas, se podrá valorar la expansión hacia otros mercados (península ibérica) o la introducción de nuevos servicios dentro de la plataforma (por ejemplo, actividades guiadas).

## 9.7. Escenarios hipotéticos

### 9.7.1. Escenario optimista

Para el escenario optimista analizaremos qué pasaría si los ingresos son un 20% superiores a lo que estimamos. Dada esta suposición, el importe neto de la cifra de negocio quedaría configurado de la siguiente manera:

**Tabla 69. Ingresos estimados en el escenario optimista**

Mes	2025	2026	2027
<b>Enero</b>	6.000,00	45.360,00	58.968,00
<b>Febrero</b>	10.800,00	40.320,00	52.416,00
<b>Marzo</b>	13.200,00	45.360,00	58.968,00

<b>Abril</b>	24.000,00	50.400,00	65.520,00
<b>Mayo</b>	28.800,00	40.320,00	52.416,00
<b>Junio</b>	25.200,00	35.280,00	45.864,00
<b>Julio</b>	25.200,00	35.280,00	45.864,00
<b>Agosto</b>	25.200,00	35.280,00	45.864,00
<b>Septiembre</b>	28.800,00	40.320,00	52.416,00
<b>Octubre</b>	28.800,00	40.320,00	52.416,00
<b>Noviembre</b>	32.400,00	45.360,00	58.968,00
<b>Diciembre</b>	36.000,00	50.400,00	65.520,00
<b>IMPORTE NETO CIFRA NEGOCIO</b>	<b>284.400 €</b>	<b>504.000 €</b>	<b>655.200 €</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

Dada esta configuración de ingresos más altos de lo esperado obtendremos los siguientes resultados:

**Tabla 70. Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario optimista**

Concepto	2025	2026	2027
Importe neto de la cifra de negocio	284.400,00	504.000,00	655.200,00
<b>EBITDA</b>	<b>66.993,09</b>	<b>289.096,14</b>	<b>440.296,14</b>
<b>BAII / RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>49.849,27</b>	<b>271.952,33</b>	<b>423.152,33</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(8.622,92)</b>	<b>(6.124,68)</b>	<b>(5.371,80)</b>
<b>BAI / RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>41.226,36</b>	<b>265.827,65</b>	<b>417.780,52</b>
Tributos	10.306,59	(39.874,15)	(62.667,08)
(630) Impuesto sobre el beneficio	10.306,59	(39.874,15)	(62.667,08)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>51.532,95</b>	<b>225.953,50</b>	<b>355.113,44</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

Uno de los primeros cambios que apreciamos es que para el año 2027 el tipo impositivo cambiaría del 15% al 25%, ya que se empezaría a contar desde el 2025 para los dos años de tipo reducido (Agencia Tributaria: Tipo Impositivo, 2023).

Tal y como se aprecia en la Tabla 70, el resultado del ejercicio crece considerablemente respecto al escenario neutral. En el año 2026, un aumento en importe neto de la cifra de negocios del 20% se traduce en un aumento del 46% en el resultado del ejercicio. Este hecho se debe al gran apalancamiento operativo del que goza el proyecto al ser la mayoría de sus gastos fijos. El mayor cambio en lo que a nuestra PyG se refiere se refleja en el primer año, donde se pasa de tener unas pérdidas de 7.948,77€ a unos beneficios de 51.532,95€.

En lo que al VAN y a la TIR se refiere, teniendo en cuenta unos ingresos un 20% superiores a lo esperado se obtienen los datos señalados en la Tabla 71.

**Tabla 71. Análisis de rentabilidad en el escenario optimista**

<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	422.476,31
<b>Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)</b>	72,69%

*Fuente: elaboración propia (2024).*

### 9.7.2. Escenario pesimista

Para el escenario pesimista analizaremos qué pasaría si los ingresos son un 20% inferiores a lo que estimamos. Dada esta suposición, el importe neto de la cifra de negocio quedaría configurado de la manera que se muestra en la Tabla 72.

**Tabla 72. Ingresos estimados en el escenario pesimista**

Mes	2025	2026	2027
<b>Enero</b>	4.000,00	30.240,00	39.312,00
<b>Febrero</b>	7.200,00	26.880,00	34.944,00
<b>Marzo</b>	8.800,00	30.240,00	39.312,00
<b>Abril</b>	16.000,00	33.600,00	43.680,00
<b>Mayo</b>	19.200,00	26.880,00	34.944,00
<b>Junio</b>	16.800,00	23.520,00	30.576,00
<b>Julio</b>	16.800,00	23.520,00	30.576,00

<b>Agosto</b>	16.800,00	23.520,00	30.576,00
<b>Septiembre</b>	19.200,00	26.880,00	34.944,00
<b>Octubre</b>	19.200,00	26.880,00	34.944,00
<b>Noviembre</b>	21.600,00	30.240,00	39.312,00
<b>Diciembre</b>	24.000,00	33.600,00	43.680,00
<b>IMPORTE NETO CIFRA NEGOCIO</b>	<b>189.600 €</b>	<b>336.000 €</b>	<b>436.800 €</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

Por otro lado, en base a esta configuración de ingresos más bajos de lo esperado, obtendremos los resultados que se observan en la Tabla 73.

**Tabla 73. Cuenta de pérdidas y ganancias del escenario pesimista**

Concepto	2025	2026	2027
Importe neto de la cifra de negocio	189.600,00	336.000,00	436.800,00
<b>EBITDA</b>	<b>(27.806,91)</b>	<b>121.096,14</b>	<b>221.896,14 4</b>
<b>BAII / RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>(44.950,73)</b>	<b>103.952,33</b>	<b>204.752,33</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(8.622,92)</b>	<b>(6.124,68)</b>	<b>(5.371,80)</b>
<b>BAI / RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(53.573,64)</b>	<b>97.827,65</b>	<b>199.380,52</b>
Tributos	0,00	(14.674,15)	(29.907,08)
(630) Impuesto sobre el beneficio	0,00	(14.674,15)	(29.907,08)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>(53.573,64)</b>	<b>83.153,50</b>	<b>169.473,44</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

Tal y como se aprecia en la Tabla 73, el impacto de unos ingresos un 20% menores de lo esperado causa un efecto directo en la cuenta de pérdidas y ganancias de RentFit. Lo más notable a señalar en este sentido, es que un 20% de disminución de los ingresos produce unas pérdidas más de cinco veces mayores respecto a las del escenario base. Igualmente, esa misma reducción del 20% en ventas causa una disminución del resultado del ejercicio de 54% y 65% para los años 2026 y 2027 respectivamente.

Este hecho en el que la disminución del resultado del ejercicio es mayor que la de la cifra de negocios, se debe al apalancamiento financiero nombrado anteriormente, que ahora juega en contra de RentFit. Finalmente, estos ingresos reducidos causan que los problemas de liquidez mencionados en el apartado de [medida para solventar problema de liquidez temporal](#), se alarguen cuatro meses más, aumentando la cuota mensual de la línea de crédito que prevemos contratar.

Por otro lado, en lo que a los datos de rentabilidad se refiere, para este nuevo escenario se obtienen los resultados que se indican en la Tabla 74.

**Tabla 74. Análisis de rentabilidad en el escenario pesimista**

Valor Actual Neto (VAN)	48.756,38
Tasa Interna de Rentabilidad (TIR)	16,89%

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Dados estos resultados, se debe mencionar que, a pesar de seguir siendo positivos en ese nuevo escenario, puede que el proyecto deje de resultar interesante para los inversores. Debemos tener en cuenta que los inversores buscan una prima de rentabilidad alta en proyectos de este tipo (debido al alto riesgo que supone una inversión en una empresa de nueva creación) (FasterCapital, s.f.). Por ello, aunque a primera vista el resultado sigue siendo positivo, debemos ser precavidos con el fin de seguir siendo un proyecto atractivo para los inversores.

## 9.8. Análisis de sensibilidad

Se analiza la adaptabilidad del proyecto a los posibles cambios en el entorno, desde una perspectiva financiera.

- a) **Se convocan elecciones generales en Alemania y resulta electo un partido con drásticas medidas económicas, lo que provoca una recesión. El turismo alemán en Canarias se ve reducido en un 40%.**

Un 15% de los turistas que recibe Canarias cada año proceden de Alemania, pero con las nuevas medidas, estos pasarían a ser un 9% del total. Cualquier cambio en los hábitos de consumo turístico en los alemanes, afecta significativamente a RentFit.

**Tabla 75. Análisis de sensibilidad, disminución del turismo alemán**

Periodo	Ingreso previsto	Demanda alemana inicial (15%)	Demanda alemana tras las nuevas medidas (9%)	Impacto cuantificado	Ingresos finales
2025	237.000,00	35.550,00	21.330,00	-14.220,00	222.780,00
2026	420.000,00	63.000,00	37.800,00	-25.200,00	394.800,00
2027	546.000,00	81.900,00	49.140,00	-32.760,00	513.240,00

Fuente: elaboración propia (2024).

**Tabla 76. Análisis de sensibilidad, cuenta de pérdidas y ganancias con disminución del turismo alemán**

Concepto	2025	2026	2027
Importe neto de la cifra de negocio	222.780,00	394.800,00	513.240,00
<b>EBITDA</b>	<b>3.772,43</b>	<b>184.896,14</b>	<b>303.336,14</b>
<b>BAII / RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>(13.371,39)</b>	<b>167.752,33</b>	<b>286.192,33</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(8.797,39)</b>	<b>(6.281,29)</b>	<b>(5.509,17)</b>
<b>BAI / RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(22.168,77)</b>	<b>161.471,03</b>	<b>280.683,16</b>
Tributos	0,00	(24.220,66)	(42.102,47)
(630) Impuesto sobre el beneficio	0,00	(24.220,66)	(42.102,47)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>(22.168,77)</b>	<b>137.250,38</b>	<b>238.580,68</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

Como se observa, los resultados son bastantes peores a lo inicialmente previsto, lo que indica una sensibilidad muy alta a los factores externos aplicables al público objetivo de una determinada nacionalidad, en este caso alemana.

**b) Prescindimos del Social Media Manager y del contable, de forma que cada departamento (marketing y finanzas) quedaría conformado por una única persona, disminuyendo así nuestros gastos de personal.**

En este supuesto se analiza el impacto que tendría en nuestros gastos y en nuestro margen el hecho de contratar a menos personal. Los sueldos del Social Media Manager y del contable son los siguientes:

- Social Media Manager: 22.000€ brutos anuales
- Contable: 22.000€ brutos anuales

**Tabla 77. Análisis de sensibilidad, reducción de gastos de personal**

Concepto	2025	2026	2027
Sueldos y salarios escenario neutral	154.999,92	154.999,92	154.999,92
Sueldos y salarios nuevo supuesto	110.999,92	110.999,92	110.999,92
<b>AHORRO EN SUELDOS Y SALARIOS</b>	<b>44.000,00</b>	<b>44.000,00</b>	<b>44.000,00</b>
Seguridad Social escenario neutral	36.579,98	36.579,98	36.579,98
Seguridad Social nuevo supuesto	26.195,98	26.195,98	26.195,98
<b>AHORRO EN SEGURIDAD SOCIAL</b>	<b>10.384,00</b>	<b>10.384,00</b>	<b>10.384,00</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

La disminución en los gastos de personal si prescindimos de dos empleados es sustancial. Como es lógico, el resultado del ejercicio mejora considerablemente en este supuesto. No obstante, entendemos que el éxito del proyecto de RentFit se explica por las personas que formamos parte de él, por lo que la dirección de la empresa no se plantea prescindir de ninguno de los puestos previstos en el plan de contratación.

**Tabla 78. Análisis de sensibilidad, cuenta de pérdidas y ganancias con reducción de gastos de personal**

Concepto	2025	2026	2027
Importe neto de la cifra de negocio	237.000,00	420.000,00	546.000,00

<b>EBITDA</b>	<b>72.376,43</b>	<b>264.480,14</b>	<b>390.480,14</b>
<b>BAII / RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>55.232,61</b>	<b>247.336,32</b>	<b>373.336,32</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(8.797,39)</b>	<b>(6.281,29)</b>	<b>(5.509,17)</b>
<b>BAI / RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>46.435,23</b>	<b>241.055,03</b>	<b>367.827,16</b>
Tributos	(6.965,28)	(36.158,25)	(55.174,07)
(630) Impuesto sobre el beneficio	(6.965,28)	(36.158,25)	(55.174,07)
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>39.469,94</b>	<b>204.896,78</b>	<b>312.653,08</b>

*Fuente: elaboración propia (2024).*

## 10. SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN

### 10.1. Seguimiento del presupuesto, costes y finanzas

**Tabla 79. Seguimiento del presupuesto, costes y finanzas**

Objetivo	KPIs	Responsable	Periodicidad
<b>Presupuesto Ejecutado</b>	Porcentaje del presupuesto gastado vs. presupuestado	Controller financiero	Mensual
<b>Margen Comercial</b>	Porcentaje de margen comercial (ingresos menos gastos, dividido por ingresos)	Controller financiero	Mensual
<b>Flujo de Caja</b>	Saldo de caja actual comparado con el presupuesto	Controller financiero	Mensual

*Fuente: elaboración propia (2024)*

### 10.2. Seguimiento de objetivos comerciales

**Tabla 80. Seguimiento de objetivos comerciales**

Objetivo	KPIs	Cómo medir el KPI	Responsable	Periodicidad
<b>OBJETIVOS CUALITATIVOS</b>				
<b>Fomento de la lealtad del cliente</b>	Tasa de retención de clientes	Porcentaje de clientes que hacen uso de nuestro programa <i>Match Point</i> VS Total de clientes	Responsable de Marketing	Anual, a cierre del ejercicio
<b>Posicionamiento como líder en la industria</b>	Cuota de mercado	Comparación de volumen de facturación respecto a la competencia	Administradores	Anual, a cierre del ejercicio
<b>Fortalecimiento de la percepción del valor del producto</b>	Índice de percepción del valor (VP Index)	Encuesta de valor percibido por el cliente	Responsable de Marketing	Semestral, dos veces al año
<b>Satisfacción del cliente</b>	Índice de satisfacción del cliente (CSI)	Encuestas de satisfacción, Net Promoter Score (NPS), tasas de retención de clientes	Responsable de Marketing	Semestral, dos veces al año
<b>OBJETIVOS CUANTITATIVOS</b>				
<b>Incremento de las conversiones en el sitio web</b>	Tasa de conversión	Relación entre el número de visitantes del sitio web y las conversiones	Responsable de Marketing	Mensual, a cierre de cada mes

		logradas		
<b>Incremento del retorno de la inversión (ROI) en acciones de marketing y publicidad</b>	Retorno de la inversión (ROI)	Ingresos generados por campañas de marketing dividido por el costo total de la inversión en marketing.	Controller financiero y administradores	Anual, a cierre del ejercicio
<b>Mejora de la participación en redes sociales</b>	Engagement Rate	Análisis de interacciones (likes, comentarios, compartidos), crecimiento de seguidores, alcance de las publicaciones.	Social Media Manager	Mensual, a cierre de cada mes
<b>Crecimiento de la base de datos de clientes</b>	Tasa de crecimiento de clientes	Nuevos clientes añadidos a la base de datos	Informático	Anual, a cierre del ejercicio

Fuente: elaboración propia (2024).

### 10.3. Control del equipo técnico

**Tabla 81. Control del equipo técnico**

Objetivo	KPIs	Responsable	Periodicidad
<b>Uptime de la plataforma</b>	Porcentaje de tiempo en línea sin interrupciones	Informático	Semanal
<b>Tiempo de respuesta</b>	Tiempo promedio de respuesta del servidor	Informático	Semanal
<b>Errores técnicos</b>	Número y tipo de errores técnicos registrados	Informático	Semanal

Fuente: elaboración propia (2024)

### 10.4. Control de los recursos humanos

**Tabla 82. Control de recursos humanos**

Objetivo	KPIs	Responsable	Periodicidad
<b>Satisfacción del empleado</b>	Resultados de encuestas de satisfacción del empleado	Administradores	Anual
<b>Desarrollo profesional</b>	Cumplimiento de planes de formación y desarrollo	Administradores	Anual

<b>Igualdad en el puesto de trabajo</b>	Evaluación del plan de igualdad	Administradores	Anual
---	---------------------------------	-----------------	-------

Fuente: elaboración propia (2024).

## 10.5. Sistema de calidad

Conservar los estándares de calidad en la plataforma es un factor importante y diferenciador. RentFit es una plataforma diseñada para que la confianza, tanto de propietarios como de los arrendadores, sea un elemento clave. Teniendo esto en cuenta, se ha diseñado un sistema de *reviews*, a través del cual se irá generando una reputación para los usuarios de la plataforma, tanto para propietarios y arrendatarios.

En el anexo se puede encontrar la [encuesta de satisfacción del propietario](#) y la encuesta de satisfacción al arrendatario ([Customer Satisfaction Survey](#)). Los usuarios no podrán ver sus resultados de las evaluaciones hasta que ambos se evalúen entre sí. Una vez esto ocurra, los resultados serán compartidos públicamente en forma de nota, creando así un *track-record* de todas las transacciones realizadas por cada usuario así como una nota media.

La calidad de los anuncios, es el pilar fundamental sobre el que se basa el funcionamiento de RentFit, por ello se implementa un sistema de recompensa para incentivar a los propietarios a elevar la calidad al máximo. Este sistema tiene el nombre de *SuperOwner*, para convertirse en *SuperOwner* los propietarios deberán cumplir los requisitos señalados en la Tabla 83.

**Tabla 83. Requisitos *SuperOwner***

SuperOwner	
<b>Nota media de sus anuncios</b>	Superior a 4,5 sobre 5
<b>Tiempo medio de respuesta a arrendatarios</b>	Inferior a 1 hora
<b>Número de alquileres realizados</b>	8, alcanzando los 40 días en total
<b>Índice de cancelaciones</b>	Inferior al 5%

Fuente: elaboración propia (2024).

Los beneficios para aquellos propietarios que se conviertan en *SuperOwner* serán los siguientes:

1. Posicionamiento prioritario en la lista de anuncios.
2. Insignia distintiva de *SuperOwner* en el anuncio.
3. Acceso prioritario a nuevas funcionalidades conforme se actualice la plataforma.

**Tabla 84. Periodos de evaluación de *SuperOwners***

Evaluación	Fecha
Primer trimestre	31 de marzo
Segundo trimestre	30 de junio
Tercer trimestre	30 de septiembre
Cuarto trimestre	31 de diciembre

*Fuente: elaboración propia (2024).*

Por otro lado, nos pondremos en contacto con aquellos propietarios cuya calificación media sea menor de 3 sobre 5 para consultarles acerca de las bajas y ofrecerles ayuda al respecto.

## 11. PLAN DE ACCIÓN

### 11.1. Principales fases del proyecto

Este proyecto tiene un horizonte temporal que abarca el segundo semestre del año 2024, como fase pre-lanzamiento, y posteriormente el lanzamiento y la puesta en marcha con fecha prevista de enero de 2025. Concretamente, las principales fases son las siguientes:

1. Inscripción de la Sociedad en el Registro Mercantil y emisión de la escritura de constitución. A partir de este momento RentFit adquirirá personalidad jurídica y tendrá la capacidad de llevar a cabo la actividad empresarial.
2. Tramitación de todos los documentos necesarios para la concesión del préstamo por parte de Cajasiete. Este es un momento clave para el proyecto. Es el primer paso necesario a nivel financiero para poder llevar a cabo todas las actividades de inversión.
3. Trabajo intensivo con la empresa de desarrollo de software para el desarrollo completo de la plataforma. Una vez recibamos el importe del préstamo bancario, el siguiente paso es el desarrollo de la plataforma. Este paso lo llevaremos a cabo junto con la empresa Software Development Hub.
4. Reclutamiento. De forma paralela al desarrollo de la plataforma, se irá llevando a cabo el reclutamiento de personal. Para ello se publicarán ofertas de trabajo en LinkedIn y se llevarán a cabo los pertinentes procesos de selección.
5. Adquisición de activos fijos: ordenadores y móviles. A lo largo del proceso de reclutamiento iremos adquiriendo los dispositivos electrónicos con los que el personal podrá desempeñar sus funciones.
6. Campaña de lanzamiento. Se llevará a cabo de forma paralela con el lanzamiento oficial de RentFit. Es en este momento cuando se desplegarán todos los medios dispuestos para acompañar al lanzamiento de la plataforma.
7. Lanzamiento oficial de RentFit. En este momento todas las funcionalidades de la plataforma estarán disponibles.

## 11.2. Plan de trabajo: Definición de tareas / actividades a llevar a cabo en el proyecto

**Tabla 85. Fases de desarrollo de RentFit**

Etapa	Fecha	Encargado/s	Proveedor
Constitución de la sociedad	1 de junio de 2024	Administradores	Don Nicolás Quintana Plasencia
Concesión del préstamo	1 de agosto de 2024	Administradores	Cajasiete
Desarrollo integral de la plataforma	1 de agosto - 31 de diciembre 2024	Administradores	Software Development Hub
Reclutamiento de trabajadores	1 septiembre 2024 - 31 de diciembre 2024	Administradores	N/A
Compra de inmovilizado material	Mes de diciembre de 2024	Administradores	Última informática y Banana Computer
Comienzo de la campaña de lanzamiento	1 de enero de 2025	Responsable de Marketing y Ventas	JFT, HelloPrint, Google, Meta
Lanzamiento oficial de la plataforma	1 de enero de 2025	Todo el equipo	N/A

Fuente: elaboración propia (2024).

## 11.3. Cronograma de acciones: Diagrama de Gantt

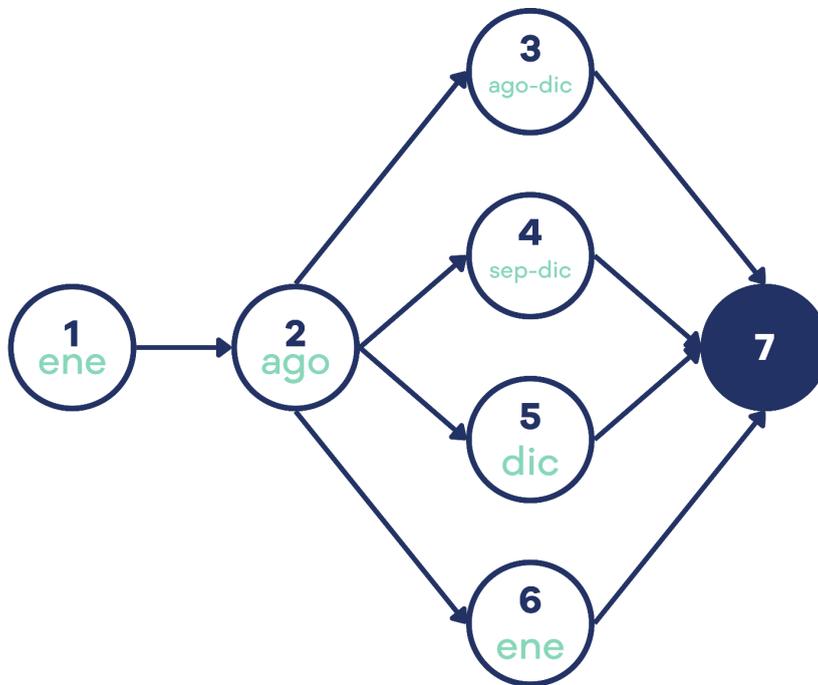
**Figura 58. Diagrama de Gantt**



Fuente: elaboración propia (2024).

### 11.4. Diagrama de Pert

Figura 59. Diagrama de Pert



1	Constitución de la sociedad
2	Concesión del préstamo
3	Desarrollo integral de la plataforma
4	Reclutamiento de trabajadores
5	Compra de inmovilizado material
6	Comienzo de la campaña de lanzamiento
7	Lanzamiento oficial de la plataforma

Fuente: elaboración propia (2024).

## 12. CONCLUSIONES

Tal y como se ha ido mencionando a lo largo de todo el documento, RentFit ha nacido con una misión clara: revitalizar el espíritu deportivo en Canarias por medio de una economía circular. A través de la investigación realizada, las estrategias diseñadas y las acciones descritas, consideramos que el potencial de RentFit como plataforma y como negocio son muy grandes.

Existe una demanda creciente de personas que realizan actividad física. Cada año miles y miles de nuevas personas comienzan a practicar deporte. De la misma manera, el turismo es un área de la economía que cada año crece más. Analizando a los competidores, podemos afirmar que existe mercado potencial para que RentFit genere ingresos a través de sus servicios.

Todas las estrategias y acciones han sido diseñadas para alcanzar todos los objetivos establecidos. Dada la naturaleza del proyecto, con su doble vertiente de público objetivo, hemos desarrollado estrategias y acciones para propietarios y para usuarios. De la misma manera, hemos considerado campañas de lanzamiento y campañas de mantenimiento. Bajo nuestro punto de vista, no solo se trata de hacer crecer la marca RentFit, también se trata de hacerla perdurar en el tiempo.

La viabilidad financiera se ha tenido muy presente a lo largo de todo el desarrollo del proyecto. Todas y cada una de las fases, estrategias y acciones se han enfocado con el objetivo final de crear un producto rentable. Tras haber concluido con la elaboración del proyecto podemos afirmar rotundamente que la viabilidad de RentFit es real, sus números resultan atractivos para posibles inversores, y las finanzas de la sociedad presentan un equilibrio sostenible desde una perspectiva económica.

En lo personal, nuestro principal objetivo era demostrar y enseñar todas las habilidades, conocimientos y competencias que hemos adquirido a lo largo de nuestros estudios universitarios. Y, con mucha alegría, podemos afirmar que lo hemos conseguido.

### 13. BIBLIOGRAFÍA

Admin. (21 de junio de 2023). *Las ventajas y desventajas de constituir una Sociedad limitada frente a otras formas jurídicas*. Gestorum, gestoria online. <https://www.gestorum.es/ventajas-desventajas-construir-Sociedad-limitada-frente-formas-juridicas/?cn-reloaded=1>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (16 de febrero de 2024). <https://sede.agenciatributaria.gob.es/>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (s.f.). *Agencia Tributaria: Cómo solicitar un NIF*. <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/censos-nif-domicilio-fiscal/solicitar-nif.html>

Agencia Estatal de Administración Tributaria. (20 de junio de 2023). *Agencia Tributaria: Tipo impositivo*. <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/que-base-imponible-se-determina-sociedades/tipo-impositivo.html>

Álvarez. (3 de junio de 2022). *Hacia una España digital en 2022; grandes retos y oportunidades*. IDG Communications S.A.U. <https://www.computerworld.es/tendencias/hacia-una-espana-digital-en-2022-grandes-retos-y-oportunidades>

BOE-A-2010-10544 Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. (s.f.). *Boletín Oficial del Estado*. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544>

BOE-A-1989-28111 Real Decreto 1426/1989, de 17 de noviembre, por el que se aprueba el Arancel de los Notarios. (s.f.). *Boletín Oficial del Estado*. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1989-28111>

BOE-A-2015-11430 Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. (s.f.). *Boletín Oficial del Estado*. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11430>

Cátedra en Innovación Deportiva Ebone. (12 de abril de 2023). *¿Qué importancia tiene el deporte en la sociedad?* Cátedra Innovación Deportiva Ebone. <https://ebone.es/catedra/importancia-deporte-sociedad/>

Canarias 2024. (s.f.). *Canarias 2024*. Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/ccaa/canarias>

Cantero, M., Cantero, M., & Cantero, M. (2020, diciembre 11). *Las islas pierden 11.000 millones de PIB por el impacto de la covid*. Cinco Días. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/12/10/companias/1607594119\\_941363.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/12/10/companias/1607594119_941363.html)

Constitución Española. (1978.). Título VIII. De la Organización Territorial del Estado. <https://app.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=143&fin=158&tipo=2>

Consumidora. (5 de junio de 2023). *Seis claves para mejorar la calidad de vida a partir de los 65 años*. Consumidora. <https://www.revistaalimentaria.es/consumidora/alimentacion-senior/seis-claves-para-mejorar-la-calidad-de-vida-a-partir-de-los-65-anos>

*Customer 360 Overview – The world's #1 AI CRM*. (s.f.). Salesforce. <https://www.salesforce.com/es/products/>

Datosmacro. (s. f.). *España: Economía y demografía 2024*. Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>

Dangwal, N., & Dangwal, N. (13 de octubre de 2022). *Salesforce pros and cons? Consider them to choose the right CRM*. Cynoteck. [https://cynoteck.com/es/blog-post/salesforce-pros-and-cons/#Salesforce\\_Pro\\_and\\_Cons\\_Is\\_it\\_the\\_right\\_CRM](https://cynoteck.com/es/blog-post/salesforce-pros-and-cons/#Salesforce_Pro_and_Cons_Is_it_the_right_CRM)

Del Toro (7 de febrero de 2023). *El tetrís demográfico de Canarias: crecer, decrecer o crecer mejor*. elconfidencial.com. [https://www.elconfidencial.com/espana/islas-canarias/2023-02-07/canarias-explosion-demografica\\_3571635/](https://www.elconfidencial.com/espana/islas-canarias/2023-02-07/canarias-explosion-demografica_3571635/)

Deuda pública | Tesoro Público. (s.f.). <https://www.tesoro.es/index.php/deuda-publica>

Diffusion sport. (s. f.). Diffusion Sport. <https://www.diffusionsport.com/>

División de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica, Ministerio de Cultura y Deporte. (2023). *Anuario de Estadísticas Deportivas 2023*. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:c623c493-de28-4973-8f8a-62ed8b8f9b03/aed-2023.pdf>

elDiario.es. (21 de febrero de 2023). *Canarias fue la segunda región con mayor crecimiento de las ventas y el empleo en el sector servicios en 2022*. elDiario.es. [https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-segunda-region-mayor-crecimiento-ventas-empleo-sector-servicios-2022\\_1\\_9972299.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-segunda-region-mayor-crecimiento-ventas-empleo-sector-servicios-2022_1_9972299.html)

elEconomista.es. (22 de febrero de 2024). *Análisis DAFO: qué es - Diccionario de Economía*. elEconomista.es. <https://www.economista.es/diccionario-de-economia/analisis-dafo>

FasterCapital. (s.f.). *Invertir en empresas de nueva creación - FasterCapital*. <https://fastercapital.com/es/contenido/Invertir-en-empresas-de-nueva-creacion.html>

Fernández, Y. (18 de enero de 2023). *Qué es un CRM y para qué sirve este tipo de programas*. Xataka. <https://www.xataka.com/basics/que-crm-sirve-este-tipo-programas>

Fraguela, N. (30 de abril de 2024). *El número de usuarios de internet en el mundo crece un 1,8% y alcanza los 5.350 millones (2024)*. Marketing 4 Ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-de-internet-mundo/>

Fortuño, M. (27 de junio de 2020). *El teletrabajo en pandemia, la primera piedra de una revolución*. El Blog Salmón. <https://www.elblogsalmon.com/mundo-laboral/teletrabajo-pandemia-primera-piedra-revolucion>

Gamarra, G. (1 de febrero de 2024). *Teletrabajo para empresas: ventajas y desventajas*. Factorial. <https://factorialhr.es/blog/teletrabajo/#panorama-de-teletrabajo-en-espana-en-2022>

Google para Pymes - Recursos para .que tu pequeña empresa tenga presencia en internet. (s. f.). *Google para Pymes - Recursos para que tu pequeña empresa tenga presencia en Internet.* Google Para Pymes - Recursos Para Que Tu Pequeña Empresa Tenga Presencia En Internet. [https://smallbusiness.withgoogle.com/intl/es\\_es/?c=ES#!/](https://smallbusiness.withgoogle.com/intl/es_es/?c=ES#!/)

Guía de Negocios en España. (6 de septiembre de 2023). 2.4.3. *Aranceles y costes - Guide to Business in Spain (ICEX).* Guide to Business in Spain (ICEX). <https://www.guidetobusinessinspain.com/establecimiento-en-espana/2-4-3-aranceles-y-costes/>

Historia e Ideología. (s.f.). *Historia e Ideología.* Coalición Canaria. <https://coalicioncanaria.org/historia-e-ideologia/>

Holded. (6 de abril de 2023). *¿Por qué fracasan las empresas en sus primeros años?* Holded. <https://www.holded.com/es/blog/por-que-fracasan-las-empresas>

INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). *INEbase / Demografía y población /Cifras de población y Censos demográficos /Estadística continua de población / Últimos datos.* INE. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981)

INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). *Productos y Servicios / Publicaciones / Publicaciones de descarga gratuita.* INE. <https://www.ine.es/ss/>

INE - Instituto Nacional de Estadística. (2023). *Población que usa Internet de manera frecuente (al menos una vez a la semana).* INE. [https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925528559&p=%2F&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888#:~:text=Los%20porcentajes%20m%C3%A1s%20altos%20de,de%2025%20a%2034%20a%C3%B1os](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528559&p=%2F&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalle&param3=1259924822888#:~:text=Los%20porcentajes%20m%C3%A1s%20altos%20de,de%2025%20a%2034%20a%C3%B1os)

ING Direct Fondo Naranja Ibx 35 FI - ES0152741031 - Fondos de inversión - Finect. (s.f.). Finect. [https://www.finect.com/fondos-inversion/ES0152741031-Ing\\_direct\\_fn\\_ibex\\_35\\_fi](https://www.finect.com/fondos-inversion/ES0152741031-Ing_direct_fn_ibex_35_fi)

Inicio ISTAC - Gobierno de Canarias. (s. f.).

<https://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

Inscripción en el Registro Mercantil: qué es y cómo hacerla. (13 de mayo de 2021). El Blog De Retos Para Ser Directivo | Desafíos De La Gestión Empresarial.

<https://retos-directivos.eae.es/inscripcion-en-el-registro-mercantil-que-es-y-como-hacerla/>

Jerez, A. (1 de diciembre de 2023). *Tiempo de Canarias - El digital de las islas.* Tiempo de Canarias.

<https://tiempodecanarias.com/noticia/turismo/el-motor-economico-de-canarias-funciona-a-toda-maquina-pese-a-las-incertidumbres>

Jerez, A. G., Jerez, A. G., & Jerez, A. G. (12 de julio de 2023). *Fernando Clavijo, nuevo presidente de Canarias: "Para gobernar debes contar con el resultado electoral, pero también con una mayoría"*. El País.

<https://elpais.com/espana/elecciones-autonomicas/2023-07-12/fernando-clavijo-nuevo-presidente-de-canarias-para-gobernar-debes-contar-con-el-resultado-electoral-pero-tambien-con-una-mayoria.html>

Jiménez, J. J. (5 de mayo de 2019). *Canarias, única comunidad de España que aún no ha recuperado los niveles de PIB per cápita anteriores a la crisis de 2008.* elDiario.es.

[https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-espana-recuperado-pib-anteriores\\_1\\_1563960.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/economia/canarias-espana-recuperado-pib-anteriores_1_1563960.html)

Kotler, P y Armstrong, G (2008). *Principios de Marketing.* Madrid: Pearson Educación

Kleinson. (25 de enero de 2024). *Pruebas de inglés para procesos de selección en empresas.* Kleinson.

<https://www.kleinson.es/consultoria-de-idiomas/pruebas-de-ingles-para-procesos-de-seleccion/>

Lefebvre. (14 de febrero de 2023). *Sistema de doble opt-in para verificar el consentimiento.* El Derecho.

<https://elderecho.com/sistema-doble-opt-in-verificar-consentimiento>

Mabrian. (15 de noviembre de 2023). *Proyecciones de temporada alta otoño-invierno para Canarias* - Mabrian. Mabrian.  
<https://mabrian.com/es/blog/perspectivas-de-temporada-alta-otono-invierno-para-canarias/>

Marques. (23 de noviembre de 2023). *Comparativa Cloud vs On-premise. ¿Servidor propio o en la nube?* Marqués.  
<https://www.marquesme.com/comparativa-servidor-cloud-vs-on-premise/>

Melanie. (9 de mayo de 2023). *¿Conoces SAP ERP? Entérate sus principales características y beneficios.* Blog - ComparaSoftware.  
<https://blog.comparasoftware.com/sap-erp/#h-ventajas-y-desventajas-de-sap-erp>

Melanie. (22 de febrero de 2024). *ERP: Ventajas y desventajas de los principales software.* EspacioERP. <https://espacioerp.com/erp-ventajas-y-desventajas/>

Ministerio de Hacienda. (2024). *Régimen económico y fiscal de Canarias: Ministerio de Hacienda.*  
<https://www.hacienda.gob.es/es-ES/Areas%20Tematicas/Financiacion%20Autonomica/Paginas/Canarias.aspx>

Ministerio de Igualdad. (s.f.). *Planes de igualdad - Igualdad en la Empresa* - <https://www.igualdadenlaempresa.es/asesoramiento/pdi/home.htm>

Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. (2022). *Barómetro de la bicicleta en España: Informe de resultados.*  
[https://www.ciudadesporlabicicleta.org/wp-content/uploads/2022/11/Barometro-Bicicleta-2022\\_Informe.pdf](https://www.ciudadesporlabicicleta.org/wp-content/uploads/2022/11/Barometro-Bicicleta-2022_Informe.pdf)

Miriam Rodríguez (2022). *Tema 5: Desarrollo Estrategia Producto*

Nagle, T.T. y Holden, R.K. (2008). *Estrategias y Tácticas de Precios: Una guía para Tomar Decisiones Rentables.* Madrid: Pearson Educación

Nemain. (20 de julio de 2023). *¿Qué efectividad tiene la publicidad exterior en 2023?* Nemain. <https://nemain.net/efectividad-publicidad-exterior-en-2023/>

Pacini, G. (s.f.). *Canarias ¿Hay vida más allá del turismo? - Tiempo de Canarias*.  
Tiempo De Canarias.  
<https://tiempodecanarias.com/reportaje/turismo/canarias-hay-vida-mas-alla-del-turismo>

País, E., País, E., & País, E. (20 de febrero de 2024). *El teletrabajo superó los tres millones de empleados en 2023, un 19% más*. El País.  
<https://elpais.com/economia/2024-02-20/el-teletrabajo-supero-los-tres-millones-de-empleados-en-2023-un-19-mas.html>

Popcoin. (s.f.). *Riesgo financiero: ¿qué es el VaR, la Beta y el índice VIX?* Bankinter.  
<https://www.bankinter.com/blog/finanzas-personales/inversion-riesgo-financiero-que-es-var-y-ix-beta>

Qhotel. (16 de febrero de 2024). *Turismo Deportivo: Ascenso Imparable en España*.  
Qhotel. <https://qhotel.es/turismo-deportivo-ascenso-imparable-en-espana/>

Redacción, L. (5 de enero de 2020). *Las 6 tendencias de turismo deportivo que necesitas conocer*. Noticias SIN.  
<https://turismoglobal.com/2020/01/05/las-6-tendencias-de-turismo-deportivo-que-necesitas-conocer/>

Redacción. (11 de agosto de 2022). *10 ventajas de los folletos publicitarios*. Marketing Directo.  
<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/10-ventajas-de-los-folletos-publicitarios>

Redacción. (s.f.). *Así es el problema de la demografía española (gráficos)*. Bankinter.  
<https://www.bankinter.com/blog/finanzas-personales/piramide-poblacional-demografia-espana>

Reglamento interno - Tax, asesoramiento legal y fiscal para empresas, economistas y abogados. (s.f.). <https://www.tax.es/es/servicios/asesoria-laboral/reglamento-interno>

Retribución Flexible para empresas y empleados | Cobee. (4 de abril de 2024).  
*Retribución Flexible para empresas y empleados*. Cobee. <https://cobee.io/retribucion-flexible/>

Rodríguez, J. (4 de diciembre de 2023). *Canarias depende del turismo más que nunca en toda su historia.* Cadena SER. <https://cadenaser.com/canarias/2023/12/04/canarias-depende-del-turismo-mas-que-nunca-en-toda-su-historia-ser-las-palmas/>

SAP SE. (s.f.). *Planificación de recursos empresariales SAP ERP | SAP.* SAP. [https://www.sap.com/spain/products/erp.html?url\\_id=banner-es-homepage-row2-pos1-erp-230510](https://www.sap.com/spain/products/erp.html?url_id=banner-es-homepage-row2-pos1-erp-230510)

Seguridad Social: Cotización / Recaudación de Trabajadores. (s.f.). <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537>

Seguridad social: afiliación. (s.f.). <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/Afiliacion/7332#7331>

Seguridad social: inscripción. (s.f.). <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Empresarios/Inscripcion/1227/1229>

SEIDOR. (10 de febrero de 2023). *Los 5 Mejores CRM De Ventas 2023 | SEIDOR.* SEIDOR <https://www.seidor.com/blog/mejores-crm>

Servicios que presta un PAE. (s.f.). <https://paeelectronico.es/es-es/CanalPAE/Paginas/Servicios-que-presta-un-PAE.aspx>

Sinopsis del Estatuto de Autonomía de Canarias. (1982). *Estatuto de Canarias.* <https://app.congreso.es/consti/estatutos/sinopsis.jsp?com=68>

Software DELSOL. (28 de junio de 2021). ▷ *Modelo 400 ¿Para qué sirve y cómo presentarlo?* Software Del Sol. <https://www.sdelSol.com/glosario/modelo-400/>

Sonia Pagés Luis (2021). *Tema 4: Análisis del entorno competitivo.* Universidad Europea.

Solicitud de certificación (s.f.). *Denominaciones.* <https://www.rmc.es/privado/CertificacionesDenominaciones.aspx>

SPNet, & SPNet. (5 de enero de 2024). *a3ERP: Un software con visión 360o que crece con la empresa*. softwarepara.net. <https://softwarepara.net/a3erp-analisis/#Pros>

TestGorilla. (5 de marzo de 2024). *Planes de contratación: Cómo aprovechar al máximo esta estrategia de reclutamiento de talento y prepararse para el éxito en el reclutamiento*. TestGorilla <https://www.testgorilla.com/es/blog/plan-contratacion/>

Tiempo de Canarias, T. (s. f.). *Tiempo de Canarias - El digital de las islas*. Tiempo de Canarias. <https://tiempodecanarias.com/noticia/elecciones/coalicion-canaria-se-compromete-con-la-cien-cia-y-la-innovacion-tecnologica-en-canarias>

Trámites administrativos que se realizan a través del sistema CIRCE. (s.f.). <https://paelectronico.es/es-es/CreaEmpresa/Paginas/TramitesSRL.aspx>

Turismo activo en las Islas Canarias. (20 de noviembre de 2020). *Hola Islas Canarias*. <https://www.holaislascanarias.com/turismo-activo-en-las-islas-canarias/>

Useful data sets. (s.f.). [https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datacurrent.html](https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datacurrent.html)

Vesa, A., & Vesa, A. (6 de abril de 2023). *Comparativa CRM: los 7 mejores del mercado*. Inbound Cycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/comparativa-crm-los-7-mejores>

Vistaoasis. (29 de marzo de 2024). *Descubre las Nacionalidades que Más Visitan Canarias: Análisis de Turismo en las Islas*. Vista Oasis. <https://vistaoasis.es/que-nacionalidades-nos-visitan-mas-en-canarias-20/>

Wolters Kluwer, W. K. T. (2 de enero de 2023). *La nueva Ley del teletrabajo y trabajo a distancia: qué es y puntos principales*. Wolters Kluwer. <https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/ley-de-teletrabajo-que-es-y-puntos-principales>

Zendesk Sell Software Reviews, Pros and Cons - 2024 Software advice. (1 de octubre de 2018). <https://www.softwareadvice.com/marketing/zendesk-sell-profile/reviews/>

¿En qué consisten y cuál es la diferencia entre océanos rojos y azules? | Conexión  
ESAN. (s. f.).

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/en-que-consisten-y-cual-es-la-diferencia-entre-oceanos-rojos-y-azules>

¿Qué es una EBT? - OTRI. (s. f.).  
<https://www.um.es/web/otri/investigadores/ebt/ebt#:~:text=Se%20denominan%20Empresas%20de%20Base.nuevos%20productos%2C%20procesos%20o%20servicios>

5 Fuerzas de Porter. (2022, 19 junio). *Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa*. <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

## ANEXOS

### 1. Tablas salariales 2024 y 2025 según Convenio Colectivo Estatal de Instalaciones Deportivas y Gimnasios

Tablas salariales 2024

Grupo profesional	Nivel	Artículo 35 salario base			Artículo 36 1,5 SH	Artículo 36 1,75* SH	Artículo 40	Artículo 37 15 % SH	Artículo 13 15 % SB
		Salario base anual - Euros	Salario base mensual 14 pagas - Euros	Salario base hora - Euros/hora	Hora extra no festiva - Euros/hora	Hora extra festiva - Euros/hora	Plus transporte - Euros	Plus hora nocturna - Euros/hora	Complemento movilidad 14 pagas - Euros
Grupo 1.	-	19.336,97	1.381,21	11,04	16,56	19,31	2,9	1,66	207,18
Grupo 2.	1	17.725,55	1.266,11	10,12	15,18	17,71	2,9	1,52	189,92
	2	17.173,07	1.226,65	9,80	14,70	17,15	2,9	1,47	184,00
Grupo 3.	1	16.424,86	1.173,20	9,37	14,06	16,41	2,9	1,41	175,98
	2	16.039,30	1.145,66	9,15	13,73	16,02	2,9	1,37	171,85
Grupo 4.	1	15.653,74	1.118,12	8,93	13,40	15,64	2,9	1,34	167,72
	2	15.499,51	1.107,11	8,85	13,27	15,48	2,9	1,33	166,07
Grupo 5.	-	15.453,00	1.103,79	8,82	13,23	15,44	2,9	1,32	165,57

Tablas salariales 2025

Grupo profesional	Nivel	Artículo 35 salario base			Artículo 36 1,5 SH	Artículo 36 1,75 SH	Artículo 40	Artículo 37 15 % SH	Artículo 13 15 % SB
		Salario base anual - Euros	Salario base mensual 14 pagas - Euros	Salario base hora - Euros/hora	Hora extra no festiva - Euros/hora	Hora extra festiva - Euros/hora	Plus transporte - Euros	Plus hora nocturna - Euros/hora	Complemento movilidad 14 pagas - Euros
Grupo 1.	-	19.917,08	1.422,65	11,37	17,05	19,89	3	1,71	213,40
Grupo 2.	1	18.257,32	1.304,09	10,42	15,63	18,24	3	1,56	195,61
	2	17.688,26	1.263,45	10,10	15,14	17,67	3	1,51	189,52
Grupo 3.	1	17.081,85	1.220,13	9,75	14,62	17,06	3	1,46	183,02
	2	16.680,87	1.191,49	9,52	14,28	16,66	3	1,43	178,72
Grupo 4.	1	16.279,89	1.162,85	9,29	13,94	16,26	3	1,39	174,43
	2	16.119,49	1.151,39	9,20	13,80	16,10	3	1,38	172,71
Grupo 5.	-	16.071,12	1.147,94	9,17	13,76	16,05	3	1,38	172,19

Plus Transporte (artículo 40). Se fijan las siguientes cantidades para los años de vigencia del convenio:

Año 2023: 2,80 euros por cada día efectivamente trabajado.

Año 2024: 2,90 euros por cada día efectivamente trabajado.

Año 2025: 3,00 euros por cada día efectivamente trabajado.

## 2. Reglamento interno de trabajo de RentFit

### REGLAMENTO DE RÉGIMEN INTERNO

(en adelante, el "**Reglamento**")

#### I. INTRODUCCIÓN

La redacción y elaboración del presente Reglamento tiene su base en los siguientes aspectos:

En RentFit, no queremos que solo nuestros clientes tengan una experiencia inolvidable, las personas que formamos esta empresa somos su razón de ser. Este Reglamento Interno de Trabajo se elabora para asegurar un ambiente laboral justo y seguro.

#### II. ASPECTOS GENERALES

##### Artículo 1.- Régimen jurídico

La empresa "RENTFIT", S.L. (en adelante, la "**Empresa**"), constituida al amparo de la legislación vigente, se registró por sus estatutos, aprobados el día 13 de abril 2024, así como por el presente Reglamento y por todas aquellas normas y convenios colectivos que le sean aplicables.

##### Artículo 2.- Finalidad del Reglamento

Este Reglamento se integra como una de las normas básicas para el funcionamiento de la Empresa y su relación con sus empleados, regulando aspectos esenciales como la estructura de la Empresa o las obligaciones y derechos de sus empleados y su responsabilidad. En todo caso, este Reglamento respetará lo dispuesto en la legislación laboral y, en su caso, en el convenio colectivo aplicable.

Por último, este Reglamento será de aplicación a los empleados mencionados en el Artículo 4 posterior.

### **Artículo 3.- Ámbito territorial de aplicación**

Este Reglamento será de aplicación en todo el territorio en el que la Empresa desarrolla su actividad de acuerdo con sus Estatutos y con los acuerdos adoptados en el seno de su órgano de administración.

### **Artículo 4.- Ámbito subjetivo de aplicación**

Este Reglamento será de aplicación a todo el personal de la Empresa, independientemente de su nivel o puesto, su antigüedad o su tipo de contratación.

En adelante, a todo el personal que le sea de aplicación este Reglamento se denominarán los "**Empleados**".

### **Artículo 5.- Duración del Reglamento**

El Reglamento entrará en vigor en la siguiente fecha: 13 de abril 2024 y tendrá desde dicha fecha una duración indeterminada.

### **Artículo 6.- Modificación del Reglamento**

La dirección de la Empresa podrá revisar, modificar, excluir o añadir nuevas condiciones u obligaciones a este Reglamento en cualquier momento, siempre que estas modificaciones respeten lo dispuesto en la legislación laboral y en el convenio aplicable en su caso, y se realicen por escrito.

Estos cambios deberán ser debidamente comunicados a los Empleados por escrito siguiendo los canales habituales de comunicación de la Empresa con estos.

### **Artículo 7.- Interpretación del Reglamento**

La interpretación del Reglamento se realizará de acuerdo con los principios que lo inspiran, así como con sus directrices y con el literal de su articulado. Lo dispuesto en el mismo será de aplicación a los Empleados que quedan obligados según lo establecido en el artículo 4 salvo que se acuerden unas condiciones distintas por escrito entre la Empresa y los Empleados que así lo deseen.

### **Artículo 8.- Acuerdo Único**

El presente Reglamento sustituye y reemplaza a todos los restantes reglamentos o pactos, escritos o verbales, sobre las materias recogidas en este Reglamento.

De esta forma, los acuerdos anteriores en estos puntos dejan de tener vigencia y efectividad desde la fecha de entrada en vigor recogida en el Artículo 5.

### **Artículo 9.- Nulidad parcial**

La posible declaración, ya sea por un órgano judicial o administrativo, de la ilegalidad, invalidez, nulidad o inexigibilidad de cualquiera de los artículos del presente Reglamento, o de una parte de los mismos, no acarreará la ilegalidad, invalidez o inexigibilidad de los demás artículos ni de las restantes partes de los mismos, los cuáles permanecerán válidos en todo aquello que proceda, todo ello siempre que los artículos o parte de los mismos declarados ilegales, nulos, inválidos o inexigibles no sean esenciales.

### **Artículo 10.- Ley aplicable y jurisdicción competente**

Este Reglamento se regirá e interpretará conforme a la legislación española y, en particular, según lo dispuesto en el Estatuto de los Trabajadores y toda la normativa laboral relacionada, así como a lo indicado en el posible convenio colectivo aplicable.

Las Partes se someten para la resolución de cualesquiera disputas o reclamaciones derivadas de la interpretación o ejecución del Reglamento, incluyendo todas aquellas

obligaciones derivadas o relativas al Reglamento, a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales competentes conforme a derecho.

### III. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### Artículo 11.- Estructura jerárquica de la Empresa

En orden de garantizar la correcta gestión y organización de la Empresa y permitir su correcto funcionamiento, se establece la siguiente estructura organizativa:

##### *I. La dirección de la Empresa*

La dirección se corresponderá con los administradores mancomunados de la Empresa.

En adelante, la persona u órgano encargado de la gestión de la Empresa se conocerá como la "**Dirección**".

##### *II. Los departamentos o áreas de la Empresa*

La restante estructura de la Empresa se organizará en torno a los siguientes departamentos o áreas:

- Área Dirección, organizado de la siguiente manera:

El departamento directivo está formado por los dos administradores o "CEOs" de la Sociedad.

- Área IT, organizado de la siguiente manera:

El área tecnológica está formado por un informático.

- Área de Marketing, organizado de la siguiente manera:

El departamento de Marketing está formado por su Responsable y por el Social Media Manager, además de los posibles estudiantes en prácticas.

- Área Financiera, organizado de la siguiente manera:

Se compone de un controller financiero y un contable, además de los posibles estudiantes en prácticas.

En adelante, cada uno de los encargados o jefes de equipo que dirigen cada área se denominarán en adelante como "**Gerente**" o "**Gerentes**".

#### **IV. PRINCIPIOS GENERALES**

##### **Artículo 12.- Igualdad en la contratación**

La Empresa se compromete a garantizar la igualdad en el acceso al empleo a todos los Empleados o a todos los potenciales candidatos, llevando a cabo una política de recursos humanos basada en los principios de igualdad, no discriminación y de respeto de la dignidad de los Empleados.

Esta política es de aplicación tanto a los actuales Empleados de la Empresa como a los futuros candidatos o solicitantes de empleo, no cabiendo ningún tipo de discriminación en su selección y contratación ya sea por razones de género, raza, religión, discapacidad, estado civil, edad, ideología, situación de embarazo, identidad o lugar de residencia, entre otros.

Este principio inspirará toda la política de recursos humanos, así como las actividades de la Empresa en relación con la contratación de personal, incluyendo la recepción de currículums; la realización de la criba o selección de candidatos; las entrevistas de trabajo; la preparación y análisis de pruebas de evaluación de actitudes y conocimientos; la fijación de salarios y complementos; y el establecimiento de las condiciones particulares a las que quedará sujeto el contrato de trabajo.

De esta forma, el proceso de selección de nuevos empleados se llevará siguiendo criterios objetivos de mérito, experiencia, conocimiento y capacidad de acuerdo con las características y necesidades de cada puesto ofertado. Todos los candidatos contarán con las mismas oportunidades, y la contratación final se realizará atendiendo a la aptitud y adaptación

del Empleado al puesto. Las condiciones de trabajo se establecerán a su vez sin ningún tipo de discriminación y no existirán diferencias discriminatorias entre los Empleados y las futuras incorporaciones.

Por último, los Empleados se comprometen a facilitar la incorporación e integración de los nuevos empleados en la plantilla, facilitando en todo lo posible su formación y adaptación, y respetando en todo caso el principio de igualdad de acceso y no discriminación anteriormente citados.

### **Artículo 13.- Prohibición de discriminación y prevención del acoso**

La Empresa se compromete a impulsar y a favorecer de forma activa la creación de un ambiente de trabajo integrador y respetuoso, que cumpla fielmente con toda la legislación actual existente sobre la prevención de la discriminación y del acoso, ya sea ya sea por razones de género, raza, religión, discapacidad, estado civil, edad, ideología, embarazo, identidad o lugar de residencia, o por cualquier otro motivo relacionado con los anteriores.

En virtud de lo anterior, los Empleados deberán prestar sus servicios de forma integradora, no cabiendo ningún tipo de discriminación o acoso de cualquier índole, ya sea con sus propios compañeros, con sus superiores o con su personal dependiente.

A los efectos del presente Reglamento, se entiende por acoso cualquier conducta o acto de cualquier Empleado o de la Dirección, ya sea verbal, visual o físico contra uno o varios Empleados basado en razones de género, raza, religión, discapacidad, estado civil, edad, situación de embarazo, identidad o lugar de residencia, o cualquier otro posible motivo relacionado. Esta conducta deberá afectar directamente al Empleado, ya sea por crear un clima o ambiente de trabajo denigrante, por causarle un trastorno psíquico o físico, por forzarle a su dimisión, o por impedirle optar a posibles ascensos o mejoras en su puesto o en sus condiciones laborales.

A modo de ejemplo, y con carácter no exhaustivo, se considerarán como situaciones de acoso los comentarios o bromas fuera de tono, el uso de estereotipos denigrantes, los comportamientos amenazantes y/o autoritarios o cualquier contacto físico no consentido.

Estas conductas serán sancionables tanto si tienen lugar en el centro de trabajo, como durante eventos sociales o viajes de negocios o a través de medios telemáticos, como puede ser a través del correo electrónico, teléfono móvil, etc.).

Cualquier tipo de discriminación o conducta de acoso dará lugar al correspondiente procedimiento sancionador, pudiendo llevar, en aquellas situaciones graves, al despido disciplinario del empleado según lo establecido en el Estatuto de los Trabajadores.

Por último, los Empleados tienen el derecho, y el deber, de reportar a la Dirección cualquier forma de discriminación que puedan observar en el desarrollo de su actividad. Esta comunicación se deberá realizar atendiendo a lo establecido en la Sección sobre la comunicación interna de la Empresa de este Reglamento.

#### **Artículo 14.- Prohibición del trabajo infantil**

El trabajo de menores de 18 años queda totalmente prohibido en todos los centros de trabajo de la Empresa. Únicamente se permitirá el trabajo de los menores de 18 años y mayores de 16 años emancipados o de los mayores de 16 años que cuenten con la correspondiente autorización de sus padres o tutores legales.

#### **Artículo 15.- Políticas de promoción interna**

Siguiendo lo establecido en el Artículo 12 sobre la "Igualdad en la contratación", la promoción y ascenso de los Empleados se llevará a cabo en virtud de los principios de no discriminación, capacitación y experiencia.

De esta forma, se asignarán en puestos superiores a aquellos Empleados que demuestren una capacitación adecuada, que superen las pruebas correspondientes y que hayan realizado su labor de forma diligente, cumpliendo en todo caso con lo dispuesto en el presente Reglamento, así como con la legislación y los convenios colectivos aplicables.

#### **Artículo 16.- Políticas de prevención de riesgos laborales**

La Empresa se compromete a garantizar la seguridad de los Empleados siguiendo lo dispuesto en la ley 31/1995 sobre Prevención de Riesgos Laborales y restante legislación relacionada con esta materia.

De esta forma, se facilitará a los Empleados todos los medios de seguridad y de protección necesarios para el desarrollo de su actividad. En concreto, la Empresa se compromete a cumplir con todas las medidas de prevención de riesgos laborales establecidas en la legislación laboral y el convenio colectivo aplicable en su caso, facilitando los medios materiales y formativos necesarios a los Empleados para garantizar el correcto desarrollo de su labor.

Los Empleados, así como las futuras incorporaciones a la plantilla, recibirán las correspondientes instrucciones en materia de prevención de riesgos laborales, y estarán obligados a conocer todas las políticas de prevención de riesgos y de seguridad implementados por la Empresa.

Además, se realizarán cursos o charlas formativas de carácter periódico con el fin de informar sobre nuevas medidas de seguridad y se establecerán políticas de prevención de accidentes laborales adaptadas a la actividad llevada a cabo por los Empleados.

#### **Artículo 17.- Promoción del desarrollo profesional de los Empleados**

La Empresa buscará, dentro de sus posibilidades, el fomento de la promoción de sus Empleados, facilitándole los conocimientos e instrucción necesaria para desarrollar su actividad de forma efectiva y crecer dentro de la Empresa. En todo caso, se seguirá la política de promoción interna y de contratación fijada en este Reglamento.

#### **Artículo 18.- Protección de la información privada de los Empleados**

La Empresa reconoce la importancia de proteger toda la información confidencial en relación con sus Empleados en estricto cumplimiento con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación

de estos datos (RGPD), así como la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y su normativa de desarrollo (LOPDPGDD), y/o aquellas que las pudieran sustituir o actualizar en el futuro.

De esta forma, la Empresa se compromete a gestionar los ficheros de información de los Empleados de acuerdo con la normativa anteriormente citada, debiendo solicitar la autorización a estos para poder realizar el correcto procesamiento de sus datos. Los datos de los Empleados podrán ser incorporados a un fichero propio, automatizado o no, de recogida de datos con el fin de ejecutar correctamente la relación laboral y, eventualmente, permitir la gestión administrativa y/o comercial de los datos que la Empresa pueda estimar necesaria.

Por último, los Empleados podrán ejercer todos los derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad u oposición con los que pudieran contar atendiendo a la legislación anteriormente indicada.

#### **Artículo 19.- Conciliación de la vida profesional y familiar**

Uno de los principios rectores de la política de recursos humanos de la Empresa será el fomento activo de medidas de conciliación de la vida profesional y familiar de los Empleados en todo aquello que sea posible en atención a su actividad.

Dentro de la Empresa se potenciará el establecimiento de horarios que tengan en cuenta la situación familiar de los Empleados, tratando de adaptar, en todo lo posible, la jornada laboral a sus necesidades familiares.

Por último, en este Reglamento se recogen medidas específicas dirigidas a la conciliación de la vida familiar y laboral de los Empleados, inspiradas en este principio. Además, en el futuro se tratarán de impulsar nuevas medidas que respondan a las necesidades de los Empleados.

#### **Artículo 20.- Cumplimiento de la normativa sobre inmigración**

La Empresa se compromete a cumplir en todo momento con la legislación aplicable sobre la contratación de trabajadores extranjeros, tanto aquellos de origen comunitario como extracomunitario.

De esta forma, la Empresa prohíbe de forma expresa la contratación de empleados que no cuenten con el debido permiso de trabajo en vigor, o que no demuestren que este haya sido debidamente concedido por la Administración competente.

En aquellas situaciones en las que se desee realizar la contratación de personal que no cuente con permiso de trabajo se deberá seguir el correspondiente procedimiento administrativo para llevar a cabo la correcta tramitación del permiso de trabajo del empleado antes de formalizar su contratación.

Por último, cualquier Empleado podrá comunicar a la Dirección los posibles incumplimientos de la legislación sobre extranjería que pueda detectar en la política de contratación de la Empresa.

#### **Artículo 21.- Integración de las personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social**

La Dirección establecerá las medidas oportunas para facilitar la inclusión dentro de la Empresa y el desarrollo de su actividad de aquellas personas que se encuentren en una situación de discapacidad física o psíquica, así como de aquellas personas que se encuentren en riesgo de exclusión social. En concreto, la Empresa establecerá las siguientes medidas de fomento de la integración de estos empleados:

La empresa se compromete a garantizar la igualdad de oportunidades en relación a la posible incorporación de personas con discapacidad física o en riesgo de exclusión social.

### **V. NORMAS DE COMPORTAMIENTO**

#### **Artículo 22.- Uso de los medios informáticos de la Empresa**

Los Empleados utilizarán los medios informáticos de la Empresa de forma diligente y responsable para el desarrollo de su actividad. Dentro de los medios informáticos se insertan todos aquellos métodos telemáticos que puedan permitir la correcta comunicación entre los Empleados, incluyendo ordenadores personales, teléfonos móviles o tabletas, conexiones wifi o cuentas de correo corporativo, entre otros.

De forma específica, se deberán respetar los siguientes aspectos en relación a los medios telemáticos facilitados por la Empresa:

**a.** Se prohíbe la instalación de software o programas informáticos distintos a los proporcionados en el ordenador o tablet de la Empresa, así como el uso de software o programas informáticos sin su correspondiente licencia.

**b.** No se podrá utilizar el correo corporativo para usos que vayan más allá de lo que se considera necesario para el estricto desarrollo de las actividades de su puesto. Además, se deberá hacer un uso responsable de la cuenta de correo de acuerdo con las directrices de la Empresa, no pudiendo utilizarse el mismo para difamar o descalificar a otros compañeros o a terceros, o hacer uso de un lenguaje ofensivo.

**c.** La Empresa llevará a cabo el control necesario de las cuentas de correo y de los medios informáticos de los Empleados. Estas actividades de control se limitarán a comprobar el cumplimiento de las obligaciones laborales por parte de los Empleados y a garantizar la integridad de los dispositivos facilitados. En todo caso, se comunicará de forma previa a los Empleados la realización de estas actividades de control.

**d.** Los Empleados no podrán encriptar los e-mails remitidos desde la cuenta corporativa de la Empresa ni instalar ningún software o aplicación de encriptación a tal efecto.

Asimismo, la Empresa se compromete a respetar la intimidad de los Empleados en el uso de los dispositivos telemáticos facilitados, siguiendo lo dispuesto en la LOPDPGDD. De esta forma, las actividades de control se limitarán a la comprobación del cumplimiento de las obligaciones laborales por parte de los Empleados, de acuerdo con lo señalado anteriormente en este Artículo.

### **Artículo 23.- Uso de los medios de la Empresa facilitados a los Empleados**

Los Empleados deberán cuidar con la diligencia debida, tal y como lo harían con los bienes de su propiedad, y de forma adecuada a su trabajo, todos los elementos o bienes facilitados por la Empresa, como pueden ser ordenadores portátiles, teléfonos móviles, tablets, vehículo de empresa, entre otros. En relación con este punto, los Empleados deberán respetar las siguientes normas:

El teléfono móvil de empresa y el ordenador portátil, no deben ser utilizados fuera de la jornada laboral del empleado. Además, no se deben usar los mismos para actividades ajenas a las tareas asignadas a cada empleado.

Los Empleados responderán de los desperfectos que puedan causar por llevar a cabo conductas que vayan más allá del uso cotidiano de los elementos o bienes de la Empresa facilitados o en los casos que no se hayan respetado las normas de uso específicamente detalladas. El uso indebido o fuera de su uso cotidiano de estos bienes dará lugar a la correspondiente sanción disciplinaria.

### **Artículo 24.- Protección de la propiedad industrial e intelectual de la Empresa**

Dada la importancia para la actividad de la Empresa de toda su propiedad industrial (patentes, marcas, etc.) y de toda su propiedad intelectual (derechos de autor, programas informáticos, etc.), los Empleados deberán respetar y proteger este tipo de propiedades de la Empresa de forma activa.

En concreto, dentro de la propiedad industrial de la Empresa se incluirán, entre otros, patentes, modelos de utilidad, marcas, nombres comerciales y diseños industriales de su titularidad. Por otro lado, dentro de la propiedad intelectual se incluirán todo tipo de creaciones artísticas, escritos, vídeos, programas informáticos, know-how o similares creados o de titularidad de la Empresa.

El uso de este tipo de propiedades por parte de los Empleados se ceñirá estrictamente a las necesidades de su puesto y a las instrucciones de sus superiores o Gerentes, no pudiendo

utilizar cualesquiera de este tipo de propiedades para el desarrollo de actividades distintas a las que le corresponden.

#### **Artículo 25.- Uso del teléfono móvil personal**

Con el fin de evitar posibles distracciones o accidentes derivados de la falta de atención en el trabajo, prevenir errores en su labor y garantizar la debida colaboración entre los compañeros para el desarrollo de la actividad, se prohíbe de forma expresa el uso del teléfono o cualquier dispositivo móvil personal de los Empleados durante su jornada laboral (sin incluir sus correspondientes períodos de descanso).

El teléfono móvil se podrá utilizar en las zonas comunes dentro de las horas de descanso siempre que se haga de forma respetuosa con los demás compañeros y sin perturbar el desarrollo de la actividad.

El uso del teléfono personal de forma abusiva, repetitiva o temeraria podrá dar lugar a una sanción disciplinaria grave.

#### **Artículo 26.- Respeto en las relaciones intraempresariales**

Los Empleados se comprometen a realizar su actividad y trabajo de forma diligente y respetuosa con todos sus compañeros, con sus Gerentes o superiores y/o su personal dependiente y con la Dirección.

De esta forma, la Empresa tratará de promocionar un buen ambiente de trabajo, que fomente un desarrollo de la actividad basado en los principios respeto, cooperación, ayuda, tratando de evitar las posibles disputas que puedan surgir dentro de la actividad y favoreciendo su resolución de forma pacífica en el caso de que las mismas surjan.

Cualquier discrepancia o disputa entre los Empleados se deberá comunicar a través del canal interno fijado al efecto, debiendo la Empresa dar una respuesta rápida y motivada con el objeto de solventar la misma y evitar que se repitan en el futuro.

### **Artículo 27.- Cumplimiento de la legislación aplicable y normativa interna**

Los Empleados deberán observar todas las normas de conducta recogidas en el presente Reglamento, así como las instrucciones de la Dirección y la legislación aplicable.

En concreto, los Empleados quedan obligados a respetar y a cumplir con lo dispuesto en este Reglamento, así como toda la legislación vigente aplicable. No se permitirá incumplimiento alguno de las normas antes citadas, ya sea de forma personal o mediante la ayuda o colaboración de terceros.

Asimismo, los Empleados deberán poner en conocimiento de la Dirección o de su correspondiente Gerente estos posibles incumplimientos dentro de la Empresa tan pronto como tengan conocimiento de los mismos.

La Empresa se compromete a facilitar a los Empleados toda la información sobre las obligaciones recogidas en el presente Reglamento, así como sobre toda la legislación aplicable a fin de garantizar que puedan cumplir de forma efectiva con todas sus obligaciones.

En el caso de que en un punto concreto los Empleados desconozcan la normativa aplicable, o tengan cualquier duda sobre su interpretación o aplicación, deberán ponerse en contacto con sus superiores, Gerentes o con la Dirección para informar de dicha circunstancia. La Empresa se compromete en estos casos a facilitar toda la información correspondiente y a solventar cualquier duda existente.

### **Artículo 28.- Realización de otras actividades laborales**

En la búsqueda del desarrollo de su actividad de la forma más efectiva y de la prevención de posibles abusos en el uso de la información adquirida en el desarrollo de su trabajo, los Empleados podrán realizar actividades fuera de su jornada laboral siempre que no supongan un perjuicio notable a la labor que deben llevar a cabo para la Empresa, y respeten las posibles cláusulas de exclusividad o de no competencia que se puedan recoger en sus respectivos contratos de trabajo.

Los Empleados podrán, salvo que se acuerde de forma específica lo contrario en su respectivo contrato de trabajo, prestar asesoramiento o servicios en favor de personas físicas o jurídicas que se dediquen a un objeto similar o que pueda considerarse competencia de la Empresa, ya sea en régimen de contrato laboral, incluso si se trata de una relación laboral especial, o en régimen de arrendamiento de servicios o asesoramiento interno, de modo directo o indirecto a través de personas jurídicas interpuestas siempre que no se utilice la información obtenida en el desarrollo de su actividad para competir de forma desleal con la Empresa.

Los Empleados tampoco podrán realizar ninguna otra actividad económica, además de la prestación de sus servicios a la Empresa, ya sea por cuenta propia o ajena, de modo directo o indirecto a través de personas jurídicas interpuestas, si esta actividad puede dar lugar a una posible situación de competencia desleal con la Empresa.

#### **Artículo 29.- Tratamiento de la información confidencial**

Los Empleados asumen que toda la documentación, proyectos, archivos o información de cualquier naturaleza intercambiada, facilitada, o creada en el seno de la Empresa o entidades y organismos con los que esta colabora, que pueda adquirir o a la que pueda tener acceso durante el curso de su relación laboral es información confidencial de exclusiva propiedad de la Empresa.

Por tanto, los empleados se comprometen, tanto durante como después de finalizada la relación laboral, de forma indefinida:

**a)** a salvaguardar, no revelar y no comunicar a persona o entidad alguna, toda o parte de estas informaciones, actuando con la mayor diligencia posible;

**b)** a no explotar, por cuenta propia o de un tercero, directa o indirectamente, toda o parte de estas informaciones; y,

**c)** a no realizar o conservar copias de la información, en ningún formato o soporte, para fines distintos que los exigidos para la realización de su trabajo.

Al finalizar la relación laboral, los Empleados entregarán a la Dirección y/o su(s) Gerente(s) todos los documentos y materiales que contengan información confidencial.

Por último, la reputación y éxito continuado de la Empresa requieren que el secreto de la información confidencial se mantenga y salvaguarde en todo momento. Por ello, los Empleados serán responsable de todos los daños y perjuicios que para la Empresa se deriven como consecuencia del incumplimiento doloso o culposo de su obligación de confidencialidad.

### **Artículo 30.- Cumplimiento de la normativa sobre la protección de datos**

Todos los Empleados quedan obligados al estricto cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento Europeo 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (RGPD), así como la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDPGDD) y su normativa de desarrollo, y/o aquellas que las pudieran sustituir o actualizar en el futuro.

De esta forma, los Empleados se comprometen a no comunicar a terceros los datos personales conocidos en el desarrollo de su actividad. Si se diese el caso de que fuera necesario realizar algún tipo de comunicación de datos personales, se comprometen siempre, y de forma previa, a solicitar el consentimiento expreso, informado, e inequívoco de la persona que es titular de dichos datos de carácter personal, indicando la finalidad concreta para la que se realizará la comunicación de sus datos.

### **Artículo 31.- Cuidado de materiales, vehículos y herramientas**

Los Empleados tratarán los materiales y herramientas proporcionados por la Empresa de forma diligente y adecuada a las características de su trabajo.

En el caso de que determinados medios, vehículos o herramientas exijan una titulación especial para su utilización (p. ej. toros mecánicos, grúas elevables, carnet de conducción etc.) sólo serán manejados por Empleados que dispongan de la correspondiente cualificación. En el

caso de que ningún Empleado disponga del correspondiente título habilitante, se tratará de facilitar por parte de la Empresa la formación para obtener los permisos necesarios.

Cualquier uso inadecuado, que no siga las instrucciones facilitadas o que se realice sin disponer del correspondiente título habilitante dará lugar a una sanción de acuerdo con lo dispuesto en el Estatuto de los Trabajadores.

## **VI. PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN Y EL FRAUDE**

### **Artículo 32.- Situaciones de conflicto de interés**

Los Empleados están obligados a manifestar cualquier potencial situación de conflicto de interés durante el desarrollo de su actividad. Se entenderá por conflicto de interés aquellas situaciones en las que el Empleado compite en el mismo sector que en el de la Empresa o aquellos casos en los que pueda utilizar información confidencial o conocimientos adquiridos en el desarrollo de su actividad para competir con la Empresa, entre otros.

De esta forma, los Empleados no podrán llevar a cabo actividad o transacción alguna que pueda potencialmente atentar contra los intereses de la Empresa, salvo que sea expresamente autorizado por parte de la Dirección.

En el caso de que cualquier Empleado detecte una potencial situación de conflicto, la misma se deberá comunicar a su inmediato superior, Gerente(s) o a la Dirección tan pronto como tenga conocimiento de la misma.

### **Artículo 33.- Contratación de familiares**

La Empresa tratará de garantizar el respeto de los principios de contratación basados en la igualdad en el acceso, experiencia y formación fijados en el presente Reglamento. Con el fin de garantizar dichos principios e impedir posibles situaciones de abuso de poder o de conflicto de interés, se prohíbe la contratación de personas con afinidad cercana a los

Empleados y/o Gerente(s), lo cual incluye familiares, amigos o personas con las que puedan tener relaciones sentimentales, si no cuentan con el consentimiento expreso de la Dirección.

Siguiendo el presente Reglamento, se considerarán como familiares de un empleado a los padres, madres, hijos hermanos, sobrinos, primos, abuelos, nietos, bisnietos, cuñados, yernos, suegras y cualquier otro pariente similar.

Por otro lado, se considerará como personas con afinidad todas aquellas con las que se tiene una relación de amistad, parejas, novios, o cualquier otra relación que se haya mantenido durante un período de tiempo.

Los Empleados se comprometen a comunicar a su superior jerárquico cualquier nueva incorporación de un familiar o de una persona con afinidad, ya sea como personal laboral o freelance, o como proveedor o colaborador de la Empresa.

Ante esta situación, la Empresa podrá tomar las medidas que estime necesarias, pudiendo llegar a solicitar la terminación del contrato firmado con el familiar o persona con afinidad del Empleado o, incluso, rechazar su candidatura.

#### **Artículo 34.- Aceptación de regalos**

Con el objeto de garantizar el correcto funcionamiento de la Empresa, y el cumplimiento de toda la legislación penal sobre delitos económicos, los Empleados no podrán aceptar ningún tipo de regalo, ventaja o dádiva por parte de terceros que puedan tener intereses en la Empresa como pueden ser, entre otros, proveedores, clientes o colaboradores de la Empresa (en adelante, "**Personas relacionadas**") que trate, directa o indirectamente, de influirles en el desarrollo de su trabajo o en su proceso de toma de decisiones relacionadas con la Empresa.

Dentro de los regalos o ventajas se incluirán todo tipo de concesiones, donaciones, comisiones ocultas, ayudas y viajes, entre otros.

#### **Artículo 35.- Realización de regalos por parte de los Empleados**

Los Empleados no podrán realizar ningún tipo de regalo o de gratificación en favor de las Personas relacionadas que tenga por objeto comprar su voluntad o recibir una ventaja por parte de los mismos y que vayan más allá de lo considerado apropiado o de lo común en el sector.

Por otro lado, quedarán totalmente prohibidos los regalos o ventajas dirigidos a personal o funcionarios públicos, independientemente de que tenga por objeto directo o no obtener mayores ventajas o facilidades por parte de la administración.

En el caso de que cualquier Empleado tenga conocimiento de estas prácticas tendrá el derecho, y el deber, de ponerlo en conocimiento inmediato de la Dirección a fin de ayudar a la erradicación de este tipo de conductas.

### **Artículo 36.- Tratamiento de los clientes**

Siguiendo la imagen y principios de la Empresa, los Empleados quedan obligados a tratar a todos los clientes con total educación, respeto y seriedad. Los Empleados proveerán a los clientes toda la información que les sea solicitada, salvo la información protegida por tratarse de confidencial y la regulada por la legislación sobre la protección de datos.

En todo caso, toda la información remitida a los clientes sobre los productos y servicios deberá ser veraz y precisa, prohibiéndose de forma expresa el otorgamiento de información falsa a los clientes en las comunicaciones y actividades de promoción llevadas a cabo por los Empleados.

Por otro lado, siguiendo la legislación sobre la protección de datos y lo establecido en este Reglamento, los Empleados tratarán los datos personales de los clientes de forma confidencial.

Por último, los Empleados deberán seguir lo dispuesto en esta Sección sobre prevención de la corrupción y del fraude en todas las actividades relacionadas que lleven a cabo con los clientes.

### **Artículo 37.- Relaciones con los proveedores**

Los Empleados mantendrán una relación adecuada, respetuosa y lícita con todos los proveedores de la Empresa.

La contratación y gestión de los proveedores por parte de los Empleados se realizará de forma transparente, atendiendo a los intereses y necesidades de la Empresa, y evitando cualquier posible situación de conflicto de interés o beneficio personal en relación con la contratación o gestión de los mismos.

El conocimiento por parte de cualquier Empleado de una ventaja recibida por parte de sus compañeros o superiores por parte de actuales o potenciales proveedores deberá ser puesto en conocimiento a la mayor brevedad posible ante el Gerente y/o la Dirección.

### **Artículo 38.- Prácticas de mercado**

La Empresa se compromete a competir en el mercado de forma leal, cumpliendo con toda la normativa sobre competencia desleal y sobre libre competencia actualmente vigente tanto a nivel nacional como europeo. De esta forma, no se admitirá ningún tipo de conducta engañosa que pueda atentar la libre competencia ni la emisión por parte de los Empleados de cualquier información maliciosa o falsa sobre los competidores de la Empresa.

En este punto, se prohíbe este tipo de conductas fraudulentas también en relación con cualquier otro operador del mercado diferente a los competidores o con los posibles reguladores públicos.

### **Artículo 39.- Cumplimiento de la normativa contable y fiscal**

Los Empleados respetarán de forma cuidadosa toda la normativa contable, fiscal y de la Seguridad Social aplicable en cada una de las operaciones y transacciones que lleven a cabo. Así, se deberá facturar a los clientes en virtud de lo dispuesto en la legislación vigente y todos los gastos deberán ser justificados mediante la correspondiente factura o contrato. Estos

justificantes deberán ser remitidos al personal encargado de la llevanza y gestión de la contabilidad de la Empresa tan pronto como se disponga de los mismos.

Por otro lado, se prohíbe de forma expresa a los Empleados la realización de cualquier actividad o transacción que tenga por objetivo incumplir la normativa fiscal o de la Seguridad Social aplicable o evadir el pago de cualquier tasa, gravamen o impuesto, ya sea de carácter estatal, regional o municipal, al cual la Empresa se encuentre obligada al pago.

En relación con lo anterior, la Empresa se compromete a respetar en todo momento la legislación fiscal y de la Seguridad Social aplicable, manteniendo los libros contables de forma clara y de acuerdo con los principios y obligaciones contables y fiscales aplicables. Las personas responsables de la preparación de estos documentos deberán garantizar la recogida fiable de los datos y la correcta preparación de todos los estados contables.

#### **Artículo 40.- Cumplimiento de normativa medioambiental**

Los Empleados se comprometen al cumplimiento de toda la normativa medioambiental, de prevención de la contaminación y de protección del medio ambiente aplicable a la actividad de la Empresa, así como de todas las instrucciones o guías de conducta de la Empresa en relación con la manipulación de materiales, reciclado y de prevención de la contaminación.

#### **Artículo 41.- Cumplimiento del Reglamento e instrucciones de la Empresa**

Los Empleados quedan obligados al cumplimiento de todo lo dispuesto en el presente Reglamento, así como de todas las instrucciones que reciban por parte de la Dirección o de su(s) Gerente(s).

De esta forma, el procedimiento de trabajo se deberá ajustar a lo establecido por los superiores encargados o Gerentes, así como a las directrices, guías de trabajo o manuales elaborados por la Empresa. En el caso de que surja cualquier duda sobre dichas directrices o instrucciones, el Empleado deberá ponerse en contacto con su(s) Gerente(s) o, si no es posible, con la Dirección, a fin de resolver todas las posibles dudas existentes.

La Empresa se compromete a facilitar los cursos y la formación necesaria para garantizar el correcto desarrollo del trabajo de los Empleados y su adaptación a los nuevos procedimientos de trabajo o a las nuevas herramientas técnicas adquiridas por la Empresa. El Empleado quedará obligado a su vez a asistir a todos estos cursos o jornadas de formación, así como a prestar toda la atención e interés para garantizar su correcto conocimiento.

Por último, los Empleados deberán permitir y facilitar todas las labores de auditoría que pueda llevar a cabo la Dirección a fin de analizar la situación actual de la Empresa, establecer el índice de cumplimiento del Reglamento y evaluar la posibilidad de implantar nuevas mejoras que se puedan considerar necesarias.

#### **Artículo 42.- Responsabilidad de los Gerentes**

Todos aquellos Empleados que tengan otros empleados o trabajadores bajo su dirección, incluidos todos los Gerentes, deberán respetar fielmente lo dispuesto en este Reglamento y ser un ejemplo de su aplicación para sus empleados dependientes.

En general, los Gerentes actuarán de forma respetuosa e integradora, con total respeto de los principios de no discriminación y de igualdad, y de los demás principios recogidos en este Reglamento, velando siempre por el bienestar de los Empleados y el interés de la Empresa.

Además, prestarán todo su apoyo a los Empleados en todo aquello que necesiten para la correcta prestación de sus servicios, resolviendo sus dudas de forma diligente y motivándoles de forma adecuada.

En cuanto a la realización de la actividad, los Gerentes facilitarán a sus Empleados toda la información necesaria para que puedan realizar su labor de forma efectiva y con total seguridad, así como conocer de forma clara todas sus obligaciones.

Por otro lado, controlarán que sus empleados dependientes respetan en todo momento lo dispuesto en este Reglamento, así como las restantes instrucciones o guías de actuación o comportamiento correspondientes. En el caso de que detecte cualquier incumplimiento grave

o reiterado del Reglamento, se deberá comunicar esta situación inmediatamente al órgano o persona encargada de la supervisión del mismo o a la Dirección.

## **VII. SEGURIDAD Y SALUD DE LOS EMPLEADOS**

### **Artículo 43.- Consumo de sustancias estupefacientes y psicotrópicas**

Queda prohibido el consumo de cualquier sustancia estupefaciente o psicotrópica durante las horas de trabajo o acudir al puesto de trabajo bajo los efectos del consumo de este tipo de sustancias.

A los efectos de este Reglamento, se considerarán sustancias estupefacientes o psicotrópicas el alcohol, cannabis, metanfetaminas, cocaína, opiáceos, y cualquier otra sustancia similar que altere las condiciones físicas y psíquicas del Empleado.

La Empresa podrá llevar a cabo los análisis oportunos de forma periódica para la detección del consumo de este tipo de sustancias.

El consumo de este tipo de sustancias se podrá considerar como una falta grave, siguiendo en todo caso lo dispuesto en el convenio colectivo aplicable, pudiendo llegar al despido disciplinario del empleado en el caso de que el consumo habitual de este tipo de sustancias afecte al desarrollo de su actividad.

### **Artículo 44.- Medidas de seguridad**

Dada la importancia de las medidas de seguridad y de protección para la integridad física y psíquica de los Empleados, y en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales y la restante legislación aplicable en esta materia, los Empleados quedan obligados a utilizar todos los medios de protección y actuar de acuerdo con las instrucciones de seguridad facilitadas por la Empresa durante toda su jornada laboral.

El incumplimiento de estas medidas dará lugar al inicio de un procedimiento disciplinario siguiendo lo establecido en la sección correspondiente de este Reglamento.

#### **Artículo 45.- Control de bajas médicas**

Los Empleados que se encuentren en situación de baja médica por enfermedad deberán solicitar el correspondiente parte de baja a su médico correspondiente. Este parte de baja será remitido a la dirección de la Empresa en el menor período de tiempo posible.

El parte de baja deberá incluir la situación médica del Empleado así como la posible duración estimada de la recuperación del Empleado.

Por otro lado, en los casos de accidentes laborales los Empleados deberán acudir a su correspondiente mutua a fin de que se pueda evaluar correctamente su situación clínica.

#### **Artículo 46.- Planes de emergencia**

Con el fin de garantizar la mayor seguridad a los Empleados ante potenciales situaciones de emergencia, la Empresa se compromete a establecer planes de actuación y de evacuación dependiendo de la situación, en cooperación con los servicios de emergencias de la zona donde se encuentren los centros de trabajo.

Estos planes, y sus posteriores modificaciones, serán debidamente comunicados e instruidos mediante la preparación de cursos o sesiones formativas a los Empleados, los cuales tendrán a su vez la obligación de conocerlos y de actuar conforme a los mismos en las situaciones de emergencia.

Asimismo, la Empresa podrá establecer, cuando lo estime oportuno, posibles simulacros para garantizar la correcta implementación del plan de emergencias en la Empresa.

### **VIII. CONTROL DE LA ACTIVIDAD**

#### **Artículo 47.- Videovigilancia**

Siguiendo la regulación actual establecida en la LOPDPGDD, la Empresa informará de forma expresa, clara y concisa a los Empleados, y a sus representantes legales, sobre la existencia de videocámaras de vigilancia en los centros de trabajo o en los vehículos de la Empresa.

En todo caso, no será necesario este deber de información previo cuando un Empleado sea grabado cometiendo un acto ilícito y el dispositivo de grabación se encuentre en un lugar suficientemente visible con un cartel informando sobre el derecho del Empleado de poder ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión y limitación de la información filmada.

Los dispositivos de videovigilancia serán únicamente utilizados para medidas de seguridad y de comprobación de la correcta realización del trabajo y los mismos se situarán en los lugares de prestación del servicio, evitando emplazamientos que puedan violar la intimidad de los Empleados como pueden ser, a modo de ejemplo, vestuarios, salas de descanso, cocinas, entre otros.

Por último, se podrán instalar dispositivos para la grabación de sonido siempre que dadas las circunstancias de la actividad, o de las instalaciones donde se presta la actividad, se haga necesario el establecimiento de estos dispositivos para poder controlar la actividad de los Empleados. En todo caso, al igual que se ha mencionado en referencia a las videocámaras, la instalación de este tipo de dispositivos deberá ser debidamente notificado a los Empleados, así como a sus correspondientes representantes.

#### **Artículo 48.- Sistemas de geolocalización**

La Empresa podrá utilizar, si así lo estima oportuno, sistemas de geolocalización en sus vehículos o dispositivos móviles con el único fin de asegurar y comprobar la correcta realización de la actividad laboral por parte de los Empleados.

En todo caso, la Empresa informará debidamente de antemano, de forma expresa, clara y concisa, sobre la instalación de estos dispositivos de geolocalización y su funcionamiento a los Empleados.

#### **Artículo 49.- Control del cumplimiento de las medidas de seguridad**

La Empresa podrá establecer las medidas necesarias para poder comprobar y garantizar el correcto cumplimiento de las medidas de seguridad establecidas por la Empresa. Estas labores de vigilancia y control se llevarán a cabo con el fin de garantizar la integridad y seguridad de los Empleados.

En el caso de establecimiento de sistemas de videovigilancia o de geolocalización se deberá estar a lo establecido sobre estos puntos en esta Sección.

#### **Artículo 50.- Reporte de los incumplimientos de medidas de seguridad**

En el caso de que cualquier Empleado detecte un fallo o incumplimiento de las medidas de seguridad necesarias establecidas en este Reglamento, así como en la legislación sobre protección de riesgos laborales o de lo dispuesto en el convenio colectivo aplicable en su caso, tendrá el derecho y el deber de comunicar dicha situación a su(s) Gerente(s) o la Dirección de forma diligente siguiendo lo establecido en la Sección correspondiente sobre comunicación interna.

### **IX. POLÍTICA DE REMUNERACIÓN**

#### **Artículo 51.- Remuneración**

La fijación de la cantidad correspondiente a la remuneración de los Empleados se llevará a cabo de forma justa y equitativa, teniendo en cuenta el puesto y nivel de cada Empleado, sus responsabilidades y formación, sus funciones y las características del puesto, evitando cualquier tipo de discriminación, ya sea por razones de género, raza, religión,

discapacidad, estado civil, edad, ideología, situación de embarazo, identidad o lugar de residencia, o basado en cualquier otro factor o rasgo similar.

En todo caso, la Empresa se compromete a cumplir con lo dispuesto sobre la remuneración de los Empleados en la legislación laboral, y sobre todo, en el convenio colectivo aplicable.

#### **Artículo 52.- Pago de salarios**

El pago de salarios a los Empleados se llevará a cabo de la siguiente manera:

Los salarios se abonarán el día 27 de cada mes por medio de transferencia bancaria a la cuenta indicada por el empleado.

En el caso de que el día de pago sea fin de semana o un festivo nacional, regional o local, el pago se realizará en el día laborable inmediatamente posterior.

#### **Artículo 53.- Incrementos salariales**

Los Empleados podrán recibir, de forma periódica o no, incrementos en sus salarios base, complementos o incentivos por libre decisión de la Empresa. En todo caso, la realización de un aumento salarial puntual no implicará que el mismo se deba repetir de forma periódica.

Por último, la Empresa respetará los incrementos salariales acordados en el convenio colectivo aplicable a la misma.

#### **Artículo 54.- Dietas y gastos de desplazamiento**

La Empresa establecerá una compensación por el desplazamiento de los Empleados fuera de su centro habitual de trabajo de acuerdo con lo establecido en la legislación y en el convenio colectivo aplicable. Estos gastos incluirán los costes de manutención, estancia y transporte necesarios para la realización de la actividad.

Además lo recogido en la legislación y convenio colectivo aplicable, se establecen las siguientes dietas adicionales de las que podrán disponer los Empleados:

La empresa reembolsará cualquier gasto en el que el empleado deba incurrir para la realización de su trabajo, previa aportación de documentación justificativa.

#### **Artículo 55.- Bonus o incentivos económicos**

Independientemente de los complementos y pagas extraordinarias que correspondan a los Empleados en virtud de su contrato de trabajo, así como a la actual legislación laboral y al convenio colectivo aplicable, la Empresa podrá, a su entera discreción, establecer el pago de bonus o incentivos a los Empleados, sin estar, en ningún caso, obligada a establecer un bonus concreto o a establecer los bonus puntuales de forma periódica.

#### **Artículo 56.- Otros complementos salariales**

Los Empleados recibirán los complementos salariales de acuerdo con lo establecido en la legislación actual, y en su caso, según lo dispuesto en el convenio colectivo aplicable a la empresa

#### **Artículo 57.- Solicitud de nóminas**

Los Empleados podrán acceder a sus correspondiente nóminas de la siguiente manera:

Las nóminas de los empleados estarán disponibles en la plataforma interna de la empresa, en la que se podrán consultar los recibos una vez estos han sido abonados.

### **X. JORNADA LABORAL**

#### **Artículo 58.- La jornada de trabajo**

Los Empleados prestarán sus servicios dentro del siguiente horario:

De lunes a viernes, de 8:00 a 17:00, con una hora para comer.

#### **Artículo 59.- Calendario laboral**

La Empresa establecerá el calendario laboral de los Empleados de acuerdo con su potestad de dirección de la actividad recogida en el artículo 20 del Estatuto de los Trabajadores, y en respeto, de la legislación, y en su caso, del convenio colectivo aplicable. De forma específica, la Empresa seguirá las siguientes pautas en relación en la preparación del calendario laboral:

El calendario laboral, en el que se indican los posibles festivos o días libres, se facilitará a cada empleado el día 15 del mes anterior a su implementación.

#### **Artículo 60.- Horarios de comida y de descanso**

Con el fin de garantizar la limpieza del puesto de trabajo y evitar posibles distracciones o accidentes, se prohíbe la ingesta de alimentos durante las horas de trabajo, salvo que sea necesario para el Empleado por motivos de salud.

Las comidas se realizarán en las correspondientes horas de descanso que se fijarán en el contrato de trabajo de cada Empleado.

#### **Artículo 61.- Ventajas en relación con el almuerzo y/o cena**

La Empresa habilitará una zona adecuada de comidas y descanso de los empleados, en concreto con las siguientes características:

Los empleados podrán comer en la cocina, en la que se pone a disposición de los mismos el uso de microondas, nevera, fregadero y lavavajillas, así como utensilios básicos de cocina.

### **Artículo 62.- Puntualidad de los Empleados**

Los Empleados podrán prestar sus servicios con horarios flexibles, debiendo únicamente respetar las siguientes particularidades:

Los empleados deberán de realizar 40 horas de trabajo semanales, siendo flexible en cierta medida respecto al horario de entrada y salida (a decisión de la Dirección).

### **Artículo 63.- Horas extraordinarias y/o complementarias**

Salvo que se acuerde lo contrario en el contrato de trabajo, los Empleados podrán realizar horas extraordinarias o complementarias atendiendo a las necesidades de la Empresa, respetando en todo caso los requisitos y límites fijados en la legislación actual, y el convenio colectivo aplicable.

Los Empleados serán pagados por todas las horas extraordinarias o complementarias que realicen de acuerdo con lo establecido en la legislación actual, y en el convenio colectivo aplicable en su caso.

### **Artículo 64.- Registro de la jornada de trabajo**

La Empresa se compromete a cumplir con la actual regulación sobre el control de la jornada de trabajo, poniendo a disposición de los Empleados la correspondiente hoja de control horario.

Los Empleados deberán cumplimentar estas hojas de control de jornada, indicando de forma veraz las horas de inicio y de finalización de su jornada laboral, así como los correspondientes descansos.

### **Artículo 65.- Movilidad geográfica y funcional de los Empleados**

Los Empleados deberán contar con la flexibilidad necesaria para realizar su trabajo fuera del centro de trabajo en las situaciones en las que pueda ser necesario para la Empresa.

Por otro lado, alguna de las funciones o tareas de los Empleados podrán ser modificadas o alteradas en los casos en los que sea necesario debido a aspectos operativos, de procedimiento o de organización de la Empresa. En todo caso, será su superior jerárquico o Gerente el que justifique este cambio puntual de funciones, respetando la legislación laboral, y su caso, lo dispuesto en el convenio colectivo aplicable.

## **XI. VACACIONES Y CONCILIACIÓN DE LA VIDA PROFESIONAL Y FAMILIAR**

### **Artículo 66.- Período de disfrute de las vacaciones**

El disfrute de las vacaciones se deberá llevar a cabo respetando la legislación laboral actual y el convenio colectivo aplicable.

### **Artículo 67.- Solicitud de vacaciones**

La solicitud del período de vacaciones por parte de los Empleadores se deberá realizar de la siguiente manera:

Los días de vacaciones se deberán indicar con un plazo de un mes a la Dirección de la empresa.

El incumplimiento de las instrucciones anteriores podrá implicar que el disfrute de las vacaciones no se adecúe en su totalidad a las fechas interesadas por el Empleado.

### **Artículo 68.- Trabajo a distancia y teletrabajo**

Con el fin de facilitar la conciliación de la vida laboral y familiar de los Empleados, la Empresa potenciará, siempre que así sea tecnológica y económicamente posible, y lo deseen

los Empleados de forma voluntaria, la realización de su trabajo a través de medios telemáticos.

Por otro lado, siguiendo lo dispuesto en el artículo 38.8 del Estatuto de los Trabajadores, los Empleados podrán solicitar, como parte de su derecho a la conciliación de la vida familiar y laboral, la prestación de la totalidad o parte de sus servicios de forma telemática. En estos casos, la Empresa atenderá la petición y tratará de facilitar en todo lo posible la prestación de estos servicios de forma telemática dentro de sus posibilidades y en lo que lo permita su actividad.

Los Empleados sujetos a este tipo de trabajo prestarán sus servicios con iguales derechos y obligaciones que los demás Empleados. Además, se les proveerá de la formación necesaria para que puedan prestar sus servicios a través de los medios telemáticos facilitados de forma adecuada.

La Empresa podrá mantener un control sobre la actividad que desarrollan los Empleados siempre que se observen los requisitos mencionados en los artículos anteriores y se respete la vida privada de los Empleados.

Por último, la Empresa se compromete a fomentar el derecho a la desconexión digital de los Empleados con el fin de garantizar la conciliación de su vida laboral y familiar. De esta forma, los Empleados deberán estar únicamente conectados y en activo durante su jornada laboral a los medios telemáticos facilitados. No se podrá obligar a los Empleados a permanecer conectados fuera de dicho horario o una vez realizados los objetivos marcados por la Empresa.

#### **Artículo 69.- Baja por maternidad y permiso de lactancia**

Uno de los principios inspiradores de la relación de la Empresa con sus Empleados es el de facilitar y fomentar la compatibilización de la vida profesional y la vida familiar de los Empleados. De esta forma, la Empresa se compromete a cumplir con lo dispuesto en el Estatuto de los Trabajadores y restante normativa o convenio colectivo aplicable a fin de

facilitar los correspondientes periodos de baja necesarios por los Empleados y el disfrute de los permisos de lactancia que así se soliciten.

#### **Artículo 70.- Solicitudes de excedencia**

La Empresa atenderá todas las peticiones de excedencia (ya sean excedencias voluntarias, por cuidado de familiares, etc.) que le sean remitidas por parte de los Empleados, resolviendo según lo establecido en la legislación aplicable, así como a lo dispuesto en el convenio colectivo en su caso.

En el caso de que la Dirección niegue una excedencia en un momento determinado, siempre que la legislación o convenio colectivo aplicable lo permita, dicha denegación será debidamente justificada en base a motivos objetivos por parte de la Empresa.

#### **Artículo 71.- Adaptación de la jornada laboral**

La Empresa se compromete a negociar con los Empleados que así lo soliciten posibles cambios o adaptaciones en su jornada laboral en base a sus necesidades personales. La solicitud de este cambio implicaría reducir sus horas de trabajo dentro de las posibilidades de la Empresa.

La Empresa responderá por escrito a la petición del Empleado donde se justificará la posible aceptación o el rechazo de la petición del Empleado, pudiendo en su caso proponerse un cambio alternativo al solicitado por el Empleado en base a una serie de razones objetivas de la actividad o de organización de la Empresa.

## **XII. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**

#### **Artículo 72.- Comunicación de situaciones de discriminación y acoso**

Como se ha mencionado anteriormente, los Empleados tienen el derecho y, a su vez, el deber de comunicar cualquier tipo de discriminación o situación de acoso contra sí mismo, contra cualquier compañero o contra cualquier superior o personal dependiente, que puedan conocer o presenciar. Ningún Empleado quedará exento de esta obligación.

En todo caso, la existencia de este canal no impide que se pueda llevar a cabo la comunicación de estas situaciones mediante cualquier otro tipo de medio previamente establecido o habitual para los representantes de los Empleados.

Dada la importancia para la Empresa de prevenir todas estas posibles situaciones de acoso y discriminación, las mismas se comunicarán de forma inmediata. La Dirección se compromete a iniciar la correspondiente investigación interna a fin de establecer los hechos y aplicar la correspondiente sanción en su caso.

En todo caso, si el Empleado o Empleados que reportan una situación de discriminación o acoso consideran que la Empresa no ha actuado de forma completamente diligente, podrán emprender las acciones legales que estime oportunas a fin de eliminar esta situación y de prevenir que se vuelva a reproducir en el futuro.

### **Artículo 73.- Comunicación de otros incumplimientos del Reglamento**

Asimismo, los Empleados tienen el derecho, y a su vez, el deber de comunicar cualquier posible incumplimiento de lo dispuesto en este Reglamento que tengan conocimiento.

En todo caso, la existencia de este canal no impide que se pueda llevar a cabo la comunicación de estas situaciones mediante cualquier otro tipo de medio previamente establecido o habitual para los representantes de los Empleados.

La comunicación se realizará tan pronto como se tenga constancia de la situación de incumplimiento y la misma no impedirá al Empleado adoptar las medidas judiciales o de comunicación a los representantes de los Empleados que estime necesarias.

#### **Artículo 74.- Comunicación de cualquier otra circunstancia**

En el caso de que los Empleados deseen comunicar cualquier aspecto relacionado con su trabajo o alguna circunstancia personal (como puede ser la imposibilidad de acudir a su puesto por enfermedad, la petición de un día personal, etc.) que pueda afectar a su actividad podrán dirigirse directamente a su inmediato superior o Gerente(s) por escrito.

#### **Artículo 75.- Participación en conferencias y congresos**

En respeto del derecho a la intimidad personal y familiar, los Empleados podrán participar en aquellas conferencias y congresos a los que sean invitados como ponentes sin necesidad de obtener autorización previa por parte de la Empresa.

En todo caso, el Empleado ponente deberá respetar sus obligaciones en referencia a la divulgación de información confidencial de la Empresa y de protección de datos recogidos en el presente Reglamento así como en su correspondiente contrato de trabajo.

#### **Artículo 76.- Política de comunicación**

La Empresa desea garantizar el establecimiento de una política de comunicación externa eficaz que garantice y proteja la integridad de su imagen y reputación. En concreto, la comunicación externa se canalizará a través de: Departamento de Marketing.

Se entenderá como comunicación externa cualquier información dirigida a medios de comunicación, clientes o redes sociales de la Empresa, incluyendo todas las campañas de promoción y publicidad.

Todo contacto recibido por cualquier Empleado por parte de periodistas o medios de comunicación para tratar asuntos referidos directamente a la Empresa y a su actividad deberá ser remitido a la persona u órgano encargado de la comunicación indicado en este artículo.

#### **Artículo 77.- Uso de redes sociales**

La Empresa forma parte de diversas plataformas con el fin de mantener una comunicación eficaz con sus clientes, y de comunicar y promocionar de forma efectiva la actividad que se lleva a cabo.

En todo caso, junto a estos perfiles se podrán crear nuevos perfiles corporativos en el futuro (en adelante, las "**Plataformas**").

De esta forma, los Empleados se comprometen a respetar el prestigio y la imagen de la Empresa en estas Plataformas, comprometiéndose a hacer un uso adecuado de las redes sociales de la Empresa, y a no difamar, injuriar o verter información confidencial a través de perfiles personales en dichas plataformas.

Respecto a los perfiles corporativos de la Empresa, los Empleados se comprometen a interactuar con los demás usuarios y clientes de forma cordial, educada y profesional, sin caer en en ningún momento en el insulto o en la descalificación, y otorgando una información adecuada a las necesidades del cliente. Se seguirán en todo caso las directrices de las personas encargadas de la gestión de clientes.

Por otro lado, se respetará en todo momento la confidencialidad de los datos que los clientes puedan compartir con los Empleados a través de estas Plataformas, de acuerdo con lo dispuesto en este Reglamento, en su contrato de trabajo, en los posibles acuerdos de confidencialidad firmados, y en la legislación sobre la protección de datos vigente.

Además, se prohíbe el uso de las Plataformas para la publicación de cualquier tipo de vídeo deshonesto u ofensivo con los Empleados o con terceros, dando lugar a las correspondientes sanciones en su caso.

Por último, los Empleados podrán contar con perfiles personales en las redes sociales sin necesidad de obtener una autorización previa por parte de la Empresa. En todo caso, los Empleados deberán cumplir con todas las normas de protección de las normas de confidencialidad y de protección de datos de toda la información que se revele en relación con la Empresa.

### **XIII. CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO Y RÉGIMEN DISCIPLINARIO**

### **Artículo 78.- Órgano supervisor**

Con el fin de garantizar que las medidas recogidas en el presente Reglamento serán debidamente seguidas y aplicadas por todos los Empleados, así como por la Dirección, se acuerda que su control se lleve a cabo por parte de: la Dirección de la Sociedad (En adelante, el "**Supervisor**").

Las funciones del Supervisor se limitarán al control y gestión del correcto funcionamiento del Reglamento, así como a la recepción de las sugerencias de los Empleados sobre posibles incidencias o aspectos que deben ser regulados en el mismo, a la preparación de informes periódicos sobre la aplicación del Reglamento o a la elaboración propuestas o recomendaciones de modificación o ampliación del contenido del Reglamento. En todo caso, la decisión sobre su modificación o inclusión de nuevos aspectos en el Reglamento corresponderá únicamente a la Dirección.

Por último, este órgano podrá actuar a instancia de cualquier Empleado que sufra o detecte cualquier incumplimiento de alguno de los derechos o normas recogidos en el presente Reglamento, así como por iniciativa propia en el caso de que lo estime necesario.

### **Artículo 79.- Funcionamiento del órgano colegiado**

En este caso, el órgano Supervisor establecido en este Reglamento aprobará sus decisiones y actuará de la siguiente forma:

Las decisiones del órgano de control se tomarán de forma conjunta por todos los miembros de la Dirección.

### **Artículo 80.- Sanciones por incumplimiento del Reglamento**

El incumplimiento de las obligaciones recogidas en el presente Reglamento dará lugar al establecimiento de una sanción que dependerá de la gravedad del incumplimiento y de las posibles consecuencias del mismo.

La gravedad del incumplimiento será evaluada por el Supervisor y/o la Dirección, describiendo de forma veraz los hechos, las pruebas que justifican los hechos, los preceptos del Reglamento incumplidos y las posibles consecuencias de ello.

En todo caso, esta posible sanción se ajustará a lo establecido en este Reglamento, y sobre todo, a lo dispuesto en el Estatuto de los Trabajadores, y en su caso, a lo establecido en el convenio colectivo aplicable.

### **Artículo 81.- Contenido de las denuncias de incumplimientos**

Cualquier denuncia remitida al Supervisor para su estudio deberá contener la siguiente información:

- nombre de la persona o personas que presentan la denuncia;
- descripción de los hechos o posible situación que da lugar a un incumplimiento del Reglamento; y,
- datos de la posible persona incumplidora.

La presentación de cualquier denuncia sin la información antes citada no será válida y se remitirá de nuevo al denunciante para que en el plazo máximo de 15 días naturales pueda reenviar la denuncia cumpliendo con todos los requisitos anteriores.

### **Artículo 82.- Procedimiento sancionador**

Las sanciones ante el incumplimiento de cualquiera de los aspectos dispuestos en este Reglamento se establecerán por parte del Supervisor o la Dirección siguiendo sus normas de funcionamiento recogidas en la Sección anterior.

El Supervisor o la Dirección conducirá la correspondiente investigación de los hechos denunciados, de forma que se puedan recabar los testimonios y las pruebas necesarias. Tras la recolección de datos, el Supervisor oír a las partes y finalmente, con toda la información recopilada y los testimonios, el Supervisor adoptará la decisión de acuerdo con lo establecido en la Sección anterior.

En todo caso, este procedimiento garantizará la participación del potencial incumplidor y la posible decisión que adopte deberá estar debidamente fundamentada y probada, siguiendo en todo caso lo dispuesto en la legislación y en el convenio colectivo.



**SEGUNDO.-** El capital social es de OCHENTA MIL (80.000 Euros), dividido en OCHO MIL participaciones sociales, de 10 EUROS (10 Euros) de valor nominal cada una, numeradas correlativamente del 1 al 8.000, ambos inclusive, que son íntegramente suscritas y desembolsadas por los socios fundadores, de la siguiente forma:

1. Doña Daniela, suscribe 4.000 participaciones sociales, números 1 al 4.000, por su valor nominal de CUARENTA MIL EUROS (40.00 Euros)
2. Don Carlos, 4.000 participaciones sociales, números 4.001 al 8.000, por su valor nominal de 40 CUARENTA MIL EUROS (40.00 Euros)

Los suscriptores han desembolsado, en metálico, el importe de las participaciones suscritas, lo que acreditan con certificación 59 del depósito de las correspondientes cantidades, que me entregan e incorporo a esta matriz.

**TERCERO.-** Nombran a Doña Daniela y a Don Carlos, Administradores Colegiados de la Sociedad, a quienes se atribuye la administración y representación de aquella, con todas las facultades que le corresponden conforme a la Ley y los Estatutos de la Sociedad, ambos estarán dotado de poderes que les otorgarán la potestad de abrir cuentas en entidades de crédito, contratar trabajadores, firmar contratos en nombre de la Sociedad y otras facultades similares.

Doña Daniela y Don Carlos, presentes, aceptan el nombramiento.

**CUARTO.-** Para el período comprendido entre este acto y el de la inscripción de la Sociedad en el Registro Mercantil, se establecen las siguientes normas:

- 1) El Órgano de Administración podrá ejercitar todas sus facultades de administración y representación y conferir apoderamientos con igual alcance.
- 2) La Junta General podrá adoptar acuerdos, dentro de su competencia, para la realización de actos durante dicho período.

**QUINTO.-** Se prohíbe ocupar o ejercer cargos en la Sociedad a las personas declaradas incompatibles de conformidad con la legislación vigente.

Aseguran los nombrados para cargo en esta escritura que no están incurso en incompatibilidad legal alguna.

**SSEXTO.-** Acreditan que la Sociedad puede ostentar el nombre expresado con la oportuna certificación del Registro Mercantil Central, que me entregan y dejo incorporada a esta matriz.

**SSEXTIMO.-** Los comparecientes se conceden poder recíproco para que cualquiera de ellos en nombre y representación de los demás otorgue las escrituras de subsanación y aclaración que sean necesarias para inscribir esta Sociedad en los Registros Públicos en que se precise hacerlo y para realizar solicitudes de inscripción parcial.

**SSEXTAVO.-** Yo, el Notario, advierto de la obligación de inscribir esta escritura en el Registro Mercantil.- Se solicita la inscripción de este documento en el Registro Mercantil.- Esta inscripción podrá ser parcial si, a juicio del Registrador, existe algún defecto que impida la inscripción de alguna cláusula o estipulación cuya exclusión no impida la inscripción del resto, lo que se solicita expresamente al amparo de lo dispuesto en el artículo 63 del Reglamento del Registro Mercantil.

----- **O T O R G A M I E N T O:**-----

Hago a los comparecientes las reservas y advertencias legales, en especial las relativas al artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999 de protección de datos de carácter personal.

Asimismo les advierto de sus obligaciones y responsabilidades tributarias y de las consecuencias fiscales y de otra índole de las declaraciones y falsedades en documento público.

Permito a los comparecientes la lectura de esta escritura, porque así lo solicitan, después de advertidos de la opción del artículo 193 del Reglamento Notarial.

Enterados, según manifiestan, por la lectura que han practicado y por mis explicaciones verbales, los comparecientes hacen constar su consentimiento al contenido de la escritura y firman.

----- **A U T O R I Z A C I O N:**-----

Y yo, el Notario, doy fe de identificar a los comparecientes por sus respectivos documentos de identidad reseñados, de que el consentimiento ha sido libremente prestado por los mismos, de que el otorgamiento se adecua a la legalidad y a la voluntad debidamente informada de los otorgantes e intervinientes y del total contenido en este instrumento público, que va extendido en 4 folios, números: el presente y los anteriores en orden correlativo descendente.

#### 4. Estatutos sociales de RentFit

### ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD MERCANTIL "RentFit SOCIEDAD LIMITADA"

#### TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

##### **Artículo 1. Denominación**

La Sociedad se denominará "RentFit Sociedad Limitada" (en adelante, la "**Sociedad**", o RentFit, S.L), y se registrará por su contrato constitutivo, por los presentes Estatutos y en lo en ellos no dispuesto, por la Ley de Sociedades de Capital.

##### **Artículo 2. Objeto**

El objeto social de la Sociedad será:

El alquiler de equipamiento deportivo entre particulares, a través de una plataforma digital.

El objeto social se encuadraría en las siguientes cuentas del CNAE 2009:

7721 - Alquiler de artículos de ocio y deportivos

Si alguna de las actividades que comprenden el objeto social debiera ser desarrollada por profesionales con título habilitante o habilitación legal específica, la Sociedad las realizará a través de tales sujetos. Y si para ella fuera precisa una autorización o requisito específico previo, la Sociedad sólo iniciará dichas actividades una vez obtenida la autorización o una vez cumplido el requisito.

##### **Artículo 3. Domicilio social y nacionalidad**

El domicilio social de RentFit, S.L se establece en:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Por tanto, es una Sociedad de nacionalidad española. No obstante, el Órgano de Administración será competente para acordar la creación, la supresión o el traslado de sucursales, agencias o delegaciones, en cualquier lugar de España y del extranjero, así como para cambiar el domicilio social dentro del territorio nacional.

#### **Artículo 4. Duración**

RentFit, S.L tiene una duración indefinida, y se entenderá que sus actividades sociales dan comienzo el día del otorgamiento de su escritura fundacional, sin perjuicio de las consecuencias legales previstas para los actos y contratos celebrados en nombre de la Sociedad en momentos anteriores al de su inscripción en el Registro Mercantil. Los ejercicios sociales se computarán por años naturales.

#### **Artículo 5. Comunicaciones entre los socios y el Órgano de administración**

Todo aquel que adquiera la condición o puesto de socio y/o miembro del Órgano de Administración, acepta que las comunicaciones entre ellos y con la Sociedad puedan llegar a realizarse por medios telemáticos y están obligados a notificar a la Sociedad una dirección de correo electrónico y sus posteriores modificaciones si se producen. Las direcciones de correo de los socios se anotarán en el Libro registro de socios, y las de los miembros del Órgano de administración, en el acta de su nombramiento.

#### **Artículo 6. La página web**

La Sociedad podrá tener una página web corporativa. La creación de la misma deberá ser acordada en Junta General. No obstante, la modificación, el traslado o la supresión de dicha página web será competencia del Órgano de Administración.

Los socios, igualmente, aceptarían que las comunicaciones entre estos y la Sociedad a través de la página web incluya la remisión de documentos, solicitudes e información. La Sociedad habilitaría, a través de la propia página web, el correspondiente dispositivo de contacto con la Sociedad que permita acreditar la fecha indubitada de la recepción así como el contenido de los mensajes electrónicos intercambiados entre socios y la Sociedad; este dispositivo se trata de lo que se conocería como, a modo enunciativo, "área privada de socios", "área privada órgano de administración", "área corporativa privada". Toda información compartida o intercambiada a través de este método se realizaría en un medio seguro, y solo sería accesible por socios y/o administradores a través de identificadores personales y únicos creados ad hoc, que se les comunicarían en el momento de la puesta en marcha del dispositivo y respetando el método de comunicación previsto en el artículo anterior de estos Estatutos. Así, estos identificadores servirían para certificar la recepción, envío y/o visualización de todo documento o notificación compartidos por los usuarios a través del dispositivo.

De conformidad con lo establecido en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (RGPD) y en la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y su normativa de desarrollo, y/o aquellas que las pudieran sustituir o actualizar en el futuro, los datos personales de los socios y/o administradores serían incorporados, tras su consentimiento, a los correspondientes ficheros creados por la Sociedad, con la finalidad de gestionar las obligaciones y derechos inherentes a su condición, incluyendo la administración, en su caso, de la página web corporativa, según lo dispuesto en la ley, pudiendo aquellos ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, limitación de tratamiento, portabilidad u oposición en el domicilio social, haciendo uso de los medios que permitan acreditar su identidad.

Las notificaciones o comunicaciones de los socios a la Sociedad se dirigirán al Órgano de administración.

## TÍTULO II. CAPITAL SOCIAL Y PARTICIPACIONES

### Artículo 7. Capital social y participaciones

El capital social de RentFit, S.L queda fijado en **80.000 € (ochenta mil euros)**, y está dividido en **8.000 (ocho mil)** participaciones sociales indivisibles y acumulables. Cada una de estas participaciones tiene un valor nominal de **10€ (diez euros)**, y están numeradas de forma correlativa del 1 al 8.000, ambas inclusive.

Siguiendo lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley de Sociedades de Capital, la Sociedad destinará a la reserva legal una cifra de, al menos, el 20 por ciento del beneficio de la Sociedad hasta que dicha reserva junto con el capital social alcance el importe de 3.000 euros.

En caso de liquidación, voluntaria o forzosa, los socios responderán solidariamente de la diferencia entre el importe de 3.000 euros y la cifra del capital suscrito, siempre que el patrimonio de la Sociedad fuera insuficiente para atender el pago de las obligaciones sociales.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y desembolsado mediante aportaciones dinerarias realizadas por los socios fundadores a título de propiedad, pero en ningún caso son objeto de aportación trabajos o servicios.

### Artículo 8. Sobre las participaciones

Las participaciones no tendrán el carácter de valores, no podrán estar representadas por medio de títulos o de anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones; tampoco se expedirán resguardos provisionales acreditativos de una o varias participaciones sociales. El único título de propiedad estará constituido por la escritura pública de constitución o de aumento de capital, o bien por los documentos públicos que, en su caso, acrediten las transmisiones posteriores. Las certificaciones del Libro registro de socios en ningún caso sustituirán al título público de adquisición.

Toda transmisión de las participaciones sociales o constitución de cargas o gravámenes sobre las mismas deberá constar en documento público, y deberán ser comunicadas por escrito a la Sociedad.

### **Artículo 9. La transmisión voluntaria de las participaciones**

Será libre la transmisión voluntaria de participaciones sociales por actos inter vivos entre socios, en favor del cónyuge, ascendientes o descendientes del socio o, en su caso, la realizada en favor de Sociedades pertenecientes al mismo grupo que la Sociedad transmitente.

En general, la transmisión voluntaria por actos inter vivos de las participaciones que no lleven aparejadas prestaciones accesorias se regirá por lo dispuesto por el artículo 107.2 de la Ley de Sociedades de Capital.

Dicho régimen será igualmente aplicable a la transmisión voluntaria por actos inter vivos del derecho de asunción preferente de participaciones que, en las ampliaciones de capital social, corresponda a los socios de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Capital, derecho que será ejercitable en los plazos establecidos en ella, y en general, a la transmisión de otros derechos que confieran o puedan conferir a su titular o poseedor el derecho a votar en la Junta General de socios de la Sociedad.

### **Artículo 10. La transmisión forzosa de las participaciones**

En caso de que tenga lugar una transmisión forzosa de las participaciones, esta se regirá por el artículo 109 de la Ley de Sociedades de Capital. En consecuencia, la Sociedad podrá, si no lo hicieren los socios en cuanto a todas o algunas de las participaciones embargadas, ejercer el derecho de adquisición preferente de dichas participaciones.

### **Artículo 11. La transmisión mortis causa de las participaciones**

La transmisión de participaciones por herencia o legado confiere, en su caso, al heredero o legatario la condición de socio.

Salvo en los supuestos de transmisión mortis causa —sea mediante herencia o legado— realizadas por un socio en favor del cónyuge, ascendientes o descendientes, caso en que dicha transmisión será libre, en caso de fallecimiento de un socio, los socios sobrevivientes, y en su defecto la Sociedad, tendrán derecho a adquirir, en proporción a su

respectiva participación, si fueren varios los interesados, las participaciones del socio fallecido. Para hacerlo, deberán abonar al contado, al heredero o legatario, su valor razonable al día del fallecimiento, determinado conforme a lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Capital. Dicho derecho deberá ser ejercido en el plazo de tres (3) meses a contar desde la comunicación a la Sociedad de la adquisición hereditaria. En su caso, las participaciones adquiridas de esta forma por la Sociedad deberán ser amortizadas o enajenadas, según lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Capital.

### **Artículo 12. Normas generales**

Las transmisiones de participaciones sociales que no se ajusten a lo previsto en los presentes Estatutos y a lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital, no producirán efecto alguno frente a RentFit, S.L.

El régimen de transmisión de las participaciones será el vigente a la fecha en que el socio hubiere comunicado a la Sociedad su propósito de transmitir o, en su caso, en la fecha de fallecimiento del socio o en la de la adjudicación judicial o administrativa.

Las normas sobre transmisión de participaciones sociales establecidas en este capítulo se aplicarán también a las adjudicaciones que tengan lugar como consecuencia de liquidación de la Sociedad conyugal o de entidades jurídicas.

### **Artículo 13. Comunicación de la adquisición de participaciones sociales**

En concordancia con lo establecido en estos Estatutos, la adquisición, por cualquier título, de participaciones sociales deberá ser comunicada al Órgano de Administración de RentFit, S.L por un medio escrito que permita acreditar su recepción, e indicando el nombre completo o la denominación social, la nacionalidad y el domicilio del adquirente.

## TÍTULO III. ÓRGANOS SOCIALES

### Artículo 14. Órganos sociales

La Sociedad se regirá por:

- a) La Junta General de Socios y Socias.
- b) Los administradores sociales, que actúan de forma mancomunada.

### CAPÍTULO 1. La Junta General

#### Artículo 15. Clases de Junta General

La Junta General podrá ser Ordinaria o Extraordinaria.

La Junta General Ordinaria será aquella que previamente ha sido convocada al efecto, y se reunirá necesariamente dentro de los seis (6) primeros meses de cada ejercicio, para, en su caso, aprobar la gestión social, las cuentas del ejercicio anterior y resolver sobre la aplicación del resultado, pudiendo asimismo, tratar cualquier otro asunto que se indique en el Orden del Día. La Junta General Ordinaria será válida aunque haya sido convocada o se celebre fuera de plazo.

Toda Junta que no sea la prevista en el párrafo anterior tendrá la consideración de Junta General Extraordinaria.

#### Artículo 16. Competencias

La Junta General, se encargará de deliberar y llegar a acuerdos relacionados con los siguientes asuntos:

- a) La aprobación de la gestión social, la aprobación de las cuentas anuales y la aplicación del resultado.

- b) El nombramiento, o reelección, y separación de los administradores, liquidadores y, en su caso, de los auditores de cuentas, así como el ejercicio de la acción social de responsabilidad contra cualquiera de ellos.
- c) La autorización a los administradores para el ejercicio, por cuenta propia y ajena, del mismo, análogo o complementario género de actividad que constituya el objeto social.
- d) Si se diera el caso, la aprobación de un sistema de remuneración para los administradores.
- e) La modificación de estos Estatutos Sociales.
- f) El aumento y la reducción del capital social.
- g) La transformación, fusión y escisión de la Sociedad.
- h) La adquisición, enajenación o la aportación a otra Sociedad de activos esenciales.
- i) La disolución de la Sociedad y cualesquiera otras operaciones cuyo efecto sea equivalente al de la liquidación de la Sociedad.
- j) Cualesquiera otros acuerdos que expresamente determinen la Ley o los presentes Estatutos.

### **Artículo 17. Convocatoria**

Las Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias habrán de ser convocadas por todos los administradores sociales o, en su caso, por los liquidadores, siempre que lo estimen necesario o conveniente para los intereses sociales y, en todo caso, en las fechas o períodos que determine la Ley de Sociedades de Capital.

También deberá convocarse cuando lo soliciten uno o varios socios que representen, al menos, el 5% (cinco por ciento) del capital social, expresando en la solicitud los asuntos a tratar en ella. En este caso, la Junta General deberá ser convocada para su celebración dentro de los dos (2) meses siguientes a la fecha en que se hubiera requerido notarialmente a los

administradores sociales para convocarla, debiendo incluirse necesariamente en el Orden del Día los asuntos que hubiesen sido objeto de la solicitud.

Por lo que se refiere a la convocatoria judicial de la Junta General, se estará a lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Capital.

### **Artículo 18. Forma, contenido, lugar, plazo de la convocatoria**

La convocatoria se realizará por cualquier procedimiento que permita la comunicación individual y escrita de dicha convocatoria, o por cualquier otro medio telemático, como el correo electrónico, o la página web corporativa si existiera conforme a los requisitos expuestos en el Título I de los presentes Estatutos y en el artículo 173 de la Ley de Sociedades de Capital, siempre y cuando asegure la recepción del anuncio por todos los socios en el domicilio y/o correo electrónico designado al efecto o en el que conste en la documentación de la Sociedad, particularmente en el Libro registro de socios.

En caso de elegir el correo electrónico como medio de convocatoria, este deberá ser remitido con confirmación de recepción a la dirección de correo electrónico consignada por cada socio, y que así figure en la documentación de la Sociedad.

Si se diese el caso de que algún socio reside en el extranjero, este solo será individualmente convocado si hubiera designado un lugar del territorio nacional para notificaciones o una dirección de correo electrónico con dicha finalidad.

Si se diese el caso de que la comunicación del anuncio de la convocatoria mediante el procedimiento individualizado previsto en este artículo no fuese posible, la Sociedad se obliga a cumplir con el procedimiento establecido en el artículo 173.1 de la Ley de Sociedades de Capital.

El anuncio de convocatoria contendrá necesariamente:

a) Específicamente el nombre de la Sociedad, ya sea como RentFit Sociedad Limitada, o como RentFit, S.L.

- b) La fecha y la hora de la Junta General.
- c) El carácter, ordinario o extraordinario, con el que se celebra la Junta.
- d) El Orden del Día, es decir, una lista o sumario en el que figurarán los asuntos que se van a tratar.
- e) El nombre y cargo de la persona o personas que realicen la comunicación.
- f) Toda otra mención obligatoria que en cada caso pudiera exigirse por imperativo legal en relación con los asuntos que se van a tratar.

Si en la convocatoria no figurase el lugar de celebración, se entenderá que la Junta General se celebrará en el domicilio social de RentFit, S.L. En todo caso, y si así se indicase en la convocatoria, la Junta podrá celebrarse en un lugar alternativo pero perteneciente al mismo término municipal del domicilio social de RentFit, S.L.

Además, se podrán utilizar medios telemáticos para la asistencia a las reuniones de la Junta y para la emisión o delegación del voto. Para ello, el medio utilizado será la videoconferencia, ya que garantiza la identificación de los socios y socias, así como su constancia en un medio o soporte grabado para su posterior prueba.

Entre la convocatoria y la fecha prevista para la celebración de la Junta General deberá existir un plazo de, al menos, 15 (quince) días, salvo que por imperativo legal el plazo sea distinto.

### **Artículo 19. Junta Universal**

Sin perjuicio de todo lo previsto en el artículo anterior, se entenderá que la Junta se encuentra válidamente constituida, para tratar cualquier asunto, sin necesidad de previa convocatoria, siempre que esté presente o representada la totalidad del capital social y los y las concurrentes acepten por unanimidad la celebración de la Junta General. En estas circunstancias, la Junta se entenderá reunida con carácter Universal.

La Junta General constituida con carácter Universal podrá reunirse en cualquier lugar del territorio nacional o del extranjero. A estos efectos, podrá celebrarse la Junta Universal por medios conectados telemáticamente o sistemas de videoconferencia y/u otros medios técnicos que permitan el reconocimiento e identificación de los asistentes y la permanente comunicación entre ellos y su grabación como medio de prueba.

## **Artículo 20. Asistencia y representación**

Todo socio o socia podrá ser representado en la Junta por otra persona, sea o no socio de la Sociedad. La autorización deberá conferirse por escrito. Si se diera la circunstancia de que existe una página web en los términos y requisitos del Título I de los presentes Estatutos y un dispositivo de comunicación tal y como se recoge en el mismo, la representación podrá otorgarse por el socio mediante el depósito en la página, a través de dicho dispositivo, utilizando su identificador personal, del documento en formato electrónico conteniendo el escrito de representación, el cual se considerará como suscrito por el socio.

Si no constase en documento público o escritura pública, la autorización de representación deberá ser especial para cada Junta. Los documentos de autorización sin legitimación de la firma, notarial o telemática, se aceptan bajo la responsabilidad del representado.

La representación comprenderá la totalidad de las participaciones de que sea titular el socio representado. La representación es siempre revocable y se entenderá automáticamente revocada mediante la asistencia personal del representado a la Junta o por el voto a distancia emitido por este antes o después de otorgar la representación. En caso de otorgarse varias representaciones prevalecerá la recibida en último lugar.

## **Artículo 21. Mesa de la Junta**

La mesa de la Junta estará formada por un Presidente y un Secretario. Serán Presidente y Secretario de la Junta aquellos que expresamente designen los socios y socias asistentes al comienzo de la Junta.

El Presidente de la mesa de la Junta dirigirá el desarrollo de la Junta de forma que se cumpla con todo lo recogido en el Orden del Día y, a tal fin, concederá el uso de la palabra entre los socios y determinará el tiempo de las intervenciones.

## **Artículo 22. Adopción de acuerdos**

Cada participación concede a su socio titular el derecho a emitir un voto.

Salvo que por imperativo legal o por estos Estatutos se disponga otra cosa, los acuerdos se adoptarán por la mayoría de los votos válidamente emitidos, siempre que representen, al menos, un tercio de los votos correspondientes a las participaciones sociales en que esté dividido el capital social. A estos efectos no se computarán los votos en blanco.

No obstante lo anterior, se establecen las siguientes excepciones:

**a)** Se requerirá el voto favorable de más de la mitad de los votos correspondientes a las participaciones en que se divida el capital social para el aumento o la reducción del capital social y cualquier otra modificación que los Estatutos requieran.

**b)** Se requerirá el voto favorable de, al menos, dos tercios de los votos correspondientes a las participaciones en que se divida el capital social para:

- la autorización a los administradores para el ejercicio, por cuenta propia y ajena, del mismo, análogo o complementario género de actividad que constituya el objeto social,
- la supresión o la limitación del derecho de preferencia en los aumentos de capital,
- la transformación, la fusión, la escisión, la cesión global de activo y pasivo,
- el traslado del domicilio al extranjero, y
- la exclusión de socios o socias.

Los socios y socias podrán emitir su voto sobre los puntos a tratar en el Orden del Día de la Junta General remitiendo, antes de su celebración, por medios físicos o telemáticos que garanticen su identificación, un escrito conteniendo su voto. En el escrito del voto a distancia el socio deberá manifestar el sentido de su voto separadamente sobre cada uno de los puntos o

asuntos comprendidos en el Orden del Día de la Junta de que se trate. En caso de no hacerlo sobre alguno o algunos, se entenderá que se abstiene.

Si se diera la circunstancia de que existe una página web en los términos y requisitos del Título I de los presentes Estatutos y un dispositivo de comunicación tal y como se recoge en el mismo, el voto podrá ejercitarse por el socio mediante el depósito en la página, a través del dispositivo de comunicación, y por medio de la identificación personal y única, del documento en formato electrónico conteniendo el escrito en el que lo exprese. El depósito deberá realizarse con un mínimo de 24 horas de antelación a la hora fijada para el comienzo de la Junta.

También será válido el voto ejercitado por el socio por medio de escrito con firma legitimada notarialmente o por medio de documento remitido telemáticamente con su firma electrónica. No obstante, la Junta podrá aceptar dichos medios aun sin legitimación de firma ni firma electrónica. En ambos casos el voto deberá recibirse por la Sociedad con un mínimo de 24 horas de antelación a la hora fijada para el comienzo de la Junta. Hasta ese momento el voto podrá revocarse o modificarse. Transcurrido el mismo, el voto emitido a distancia sólo podrá dejarse sin efecto por la presencia personal del socio en la Junta.

## **CAPÍTULO 2. El Órgano de Administración**

### **Artículo 23. Organización**

Corresponde a dos administradores conjuntos, la gestión, administración y representación de RentFit, S.L en todos los actos que quedasen comprendidos en el objeto social, y conforme a los términos establecidos en la Ley de Sociedades de Capital.

Las funciones de administrador se ejercerán por tiempo indefinido, sin perjuicio de que la Junta general, con posterioridad a la constitución, determine su nombramiento por plazo determinado, y sin perjuicio de la facultad de la Junta General de proceder en cualquier momento a su separación y/o cese, de conformidad a lo establecido en la Ley de Sociedades

de Capital y los Estatutos. Para ser nombrado administrador se requerirá la condición de socio o socia.

Los administradores no podrán dedicarse por cuenta propia ni ajena al mismo, o análogo, o tipo complementario de actividad que constituya el objeto de la Sociedad, salvo autorización expresa de la Sociedad mediante acuerdo de la Junta General.

Si se nombrara administrador a una persona jurídica, ésta deberá designar una persona física para el ejercicio permanente del cargo.

#### **Artículo 24. Retribución del cargo**

El ejercicio del cargo de administrador será remunerado con una cantidad fija anual; ésta y los correspondientes conceptos retributivos a percibir para cada ejercicio serán determinados por acuerdo de la Junta General.

Esta remuneración deberá en todo caso ser proporcional a la importancia de la Sociedad, la situación económica en la que esta estuviera encuadrada en cada momento y los estándares de mercado de empresas de tamaño y actividad similares a la misma. La remuneración que se establezca en cada momento deberá promover la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo de la Sociedad e incorporar los mecanismos necesarios para evitar asumir riesgos excesivos y/o recompensar por resultados desfavorables. Asimismo, la remuneración se ajustará a todos los requisitos legales que existieran o pudieran existir.

### **TÍTULO IV. EJERCICIO SOCIAL, CUENTAS ANUALES Y DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS**

#### **Artículo 25. Auditoría de cuentas**

En caso de ser necesario, por exigencia legal, la Junta General designará auditores de cuentas, antes del cierre del ejercicio a auditar.

Aun cuando la Ley no lo exija, la Sociedad podrá verse obligada a someter sus cuentas anuales de forma sistemática a la revisión de auditores de cuentas, si la Junta General así lo decide.

#### **Artículo 26. Ejercicio económico**

El ejercicio social, coincidirá con el año natural. Así, comenzará el 1 de enero y terminará el 31 de diciembre de cada año, excepto el ejercicio inicial que comenzará el día determinado en la escritura fundacional de la Sociedad.

#### **Artículo 27. Cuentas Anuales**

Los administradores deberán llevar los libros sociales y de contabilidad, así como formular en el plazo máximo de tres meses contados a partir del cierre del ejercicio social, las Cuentas Anuales, el Informe de Gestión y, en su caso, la propuesta de aplicación de resultado, así como, las cuentas y el informe de gestión consolidados si procede.

Las cuentas y el informe de gestión, así como, en su caso, su revisión por auditores de cuentas, deberán ajustarse a las normas legales y reglamentarias vigentes en cada momento. Todos los administradores deberán firmar las cuentas anuales y el informe de gestión.

Las cuentas anuales y la aplicación del resultado se aprobarán por la Junta General. Dentro del mes siguiente a su aprobación, se presentará, a efectos de depósito en el Registro Mercantil del domicilio social, certificación de esta decisión, adjuntando un ejemplar de cada una de estas cuentas y los demás documentos previstos por la Ley. Si alguna de las cuentas anuales hubiere sido formulada de forma abreviada, se hará constar en la certificación, expresando la causa.

A partir de la convocatoria de la Junta General, cualquier socio podrá obtener de la Sociedad, de forma inmediata y gratuita, los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la misma, así como en su caso, el informe de gestión y el informe del auditor de cuentas. Durante este mismo plazo, el socio o socios que representen al menos el cinco por

ciento del capital podrán examinar en el domicilio social, por sí o en unión de experto contable, los documentos que sirvan de soporte y de antecedente de las cuentas anuales.

#### **Artículo 28. Distribución de dividendo**

La Junta General resolverá sobre la aplicación del resultado del ejercicio de acuerdo con el balance aprobado. Una vez cubiertas las atenciones previstas por la Ley, sólo podrán repartirse dividendos con cargo al beneficio del ejercicio, o a reservas de libre disposición, si el valor del patrimonio neto no es o, a consecuencia del reparto, no resulta ser inferior al capital social. Los dividendos se distribuirán a los socios, mediante acuerdo de la Junta General, en proporción a su participación en el capital.

### **TÍTULO V. SEPARACIÓN Y EXCLUSIÓN DE SOCIOS**

#### **Artículo 29. Exclusión de socios**

Podrá ser excluido todo socio que incumpla voluntariamente la obligación de realizar, en su caso, prestaciones accesorias, así como el socio administrador que infrinja la prohibición de competencia o hubiera sido condenado por sentencia firme a indemnizar a la Sociedad los daños y perjuicios causados por actos contrarios a la Ley de Sociedades de Capital o a los Estatutos o realizados sin la debida diligencia.

El procedimiento para llevar a cabo la exclusión del socio deberá respetar en todo momento los preceptos que a este respecto recoge la Ley de Sociedades de Capital.

### **TÍTULO VI. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD**

#### **Artículo 30. Causas de disolución**

La Sociedad podrá disolverse por mero acuerdo de la Junta General adoptado con los requisitos establecidos para la modificación de los Estatutos. No obstante, la Sociedad

también se disolverá necesariamente por las causas legalmente previstas. El concurso de acreedores no será por sí misma una causa de disolución.

## **TÍTULO VII. OTRAS DISPOSICIONES**

### **Artículo 31. Métodos para la resolución de conflictos**

Todas las controversias derivadas de la interpretación y aplicación de estos Estatutos que surjan entre los socios, entre los socios y los administradores, y entre cualquiera de éstos y la Sociedad, quedando incluidas, a título enunciativo, las relativas a la transmisión de participaciones sociales, la separación y/o exclusión del socio, y la determinación de la cuota de liquidación, se someterán, en primer lugar a un régimen de resolución alternativa de conflictos, pudiendo los interesados optar, por ejemplo, entre la mediación o el arbitraje de derecho, y quedando obligados estos mismos a realizar las gestiones necesarias para la formalización del compromiso.

Si el método de resolución alternativa resultare infructuoso en todo o en parte, para la resolución de la controversia subsistente, las partes se someten expresamente a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales competentes del lugar donde se encuentre el domicilio social de la Sociedad.

## 5. Estimación coste de desarrollo de la plataforma

**SOFTWARE DEVELOPMENT HUB** Company ▾ Projects Services ▾ Industries ▾ Blog Pricing **Get in touch** En ▾

### Your Results

Based on the responses we received from you, we estimated a price range for your software project:

**PROJECT COST**

**\$149,400 -**  
**187,200**

**TIMELINE**

**9 -**  
**12 months**

- ✓ **Industry**  
Other
- ✓ **Type of solution**  
Marketplace
- ✓ **Size**  
Medium 10K-100K users
- ✓ **Concept**  
Full-featured development
- ✓ **Platform**  
Both web and mobile

[Go to a precise estimation](#)

The industry, software type, and project complexity are considered when calculating the cost. This is an estimate to give you an idea of the possible budget range for your project. For a more accurate estimate, consult with an SDH specialist.

**LITSLINK** Case Studies Services Solutions Technologies Hire Blog About Us Calculator [Contact Us](#)

### Rough Estimate of My App

Cost of building your app

**\$ 95,659**

Hours of development

**1,913** hours

### Selected app features

Features:

Rating

### Thanks!

**We will contact you soon**

- Our representative contacts you within 24 hours
- We gather all the detailed requirements from you
- Our team of Solution Architects and Product Managers develop a quote
- We keep confidentiality by signing an NDA

[Book a call to discuss](#)



## 7. Presupuesto teléfonos móviles Banana Computer



Distribuciones Bedukapro, S.L.  
 NIF: B76314152  
 Néstor de la Torre, 56C  
 35006 Las Palmas de Gran Canaria

RentFit, S.L.



### PROPUESTA

NÚMERO PT2400232BT  
 FECHA 26/4/2024

Código	Descripción	Precio	Unidades	Importe	Dcto. %	Base Imp. €	IGIC %	Total
CB34419 MMXF3QL/A	iPhone SE (2022) 64GB - Medianoche	494,39	9	4.449,54	10,00	4.004,59	7,00	4.284,91
CB24940 CANONIPHONE	SISTEMA DE COMPENSACIÓN EQUITATIVA POR COPIA PRIVADA PARA iPhone (Canon Digital)	3,25	9	29,25		29,25	7,00	31,30

Observaciones	Bases Imponibles	%	Total Descuentos	
	4.033,84 €	7,00		444,95 €
			Suplidos	
			Base Imponible	4.033,84 €
			Impuestos ( IGIC)	282,37 €
			<b>Importe total</b>	<b>4.316,21 €</b>

Forma de pago: Transferencia previa a la entrega de Mercancía. Podemos realizar una venta por RENTING de hasta 36 meses. Consulte las condiciones a nuestro equipo de asesores especializados en educación y B2B. Este presupuesto tiene validez durante siete días naturales.-

Protección de datos: Conforme a la legislación vigente (LOPD 15/1999 y RD 994/1999) hemos adoptado los niveles de seguridad adecuados, así como las medidas técnicas para evitar la pérdida, mal uso, alteración y acceso no autorizado de los datos que nos ha facilitado. Los datos personales no serán cedidos a terceros. Tiene usted derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición mediante solicitud a:

## 8. Presupuesto servidores on-cloud Amazon Web Services

28/4/24, 15:24

RentFit - AWS Pricing Calculator

Contact your AWS representative: [Contact Sales](#)



Export date: 28/4/2024

Language: English

Estimate URL: <https://calculator.aws/#/estimate?id=e05c7c1f462a72052b102c19c279380da78005ae>

Estimate summary		
Upfront cost	Monthly cost	Total 12 months cost
0.00 USD	68.10 USD	817.20 USD
		Includes upfront cost

### Detailed Estimate

Name	Group	Region	Upfront cost	Monthly cost
AWS App Runner	No group applied	EU (Paris)	0.00 USD	68.10 USD

Status: -

Description: RentFit

**Config summary:** Container compute size (1 vCPU), Minimum provisioned container instances (1), DT Inbound: Not selected (0 TB per month), DT Outbound: Not selected (0 TB per month), DT Intra-Region: (0 TB per month), Container memory size (2 GB), Concurrency (1), Peak traffic hours (2), Number of requests during peak traffic (requests/second) (1), Number of requests during off-peak traffic (requests/second) (1)

### Acknowledgement

AWS Pricing Calculator provides only an estimate of your AWS fees and doesn't include any taxes that might apply. Your actual fees depend on a variety of factors, including your actual usage of AWS services. [Learn more](#)

## 9. Presupuesto asesoría fiscal y laboral

CELSA M<sup>a</sup> LÓPEZ MARRERO  
ECONOMISTA ASESORA FISCAL-CONTABLE  
N<sup>o</sup> colegiado 1.190  
TFNO: 647 86 89 82  
e-mail:celsy@economistas.org

Santa Cruz de Tenerife, a 29 de abril de 2.024

A LA ATENCIÓN D.

### **PRESUPUESTO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES DE ASESORAMIENTO FISCAL-LABORAL.**

**Incluye:**

- Confección contabilidad anual.
- Confección de los 3 Pagos Fraccionados del Impuesto de Sociedades.
- Confección de las declaraciones del IGIC correspondientes a los 4 trimestres y resumen anual.
- Confección del Impuesto de Sociedades correspondientes al ejercicio.
- Confección de las Cuentas Anuales y Legalización de Libros.  
*En este apartado no se incluye el importe de los aranceles que cobra el Registro Mercantil por el Depósito de las Cuentas Anuales, la legalización de los libros y su encuadernación, la legitimación de las firmas del acta de socio,.... Estos conceptos supondrán un importe aproximado de 100,00 € anuales, para lo que se presentara la factura de pago en nombre de la empresa para su posterior abono al asesor.*
- Confección de cualquier otro modelo trimestral o anual como pueden ser la declaración anual de operaciones con terceras personas (347), retenciones a arrendadores, altas y bajas en el Impuesto de Actividades Económicas,...
- Asesoramiento continuo en los aspectos contables y laborales que le puedan afectar a la empresa.

*Nota: Todos los demás aspectos no relacionados con nuestra gestión y asesoramiento anterior a nuestra prestación de servicios, serán cobrados aparte.*

Precio: 100,00 € + IGIC

Fdo: Celsa M<sup>a</sup> López Marrero.

## 10. Póliza seguros

**MAPFRE****VER PRESUPUESTO**

**Presupuesto de su seguro MAPFRE - Equipamiento deportivo**  
**Protección Básica**

Documento indicativo, sin valor contractual. Precio ajustado a las características y circunstancias del asegurado, según las tarifas vigentes en la fecha indicada. Las coberturas y su alcance se regirán por lo establecido en las Condiciones Generales de la póliza.

**Características del riesgo**

Utilización de medidas de seguridad: **Si**  
Fecha de nacimiento: **22/05/1970**  
Tipo de equipamiento: **Cualquiera**  
Fecha de inicio del seguro: **01/01/2025**

**Coberturas básicas**

Responsabilidad Civil: **150,260 €**  
Defensa jurídica: **3,000 €**  
Asistencia en viaje: **Incluido**  
Orientación médica telefónica: **Incluido**

**Coberturas accidentes**

Muerte por accidente: **No Contratada**  
Invalidez permanente por accidente: **No Contratada**  
Gastos hospitalarios: **No Contratada**  
Cirugía reparadora por accidente: **No Contratada**

**Coberturas daños materiales**

Daños a la bicicleta por accidente: **Incluido**  
Robo: **Incluido**

(\*) El asegurado tendrá que facilitar prueba de la propiedad de la bicicleta y del candado homologado o de seguridad en caso de robo

**PRIMA ANUAL: 2.000€ (tarifa plana)**

## 11. Microsoft 365 Empresa Estándar

○ Detalles de la cuenta y la suscripción      ○ Detalles de inicio de sesión      ○ Agregar pago, confirmar y completar pedido

### Configurar su suscripción

Elija el número de usuarios, la duración de la suscripción y el período de facturación que prefiera.

¿Para cuántas personas es esto?

Elegir la duración de la suscripción

1 año - 11,70 € usuario/mes, 140,40 € usuario/año

1 mes - 14,04 € usuario/mes

¿Con qué frecuencia desea que se le facture?

---

**Resumen de su pedido**

Microsoft 365 Empresa Estándar  
Suscripción 1 año, Pagar 11,70 € al mes por 1 usuario

---

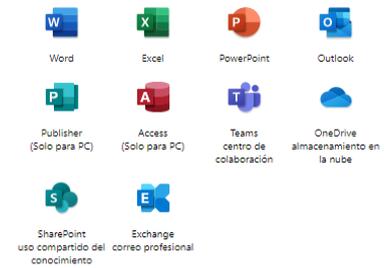
**Pago vencido hoy** (impuestos no incluidos) **11,70 €**

[Siguiente](#)

### Microsoft 365 Empresa Estándar

#### Aspectos destacados del producto

- ✓ Comience rápidamente con documentos, hojas de cálculo, presentaciones, y correo electrónico.
- ✓ El trabajo desde cualquier lugar, en cualquier dispositivo
- ✓ Reúname en línea y chatee de forma segura con Microsoft Teams
- ✓ Haga una copia de seguridad y comparta archivos con un terabyte de almacenamiento de almacenamiento en la nube
- ✓ Asistencia 24/7 gratuita incluida
- ✓ Copilot para Microsoft 365 está disponible como complemento



## 12. Cuadro de amortización del préstamo bancario (sistema francés)

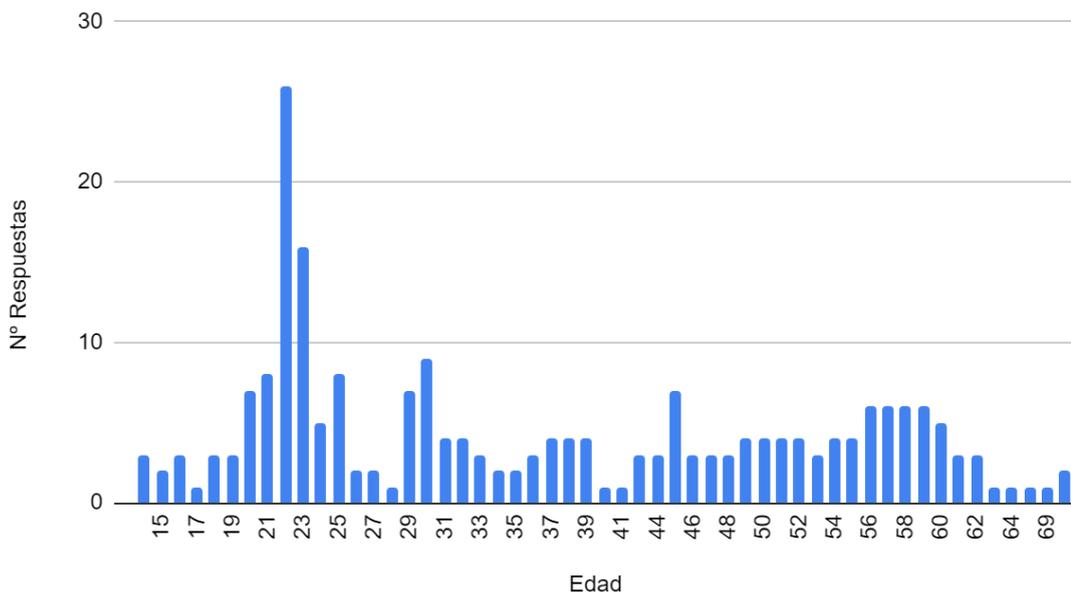
Nº cuota	C. Pendiente	C. Amortizado	Intereses	Cuota
1	94.320,57 €	718,16 €	594,21 €	1.312,38 €
2	93.602,40 €	722,68 €	589,69 €	1.312,38 €
3	92.879,71 €	727,24 €	585,14 €	1.312,38 €
4	92.152,47 €	731,82 €	580,56 €	1.312,38 €
5	91.420,65 €	736,43 €	575,95 €	1.312,38 €
6	90.684,22 €	741,07 €	571,31 €	1.312,38 €
7	89.943,15 €	745,74 €	566,64 €	1.312,38 €
8	89.197,41 €	750,43 €	561,94 €	1.312,38 €
9	88.446,97 €	755,16 €	557,21 €	1.312,38 €
10	87.691,80 €	759,92 €	552,45 €	1.312,38 €
11	86.931,88 €	764,71 €	547,67 €	1.312,38 €
12	86.167,16 €	769,52 €	542,85 €	1.312,38 €
13	85.397,63 €	774,37 €	538,00 €	1.312,38 €
14	84.623,26 €	779,25 €	533,12 €	1.312,38 €
15	83.844,00 €	784,16 €	528,21 €	1.312,38 €
16	83.059,83 €	789,10 €	523,27 €	1.312,38 €
17	82.270,73 €	794,07 €	518,30 €	1.312,38 €
18	81.476,65 €	799,07 €	513,30 €	1.312,38 €
19	80.677,57 €	804,11 €	508,26 €	1.312,38 €
20	79.873,46 €	809,18 €	503,20 €	1.312,38 €
21	79.064,28 €	814,27 €	498,10 €	1.312,38 €
22	78.250,00 €	819,40 €	492,97 €	1.312,38 €
23	77.430,59 €	824,57 €	487,81 €	1.312,38 €
24	76.606,02 €	829,76 €	482,61 €	1.312,38 €
25	75.776,26 €	834,99 €	477,39 €	1.312,38 €
26	74.941,26 €	840,25 €	472,13 €	1.312,38 €
27	74.101,01 €	845,54 €	466,83 €	1.312,38 €
28	73.255,47 €	850,87 €	461,50 €	1.312,38 €
29	72.404,59 €	856,23 €	456,14 €	1.312,38 €
30	71.548,36 €	861,62 €	450,75 €	1.312,38 €
31	70.686,73 €	867,05 €	445,32 €	1.312,38 €
32	69.819,67 €	872,51 €	439,86 €	1.312,38 €

33	68.947,15 €	878,01 €	434,36 €	1.312,38 €
34	68.069,14 €	883,54 €	428,83 €	1.312,38 €
35	67.185,59 €	889,11 €	423,26 €	1.312,38 €
36	66.296,48 €	894,71 €	417,66 €	1.312,38 €
37	65.401,76 €	900,35 €	412,03 €	1.312,38 €
38	64.501,41 €	906,02 €	406,35 €	1.312,38 €
39	63.595,39 €	911,73 €	400,65 €	1.312,38 €
40	62.683,66 €	917,47 €	394,90 €	1.312,38 €
41	61.766,18 €	923,25 €	389,12 €	1.312,38 €
42	60.842,92 €	929,07 €	383,31 €	1.312,38 €
43	59.913,85 €	934,92 €	377,45 €	1.312,38 €
44	58.978,93 €	940,81 €	371,56 €	1.312,38 €
45	58.038,11 €	946,74 €	365,64 €	1.312,38 €
46	57.091,37 €	952,70 €	359,67 €	1.312,38 €
47	56.138,66 €	958,70 €	353,67 €	1.312,38 €
48	55.179,95 €	964,74 €	347,63 €	1.312,38 €
49	54.215,20 €	970,82 €	341,55 €	1.312,38 €
50	53.244,38 €	976,94 €	335,43 €	1.312,38 €
51	52.267,43 €	983,09 €	329,28 €	1.312,38 €
52	51.284,34 €	989,29 €	323,09 €	1.312,38 €
53	50.295,04 €	995,52 €	316,85 €	1.312,38 €
54	49.299,52 €	1.001,79 €	310,58 €	1.312,38 €
55	48.297,72 €	1.008,10 €	304,27 €	1.312,38 €
56	47.289,62 €	1.014,45 €	297,92 €	1.312,38 €
57	46.275,16 €	1.020,84 €	291,53 €	1.312,38 €
58	45.254,31 €	1.027,28 €	285,10 €	1.312,38 €
59	44.227,03 €	1.033,75 €	278,63 €	1.312,38 €
60	43.193,28 €	1.040,26 €	272,11 €	1.312,38 €
61	42.153,01 €	1.046,81 €	265,56 €	1.312,38 €
62	41.106,19 €	1.053,41 €	258,96 €	1.312,38 €
63	40.052,78 €	1.060,05 €	252,33 €	1.312,38 €
64	38.992,73 €	1.066,72 €	245,65 €	1.312,38 €
65	37.926,00 €	1.073,44 €	238,93 €	1.312,38 €
66	36.852,55 €	1.080,21 €	232,17 €	1.312,38 €
67	35.772,34 €	1.087,01 €	225,36 €	1.312,38 €

68	34.685,32 €	1.093,86 €	218,51 €	1.312,38 €
69	33.591,46 €	1.100,75 €	211,62 €	1.312,38 €
70	32.490,70 €	1.107,69 €	204,69 €	1.312,38 €
71	31.383,01 €	1.114,66 €	197,71 €	1.312,38 €
72	30.268,34 €	1.121,69 €	190,69 €	1.312,38 €
73	29.146,65 €	1.128,75 €	183,62 €	1.312,38 €
74	28.017,89 €	1.135,87 €	176,51 €	1.312,38 €
75	26.882,02 €	1.143,02 €	169,35 €	1.312,38 €
76	25.738,99 €	1.150,22 €	162,15 €	1.312,38 €
77	24.588,76 €	1.157,47 €	154,90 €	1.312,38 €
78	23.431,29 €	1.164,76 €	147,61 €	1.312,38 €
79	22.266,53 €	1.172,10 €	140,27 €	1.312,38 €
80	21.094,42 €	1.179,48 €	132,89 €	1.312,38 €
81	19.914,93 €	1.186,91 €	125,46 €	1.312,38 €
82	18.728,02 €	1.194,39 €	117,98 €	1.312,38 €
83	17.533,62 €	1.201,92 €	110,46 €	1.312,38 €
84	16.331,70 €	1.209,49 €	102,88 €	1.312,38 €
85	15.122,20 €	1.217,11 €	95,26 €	1.312,38 €
86	13.905,09 €	1.224,78 €	87,60 €	1.312,38 €
87	12.680,31 €	1.232,49 €	79,88 €	1.312,38 €
88	11.447,81 €	1.240,26 €	72,12 €	1.312,38 €
89	10.207,55 €	1.248,07 €	64,30 €	1.312,38 €
90	8.959,48 €	1.255,93 €	56,44 €	1.312,38 €
91	7.703,54 €	1.263,85 €	48,53 €	1.312,38 €
92	6.439,69 €	1.271,81 €	40,57 €	1.312,38 €
93	5.167,88 €	1.279,82 €	32,55 €	1.312,38 €
94	3.888,05 €	1.287,88 €	24,49 €	1.312,38 €
95	2.600,16 €	1.296,00 €	16,38 €	1.312,38 €
96	1.304,16 €	1.304,16 €	8,21 €	1.312,38 €
	<b>Totales:</b>	<b>94.320,57 €</b>	<b>31.668,17 €</b>	<b>125.988,74 €</b>

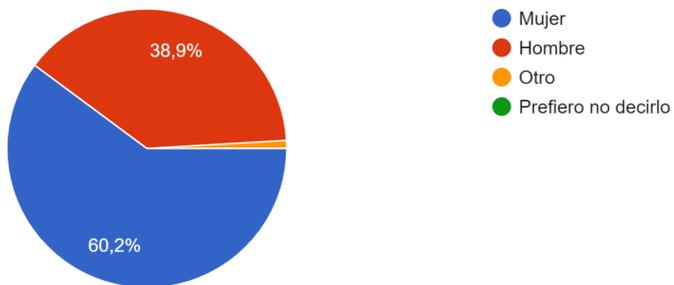
### 13. Resultados de la encuesta

Edad (228 respuestas)



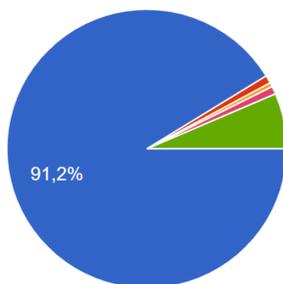
Género

216 respuestas



Isla de residencia

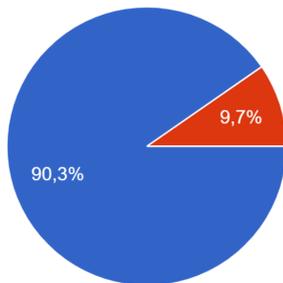
217 respuestas



- Tenerife
- Gran Canaria
- Lanzarote
- Fuerteventura
- La Gomera
- El Hierro
- La Palma
- N/A

¿Usas redes sociales en tu día a día?

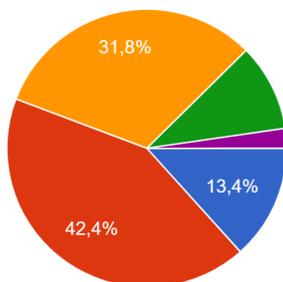
217 respuestas



- Si
- No

¿Qué importancia le otorgas a la integración de principios de economía circular en los productos y servicios que consumes?

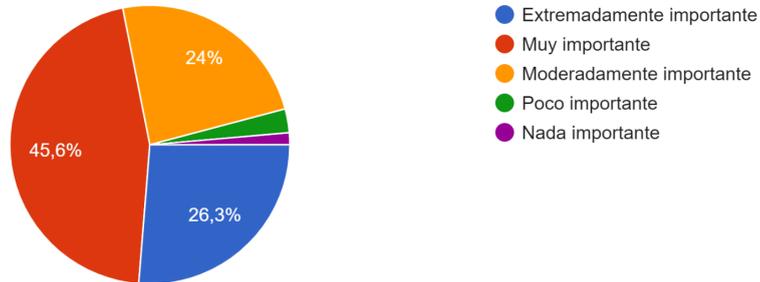
217 respuestas



- Extremadamente importante
- Muy importante
- Moderadamente importante
- Poco importante
- Nada importante

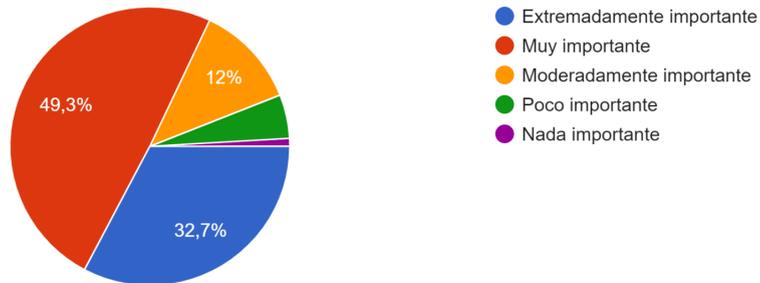
¿Qué importancia tiene para ti contribuir a la sostenibilidad medioambiental?

217 respuestas



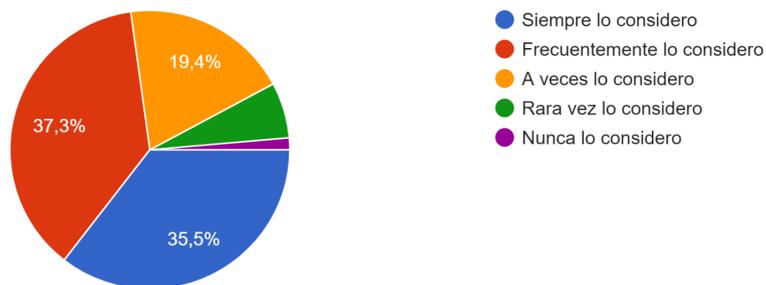
¿Qué importancia le das a que una empresa implemente prácticas de producción sostenible?

217 respuestas



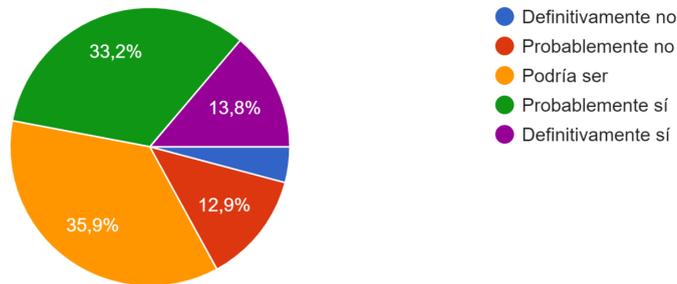
¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu actitud hacia la reducción de residuos en casa?

217 respuestas



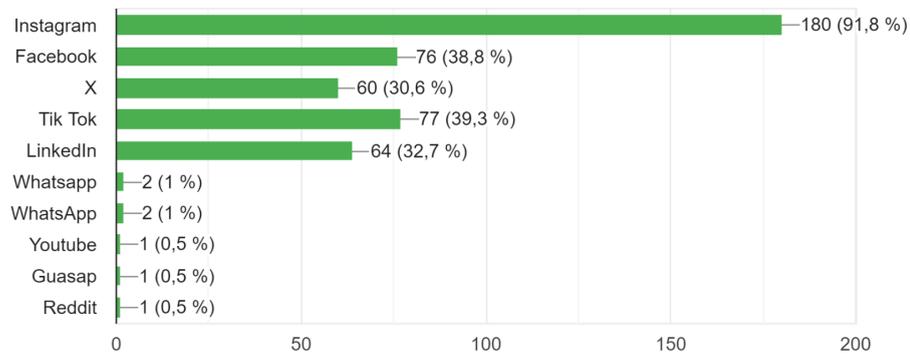
¿Estarías dispuesto/a a pagar más por productos que son ambientalmente sostenibles?

217 respuestas



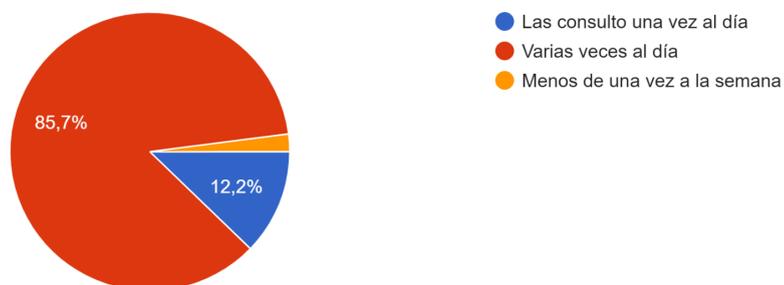
¿Qué Redes Sociales usas?

196 respuestas



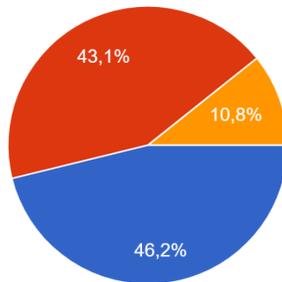
¿Con qué frecuencia usas las Redes Sociales que indicaste en la pregunta anterior?

196 respuestas



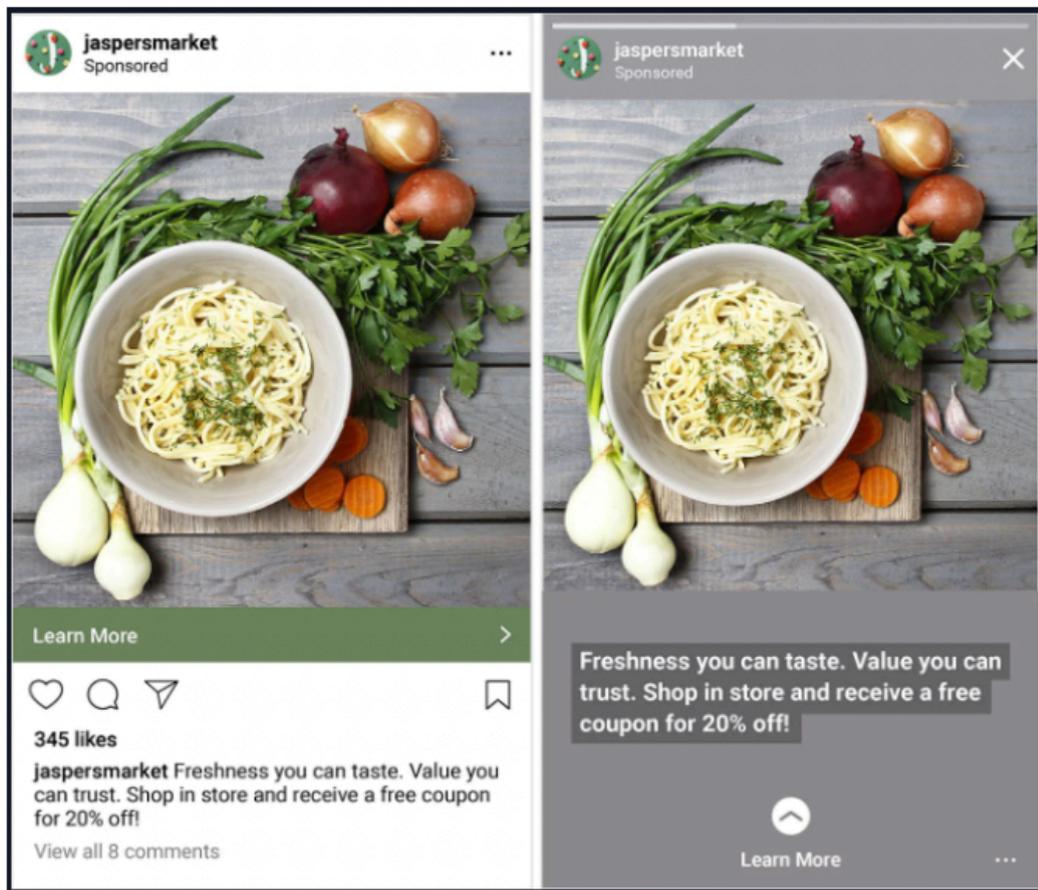
En la siguiente imagen, hay dos ejemplos de anuncios en Instagram (en el feed o en stories), ¿en cuál de ellos crees que es más probable que muestres interés?

195 respuestas



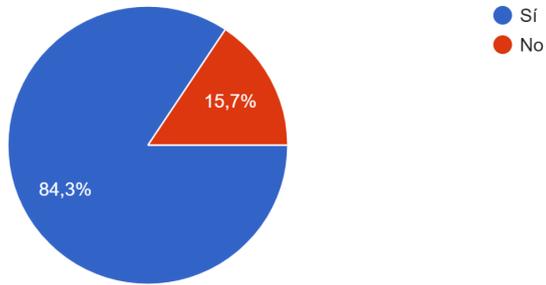
- En el anuncio de la izquierda (feed)
- En el anuncio de la derecha (stories)
- En ninguno de los dos

### Tipos de anuncios en Instagram



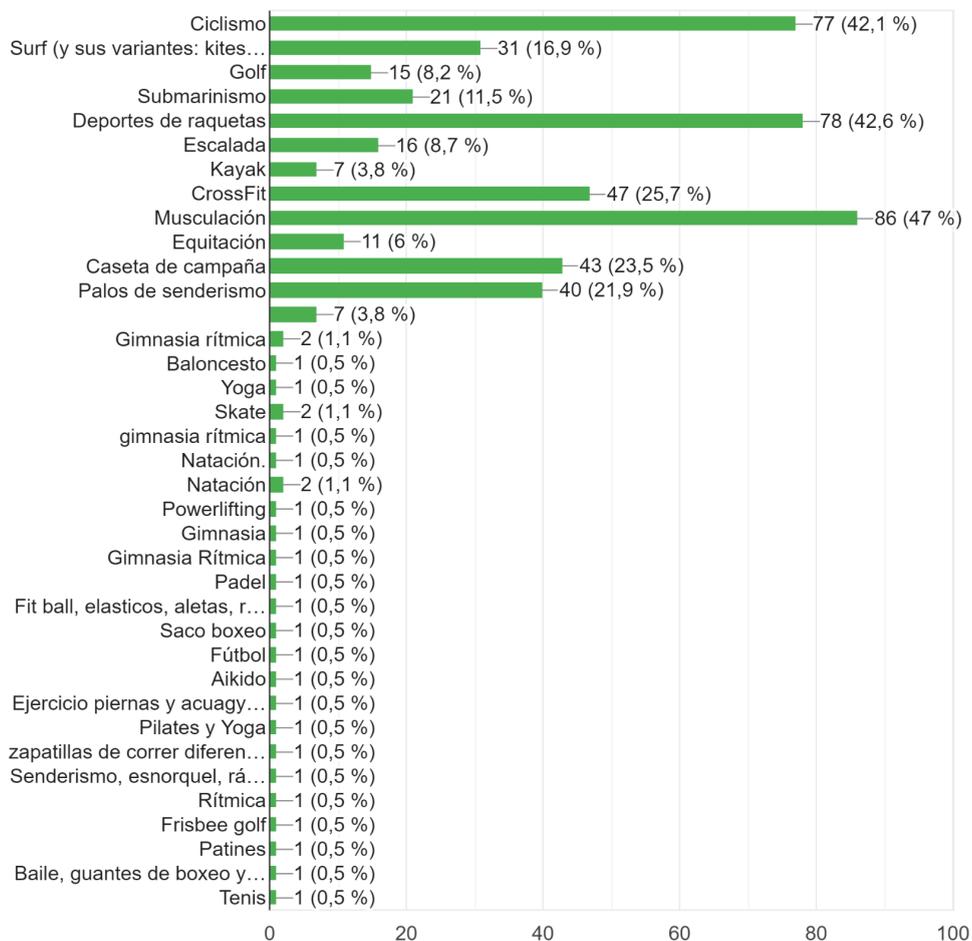
¿Dispones en casa de algún tipo de material deportivo? (ej: bicicleta, tabla de surf, mancuernas, etc.)

217 respuestas



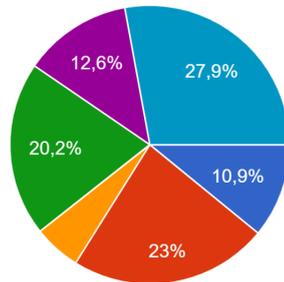
¿De qué deporte(s) posees material deportivo?

183 respuestas



¿Qué frecuencia de uso le das a ese material?

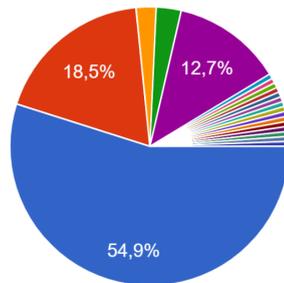
183 respuestas



- Diaria
- Varias veces por semana
- Una vez a la semana
- Varias veces al mes
- Una vez al mes
- Nunca, no me acuerdo de la última vez que lo usé

En el caso que lo uses poco o no lo uses, ¿cuál consideras que es el motivo?

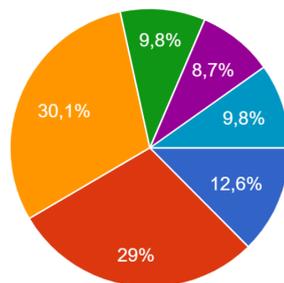
173 respuestas



- Falta de tiempo
  - Ya no practico ese deporte
  - Está en mal estado
  - Me compré un equipo de mejor calidad...
  - N/A, sí lo uso con frecuencia
  - Uso el del gym
  - Entreno en otro lado
  - Entre más en el box
- ▲ 1/3 ▼

¿Estarías dispuesto/a a poner ese material en alquiler?

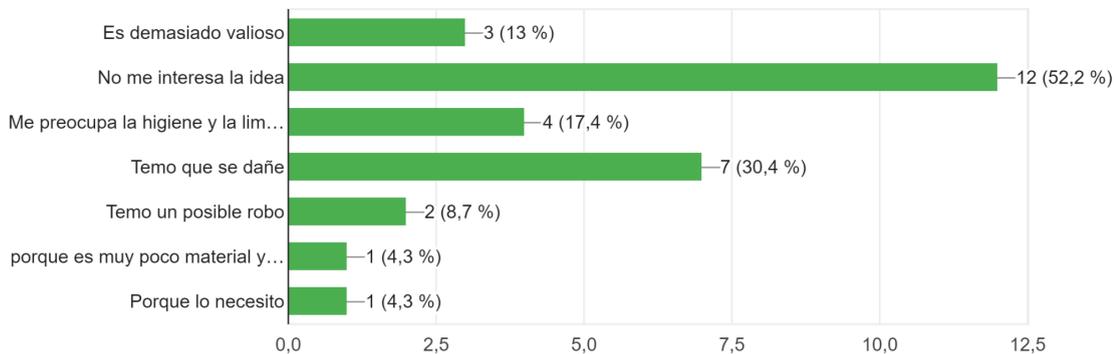
183 respuestas



- No, en absoluto
- Muy Poco Probable
- Es probable
- Es bastante probable
- Es muy probable
- Si, seguro

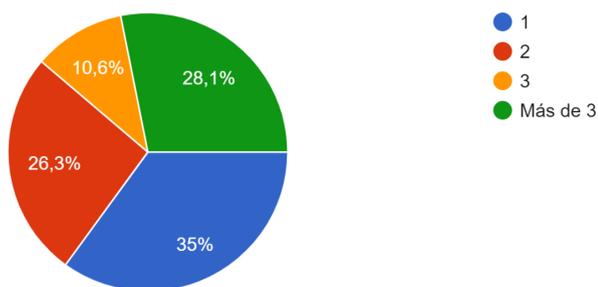
¿Por qué no estarías dispuesto/a a alquilar tu material?

23 respuestas



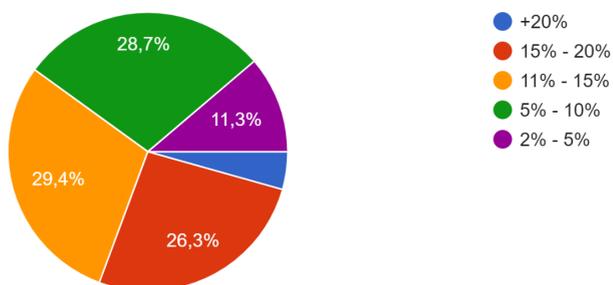
¿Cuántos productos pondrías en alquiler?

160 respuestas



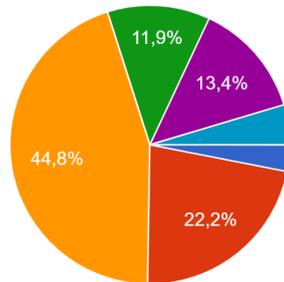
¿Qué porcentaje de comisión estarías dispuesto/a a soportar, como máximo?

160 respuestas



¿Estarías interesado/a en alquilar, en algún momento, equipamiento deportivo a través de RentFit?

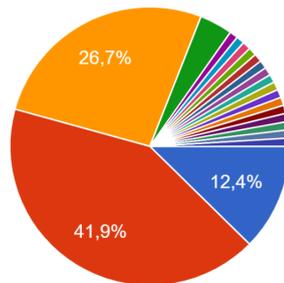
194 respuestas



- No, en absoluto
- Muy poco probable
- Es probable
- Es bastante probable
- Es muy probable
- Si, seguro

En el caso de no estar interesado/a, ¿cuáles serían los motivos?

105 respuestas

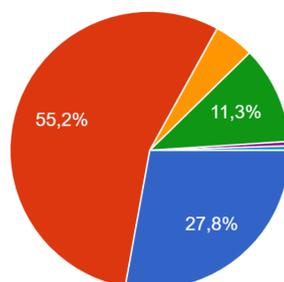


- No practico deporte ni me interesa pro...
- Tengo mi propio equipamiento
- Prefiero comprar mi propio equipamie...
- Si estoy interesado
- Es probable que usaría mi dinero en o...
- Voy al gym
- Si alquilaria los materiales que no uso...

▲ 1/3 ▼

Si RentFit ofreciera un servicio extra de entrega del equipamiento a tu ubicación exacta (ej: a tu casa), ¿qué precio estarías dispuesto/a a pagar por ello?

194 respuestas



- Menos de 5€
- Entre 5€ y 10€
- Más de 10€
- No estaría dispuesto a pagar por ese servicio adicional
- Pagaría por Kg o distancia
- Depende del precio final

## 14. Customer Satisfaction Survey



# CUSTOMER SATISFACTION SURVEY

Please help us to improve our product or service by completing this survey. We value you as a customer and would appreciate your feedback.

What is your age?

- 18-24       24-35       35-65       Others \_\_\_\_\_

How did you find out about RentFit?

- Website       Social media       Friends       Others \_\_\_\_\_

Are you satisfied with our services?

- Very Unsatisfied     Unsatisfied     Neutral     Satisfied     Very Satisfied

Please rate your satisfaction with

	Very Unsatisfied	Unsatisfied	Neutral	Satisfied	Very Satisfied
Variety of offer in the plataform	<input type="radio"/>				
Communication with the owner	<input type="radio"/>				
Quality and cleaning of the equipment	<input type="radio"/>				
Price according to the value of the product	<input type="radio"/>				
Ease of Use	<input type="radio"/>				

Additional comments or suggestions

Thank you for your time!

## 15. Encuesta de satisfacción del propietario

# ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Por favor, ayúdanos a mejorar nuestro servicio cumplimentando esta encuesta. Como propietario/a, eres muy importante para nosotros y apreciamos tus comentarios.

---

¿Qué edad tienes?

18-24       24-35       35-65       Otra \_\_\_\_\_

¿Cómo conociste RentFit?

Página web       RRSS       Amigos       Otra \_\_\_\_\_

¿Cómo de satisfecho/a estás con nuestro servicio?

Muy insatisfecho     Insatisfecho     Neutral     Satisfecho     Muy satisfecho

Por favor, puntúa tu grado de satisfacción con:

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
<b>Facilidad de uso de la plataforma</b>	<input type="radio"/>				
<b>Comunicación con el arrendatario</b>	<input type="radio"/>				
<b>Información acerca del funcionamiento</b>	<input type="radio"/>				
<b>Proceso de entrega y devolución</b>	<input type="radio"/>				
<b>Cuidado del equipo</b>	<input type="radio"/>				

Comentarios adicionales o sugerencias

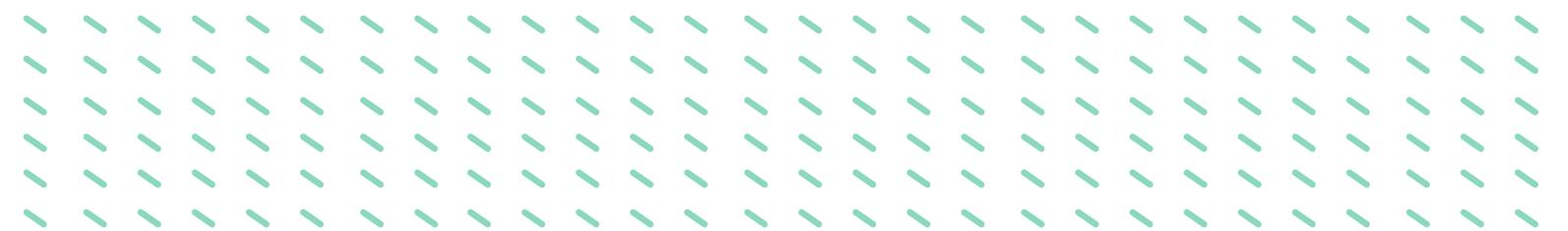
¡Gracias por tu tiempo!

## **16. Manual de identidad visual corporativa**



# Manual de imagen corporativa

RENTFIT, S.L.



# En este manual se presenta la identidad visual de nuestra marca

El manual de identidad corporativa de RentFit es una guía integral que establece los principios fundamentales y las directrices visuales para garantizar una representación coherente y efectiva de la marca en todos los puntos de contacto con los clientes y el público en general. Este manual refleja la esencia, los valores y la personalidad de nuestra marca, proporcionando un marco sólido para comunicar nuestra identidad de manera consistente y memorable.

En el manual de identidad corporativa, se detallan los elementos clave que conforman la identidad visual de la marca, incluyendo el logotipo, la paleta de colores, las tipografías, los elementos gráficos y la fotografía. Cada uno de estos elementos se presenta con pautas claras sobre su uso adecuado, proporcionando ejemplos visuales y especificaciones técnicas para garantizar su correcta implementación en diferentes aplicaciones y contextos.



# 01 Logotipo

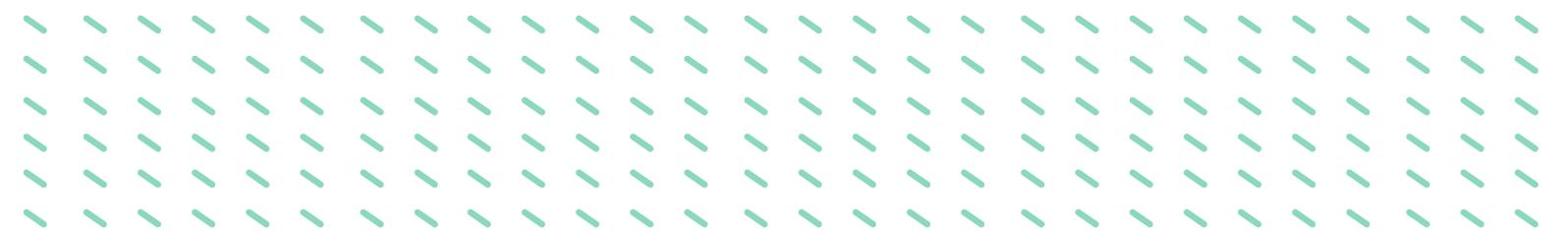
# Logotipo

Nuestro logotipo es la piedra angular de la identidad visual de RentFit. Es más que una simple imagen; es la representación visual de nuestra esencia y valores. En esta sección, exploraremos su diseño, significado y pautas de uso, asegurando una representación consistente y efectiva en todas las aplicaciones.

El logotipo de RentFit está estrechamente vinculado con la actividad de nuestra empresa, transmitiendo la sensación de libertad que queremos que nuestros clientes sientan cuando hacen uso de nuestro servicio.

El único correcto uso del logotipo es el que se puede observar a continuación:

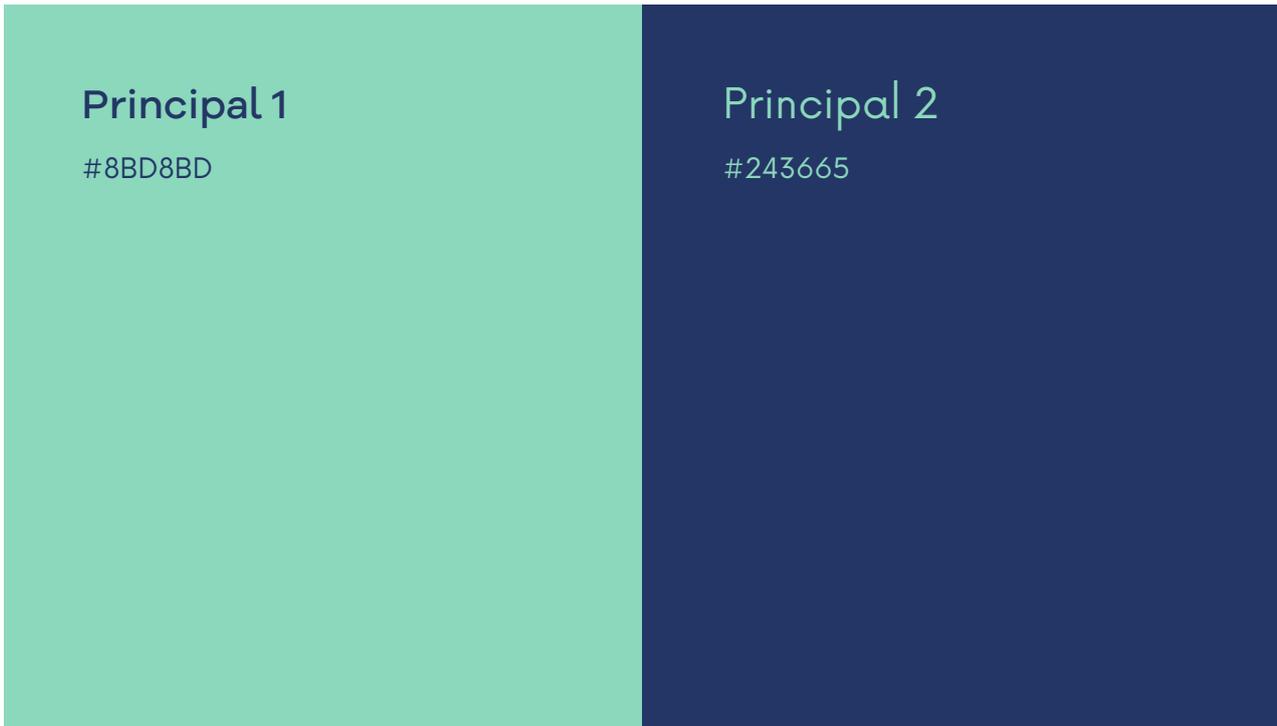




# Colores principales

La elección de los colores azul oscuro y turquesa en nuestro logotipo está intrínsecamente ligada a la actividad de nuestra empresa y refleja nuestros valores fundamentales. El azul oscuro se asocia comúnmente con la confianza y la profesionalidad, atributos que son cruciales para nuestra plataforma. El turquesa, por otro lado, simboliza la vitalidad y la energía, representando la experiencia dinámica que RentFit ofrece a sus clientes.

Estos colores evocan también una sensación de modernidad e innovación, aspectos importantes para una plataforma que facilita el acceso a actividades deportivas. La elección de esta paleta no solo es estética, sino que también comunica de manera efectiva la naturaleza y el propósito de nuestra empresa, creando una asociación visual coherente con nuestra actividad y valores.

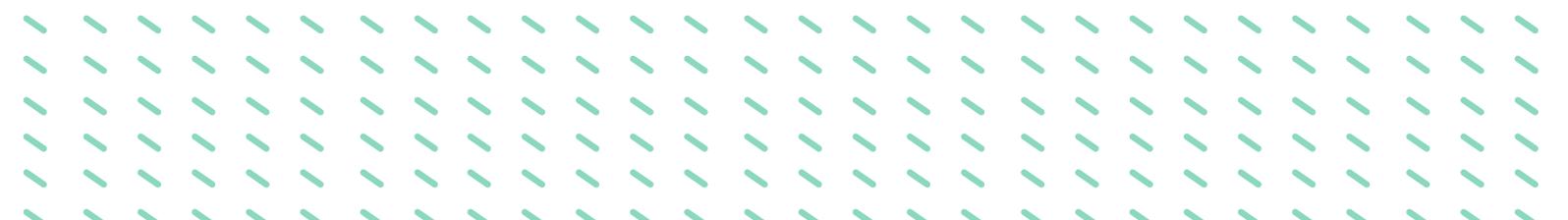


**Principal 1**

#8BD8BD

**Principal 2**

#243665



# Tipografía

La tipografía seleccionada para nuestra marca refleja nuestra personalidad y valores distintivos. Optamos por una fuente moderna y legible que comunica profesionalismo y accesibilidad. Sus líneas limpias y formas equilibradas transmiten un sentido de claridad y coherencia, reforzando nuestra dedicación a brindar una experiencia clara y sin complicaciones a nuestros clientes.

Al mismo tiempo, la tipografía añade un toque de contemporaneidad y dinamismo, adaptándose perfectamente a la naturaleza innovadora de nuestra empresa.

En conjunto, la elección de esta tipografía contribuye a fortalecer la identidad visual de nuestra marca y a consolidar nuestra presencia en el mercado.

## Titulares y destacados

Títulos de segundo nivel

Bloques de texto

# Imágenes

Nuestras imágenes representativas capturan la esencia de la actividad deportiva y la experiencia al aire libre que promovemos. Seleccionadas cuidadosamente para reflejar la diversidad de actividades disponibles a través de nuestra plataforma, estas imágenes transmiten vitalidad, emoción y aventura. Desde ciclismo hasta surf, golf y más, cada imagen evoca la pasión y el dinamismo de los deportes practicados en entornos naturales como Canarias.



## 17. Presupuesto Litografía Romero

RentFit  
Santa Cruz de Tenerife

Santa Cruz de Tenerife  
Fecha: 22-05-2024  
Oferta: 06DIG24/00000521-1

Página 1 de 1

Muy Sres. nuestros:

Nos es grato presentarles nuestra oferta-presupuesto, que esperamos resulte de su interés.

## Artículo: Folleto tríptico (1 modelo)

### Especificaciones:

Folleto abierto de formato 29,7 x 21 cm, impreso en digital a 4/4 colores en papel estucado brillo de 135 gr.  
Plegados trípticos.  
El cliente aporta archivos listos para impresión. El trabajo se validará por PDF.

### Precio/s:

### Origenación no incluida en el precio

Cantidad	€/Unidad	Importe €	% IGIC	IGIC €	Total €
2.000	0,058	116,81	7%	8,18	124,99

### Condiciones de pago:

Transferencia Bancaria 50% A la firma, 50% a la entrega

### Lugar de entrega:

Entrega en un punto de Tenerife.

### Validez de la oferta:

20-06-2024

### Plazo de entrega:

Máximo de 12 días laborales; no obstante, se confirmará la fecha aproximada de entrega una vez recibidos los archivos digitales y comprobada la carga de trabajo existente en ese momento.

Las cantidades ofertadas están sujetas a una variación del +/- 10%

### Acepto las condiciones impresas al dorso.

### En caso de aceptación de esta oferta, rogamos devolverla firmada.

Conforme el cliente,

Por LITOGRAFÍA A. ROMERO, S.L.  
DPTO COMERCIAL

Sello de la Empresa - CIF o DNI

Guacimara Hernández León

## CONDICIONES GENERALES DE VENTA

- 1) Las diferencias en las cantidades a servir, pueden variar hasta un 10 por 100 en más o menos, con relación al pedido.
- 2) El grueso y peso de los papeles, cartulinas, cartones y otros materiales o soportes, podrán variar hasta en un 5 por 100, con relación a lo ofertado.
- 3) Los presupuestos pueden ser revisados y modificados una vez se reciban y examinen los originales del cliente, si sus características técnicas no coinciden con la información proporcionada en el momento de la petición de presupuesto.
- 4) Todas las modificaciones de las especificaciones técnicas, que conlleven un aumento de materiales, de tiempo de originación o dificultad de realización de aquellas, implicarán un cargo adicional que le será comunicado.
- 5) El cliente está obligado a retirar el producto encargado en un plazo máximo de un mes a partir de la comunicación de que el mismo se encuentra a su disposición, en cuyo momento será facturado conforme a las condiciones de pago establecidas en el presente contrato, salvo de que se trate de un pedido incluido en el punto siguiente.
- 6) En los pedidos con entregas programadas en el tiempo, se establece la obligatoriedad de la recepción de la mercancía en las fechas previstas. El incumplimiento del calendario previsto de entregas de la mercancía, conllevará un sobrecoste por almacenaje del 8% anual, a partir de la fecha acordada de entrega que haya sido incumplida.
- 7) En el plazo máximo de 15 días contados desde la entrega de la mercancía y recepción de la factura, se formalizará el pago de la misma según las condiciones acordadas: pagaré, confirming o letra.
- 8) Se entiende por pago al contado, el efectuado antes de transcurrir veinte días de la fecha de la entrega.
- 9) La demora en el pago convenido devengará el interés, desde el vencimiento y sin necesidad de precisar requerimiento o interpelación alguna, del 6% anual.
- 10) Los trabajos se imprimirán de acuerdo a nuestros criterios técnicos en el caso de ausencia de modelo aportado por el cliente, prueba de color o fichero .pdf aceptados por el mismo. La aceptación de la prueba de color o fichero .pdf implica la conformidad tanto con el color como con el contenido.
- 11) En el caso de paralización del trabajo por indicación del cliente, todos los gastos producidos hasta ese momento serán de cuenta exclusiva del cliente y se procederá a la facturación de los costes incurridos.
- 12) Los soportes digitales utilizados en la realización de los trabajos serán eliminados de nuestros sistemas informáticos después de su utilización, cuando su información haya caducado, o en un plazo máximo de 3 meses, según cada caso.
- 13) Se entiende que el cliente tiene la autorización para reproducir los originales -que no son de su propiedad- que entrega a la empresa para la ejecución del trabajo. Esta empresa queda exenta de toda responsabilidad respecto a reclamaciones que pudieran presentar los verdaderos propietarios de los derechos de reproducción. Asimismo, toda la responsabilidad recaerá sobre el cliente que encarga la reproducción de originales.
- 14) Si el cliente lo considera necesario, en caso de sensibilidad de los originales, puede cubrirlos con una póliza de seguros contra riesgo de pérdida o daños, que correrá íntegramente por su cuenta, situación que será debidamente reflejada en el pedido.
- 15) En caso de error o defecto en los trabajos realizados por esta empresa, la responsabilidad quedará limitada a la ejecución de las correcciones necesarias o a la repetición de dicho trabajo. En ningún caso, esta empresa correrá con el cargo de las posibles o supuestas consecuencias económicas o de otro tipo, derivadas del uso posterior del encargo realizado.

## 18. Presupuesto JFT vallas publicitarias Santa Cruz y Las Palmas



MENU

[CONTACTA CON NOSOTROS](#)

### PRECIOS DE VALLAS Y MONOPOSTES DE PUBLICIDAD

El **alquiler o contratación de vallas** suele realizarse por **circuitos / ubicaciones concretas / tiempo de exposición de los anuncios**. El precio varía según la temporada del año y se ofrecemos descuentos por volumen/duración de contratación.

El Hierro	Fuerteventura	Gran Canaria	La Gomera	La Palma	Lanzarote	Tenerife
-----------	---------------	--------------	-----------	----------	-----------	----------

<p>Fuerteventura</p>  <p>Vallas Desde 22€/día</p>	<p>Gran Canaria</p>  <p>Vallas Desde 22€/día</p>	<p>Tenerife</p>  <p>Vallas Desde 22€/día</p>
--	---	---

Desde **JFT Comunicación** podemos ofrecerte las **vallas y soportes de exterior** más exclusivos de toda **Canarias**, puesto que contamos con un amplio circuito con gran **calidad visual**, en **diferentes formatos** y con **iluminación** en muchos casos.

## 19. Presupuesto 75Media

The screenshot displays the 75Media website with a dark grey header. The navigation menu includes 'Our Billboards', 'Locations', 'Pricing', and 'About'. On the right side of the header, there are two orange buttons: 'ASK BOB' and 'GET IN TOUCH'. The main content area features three columns, each representing a different advertising service:

- Classic:** Includes an image of a roadside billboard for 'FREE FRAMES'. The text below reads: 'Build brand loyalty via our national paper and vinyl roadside billboard network'. The price is listed as 'FROM £22/day' with an 'Enquire Now' button.
- Reach:** Includes an image of a bus with a digital display. The text below reads: 'Broadcast your brand in over 50 towns and cities through our expansive D48 network'. The price is 'PRICE ON REQUEST' with an 'Enquire Now' button.
- SKYFRAME:** Includes an image of a panoramic billboard. The text below reads: 'Own the horizon with our network of panoramic D96 screens'. The price is 'PRICE ON REQUEST' with an 'Enquire Now' button.

A small chat window is visible in the bottom right corner of the website screenshot, displaying the 75Media logo and the text 'Hi, welcome to 75Media.' with a close button.

## 20. Presupuesto JFT publicidad en Aeropuerto Reina Sofía



MENU

### PRECIOS DE PUBLICIDAD EN EL AEROPUERTO DE TENERIFE SUR

Este aeropuerto, por su altísimo tráfico de pasajeros, el alto tiempo medio de espera de sus pasajeros y las diversas opciones publicitarias disponibles, se convierte en un espacio ideal para tus campañas de publicidad.

A continuación, le mostramos una tabla de precios orientativos de la publicidad en los circuitos de soportes publicitarios de JFT.

Tenerife Sur	Tenerife Sur	Tenerife Sur	Tenerife Sur	Tenerife Sur
				
Columna desde 61€/día	Luminoso desde 57€/día	Digital desde 88€/día	Gran Formato desde 117€/día	Mupis desde 24€/día

Para conocer las tarifas de publicidad en más de un aeropuerto de Tenerife, Canarias u otras contrataciones especiales (indoor-outdoor, larga duración...) consulte nuestros precios especiales!

## 21. Presupuesto JFT publicidad en Aeropuerto de Gran Canaria

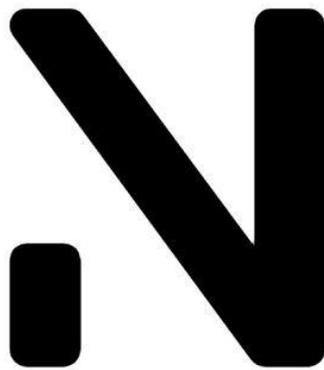


### PRECIOS DE PUBLICIDAD EN EL AEROPUERTO DE LAS PALMAS

 <p>Gran Formato desde 32€/día</p>	 <p>Mupis desde 13€/día</p>	 <p>Stand desde 150€/día</p>	 <p>Columna desde 61€/día</p>	 <p>Luminoso desde 32€/día</p>
---	--	---	---	---

## **22. Presupuesto ERP y CRM personalizado por Noos Solutions, S.L.**

# **DOCUMENTO DE ELICITACIÓN DE REQUISITOS**



**NOOS SOLUTIONS**

15/05/2024

Manzanares

## 1. DESCRIPCIÓN

<b>PROYECTO</b>	#0027
<b>CLIENTE</b>	
Entidad	RentFit, S.L.
Persona de contacto	████████████████████
Email de contacto	████████████████████
Teléfono de contacto	████████████████████
<b>RESPONSABLE</b>	
Entidad	Noos Software Solutions, S.L.
Persona responsable	Eloy Bolaños Garrido
Email de contacto	<a href="mailto:noossolutions@gmail.com">noossolutions@gmail.com</a>
Teléfono de contacto	+34 640 536 526
PRESUPUESTO (sin IVA)	2.000€
PRESUPUESTO (con IVA)	2.420€
<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO</b>	
Descripción general del proyecto	El proyecto consiste en el desarrollo e implementación de un ERP y CRM basado en SAP para una PYME enfocada al Renting de material deportivo al usuario final.
¿Qué es un CRM? (Customer Relationship Management)	Un CRM es una herramienta de gestión de las relaciones con los clientes que permite a las empresas gestionar y analizar las interacciones y datos de los clientes a lo largo de su ciclo de vida. El objetivo principal

	<p>del CRM es mejorar las relaciones comerciales con los clientes, ayudando en la retención de clientes y aumentando las ventas.</p>
Beneficios de implantación de un CRM	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mejora la satisfacción y retención del cliente.</li> <li>▪ Aumenta las ventas mediante una gestión eficaz de las oportunidades.</li> <li>▪ Proporciona una visión integral de los clientes y sus interacciones con la empresa.</li> <li>▪ Optimiza los procesos de marketing y ventas.</li> </ul>
¿Qué es un ERP? (Enterprise Resource Planning)	<p>Un ERP es un sistema integrado de gestión empresarial que permite a las empresas automatizar y gestionar las diferentes funciones del negocio, como finanzas, recursos humanos, producción, cadena de suministro, servicios y más, en una única plataforma centralizada.</p>
Beneficios de implantación de un ERP	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Integración de todos los procesos empresariales en un solo sistema.</li> <li>▪ Mejora la eficiencia operativa mediante la automatización de procesos.</li> <li>▪ Proporciona datos en tiempo real para una mejor toma de decisiones.</li> <li>▪ Reduce los costos operativos y mejora la productividad.</li> <li>▪ Aumenta la visibilidad y el control sobre todos los aspectos del negocio.</li> </ul>

## 2. REQUERIMIENTOS FUNCIONALES

CRM		
REQ-001	Gestión de Contactos	Almacena información detallada sobre los clientes, como nombres, direcciones, historial de compras, preferencias y comunicaciones anteriores.
REQ-002	Automatización de Marketing	Ayuda a planificar, ejecutar y evaluar campañas de marketing, personalizando la comunicación y rastreando los resultados.
REQ-003	Gestión de Ventas	Facilita el seguimiento de oportunidades de ventas, desde la identificación del cliente potencial hasta el cierre de la venta. Incluye herramientas para pronosticar ventas y gestionar el pipeline de ventas.
REQ-004	Servicio al Cliente y Soporte	Proporciona una plataforma para gestionar las consultas y problemas de los clientes, asegurando que las solicitudes sean atendidas de manera eficiente y efectiva.
REQ-005	Análisis y Reportes	Ofrece análisis detallados y reportes que permiten a la empresa entender mejor el comportamiento de los clientes y las tendencias del mercado.

ERP		
REQ-001	Gestión Financiera	Maneja todas las transacciones financieras, incluyendo cuentas por pagar y por cobrar, libro mayor, presupuestos y provisiones.
REQ-002	Gestión de Inventario y Producción	Controla el inventario, la planificación de la producción, la gestión de la cadena de suministro y la logística.
REQ-003	Gestión de Recursos Humanos	Administra la información del personal, las nóminas, el reclutamiento, el desarrollo del personal y la gestión del rendimiento.
REQ-004	Gestión de Compras	Automatiza el proceso de adquisición de bienes y servicios, incluyendo la creación de órdenes de compra, la recepción de mercancías y la gestión de proveedores.
REQ-005	Gestión de Proyectos	Ayuda a planificar, ejecutar y monitorear proyectos, incluyendo la asignación de recursos y el seguimiento de costos y plazos.
REQ-006	Gestión de Análisis y Reportes	Maneja todo el ciclo de ventas, desde el pedido hasta la entrega, y el seguimiento del desempeño de ventas.

### 3. FECHAS ACORDADAS

Entrega de prototipo de la primera versión	31/05/2024
Entrega de la segunda versión	31/06/2024
Entrega de la versión definitiva	31/12/2024

### 4. PAGOS ESTIMADOS ACORDADOS

PAGO	CUANTÍA	FECHA
Primer pago	20%	Una vez acordados los requisitos y firmado el Contrato.
Segundo pago	30%	Entrega de la primera versión.
Tercer pago	50%	Después de la entrega de la versión definitiva y antes del despliegue del sistema.

### 5. ACUERDO DE ADOPCIÓN DE SERVICIOS

Por la presente, las PARTES identificadas en el apartado "1. Descripción" se comprometen a la formalización de los servicios recogidos en la presente propuesta de acuerdo a los requerimientos funcionales, plazos estimados y precio establecido, procediendo a la firma del Contrato de Mandato de Servicios de acuerdo a la presente Propuesta.

### 6. INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE PROTECCIÓN DE DATOS A LOS FIRMANTES

Los datos personales de los representantes de las Partes incorporados en el encabezamiento del presente Contrato serán tratados por la parte contraria, con la finalidad de gestionar la relación mantenida y con base en la ejecución del presente

Contrato, pudiendo dichas personas ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento, portabilidad y a no ser objeto de decisiones individualizadas automatizadas, dirigiéndose a:

**NOOS:** Dirección de correo electrónico: [noossolutions@gmail.com](mailto:noossolutions@gmail.com)

**RENTFIT:** Dirección de correo electrónico: [gestion.rentfit@gmail.com](mailto:gestion.rentfit@gmail.com)

Dichos datos personales serán conservados por ambas Partes, según corresponda, una vez terminada la relación contractual, debidamente bloqueados, para su puesta a disposición de las Administraciones Públicas competentes, Jueces y Tribunales o el Ministerio Fiscal durante el plazo de prescripción de las acciones que pudieran derivarse de la relación mantenida entre las Partes y/o los plazos de conservación previstos legalmente. Las Partes procederán a la supresión física de estos datos personales una vez transcurridos dichos plazos.

Asimismo, las Partes informan a las personas de contacto que podrán plantear una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos en aquellos casos en los que lo estimen oportuno.

## 7. FIRMA

Noos Software Solutions, S.L.	RentFit, S.L.
Eloy Bolaños Garrido	

### 23. Ejemplo de anuncio en la plataforma



## Pack de dos raquetas de tenis Head



Se alquilan dos raquetas de tenis de forma conjunta de la marca Head

**Laura** ★ 4,2 - 5 valoraciones

Comprueba la disponibilidad

Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
1	<del>2</del>	<del>3</del>	<del>4</del>	<del>5</del>	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Fecha de inicio

Fecha de fin

**15€/día**

## Descripción

Se alquila un paquete de dos raquetas de tenis de la marca Head. Están muy bien cuidadas y tienen poco uso, son ideales para jugadores de nivel principiante-intermedio. Además, tienen un grip Wilson que permite un mayor agarre durante el juego.

Las pongo en alquiler porque ya no las estoy usando tanto.

## Ubicación del equipo



## Reviews de otros usuarios

**Anna, Berlin:** we spent a really good time playing tennis in the south of the island with Laura's rackets. They're well maintained and really good quality. I recommend them!



## Laura Cruz

Hola! Soy Laura, de Gran Canaria. Una de mis pasiones es el tenis. De pequeña jugaba más a menudo, pero ahora solo cuando puedo, por eso quiero que tú disfrutes de mis cuidadas raquetas!

Si tienes cualquier duda no dudes en ponerte en contacto conmigo.



**Pregúntale algo a  
Laura**