

J&J CONSULTING GROUP

GESTIÓN DEPORTIVA

FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL
DEPORTE



Realizado por: Javier Castellano Suarez y José María Bravo Salgado

Grupo TFG: 2

Año Académico: 2022-2023

Tutor/a: Silvio Addolorato

Área: Plan de empresa

Resumen

Nuestra empresa será nombrada como J & J Consulting Group, debido a los nombres de los dos socios fundadores (José María y Javier). Nos ubicaremos en la zona de Valencia, más adelante seremos más explícitos con la ubicación exacta de nuestras oficinas. Esta zona costera creemos que nos puede dar muchas oportunidades ya que está representada de manera profesional en prácticamente todos los deportes. El tipo de negocio de nuestra empresa es un servicio profesional de consultoría financiera especializada en el sector deportivo, la empresa ofrecerá asesoramiento a atletas profesionales, equipos deportivos y organizaciones deportivas para ayudarles a tomar decisiones informadas y estratégicas sobre sus finanzas. Ofreceremos una gran variedad de servicios, incluyendo el asesoramiento sobre inversiones, la planificación financiera a largo plazo, la gestión de riesgos, gestión de deudas y presupuestos, así como otros servicios financieros personalizados.

La actividad de la empresa se llevará a cabo principalmente de manera presencial en nuestra oficina, apoyado por un buen sistema de citas online para aquellos clientes que no se encuentren en la zona o prefieran realizar las reuniones de manera telemática. La estructura organizativa se dividirá de la siguiente manera: dos departamentos (marketing y financiero), dos fundadores y un CEO.

Nuestras metas a corto plazo será la de contar con más de 10 deportistas en los que nuestra empresa ser ala encargado de gestionar sus redes sociales, además de esto nos gustaría estar presente en tres deportes principales como lo son el fútbol , el pádel y el baloncesto, además de que nos gustaria realizar nuestro primer servicio a otra empresa o institución debido a que nos gustaría formar parte de torneos de voley playa que se realizan a partir del mes de julio en Valencia.

Palabras clave: Marketing deportivo, asesoramiento financiero, redes sociales, inversiones y contratos deportivos

Abstract

Our company will be named as J & J Consulting Group, due to the names of the two founding partners (José María and Javier). We will be located in the Valencia area, later we will be more explicit with the exact location of our offices. We believe that this coastal area can give us many opportunities since it is professionally represented in practically all sports. The type of business of our company is a professional financial consulting service specialized in the sports sector, the company will offer advice to professional athletes, sports teams and sports organizations to help them make informed and strategic decisions about their finances. We will offer a wide variety of services, including investment advice, long-term financial planning, risk management, debt management and budgeting, as well as other personalized financial services.

The company's activity will be carried out mainly in person at our office, supported by a good online appointment system for those clients who are not in the area or prefer to hold meetings online. The organizational structure will be divided as follows: two departments (marketing and finance), two founders and a CEO.

Our short-term goals will be to have more than 10 athletes in which our company will be in charge of managing their social networks, in addition to this we would like to be present in three main sports such as soccer, paddle tennis and basketball. In addition to the fact that we would like to carry out our first service to another company or institution because we would like to be part of beach volleyball tournaments that take place in Valencia starting in July.

Keywords: Sports marketing, financial advice, social networks, investment and sports contract.

Índice de contenidos

Índice de contenidos	4
Índice de tablas	6
Índice de figuras	7
1. Introducción	9
2. Definición e identificación del proyecto	10
2.1. Modelo canva	10
2.2. Idea de negocio	11
2.3. Misión , visión y valores	11
2.4. Descripción general	12
2.5. El emprendedor	13
3. Análisis estratégico	14
3.1. Análisis interno	14
3.2. Análisis externo	16
3.3. Análisis de la competencia	19
3.4. DAFO y CAME	21
3.5. Objetivos estratégicos	23
4. Plan de marketing	23
4.1. Decisiones en relación al producto (servicio).	23
4.2. Decisiones en relación al precio	24
4.3. Decisiones en torno a la distribución	25
4.4. Decisiones de comunicación (promoción)	25
4.5. Activaciones de la empresa	26
5. Plan de Operaciones	27
5.1. Descripción del lugar físico	27
5.2. Procesos	28
5.3. Diagrama de flujo	31
5.4. Ficha de procesos	32
6. Plan de recursos humanos	33
6.1. Organigrama	33
6.2. Perfiles puesto de trabajo	34
6.3. Funciones o procesos externalizados	36
6.4. Tipos contrato	36
6.5. Costes laborales	36
7. Plan jurídico	37
7.1. Elección y justificación de la modalidad jurídica elegida	37
7.2. Requisitos legales de apertura y posibles ayudas	37
8. Plan económico-financiero y viabilidad	38
8.1. Inversión inicial y financiación	38
8.2. Balance de situación	39
8.3. Ingresos y gastos del año 1 de funcionamiento	40
8.4. Cuenta de resultados a 5 años	42

8.5. Escenarios	43
8.6. Ratios financieros	45
9. Responsabilidad social corporativo	46
9.1. Acciones de RSC	46
10. Cronograma to-start	48
11. Conclusiones	49
12. Bibliografía	50
13. Anexos	54
13.1. Anexo I. Evolución del Índice de confianza empresarial	54
13.2. Anexo II. Trececasas.	54
13.3. Anexo III . Página web y logotipo	55
13.4. Anexo IV. Errores en redes sociales.	56
13.5. Anexo V. Oficina y sus diferentes espacios.	56
13.6. Anexo VI. Lista de materiales y servicios.	57
13.7. Anexo VII. Esquema de relación de procesos.	57
13.8. Anexo VIII. Explicación del diagrama de flujo.	58
13.9. Anexo IX. Perfil de puesto de trabajo del departamento de marketing.	59
13.10. Anexo X. Perfil de puesto de trabajo del departamento financiero.	60
13.11. Anexo XI. Trámites para la constitución de la forma jurídica	62
13.12. Anexo XII. Trámites para la puesta en marcha de la forma jurídica	62
13.13. Anexo XIII. Ingresos año 1 detallados.	64
13.14. Anexo XIV. Porcentajes de crecimiento	65
13.15. Anexo XV. Porcentajes de crecimiento en un escenario optimista.	65
13.16 Anexo XVI. Porcentajes de crecimiento en un escenario pesimista.	66
13.17. Bibliografía correspondiente a anexos.	67

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Análisis y valoración de atributos de los competidores.</i>	21
Tabla 2. <i>Benchmarking de los competidores.</i>	22
Tabla 3. <i>Perfiles de puesto de trabajo área de marketing.</i>	35
Tabla 4. <i>Perfiles de puesto de trabajo área financiera.</i>	36

Índice de figuras

Figura 1. <i>Business Model Canvas.</i>	11
Figura 2. <i>Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras I.</i>	14
Figura 3. <i>Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras II.</i>	15
Figura 4. <i>Cadena de valor de servicios.</i>	16
Figura 5. <i>Análisis dafo.</i>	23
Figura 6. <i>Análisis came.</i>	23
Figura 7. <i>Operaciones y actividades a ofertar.</i>	25
Figura 8. <i>Revista Luxury.</i>	27
Figura 9. <i>Activación 2 Tamara Icardo.</i>	28
Figura 10. <i>Diagrama de flujo del proceso de gestión de redes sociales.</i>	32
Figura 11. <i>Ficha de procesos.</i>	33
Figura 12. <i>Organigrama de la empresa.</i>	34
Figura 13. <i>Perfil de puesto de trabajo para departamento de marketing.</i>	39
Figura 14. <i>Balance de situación primer año.</i>	40
Figura 15. <i>Ingresos y gastos año 1.</i>	42
Figura 16. <i>Cuenta de resultados a 5 años.</i>	43
Figura 17. <i>Escenario optimista.</i>	44
Figura 18. <i>Escenario pesimista.</i>	46
Figura 19. <i>Ratios financieros.</i>	47
Figura 20. <i>Cronograma to-start.</i>	48
Figura A1.1. <i>Anexo I. Índice de confianza empresarial.</i>	54
Figura A2.2. <i>Anexo II. Inmobiliaria trececasas.</i>	54
Figura A3.3. <i>Anexo III. Diseño de página web y logo.</i>	56
Figura A4.4. <i>Anexo IV. Publicaciones que afectan la imagen de los deportistas.</i>	57
Figura A5.5. <i>Anexo V. Espacios de la oficina.</i>	57
Figura A6.6. <i>Anexo VI. Materiales necesarios.</i>	58
Figura A6.7. <i>Anexo VI. Contratación de servicios necesaria.</i>	58
Figura A7.7. <i>Anexo VII. Relación entre procesos.</i>	59
Figura A9.9. <i>Anexo IX. Perfil de puesto de social media manager.</i>	60

Figura A9.10. Anexo IX. <i>Perfil del puesto de diseñador digital.</i>	60
Figura A9.11. Anexo IX. <i>Perfil de puesto de analista de mercado.</i>	61
Figura A10.10. Anexo X. <i>Perfil del puesto de asesor fiscal.</i>	61
Figura A10.11. Anexo X. <i>Perfil de puesto de contable.</i>	62
Figura A10.12. Anexo X. <i>Perfil del puesto de analista financiero.</i>	62
Figura A11.11. Anexo XI. <i>Constitución de la forma jurídica.</i>	63
Figura A12.12. Anexo XII. <i>Puesta en marcha de forma jurídica.</i>	63
Figura A13.13. Anexo XIII. <i>Ingresos detallados.</i>	64
Figura A14.14. Anexo XIV. <i>Crecimiento de escenario más probable.</i>	65
Figura A15.15. Anexo XV. <i>Crecimiento de escenario más probable.</i>	66
Figura 16.16. Anexo XVI. <i>Crecimientos escenario pesimista.</i>	66

1. Introducción

El mundo del deporte a lo largo de los años ha ido evolucionando, tomando importancia no solo el papel de deportista dentro de un terreno de juego sino el entorno que lo rodea, desde personas encargadas de su nutrición, rehabilitación, manejo de redes, asesoramiento y todos aquellos familiares o personas cercanas que comparten el día día con un deportista. Por lo que nuestra empresa irá enfocada a la mejora de ese entorno principalmente en las áreas de marketing y asesoramiento financiero.

“La carrera de un deportista, tiene un ciclo de generación muy corto lo que quiere decir que genera ingresos elevados en un muy corto periodo de tiempo”. (Andrés, 2020). Por lo que contar con buen asesoramiento para que cuando el deportista deje de estar en activo pueda mantener su nivel de vida. Las principales causas de problemas económicos en deportistas son: la falta de ahorro durante su carrera, el fenómeno repentino del dinero , gastos y compras costosas o malas inversiones (Ferrel, 2021). Por lo que desde J&J Consulting Group nos gustaría trabajar con el deportista y con su entorno para evitar este tipo de problemas y que solo se centre en la parte deportiva.

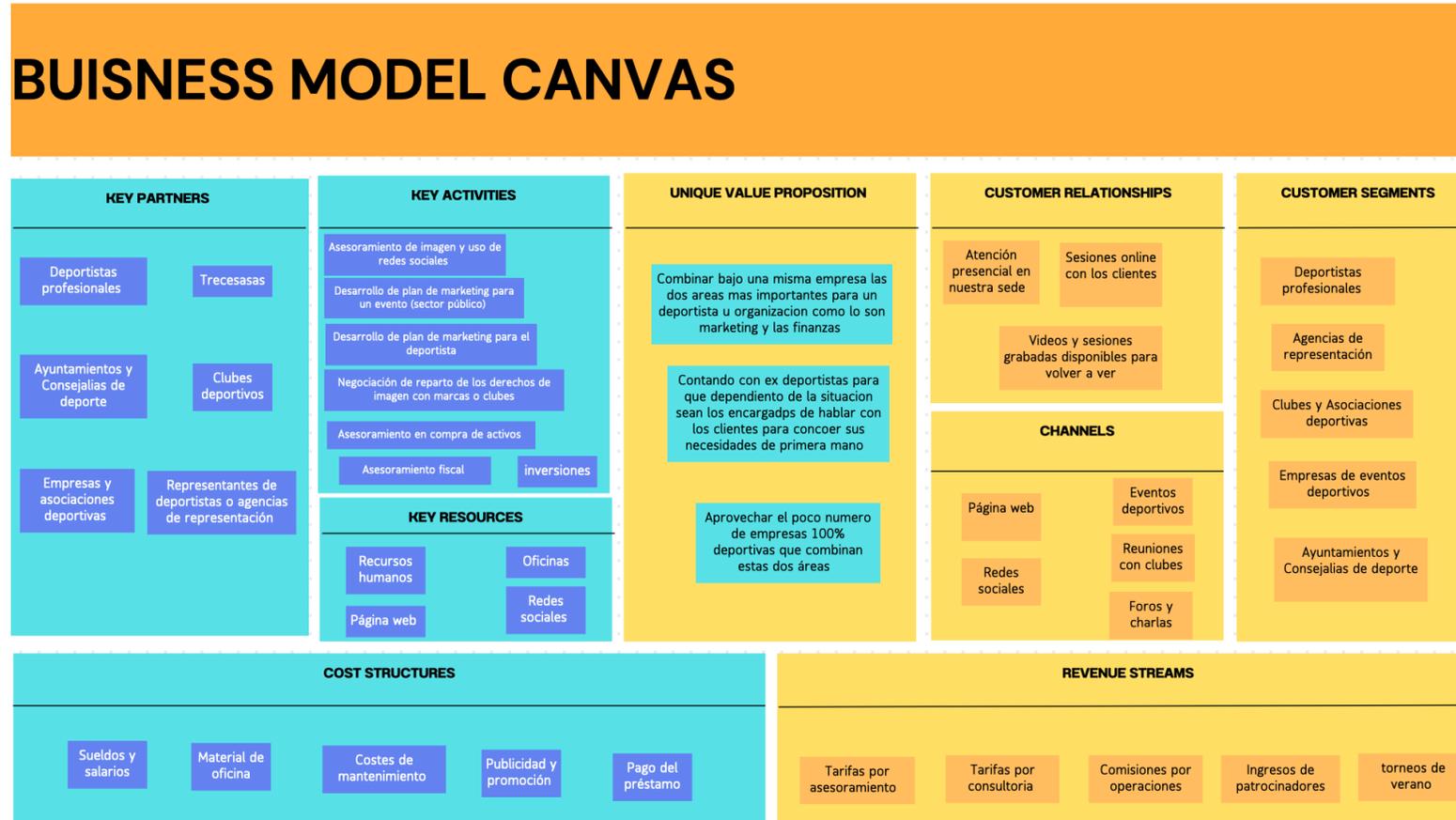
En cuanto al marketing este se ha convertido en una herramienta de comunicación clave tanto para deportistas como para clubes o instituciones, siendo una gran fuente de ingresos (Monfort, 2021). Por lo que la creación y gestión de contenidos de sus redes sociales en que se refleje su día a día , nutrición o incluso actividades de ocio , genere un valor añadido y aumente sus métricas en redes sociales como lo son: seguidores, likes , visitas (Nonstopscq, 2020).

2. Definición e identificación del proyecto

2.1. Modelo canva

Figura 1.

Business Model Canvas.



Nota. Business Model Canvas J&J Consulting Group, a partir de elaboración propia.

2.2. Idea de negocio

El nombre de la empresa será “J & J Consulting Group”, siendo una empresa especializada en la consultoría y asesoramiento tanto a personas físicas como pueden ser deportistas de élite (en activo como retirados), como en instituciones, clubes e incluso otras empresas que contraten nuestro servicio.

Nuestra empresa estará enfocada principalmente en dos grandes ramas dentro de lo que envuelve a cualquier persona e institución relacionada en el mundo del deporte actual.

El primer tipo de asesoramiento o consultoría que ofreceremos será el financiero que estará compuesto por servicios como asesoramiento fiscal, inversiones o compras de activos, contabilidad (tanto para un evento en específico como para el día a día de cualquier deportista). Hemos decidido optar por este tipo de asesoramiento debido a la gran cantidad de dinero que genera hoy en día el deporte profesional y la importancia de tener un futuro estable una vez abandonado el deporte profesional.

EL otro tipo de asesoramiento o consultoría que ofrece J&J Consulting Group sera la de marketing e imagen del deportista, siendo responsables del manejo de redes sociales al igual que negociaremos el reparto de los derechos de imagen con el club o con otra cualquier marca que busque a nuestro potencial cliente. Además de estos dos servicios a deportistas ofreceremos el desarrollo de un plan de marketing para eventos puntuales, siendo nuestro objetivo a corto plazo captar eventos o torneos de verano por la zona en la que desarrollaremos la actividad de nuestra empresa.

2.3. Misión , visión y valores

Misión:

- Ser la empresa líder en el ámbito de la consultoría y asesoramiento deportivo.
- Estar presente en más ciudades a nivel nacional
- Ser una empresa a la vanguardia del uso de nuevas tecnologías en el deporte
- Estar presente en todos los deportes posibles

Visión:

- Contribuir a la estabilidad de los deportistas y su entorno
- Ofrecer una amplia oferta basada en el deporte practicado por el cliente
- Impulsar y mejorar la interacción de los deportistas a través de redes sociales
- Ser una empresa con sentido de transparencia tanto con los clientes como con otras instituciones

Valores:

- Compromiso y transparencia hacia nuestros clientes
- Innovación de adaptación a los cambios y nuevas tendencias
- Liderazgo y colaboración entre los empleados para crear sentido de pertenencia

2.4. Descripción general

Nuestra empresa presta servicios financieros y de marketing a particulares, organizaciones y empresas del mundo del deporte. Nuestro objetivo es ayudar a nuestros clientes a maximizar sus recursos financieros y aumentar su visibilidad y atractivo en el mercado deportivo. Los servicios que ofrecemos son los siguientes:

- **Asesoramiento financiero:** brindamos asesoramiento financiero para ayudar a los clientes a administrar de manera eficaz y eficiente sus finanzas, inversiones y patrimonio.
- **Estrategia de marketing deportivo:** Formulamos estrategias de marketing para ayudar a los clientes a aumentar su influencia y popularidad en el mercado deportivo.
- **Gestión de patrocinios:** Ayudar a los clientes a adquirir y gestionar patrocinios, lo que les permite aumentar la exposición y generar ingresos adicionales.
- **Desarrollo de marca:** Desarrollo de estrategias para ayudar a los clientes a construir y mejorar sus marcas en el mercado deportivo.
- **Análisis de mercado:** Realizaremos estudios de mercado para comprender las tendencias de mercado y las necesidades de los consumidores para que los

- clientes puedan tomar decisiones informadas sobre sus estrategias comerciales.

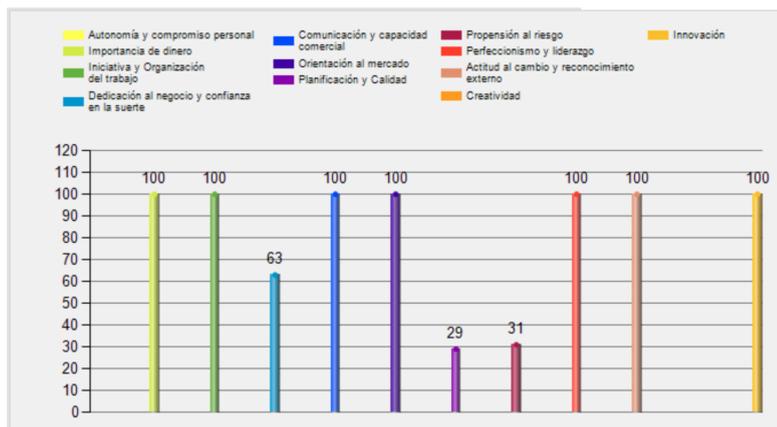
En pocas palabras, nuestra empresa trabajará de manera conjunta para ayudar a los clientes a maximizar su potencial financiero y comercial en el mundo del deporte.

2.5. El emprendedor

Para conocer las actitudes emprendedoras de cada uno de nosotros como socios de J&J Consulting Group, hemos realizado el cuestionario de actitudes emprendedoras del Ministerio de Industria, Comercio y turismo, que consiste en un cuestionario de 25 preguntas cerradas distribuidas en las siete características del emprendedor. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

Figura 2.

Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras I.

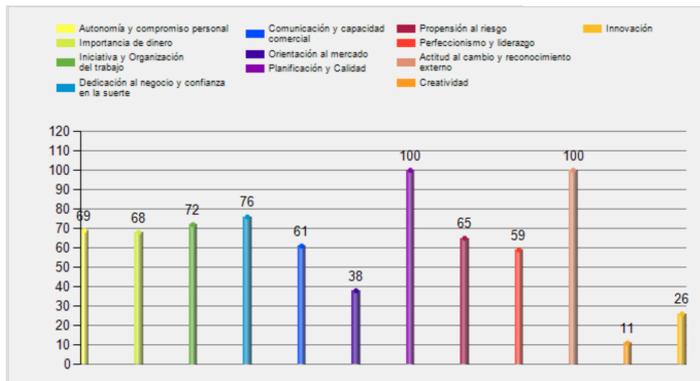


Nota. Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras Javier Castellano.

Fuente. <https://autodiagnosticos.ipyme.org/Emprendedores>.

Figura 3.

Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras II.



Nota. Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras Jose Maria Bravo.

Fuente. <https://autodiagnosticos.ipyme.org/Emprendedores>.

Estas tablas suponen un autodiagnóstico de las actitudes emprendedoras de cada uno de los socios de la empresa. Estas actitudes están repartidas en 12 apartados, y cada uno de ellos se evalúa con una puntuación del 0 al 120, siendo 0 la escasez de capacidades en ese apartado y 120 la capacidad de dominio.

3. Análisis estratégico

3.1. Análisis interno

Para realizar el análisis interno de nuestra empresa utilizaremos la cadena de valor de los servicios que nos permitirá conocer los procesos y actividades de la empresa. Primero definiremos nuestra cadena de valor para posteriormente explicar cada uno de sus componentes.

Figura 4.

Cadena de valor de servicios.



Nota. Cadena de valor de J&J Consulting Group, a partir de elaboración propia.

A. Eslabones de apoyo

- Dirección general: La dirección de nuestra empresa deberá ir dirigida a la comunicación efectiva y el establecimiento de procesos por parte de los dos departamentos (marketing y financiero), debido a que consideramos que la comunicación efectiva entre departamentos puede llegar a ser muy positiva para los resultados.
- Recursos humanos: Conformado por los empleados de cada departamento, que tendrán sus objetivos y sistemas de evaluación preestablecidos para cada puesto, destacar que el proceso de captación nos gustaría llevarlo a cabo entre los socios junto con el jefe de cada departamento.
- Organización interna: La empresa estará conformada por dos departamentos principales como lo son marketing y financiero, además de contar con dos socios que mantendrán una dirección horizontal con los directores de cada departamento.
- Procesos y formación: Un factor clave que consideramos en nuestra empresa es en formar al trabajador para que este pueda cumplir con las tareas necesarias independientemente del puesto o área que ocupe, por lo que además de tener una visión global y una gran formación deberá tener los procesos y tareas definidas en su puesto de trabajo.

B. Eslabones primarios controlables

- Infraestructura y ambiente: La principal infraestructura con la que contaremos será con una oficina, además de esta nos gustaría contar con espacios que periódicamente sean alquilados para dar charlas o conferencias,
- Marketing: Utilización de redes sociales, página web y las activaciones que más adelante mencionaremos detalladamente
- Personal de contacto: Punto clave para nuestra empresa debido a que así podremos atraer a clientes (tanto deportistas como organizaciones), por lo que cada departamento contará con personal para la captación y dar a conocer nuestra empresa.
- Prestación: Prestaremos servicio de consultoría financiera y marketing, para deportistas u organizaciones, nuestra principal diferenciación es que contaremos con ex deportistas en cada departamento encargados de hablar con los posibles clientes y dar su punto de vista en ciertas situaciones.

3.2. Análisis externo

En cuanto al análisis externo, realizaremos un análisis PEST, que nos ayudará a identificar los factores que afectan a nuestra empresa (J & J Consulting Group).

FACTORES POLÍTICOS:

- Publicidad de los servicios deportivos

En cuanto a regulaciones y leyes sobre publicidad en los servicios deportivos estaremos sujetos a la ley 2/2022 de 22 de julio , de ordenación del ejercicio de las profesiones del deporte y la actividad física en la Comunitat Valenciana específicamente específicamente el artículo 24 sobre publicidad de los servicios deportivos.

Destacando como puntos claves de este artículo , la publicidad deberá ser objetiva, prudente y veraz, queda prohibida la publicidad de los servicios o productos que se ofrecen como tratamiento , prevención de enfermedades (BOE, 2022).

- Normativa de contratación

A partir del 30 de marzo de 2022, entra en vigor la nueva reforma laboral sobre la normativa de contratación, el principal cambio es la introducción del contrato fijo discontinuo, destacar que tienen los mismos derechos que un contrato indefinido y que puede ser utilizado en actividades de temporada, contrata o subcontrata (Wolters Kluwer TAA España, 2022).

En cuanto a contratos de formación la nueva reforma laboral los clasifica en dos tipos, el primero de ellos el contrato para la formación en alternancia, que tiene duración de entre 3 meses a 2 años y el segundo tipo es el contrato de obtención para la práctica profesional , que tendrá una duración de entre 6 meses a 1 año (Alén, 2022).

FACTORES ECONOMICOS:

- PIB

El PIB, “es un valor anual que mide el valor de todos los bienes y servicios producidos por un país” (Banco Santander, 2022). El valor del PIB en el año 2022 fue de 1.328.922 millones de euros lo que supone un aumento del 5,55% con respecto al año anterior (Datosmacro.com, 2022).

La industria deportiva es un sector que aporta gran cantidad de dinero y puestos de trabajo a la economía española, a través de servicios deportivos , deporte de alto rendimiento y todo lo que se genera alrededor de un evento deportivo. alcanzando valores de 39.117 millones de euros, situándose en un 3,3% de aporte al PIB (Círculo de Gestores, 2020).

- Índice de confianza empresarial

“Es un indicador sintetiza la opinión de los empresarios sobre la situación actual y futura de la actividad de su negocio con el objetivo de anticipar la evolución de la economía” (Instituto Nacional de Estadística de Cataluña, 2023). Cualquier valor superior a 100 puntos quiere decir que existe optimismo por parte de los empresarios, destacar que España únicamente ha estado por debajo de 100 coincidiendo con el tercer trimestre del año 2020 con la pandemia (anexo I, la evolución del valor del ICE).

- Índice de competitividad de los negocios

“Es un índice que promedia las clasificaciones percentiles del país en 10 temas cubiertos en Doing Business del Banco Mundial” (The World Bank, 2023). Otorgando calificaciones de 0 a 190 , a menor valoración tenga el país más favorable para los negocios será el mismo. España se sitúa en el puesto 30 del ranking.

- Impuestos

En España existen dos tipos de impuestos como lo son los directos, que son aquellos que recaen sobre las personas físicas o jurídicas que tienen en cuenta la capacidad económica del contribuyente (IRPF e IS). El otro tipo de impuesto son los indirectos que gravan el

consumo y los servicios (IVA e impuestos especiales) , que a diferencia de los directos no tienen en cuenta la capacidad económica de la persona (Raisin, 2022).

Destacando el impuesto de sociedades que es el que grava la obtención de renta por parte de las sociedades y personas jurídicas , teniendo un tipo general del 25% sobre el beneficio (Infoautónomos, 2022).

FACTORES SOCIALES:

- Tendencias sociales

Destacar los dos deportes a los que a corto plazo queremos enfocar nuestra empresa como lo son el fútbol que cuenta con más de 900.000 licencias federativas. El padel que es un deporte que ha ido aumentando su práctica y su seguimiento a lo largo de estos años, que cuenta con más de 90.000 licencias. Destacar que en la comunidad Valenciana, cuenta con un total de 350.856 licencias (Ministerio de Cultura y Deporte, 2022).

- Movimientos migratorios

España en los últimos años ha sido destino de muchas personas provenientes de todas partes del mundo , principalmente destacando países de América Latina , África e incluso Asia. En el último trimestre del año 2022 España tuvo un saldo migratorio de 258.547 personas (Instituto Nacional de Estadística, 2022). Siendo este un factor que influye en nuestra empresa debido a que no solo estamos enfocados en los deportistas, por lo que su entorno de familiares, amigos y personas que los rodeen , serán un factor clave para nosotros.

FACTORES TECNOLÓGICOS:

- Desarrollo en redes sociales

El uso de redes sociales ha ido evolucionando en los últimos años, llegando a 28,3 millones de usuarios en redes sociales , suponiendo un aumento del 6,3% con respecto al año 2021 (Lázaro, 2022).

En cuanto al uso de internet, en el año 2022 el 94,5% de la población ha utilizado internet destacando población de entre 16 y 74 años (Instituto Nacional de Estadística, 2022).

- Gasto en I+D+i

En el año 2022 España destinó 17.250 millones de euros (1,4% del PIB). lo que representa un incremento de 9,4% con respecto al 2021 (Saballs, 2022).

La cifra destinada se aleja de la media europea que se sitúa en un 2% otorgando a España la posición número 17 en Europa.

3.3. Análisis de la competencia

1. Identificación de las empresas competidoras:

- Global Sports Innovation Center (GSIC): consultoría financiera y de marketing deportivo especializada en la innovación y el emprendimiento deportivo. Ofrece servicios de asesoramiento financiero, de marketing y de innovación para empresas y startups.
- BDO: consultoría financiera y de marketing deportivo que ofrece servicios de auditoría, asesoramiento fiscal, contable, financiero y de marketing a empresas del sector deportivo.
- KPMG: Consultoría financiera y de marketing deportivo que ofrece servicios de auditoría, asesoramiento fiscal, contable, financiero y de marketing a empresas del sector deportivo.

2. Estudio de su presencia en el mercado:

- GSIC: Es una consultoría relativamente nueva en el mercado, pero ha logrado posicionarse como un referente en innovación y emprendimiento deportivo. Además, cuenta con una red de colaboradores y partners internacionales.
- BDO: Es una de las consultorías financieras más importantes en el mercado español, con presencia en varias ciudades del país. En el sector deportivo, tiene una amplia experiencia y cuenta con una cartera de clientes importantes.
- KPMG: Es una de las “Big Four” consultorías financieras internacionales, con presencia en más de 150 países. En el sector deportivo, tiene una presencia importante y ha participado en la organización de grandes eventos deportivos.

3. Análisis de precios:

- GSIC: Ofrece servicios de alta calidad a precios competitivos en el mercado, lo que le ha permitido atraer a un gran número de clientes.
- BDO: Ofrece servicios de alta calidad a precios competitivos en el mercado, lo que le ha permitido mantener una cartera de clientes estable en el sector deportivo.

- KPMG: Sus servicios tienen precios más elevados en comparación con otras consultorías, pero esto se debe en gran parte a su amplia experiencia y conocimiento del sector deportivo.

4. Análisis de fortalezas y debilidades:

- GSIC: Su principal fortaleza es su enfoque innovador y su red de colaboradores y partners internacionales, lo que le permite ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades del cliente. Una debilidad podría ser su relativamente nueva presencia en el mercado, lo que puede llevar a una menor confianza por parte de los clientes.
- BDO: Su principal fortaleza es su amplia experiencia en el sector deportivo y su capacidad de adaptarse a las necesidades del cliente. Una debilidad podría ser que al ser una empresa grande, puede tener una estructura más rígida que otras consultorías más pequeñas.
- KPMG: Su principal fortaleza es su amplia experiencia y conocimiento del sector deportivo a nivel internacional, lo que le permite ofrecer soluciones innovadoras a los clientes. Una debilidad podría ser que puede tener precios más elevados que otras consultorías.

Para conocer la competencia que tendremos en el sector, elaboramos una tabla de benchmarking en base a las variables que consideramos importantes estudiar, con lo que queda resumido a continuación.

Tabla 1.

Análisis y valoración de atributos de los competidores.

Atributo	1	3	5
Horario	4 horas	5 horas	6 o más horas
Rango Precios	500	300	100
Notoriedad	Ninguna	Poca	Mucha
Contacto	2	3	4 o más
Presencia en el deporte	Ninguna	Poca	Mucha
Calidad	Mala	Normal	Alta

Nota. Valoración de criterios para el análisis de la competencia, a partir de elaboración propia.

Una vez definidos los criterios a analizar en la siguiente tabla se otorgará la puntuación necesaria a cada una de las empresas competidoras del sector, la empresa que más puntos tenga será con la que mejor valorada este y por lo tanto será nuestra competidora más fuerte.

Tabla 2.

Benchmarking de los competidores.

Variables	%			
Horario	15	0,75	0,45	0,75
Rango precios	20	1	0,6	0,6
Notoriedad	15	0,75	0,45	0,45
Conatcto	10	0,3	0,1	0,1
Presencia en el deporte	20	0,6	0,2	0,2
Calidad	20	1	0,6	0,6
PUNTUACIÓN TOTAL	100%	4,4	2,4	2,7

Nota. Calificación de los competidores en base a las variables seleccionadas, a partir de elaboración propia.

La empresa que obtuvo más valoración en nuestro análisis fue Global sports innovation center, Destacando una gran presencia en el deporte y grandes patrocinios y convenios como puntos fuertes, pero como punto débil destacamos los horarios de apertura de las oficinas , lo que será un punto a tener en cuenta a la hora de establecer nuestra empresa.

3.4. DAFO y CAME

Figura 5.

Análisis dafo.



Nota. Análisis dafo J&J Consulting Group , a partir de elaboración propia.

Figura 6.

Análisis came.



Nota. Análisis came J&J Consulting Group, a partir de elaboración propia.

3.5. Objetivos estratégicos

- Tener presencia en ambos departamentos de la empresa en deportistas tanto en activo como aquellos que no lo estén en activo.
- Crear una red de comunicación entre los familiares y entorno del deportista con nuestra empresa
- Asegurar la sostenibilidad de la empresa a corto plazo
- Diversificar y tener presencia en el deporte femenino
- Mejorar y agilizar procesos dentro de la empresa para una comunicación y trabajo efectivo
- Participación en grandes eventos deportivos de la Comunidad autónoma
- La apertura de una nueva sede en Madrid (a largo plazo)
- Contacto y nuevos clientes en otros países (a largo plazo)

❖ **Objetivos operativos:**

- Obtener un retorno de la inversión inicial por parte de los dos socios
- Tener más presencia online y contacto con la empresa mayor que la competencia
- Incrementar clientes mensualmente (independiente del número nos interesa que sea positivo)
- Aumento de seguimiento de la empresa en redes sociales mediante análisis de métricas

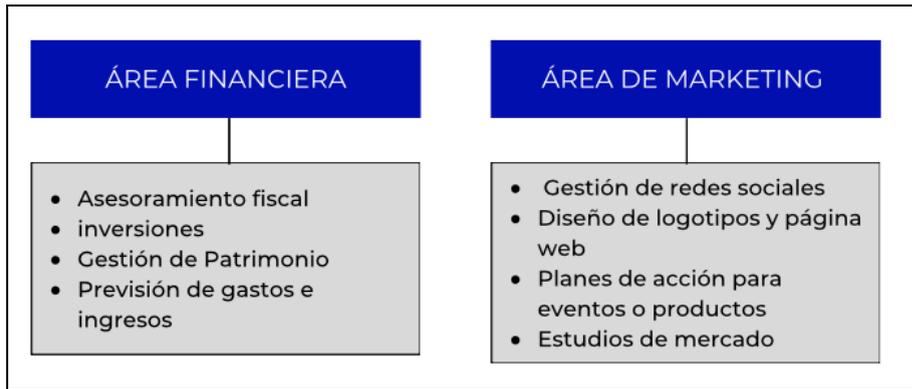
4. Plan de marketing

4.1. Decisiones en relación al producto (servicio).

El servicio que ofreceremos, junto con nuestra principal propuesta de valor que será la de contar con ex deportistas para conocer su punto de vista en ciertas situaciones y para que nuestros clientes sepan de primera mano las experiencias, ventajas de introducir nuestro servicio en su día a día. Como ya mencionamos anteriormente nuestro servicio irá enfocado en dos áreas principales como lo son la financiera y la de marketing que a continuación en la figura, definiremos las acciones o tareas a realizar en cada una de estas áreas.

Figura 7.

Operaciones y actividades a ofertar.



Nota. Actividades a que se ofertan en J&J Consulting Group, a partir de elaboración propia.

4.2. Decisiones en relación al precio

En cuanto a los precios que queremos establecer en nuestra empresa debemos realizar una división por áreas de la empresa, en primer lugar el área financiera, que tendrá dos tipos de cobro:

- Cobro por asesoramiento: es aquel que se cobra en base al patrimonio que se está gestionando por lo que tendremos una comisión de entre 0,5% y 2,5% dependiendo de lo que pida el cliente y las horas trabajadas (Borja, 2019).
- Cobro por hora de servicios: es aquel que se cobra por hora, basándose en un precio medio de entre 150 y 200€ por hora trabajada (Zaaks, 2022).
- Inversiones: Destacar que uno de nuestros principales socios será la inmobiliaria Trececasas, por lo que todos los clientes de nuestra empresa que deseen invertir en la zona los pondremos en contacto con ellos obteniendo una comisión del 5% sobre el valor de la operación.

Con respecto al área de marketing, haremos un listado con los servicios que ofreceremos con sus precios, que pueden variar en función del tiempo que quiera el cliente o de algunas otras especificaciones.

- Diseño de logotipo y página web: Un precio medio de entre 500-750 euros, un logo de marca personal para un deportista con su página web (véase en el anexo III). o una página web y logo para un evento.

- Estudios de mercado: Tendrá un precio medio de entre 5.000 a 10.000 euros. dependiendo del tamaño de muestra, la metodología, el tiempo de realización y el ámbito geográfico (Consultoría Estratégica de Investigación de Mercados, 2022) .
- Gestión de redes sociales: Este precio estará relacionado con los ingresos que tenga el cliente, debido a que a más seguidores , popularidad y reconocimiento mayor trabajo tendrá la empresa y mayor responsabilidad, por lo que hemos estipulado un precio medio de entre 1.000 a 3.000 euros. Este servicio es de gran importancia para deportistas para evitar errores y fallos en publicaciones en las redes sociales (anexo IV).

4.3. Decisiones en torno a la distribución

Debido a que nos dedicamos al sector de servicios deportivos, nuestro único método de distribución será presencial en nuestra oficina ubicada en el centro de Valencia, en la Avenida Cortes Valencianas, propiedad de nuestro patrocinador Trececasas (anexo II). Por lo que es importante destacar el método presencial como lo es la oficina pero tendrá gran importancia también nuestra página web y redes sociales que se explicarán más en detalle en la promoción.

4.4. Decisiones de comunicación (promoción)

Para realizar la promoción de nuestro déficit principalmente usaremos nuestra página web (anexo III). En esta página web estarán disponibles apartados como los servicios a ofrecer, los medios de contacto, que este punto es específico buscamos diferenciarnos de la competencia, teniendo más canales de contacto que ellos. Además de estos dos puntos tendremos también un área para el cliente en la que pueda acceder a su área privada para poder agendar citas, ver documentos e incluso contacto directo con el responsable de su caso , junto con estos apartados nuestra página web también dispondrá de un apartado para los eventos o charlas que realizaremos para que las personas interesadas tengan a su disposición la información. Destacar que la página web deberá tener fácil acceso y una fácil comprensión por parte de las personas que entren en ella , la persona encargada de la creación de logos y páginas webs para los clientes , será la misma que se encargará del mantenimiento o actualización de nuestra página web.

Con respecto a las redes sociales en las que estaremos presentes como se puede observar en nuestro business model canvas. Nos queremos enfocar en Instagram que cuenta con más de 2.000 millones de usuarios y en España llegando a tener más de 21.9 millones casi la mitad de la población (M4rketingeCommerce, 2023)

La otra red social a la que queremos enfocarnos es el TikTok, que es una red social que genera muchas visualizaciones siendo esta una oportunidad de dar a conocer nuestra empresa tanto a nivel nacional como internacionalmente. Se espera que para el año 2024 alcance y supere la cifra de usuarios de Instagram, atrayendo casi 340 millones de usuarios nuevos anualmente (Mena, 2022).

Por último resaltar que tanto en nuestras redes sociales como en nuestra página web estarán los enlaces disponibles para acceder tanto a una como a otra.

4.5. Activaciones de la empresa

- Colaboración con la revista Luxury Properties, con la que trataremos de llegar a un acuerdo para que nos reserven distintos espacios publicitarios en sus revistas cuyo contenido se basa en propiedades de lujo. Esta revista es muy seguida por deportistas, sobre todo por futbolistas que militan en el Valencia CF o en el Villarreal CF.

Figura 8.

Revista Luxury.



Nota. Revista para activación 1

Fuente. https://issuu.com/kw-spain/docs/kw_luxury_magazine_-_spain_-_andorra_issue_1_-_20?e=47116705/91222398

- Tamara Icardo: Jugadora de pádel, actualmente la número 17 en el ranking del World Padel Tour (World Padel Tour, 2022), buscaremos firmar un acuerdo con ella para ser sponsor y que sea una de las caras de nuestro negocio. Nos parece una buena oportunidad ya que Tamara es de Valencia y además solo tiene 27 años, una edad que en el WPT es bastante corta, lo que genera bastantes expectativas en ella. Tamara tiene 47 mil seguidores en instagram, por lo que siguiendo la media le pagaremos un total de entre 200 y 700 euros por publicación (35MM, 2022). Le pediremos que suba en torno a 10 publicaciones al mes lo que nos supone un gasto de entre 2000 y 7000 euros mensuales para conseguir que Tamara sea nuestra embajador y por lo tanto nuestra imagen principal apoyando el deporte femenino y posicionándonos en su favor.

Figura 9.

Activación 2 Tamara Icardo.



Nota. Jugadora del circuito world padel tour para activación

Fuente. <https://www.macron.com/es/news/macron-padel-new-partnership-with-tamara-icardo-announced>

5. Plan de Operaciones

5.1. Descripción del lugar físico

Como hemos mencionado anteriormente, contaremos con una oficina ubicada en Valencia específicamente en la avenida Cortes Valencianas. Destacar que esta oficina está ofertada en la página web de Trececasas, siendo nuestro mayor patrocinador. Hemos decidido contar con una oficina para atención presencial en Valencia debido a la cercanía de un gran número de equipos de fútbol con presencia en primera y segunda división así como gran cantidad de clubes que se encuentran por debajo de estas dos divisiones. Además de esto mencionar que la ciudad de Valencia está bien conectada gracias a estaciones de Ave media y larga distancia, así como aeropuerto y estaciones de bus.

En cuanto a la oficina que es donde desarrollaremos nuestra actividad principal, esta cuenta con un total de 353m², en los que se incluye despachos, sala de reuniones y recepción (anexo V). Destacar que la oficina cuenta con un sistema de vigilancia las 24 horas y servicio de conserjería. En cuanto a los materiales o equipamiento necesario para llevar a cabo la actividad contaremos con ordenadores, móviles de empresa, software de contabilidad, software de diseño gráfico, mobiliario y un servicio de almacenamiento de datos en la nube, además de estos materiales será necesario la contratación de un servicio de telefonía, todos los equipamientos y material necesario para el desarrollo de la actividad quedarán reflejados en una tabla (véase en anexo VI). Tanto los materiales necesarios como los servicios contarán con un mayor detalle de precios en el plan económico financiero por lo que los precios que aparezcan en ambas tablas (anexo V y VI) serán más orientativos.

5.2. Procesos

❖ Procesos estratégicos:

1. Investigación de mercado: Para identificar las oportunidades y amenazas de la empresa, este proceso estratégico analiza el mercado financiero y el marketing deportivo. Se incluye el análisis de las necesidades y tendencias de los clientes, así como la evaluación de la competencia.
2. Desarrollo de estrategias: Luego de la identificación de las oportunidades y amenazas del mercado, el siguiente paso es la creación de estrategias que permitan al negocio maximizar las oportunidades y reducir los riesgos. Entre estas tácticas se encuentran el establecimiento de planes de marketing, la definición de objetivos, la segmentación del mercado y los canales de distribución.
3. Planificación Financiera: Analizar y supervisar los recursos financieros de la empresa es una parte crucial de la planificación financiera, un proceso estratégico. Se pueden incluir la elaboración de presupuestos, la gestión del flujo de efectivo y el análisis de la estructura de costos.
4. Análisis de viabilidad: antes de comenzar cualquier proyecto o iniciativa, es crucial realizar un análisis para determinar qué tan exitoso podría ser. Esto podría incluir una revisión de la rentabilidad del proyecto y el retorno de la inversión, así como una evaluación del riesgo y la incertidumbre.
5. La gestión de proyectos es un proceso estratégico crucial que implica organizar, coordinar y llevar a cabo proyectos para lograr objetivos

particulares. Esto podría implicar la asignación de recursos, el seguimiento del estado del proyecto y la resolución de problemas y conflictos.

6. Evaluación del desempeño: la evaluación del desempeño es un proceso estratégico que mide y evalúa qué tan bien se está desempeñando una empresa en relación con sus objetivos. El análisis de la satisfacción del cliente, la evaluación de la eficacia de las estrategias y la identificación de áreas de mejora son algunos ejemplos de esto.

❖ Los procesos operativos incluyen:

- En relación con el apartado financiero, se deben considerar los procesos que se enumeran a continuación:
 1. Reconocer los activos, pasivos y flujos de efectivo del cliente al analizar la situación financiera actual.
 2. Planificación financiera: Crear un plan financiero integral para el cliente, incluidos objetivos, opciones de inversión, análisis de riesgos y una estrategia de gestión de riesgos.
 3. La gestión de riesgos implica identificar riesgos y crear planes de respaldo para disminuir su impacto en el cliente.
 4. Ayudar al cliente a evaluar y realizar fusiones y adquisiciones como lo puede ser la compra de una vivienda.
 5. Gestión de tesorería: Proporcionar al cliente asesoramiento en gestión y financiación, incluida la identificación de la fuente y la negociación de términos y condiciones favorables.
- En el apartado de marketing se deben considerar los siguientes procedimientos:
 1. Realizar estudios de mercado para comprender mejor la industria del deporte y sus competidores. Esta investigación debe incluir un análisis de tendencias y una evaluación de oportunidades de crecimiento.
 2. Plan de marketing: Crear un plan de marketing deportivo específico para el cliente que identifique objetivos, segmentar el mercado, identifique mensajes clave y elegir rutas de distribución.
 3. Identificar oportunidades de patrocinio y colaboración con otras empresas, equipos deportivos o eventos que puedan ser rentables para el cliente.
 4. Desarrollo de marca: Ayudar al cliente a desarrollar su marca, lo que incluye el desarrollo de un logotipo, una imagen de marca y una voz de marca.

5. Gestión de redes sociales: Brindar al cliente asesoría en gestión, incluyendo creación de contenidos y planificación de campañas de marketing online.

En cuanto a los procesos operativos financieros, también examinaremos conjuntamente con nuestro cliente todas las inversiones e inmuebles que nuestro cliente desee realizar (como la compra de una vivienda), evaluando las mejores opciones y dando respuesta a todas sus dudas.

❖ Procesos de soporte:

1. Gestión de recursos humanos: La consultoría en finanzas y marketing deportivo requiere de un grupo de expertos con gran conocimiento en estos campos. A los efectos de encontrar, desarrollar, inspirar y conservar el mejor talento, la gestión de los recursos humanos es fundamental.
2. Tecnología: Procesar marketing deportivo y consultoría financiera, examinar y presentar datos e información importante para la toma de decisiones utilizando sistemas de información y tecnología de punta. Para que los sistemas y las herramientas estén actualizados y sean útiles, la tecnología de la información es crucial.
3. La gestión financiera y contable es fundamental para garantizar que la empresa tenga una gestión eficaz de la contabilidad de costes y gastos, la facturación y el flujo de caja. Esto permite que la empresa tome decisiones financieras acertadas y pague impuestos según sea necesario.
4. Gestión de calidad: Garantizar que el marketing deportivo y la consultoría financiera cumplan con los estándares de calidad establecidos y las expectativas del cliente es un proceso crucial. Esto implica el uso de procedimientos de aseguramiento de la calidad y la evaluación del desempeño empresarial, mediante cuestionarios de valoración a los clientes antes de prestar el servicio y después.
5. Gestión de riesgos: Los riesgos financieros, legales y reputacionales asociados con el marketing deportivo y la consultoría financiera son numerosos. La identificación, evaluación y control de los riesgos forman parte de la gestión de riesgos, cuyo objetivo es reducir su impacto en el negocio y sus clientes.
6. Servicio al cliente: dado que las relaciones con los clientes son la base del marketing deportivo y la consultoría financiera, la satisfacción del cliente es

crucial. Un excelente servicio al cliente, la pronta resolución de las preguntas e inquietudes de los clientes y la provisión de soluciones individualizadas son parte de la gestión del servicio al cliente.

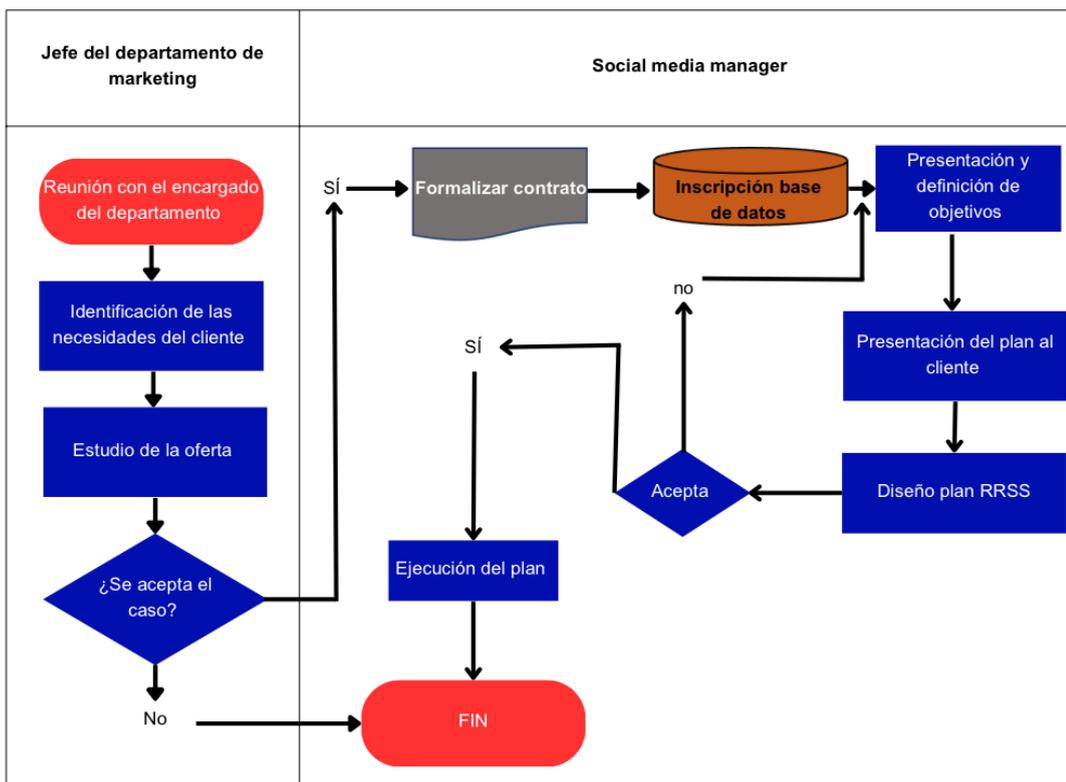
Una vez definidos los diferentes procesos que componen la empresa, para observarlos de manera gráfica cada uno de ellos y la relación existente entre los mismos quedarán los procesos expuestos de manera esquemática (anexo VII).

5.3. Diagrama de flujo

A continuación se presenta en forma de diagrama de flujo uno de los procesos operativos de la empresa como lo es la gestión de redes sociales a un deportista, se pueden observar en la parte superior las dos áreas o puestos de trabajo involucrados en dicho proceso.

Figura 10.

Diagrama de flujo del proceso de gestión de redes sociales.



Nota. Diagrama de flujo de gestión de redes sociales, a partir de elaboración propia.

Una vez realizado el diagrama de flujo, en el anexo VIII quedará explicado de manera específica cada uno de los componentes del mismo.

5.4. Ficha de procesos

Figura 11.

Ficha de procesos.

FICHA DE PROCESOS	
NOMBRE DEL PROCESO	Compra de inmueble
RESPONSABLE	Analista financiero
MISIÓN	Evaluar y asistir al cliente para que la compra sea viable
PROCESOS RELACIONADOS	Planificación financiera y gestión de la calidad
PERSONAS IMPLICADAS	
Analista financiero, contable, cliente y agencia inmobiliaria	
ACTIVIDADES QUE FORMAN EN PROCESO	
Reuniones con el analista financiero, con la inmobiliaria, visitas a propiedades	
ENTRADA DEL PROCESO	
Reunión por Llegada de potencial cliente de otro país u otra parte de España	
SALIDAS DEL PROCESO	
Compra realizada, documentos firmados y entrega de llaves	
RECURSOS NECESARIOS	
Lista de viviendas disponibles, visita de forma presencial, página web	
INDICADORES	
Número de viviendas disponibles, número de reuniones con el analista financiero	

Nota. Ficha de procesos y su relación, a partir de elaboración propia.

El proceso que describe en la figura anterior es el de una compra de un inmueble por parte de un cliente de nuestra empresa, debido a que este por motivos deportivos cambia de residencia a la Comunidad Valenciana, el responsable de este proceso es el analista financiero que es el que tiene que evaluar las opciones que más se adapten a las exigencias del cliente y al presupuesto deseado. Por lo que las personas implicadas serán el mismo analista, el cliente, la persona encargada de enseñar las diferentes opciones y hemos querido incluir a familiares o representantes del cliente. La entrada a este proceso se da por el contacto del cliente con nuestra empresa para gestionar su llegada al nuevo destino y la salida de este proceso se da una vez que el cliente realiza la compra, se firman todos los documentos oficiales y se entrega las llaves del domicilio. Luego de todo este proceso al cliente le llegará un cuestionario de valoración de los servicios prestados para conocer qué tal fue el servicio y las posibles mejoras al mismo.

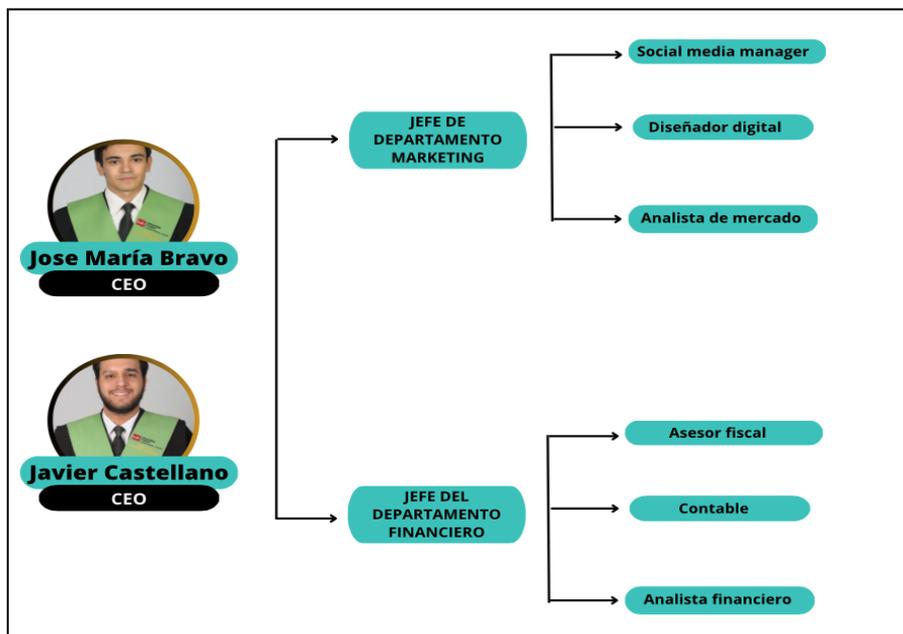
6. Plan de recursos humanos

6.1. Organigrama

Como se puede observar en la siguiente figura la empresa estará distribuida de la siguiente manera, dos CEO que seremos los dos socios fundadores, dos jefes de departamento (marketing y financiero) y cada departamento estará conformado por 3 puestos que más adelante definiremos de manera más específica. Además destacar que la empresa contará con servicios externos como lo son abogados, servicio de limpieza y una psicóloga para cualquier situación tanto laboral como personal con cualquiera de nuestros empleados.

Figura 12.

Organigrama de la empresa.



Nota. Organigrama de la empresa y sus departamentos, a partir de elaboración propia.

6.2. Perfiles puesto de trabajo

Para describir los perfiles de puesto de trabajo hemos decidido indicarlos a través de una tabla con diferentes criterios que consideramos de gran importancia que debería tener la persona que ocupe ese puesto dentro de nuestra empresa. En primer lugar definiremos los criterios para el puesto de jefe del departamento de marketing según (Resources for employers, 2023).

Tabla 3.

Perfil de puesto de trabajo para departamento de marketing.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Jefe del departamento de marketing
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	CEO
PUESTOS A SU CARGO	Social media manager, diseñador digital y analista de mercado
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Análisis de datos	Identificar oportunidades de mercado
Estrategia de marketing	Desarrollo de relaciones con clientes
RESPONSABILIDADES	
Supervisión del departamento	Comunicación con otros departamentos
Gestión de presupuesto	Reuniones con clientes y patrocinadores
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en marketing o publicidad	Posible master en marketing digital
VALOR AÑADIDO	
Master en comercio electrónico	Idiomas
COMPETENCIAS	
Experiencia en redes sociales	Visión global del sector
liderazgo y capacidad analítica	Nuevas tendencias

Nota. Descripción del perfil de puesto de trabajo.

Fuente. <https://resources.workable.com/es/gerente-de-marketing-descripcion-del-puesto>

Consideramos que la persona que ocupe este puesto además de cumplir con los criterios establecidos anteriormente deberá tener habilidades personales como lo son la comunicación efectiva, innovación y creatividad a la hora de realizar su trabajo, por lo que los demás componentes del departamento de marketing quedarán definidos en el anexo IX.

Una vez definidos los puestos del departamento de marketing, a continuación se definirán a los perfiles de puesto del departamento financiero, empezando por el jefe del departamento, tomando en consideración la información obtenida en (Resources for employers, 2023).

Tabla 4.

Perfil de puesto de trabajo para departamento financiero.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Jefe del departamento financiero
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	CEO
PUESTOS A SU CARGO	Asesor fiscal, contable y analista financiero
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Administrar cuentas y efectivo	Busqueda continua de nuevos mercados y oportunidades
Presentar informes de viabilidad	Desarrollo de relaciones con clientes
RESPONSABILIDADES	
Supervisión del departamento	Comunicación con otros departamentos
Analisis de los presupuestos	Reuniones con clientes y patrocinadores
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en finanzas o ADE	Finanzas internacionales
VALOR AÑADIDO	
MBA en finanzas, contabilidad	Certificaciones como CFA y CPA
COMPETENCIAS	
Conocimiento de leyes fiscales	Conocimiento de mercados globales
Identificar riesgos financieros	Trabajo en equipo

Nota. Descripción del perfil de puesto de trabajo.

Fuente. <https://resources.workable.com/es/director-de-finanzas-descripcion-del-puest>
[o](#)

La persona que ocupe este puesto de trabajo además de contar con los criterios mencionados consideramos importante que tenga trabajo en equipo, resolución de problemas y capacidad de negociación tanto con clientes como con los demás integrantes de su departamento, que quedarán definidos sus perfiles de puesto en el anexo X.

Los procesos de selección a utilizar para la compañía serán los siguientes:

1. Publicación de la oferta de trabajo: La empresa publicará la oferta de trabajo en su sitio web o en un sitio de empleo en línea, describiendo los requisitos de la posición y las responsabilidades del trabajo.
2. Presentación de candidaturas: Los candidatos interesados en el trabajo enviarán su curriculum vitae y carta de presentación a la empresa, a menudo a través del sitio web de la empresa o por correo electrónico.
3. Revisión de candidaturas: La empresa revisará todas las candidaturas recibidas y seleccionará aquellos candidatos que mejor se ajusten a los requisitos del trabajo.
4. Entrevistas: La empresa programará entrevistas con los candidatos seleccionados. Las entrevistas pueden ser en persona o por videoconferencia. A menudo, habrá varias rondas de entrevistas para evaluar diferentes aspectos de la candidatura.

5. Evaluación de habilidades: La empresa puede realizar pruebas o evaluaciones para medir las habilidades técnicas de los candidatos en áreas como el marketing y las finanzas.
6. Referencias: La empresa puede pedir referencias de antiguos empleadores o colegas para validar la experiencia y habilidades del candidato.
7. Oferta de empleo: Si el candidato es seleccionado, la empresa le ofrecerá un contrato de trabajo que incluirá detalles sobre el salario, las prestaciones y otros términos y condiciones.
8. Contratación: Si el candidato acepta la oferta, la empresa iniciará el proceso de contratación, que puede incluir una verificación de antecedentes y la firma de documentos legales.

6.3. Funciones o procesos externalizados

Las funciones que tendremos externalizadas en la empresa, en primer lugar contaremos con una subcontratación de una empresa de limpieza, encargada del mantenimiento y limpieza de la oficina. En segundo lugar la otra función que tendremos externalizada será la de un abogado, encargado de los contratos con clientes y empleados además servirá de consultor en ciertas situaciones que se necesite el punto de vista u opinión de un abogado.

6.4. Tipos contrato

Respecto a los tipos de contrato en nuestra empresa tendremos dos tipos, el primero de ellos será el contrato indefinido para los dos jefes de departamento y las personas que componen los mismos (6 empleados en total). El otro tipo de contrato será el parcial que será justamente a las personas o servicios que tendremos externalizados como lo son el de limpieza y una psicóloga para nuestros empleados, se les hará contrato parcial debido a que no trabajan la jornada completa. Además de estos dos tipos de contrato nuestra empresa subcontrata a un abogado para que este lleve cuestiones contractuales tanto como con los clientes como con los empleados del mismo. Por lo que en conclusión tendremos contratos indefinidos, parciales y contaremos con una subcontratación.

6.5. Costes laborales

Los costes laborales de nuestra empresa serán los gastos en sueldos de manera mensual, estimando que mensualmente gastaremos unos 19.800€ más 6.930€ de seguridad social. Los sueldos están calculados para un total de 10 empleados, distribuidos entre los dos CEO, los dos jefes de departamento y los componentes de los mismos.

Los dos jefes de departamento serán los dos puestos con mayor retribución (3.500). Debido a su carga de trabajo y funciones a realizar. Para calcular los sueldos hemos realizado una estimación en base a lo que se gana en la comunidad autónoma, agregando un poco más a forma de incentivo al ser una empresa nueva (Glassdoor, 2022).

7. Plan jurídico

7.1. Elección y justificación de la modalidad jurídica elegida

La forma jurídica elegida para nuestra empresa será la de sociedad de responsabilidad limitada laboral, hemos decidido adoptar esta forma jurídica debido a que la responsabilidad de los dos socios está limitada al capital aportado, siendo una ventaja debido a que nos permite asegurar y separar el patrimonio personal del de la empresa. Además ambos socios prestarán servicios de forma personal y directa por un tiempo indefinido siendo este nuestro ejemplo. Además de esto, otro punto que nos llamó la atención de esta forma jurídica es que solo existe capital mínimo de 1€ para su constitución que a diferencia de otras como la sociedad anónima laboral estipula un mínimo de 60.000€ (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

Características de la sociedad de responsabilidad limitada laboral (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

- Mínimo 2 socios para su constitución (3 socios a los 36 meses)
- El capital social estará dividido en participaciones sociales
- Constituir una reserva especial de al menos 10 por 100 del beneficio líquido de cada ejercicio
- Libro de registro de socios para tener constancia de las transmisiones y participaciones sociales
- Tributan bajo el impuesto sobre sociedades

7.2. Requisitos legales de apertura y posibles ayudas

Una vez definida la justificación y las características de la elección de dicha forma jurídica, es importante conocer los pasos a seguir para el proceso de constitución de la sociedad de responsabilidad limitada laboral, debido a que se deben seguir unos pasos preestablecidos y seguirlos de manera correcta para que no exista ningún tipo de problema a la hora de su constitución (anexo XI). Una vez definidos los diferentes pasos para el proceso de constitución es importante conocer las acciones a realizar para la puesta en marcha de dicha forma jurídica (anexo XII).

Las ayudas o beneficios de estas sociedades quedan definidas en la guía laboral del ministerio de Trabajo y Economía Social, específicamente en el punto 7.4 que trata sobre sociedades laborales, a continuación se presentan algunas de subvenciones o beneficios que por parte de nuestra empresa serían un buena vía de fomentar nuestra actividad (El Trabajo Por Cuenta Propia O Autónomo Y El Trabajo Asociado, 2022).

- Subvención para la realización de inversiones: Puede ser en forma de ayuda financiera sobre el préstamo equivalente a una reducción de 4 puntos de interés fijado o en forma de ayuda directa con un límite del 50% del coste de adquisición.
- Subvención para la realización de actividades de formación, difusión y fomento de la economía social: Actividades como congresos, simposios, jornadas cuyo objeto sea el estudio de aspectos relacionados con la economía social. Alcanzando una cuantía máxima de 90.000€.

8. Plan económico-financiero y viabilidad

8.1. Inversión inicial y financiación

Como se puede observar a continuación la inversión inicial necesaria para la puesta de la empresa será de un total de 44.810€, para que la oficina tenga material y equipamiento necesario para la puesta en marcha, queda detallado la cantidad de material y equipamiento necesario al igual que su vida útil y su amortización anual.

En cuanto a las fuentes de financiación, contaremos con dos vías, la primera de ellas será la aportación de capital por parte de los dos socios alcanzando un total de 60.000 €. La otra fuente de financiación será la de un préstamo a largo plazo (a 5 años, alcanzando un total de 40.000€), por lo que la financiación será de un 60% de aportación propia y 40% de recursos ajenos.

Figura 13.

Inversión inicial y fuentes de financiación.

INVERSIONES	Valor	Vida útil	Amortización		
Equipos Informáticos	13.200 €	4	3.300,00 €		
Impresoras	4.200,00 €	5	840,00 €		
Televisiones (equipos electrónicos)	2.000,00 €	5	400,00 €		
Mobiliario	7.000 €	10	700,00 €		
Página Web	1.910,48 €	3	636,83 €		
Moviles de empresa	16.500 €	5	3.300,00 €		
TOTAL INVERSIÓN	44.810 €		9.177 €	TOTAL AMORTIZACIÓN	
Provisión de Fondos	55.190 €				
TOTAL DE RECURSOS	100.000 €				
	Cantidad	Peso	Coste antes impuestos	Coste después impuestos	
Recursos Ajenos	40.000 €	40%	5%	3,75%	25%
Recursos Propios	60.000 €	60%	12,2505%	12%	
					WACC 0,088503
			Beta Sector desapalancada Damodaran		1,01
			Beta proyecto	$\beta_e = \beta_A \left[1 + \frac{D}{E} (1 - t) \right]$	1,515
			RF		2,10%
			(Em - RF)		6,70%

Nota. Inversión inicial y fuentes de financiación para la puesta en marcha, a partir de elaboración propia.

8.2. Balance de situación

Figura 14.

Balance de situación primer año.

BALANCE			
Activo		Pasivo+Neto	
13.200 €	Equipos Informáticos	Recursos Propios	
55.190 €	Tesorería	Capital Social	60.000,00 €
4.200 €	Impresoras	Recursos Ajenos	
2.000 €	Televisiones	préstamo a LP	40.000,00 €
7.000 €	Mobiliario	TOTAL	100.000,00 €
1.910 €	Página web		
16.500 €	Moviles empresa		
100.000 €	TOTAL		

Nota. Ingresos y gastos del año 1 de funcionamiento, a partir de elaboración propia.

8.3. Ingresos y gastos del año 1 de funcionamiento

En cuanto a los ingresos del año 1, quedan detallados de manera mensual (anexo XIII). Destacar que los ingresos por asesoramiento fiscal entre los meses de febrero y abril, son los meses con mayor prestación de servicios debido a que se debe preparar para presentar en los meses siguientes, en cuanto a los ingresos por inversiones queremos destacar los meses de diciembre, agosto y septiembre debido a que es cuando está abierto el mercado de fichajes, por lo que se realizan traspasos y los jugadores que llegan a ciudades nuevas y deben adquirir o alquilar una vivienda. En cuanto a los ingresos por gestión de redes sociales, los periodos de pretemporada de los jugadores eran muy importantes debido a que se incrementa el número de publicaciones y se da un mayor seguimiento al día a día de la pretemporada. Por último respecto a los ingresos por elaboración de planes de acción o estudios de mercado, el número de estos aumenta sobretodo en meses de vacaciones que se realizan torneos y eventos deportivos de verano, además de estos meses de verano hemos marcado la elaboración de los planes de acción o estudios de mercado en meses donde existen fechas marcadas de vacaciones como lo puede ser el 1 de mayo o Semana Santa.

Respecto a los gastos, se puede observar en la figura a continuación que nuestro mayor gasto es el de los salarios, seguido de la seguridad social y por último marketing alcanzando la cifra de los 5.000€, destacar que los primeros dos meses contaremos con la publicidad de Tamara Icardo (activación 2), lo que supone un gasto de 4.000€, el monto restante se usará para publicidad en plataformas de streaming online.

Figura 15.

Ingresos y gastos año 1.

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS													
Ingresos por asesoramiento fiscal	250 €	350 €	350 €	250 €	2.000 €	2.000 €	4.000 €	2.000 €	1.600 €	4.000 €	2.000 €	3.000 €	21.800 €
Ingresos por inversiones	- €	- €	20.000 €	200 €	200 €	300 €	300 €	300 €	300 €	12.500 €	45.500 €	20.500 €	100.100 €
Ingresos por gestión de patrimonio	4.500 €	5.250 €	4.500 €	4.800 €	5.250 €	5.550 €	5.550 €	6.000 €	6.000 €	4.500 €	4.500 €	4.500 €	60.900 €
Ingresos por gestión de redes sociales	3.000 €	3.000 €	4.500 €	4.500 €	4.500 €	6.000 €	6.000 €	7.500 €	9.000 €	6.000 €	9.000 €	9.000 €	72.000 €
Ingresos por logotipos y web	500 €	1.000 €	1.000 €	500 €	1.000 €	1.500 €	1.500 €	3.000 €	4.000 €	1.500 €	1.500 €	3.000 €	20.000 €
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	15.000 €	5.000 €	20.000 €	20.000 €	10.000 €	5.000 €	105.000 €
													- €
INGRESOS TOTALES	13.250 €	14.600 €	35.350 €	15.250 €	17.950 €	20.350 €	32.350 €	23.800 €	40.900 €	48.500 €	72.500 €	45.000 €	379.800 €
GASTOS													
Intereses de préstamo (5%)	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	1.050 €	12.600 €
Suministros	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	350 €	4.200 €
Marketing y publicidad	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	60.000 €
Internet y redes	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	3.000 €
Seguridad y vigilancia	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	3.600 €
Software diseño	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	600 €
Software de contabilidad	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	960 €
Servicio almacenamiento	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	20 €	240 €
Material de oficina	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	3.600 €
sueldos	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	19.800 €	237.600 €
seguridad social	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	6930	83.160 €
limpieza	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4.800 €
GASTOS TOTALES	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	34.130 €	409.560 €
EBITDA	- 20.880 €	- 19.530 €	1.220 €	-18.880 €	- 16.180 €	-13.780 €	- 1.780 €	- 10.330 €	6.770 €	14.370 €	38.370 €	10.870 €	- 29.760 €
Amortizaciones	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	765 €	3.059 €
EBIT	- 21.645 €	- 20.295 €	455 €	-19.645 €	- 16.945 €	-14.545 €	- 2.545 €	- 11.095 €	6.005 €	13.605 €	37.605 €	10.105 €	- 32.819 €

Nota. Elaboración de ingresos totales y gastos totales del primer año, a partir de elaboración propia.

8.4. Cuenta de resultados a 5 años

Figura 16.

Cuenta de resultados a 5 años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por asesoramiento fiscal		21.800 €	22.454 €	24.250 €	25.463 €	26.736 €
Ingresos por inversiones		100.100 €	107.107 €	119.960 €	143.952 €	151.149 €
Ingresos por gestión de patrimonio		60.900 €	64.554 €	70.364 €	80.918 €	81.728 €
Ingresos por gestión de redes sociales		72.000 €	75.600 €	83.160 €	85.655 €	88.224 €
Ingresos por logotipos y web		20.000 €	20.600 €	23.072 €	25.379 €	25.633 €
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado		105.000 €	109.200 €	131.040 €	134.971 €	139.020 €
INGRESOS TOTALES		379.800 €	399.515 €	451.846 €	496.338 €	512.491 €
GASTOS						
Intereses de préstamo (5%)		12.600 €	12.890 €	13.186 €	13.490 €	13.800 €
limpieza		4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €
Suministros		60.000 €	63.000 €	66.150 €	69.458 €	72.930 €
Marketing y publicidad		3.000 €	3.150 €	3.308 €	3.473 €	3.647 €
Internet y redes		3.600 €	3.672 €	3.745 €	3.820 €	3.897 €
Seguridad y vigilancia		600 €	618 €	637 €	656 €	675 €
Software diseño		960 €	960 €	970 €	979 €	989 €
Software de contabilidad		240 €	240 €	242 €	245 €	247 €
Servicio almacenamiento		3.600 €	3.636 €	3.672 €	3.709 €	3.746 €
Material de oficina		3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
sueldos		237.600 €	239.976 €	242.376 €	244.800 €	247.248 €
seguridad social		83.160 €	83.992 €	84.832 €	85.680 €	86.537 €
GASTOS TOTALES		413.160 €	419.933 €	426.917 €	434.108 €	441.515 €
EBITDA		- 33.360 €	- 20.418 €	24.929 €	62.230 €	70.975 €
Amortizaciones		3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €
BAI		- 36.419 €	- 23.477 €	21.870 €	59.171 €	67.916 €
Impuesto/beneficios		- 9.105 €	- 5.869 €	5.467 €	14.793 €	16.979 €
NO PLAT		- 27.314 €	- 17.608 €	16.402 €	44.378 €	50.937 €
Amortizaciones		3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €
Flujo de Caja Operativo		- 24.255 €	- 14.549 €	19.461 €	47.437 €	53.996 €
CAPEX		- 44.810 €				
Valor residual						
Flujo Neto de Caja		- 44.810 €	- 14.549 €	19.461 €	47.437 €	53.996 €
Plazo de Recuperación		4,35 años				
VAN		€ 4.843,45				
IRR		0,106310				
Fc Acumulado		- 44.810 €	- 69.066 €	- 83.615 €	- 64.154 €	- 16.716 €
						37.280 €

25%

Nota. Cuenta de cuenta de resultados a 5 años de la empresa, a partir de elaboración propia.

Para realizar los resultados a 5 años de la empresa hemos tenido en cuenta unos porcentajes de crecimiento en cada apartado que conforma tanto los ingresos como los gastos (anexo XIII). Una vez definidos estos crecimientos el escenario más probable es el que se presenta en la figura XIV, en el siguiente apartado se podrán observar los otros dos escenarios (pesimista y optimista).

8.5. Escenarios

Una vez definido el escenario más probable de la empresa, debemos conocer los otros dos escenarios posibles como lo son el optimista y pesimista, estos dos escenarios están relacionados con los crecimientos tanto de ingresos como de los gastos.

Figura 17.

Escenario optimista.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
INGRESOS							
Ingresos por asesoramiento fiscal		21.800 €	22.454 €	24.250 €	25.463 €	26.736 €	
Ingresos por inversiones		115.100 €	123.157 €	137.936 €	165.523 €	182.075 €	
Ingresos por gestión de patrimonio		60.900 €	64.554 €	70.364 €	80.918 €	88.201 €	
Ingresos por gestión de redes sociales		75.000 €	79.500 €	87.450 €	96.195 €	105.815 €	
Ingresos por logotipos y web		20.000 €	20.600 €	23.072 €	25.379 €	25.633 €	
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado		105.000 €	115.500 €	138.600 €	152.460 €	167.706 €	
INGRESOS TOTALES		397.800 €	425.765 €	481.672 €	545.938 €	596.166 €	
GASTOS							
Intereses de préstamo (5%)		12.600 €	12.890 €	13.186 €	13.490 €	13.800 €	
limpieza		4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	
Suministros		60.000 €	63.000 €	66.150 €	69.458 €	72.930 €	
Marketing y publicidad		3.000 €	3.150 €	3.308 €	3.473 €	3.647 €	
Internet y redes		3.600 €	3.672 €	3.745 €	3.820 €	3.897 €	
Seguridad y vigilancia		600 €	618 €	637 €	656 €	675 €	
Software diseño		960 €	960 €	970 €	979 €	989 €	
Software de contabilidad		240 €	240 €	242 €	245 €	247 €	
Servicio almacenamiento		3.600 €	3.636 €	3.672 €	3.709 €	3.746 €	
Material de oficina		3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	
sueldos		237.600 €	239.976 €	242.376 €	244.800 €	247.248 €	
seguridad social		83.160 €	83.992 €	84.832 €	85.680 €	86.537 €	
GASTOS TOTALES		413.160 €	419.933 €	426.917 €	434.108 €	441.515 €	
EBITDA		- 15.360 €	5.832 €	54.755 €	111.830 €	154.650 €	
Amortizaciones		3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	
BAI		- 18.419 €	2.773 €	51.696 €	108.771 €	151.591 €	
Impuesto/beneficios		- 4.605 €	693 €	12.924 €	27.193 €	37.898 €	
NO PLAT		- 13.814 €	2.079 €	38.772 €	81.578 €	113.694 €	
Amortizaciones		3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	
Flujo de Caja Operativo		- 10.755 €	5.138 €	41.831 €	84.637 €	116.753 €	
CAPEX	- 44.810 €						
Valor residual							
Flujo Neto de Caja	- 44.810 €	- 10.755 €	5.138 €	41.831 €	84.637 €	116.753 €	
Plazo de Recuperación	1,10	años				WACC	0,088503
VAN	118774						
IRR	0,459283						
Fc Acumulado	- 44.810 €	- 55.566 €	- 50.427 €	- 8.597 €	76.041 €	192.793 €	

25%

Nota. Representación del escenario optimista a 5 años, a partir de elaboración propia.

Como se puede observar en el escenario optimista en el primer año en el mes de junio además de los ingresos por la operación de alquiler de un piso a un deportista, se cierra la venta de un inmueble obteniendo así 15.000€. Además de esta operación, la activación realizada sale mucho mejor de lo planteado en los objetivos, lo que hace que obtengamos 4 clientes a partir del mes de diciembre.

Como se mencionó anteriormente, para obtener los resultados de este escenario, será necesario aumentar los porcentajes de crecimiento (anexo XV). Destacando el aumento del porcentaje de ingresos del año 5, junto con el de gestión de redes sociales e inversiones en el año 1.

Los ratios financieros de este escenario, el plazo de recuperación se sitúa en un año y un mes, la van y la tir son mayores que cero por lo que la inversión será efectuable en este caso a diferencia del más probable, se recupera la inversión más rápido y estaría dando beneficios más rápido.

El segundo escenario es el pesimista, en el cual como se podrá observar en la figura a continuación los ingresos totales del primer año disminuye debido a que dos de las operaciones de venta de viviendas no salieron adelante por lo que los ingresos de esos meses (junio y septiembre) se ve afectado debido a que solo se ingresa el monto correspondiente por el alquiler. Además de esto ha disminuido el porcentaje de clientes a la hora de gestionar las redes sociales, debido a que las dos activaciones planteadas no cumplieron con los objetivos establecidos, por lo que a consecuencia de eso decidimos aumentar los gastos relacionados con marketing y publicidad pasando el primer año de un 5% a un 10%, aumentando el valor de los mismos 5% durante los siguientes cuatro años, para la buscar nuevas formas de atraer clientes. Los porcentajes de crecimiento quedarán definidos en base a estos dos sucesos mencionados (anexo XVI).

Figura 18.

Escenario pesimista.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos por asesoramiento fiscal		21.800 €	22.454 €	24.250 €	25.463 €	26.736 €
Ingresos por inversiones		80.100 €	85.707 €	91.706 €	98.126 €	103.032 €
Ingresos por gestión de patrimonio		60.900 €	64.554 €	70.364 €	80.918 €	81.728 €
Ingresos por gestión de redes sociales		73.500 €	77.175 €	82.577 €	89.183 €	91.859 €
Ingresos por logotipos y web		20.000 €	20.600 €	23.072 €	25.379 €	25.633 €
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado		105.000 €	109.200 €	131.040 €	134.971 €	139.020 €
INGRESOS TOTALES		361.300 €	379.690 €	423.010 €	454.041 €	468.008 €
GASTOS						
Intereses de préstamo (5%)		12.600 €	12.890 €	13.186 €	13.490 €	13.800 €
limpieza		4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €	4.200 €
Suministros		60.000 €	63.000 €	66.150 €	69.458 €	72.930 €
Marketing y publicidad		3.000 €	3.300 €	3.795 €	4.364 €	4.801 €
Internet y redes		3.600 €	3.672 €	3.745 €	3.820 €	3.897 €
Seguridad y vigilancia		600 €	618 €	637 €	656 €	675 €
Software diseño		960 €	960 €	970 €	979 €	989 €
Software de contabilidad		240 €	240 €	242 €	245 €	247 €
Servicio almacenamiento		3.600 €	3.636 €	3.672 €	3.709 €	3.746 €
Material de oficina		3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
suelos		237.600 €	239.976 €	242.376 €	244.800 €	247.248 €
seguridad social		83.160 €	83.992 €	84.832 €	85.680 €	86.537 €
GASTOS TOTALES		413.160 €	420.083 €	427.405 €	435.000 €	442.670 €
EBITDA		- 51.860 €	- 40.393 €	- 4.395 €	19.041 €	25.339 €
Amortizaciones		3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €
BAI		- 54.919 €	- 43.452 €	- 7.454 €	15.982 €	22.280 €
Impuesto/beneficios		- 13.730 €	- 10.863 €	- 1.863 €	3.996 €	5.570 €
NO PLAT		- 41.189 €	- 32.589 €	- 5.590 €	11.987 €	16.710 €
Amortizaciones		3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €	3.059 €
Flujo de Caja Operativo		- 38.130 €	- 29.530 €	- 2.531 €	15.046 €	19.769 €
CAPEX	-	44.810 €				
Valor residual						
Flujo Neto de Caja	-	44.810 €	- 38.130 €	- 29.530 €	- 2.531 €	15.046 €
Plazo de Recuperación		11,64 años			WACC	0,088503
VAN		-83073				
IRR		-0,284332				
Fc Acumulado	-	44.810 €	- 82.941 €	- 112.471 €	- 115.003 €	- 99.957 €

25%

Nota. Representación del escenario pesimista a 5 años, a partir de elaboración propia.

Los ratios financieros de este escenario en primer lugar tendríamos el plazo de recuperación en más de 11 años, van y tir en negativo, por lo que la inversión no sería efectuable.

8.6. Ratios financieros

El primer ratio a analizar es el plazo de recuperación que se estima en 4 años y tres meses (4,35), siendo este el escenario más probable. El segundo ratio es el van, que determina o no la viabilidad de una inversión, en este caso al estar por arriba de la unidad es viable realizar la inversión. Por último contamos con la tir, que determina la tasa de retorno de una

45

inversión, alcanzando el 10%. Al ser estos dos ratios mayores que 0 la inversión en este proyecto se considera efectuable.

Figura 19.

Ratios financieros.

Plazo de Recuperación	4,35	años
VAN	€ 4.843,45	
IRR	0,106310	

Nota. Cuenta de cuenta de resultados a 5 años de la empresa, a partir de elaboración propia.

9. Responsabilidad social corporativo

Para realizar las acciones de responsabilidad social corporativa, hemos decidido hacerlas con el fin de cumplir con los objetivos de desarrollo sostenible, planteados en el año 2015 por los líderes mundiales, para cumplirlos dentro de un plazo de 15 años (Gamez, 2022).

9.1. Acciones de RSC

En primer lugar, fomentaremos el objetivo número 11, desarrollo de ciudades y comunidades sostenibles, a través de intentar publicitar el uso del transporte público. Los equipos con los que trabajemos harán campañas de concienciación yendo a entrenar en transporte público y/o en patín eléctrico. A través de estas campañas utilizando a los deportistas que trabajan con nosotros lograremos concienciar al público ya que muchas veces los deportistas son más que deportistas, son un ejemplo a seguir para muchas personas, sobre todo los jóvenes, y viendo como uno de los jugadores que para él es un ídolo va en patinete eléctrico a entrenar aumentamos la posibilidad de que esa persona quiera un patinete eléctrico para moverse por su ciudad.

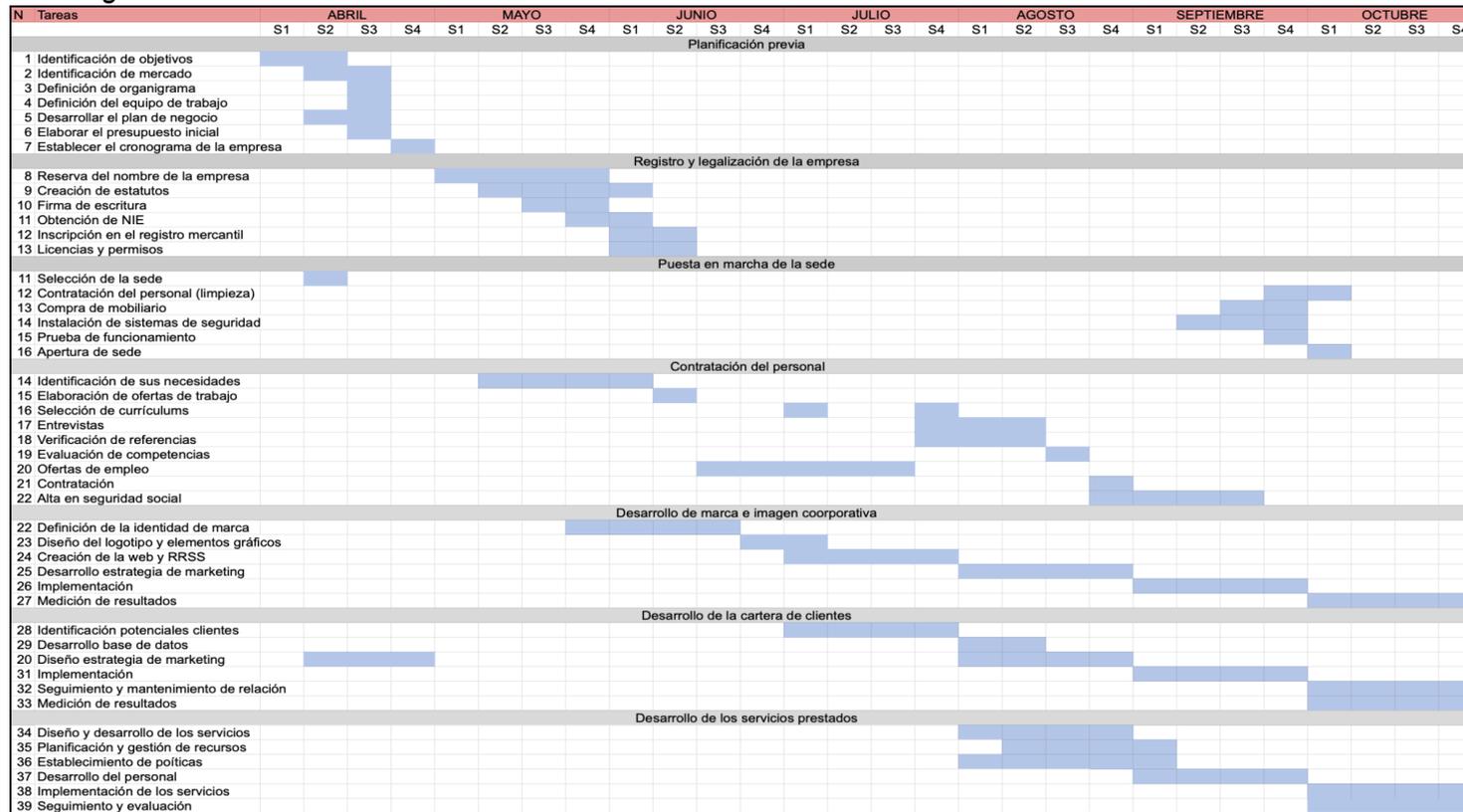
Otra medida que tomaremos para cumplir con los objetivos con las empresas que nos contacten será implementar medidas de eficiencia energética en sus instalaciones, para cumplir con el objetivo número 7, energía asequible y no contaminante. Llevaremos a cabo auditorías energéticas para nuestros clientes identificando áreas de mejora en el consumo energético y desarrollaremos planes de acción para reducirlo como podría ser la implantación de iluminación LED o la instalación de paneles solares. Además promoveremos

la concienciación sobre la importancia de la eficiencia energética a través de nuestros empleados y deportistas patrocinados ofreciendo talleres a los que asistirán nuestros deportistas “imagen” y donde la gente que asista podrá conocerlos mientras recibe un taller educativo acerca de la mejora de la eficiencia energética.

10. Cronograma to-start

Figura 20.

Cronograma to-start.



Nota. Tareas presentadas en el cronograma para la puesta en marcha, a partir de elaboración propia.

11. Conclusiones

En un mercado deportivo cada vez más competitivo, la necesidad de una estrategia comercial bien diseñada es más importante que nunca. J&J Consulting Group ofrece soluciones personalizadas y eficaces para aumentar la rentabilidad financiera, optimizar las estrategias de marketing y mejorar la posición de mercado de las empresas, organizaciones y personas del sector deportivo.

Un plan de negocios describe la visión, la misión y los objetivos de la empresa, así como la estrategia general y el plan de acción para lograr los objetivos establecidos. Con un excelente equipo de expertos en los campos de las finanzas y el marketing deportivo, la empresa tiene como objetivo proporcionar soluciones innovadoras adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente.

La estrategia de marketing y ventas de la empresa de consultoría financiera y marketing deportivo se centra en crear una presencia online atractiva, identificar eventos deportivos importantes y oportunidades de patrocinio, y promover la marca y los servicios de la empresa a través de canales de marketing digitales y tradicionales.

Además, nuestra consultora cuenta con un modelo de negocio escalable y sostenible que puede crecer a medida que aumenta la demanda de servicios profesionales en la industria del deporte. La empresa se esfuerza por la excelencia en el servicio al cliente, lograda a través de un enfoque personal y una comunicación clara y eficiente con los clientes.

En general, el plan de negocios de la firma de J&J Consulting Group es viable y está bien desarrollado, lo que indica que la empresa tiene un gran potencial de crecimiento y éxito en el futuro. Con una estrategia clara y un equipo bien capacitado, la empresa está bien posicionada para convertirse en un actor clave en el mercado de consultoría deportiva y ayudar a sus clientes a alcanzar sus objetivos comerciales deportivos.

12. Bibliografía

- Alén, I. E. (2022). *Los nuevos contratos formativos de la reforma laboral*. Los nuevos contratos formativos de la reforma laboral. Retrieved March 15, 2023, from <https://vento.es/contratos-formativos-reforma-laboral/>.
- Andrés, A. (2020, April 6). Asesoramiento financiero en el Deporte. RankiaPro. Retrieved March 18, 2023, from <https://rankiapro.com/es/asesoramiento-financiero-en-el-deporte/>.
- Banco Santander. (2022). ¿Qué es el PIB o Producto Interior Bruto? Banco Santander. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.bancosantander.es/glosario/pib-producto-interior-bruto>.
- BOE. (2022, April 13). A-1998-8789 Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación. BOE.es. Retrieved March 1, 2023, from <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1998-8789>
- Borja, A. (2019, June 14). ¿Cuánto cobra un asesor financiero? Comisiones, asesoramiento y cuotas. Rankia. Retrieved March 21, 2023, from <https://www.rankia.com/blog/fondos-inversion/4276662-cuanto-cobra-asesor-financiero-comisiones-asesoramiento-cuotas>
- Circulo de Gestores. (2020, 11 23). La industria deportiva aporta el 3,3% del PIB español y genera 414.000 puestos de trabajo. Círculo de Gestores Deportivos de Madrid. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.circulodegestores.com/blog/la-industria-deportiva-aporta-el-33-del-pib-espanol-y-genera-414000-puestos-de-trabajo?elem=188306>
- Consultoría Estratégica de Investigación de Mercados. (2022, November 17). Precio de un Estudio de Mercado | ¿Cuánto cuesta en España? CIMEC. Retrieved March 21, 2023, from <https://www.cimec.es/precio-estudio-de-mercado/>
- Datosmacro.com. (2022). *PIB de España - Producto Interior Bruto 2022*. Datosmacro.com. Retrieved March 15, 2023, from <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>
- El Trabajo por Cuenta propia o Autónomo y el Trabajo Asociado. (2022). El Trabajo por Cuenta propia o Autónomo y el Trabajo Asociado. Ministerio de Trabajo y Economía Social. Retrieved April 13, 2023, from https://www.mites.gob.es/es/guia/texto/guia_2/contenidos/guia_2_7_5.htm
- Ferrel, S. (2021). *Professional Athletes Going Broke: Perspectives from Financial Advisors*. Carlos Dias Jr. Retrieved March 18, 2023, from

<https://carlosdiasjr.com/wp-content/uploads/2021/07/Professional-Athletes-Going-Broke-Perspectives-from-Financial-Advisors.pdf>

Gamez, M. J. (2022, May 24). ODS. Objetivos y metas de desarrollo sostenible - Desarrollo Sostenible. Retrieved April 17, 2023, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Glassdoor. (2022). *Home*. YouTube. Retrieved April 17, 2023, from https://www.glassdoor.es/Sueldos/madrid-social-media-manager-sueldo-SRCH_IL.0.6.IM1030_KO7.27.htm?clickSource=searchBtn

Infoautónomos. (2022, December 29). *El Impuesto sobre Sociedades, IS, en 2023*. Infoautónomos. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.infoautonomos.com/fiscalidad/impuesto-de-sociedades/>

Instituto Nacional de Estadística. (2022, November 18). *Demografía y población / Fenómenos demográficos / Estadística de migraciones / Últimos datos*. INE. Retrieved March 15, 2023, from https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177000&menu=ultiDatos&idp=1254735573002

Instituto Nacional de Estadística. (2022, December 16). *Productos y Servicios / Publicaciones / Publicaciones de descarga gratuita*. Productos y Servicios / Publicaciones / Publicaciones de descarga gratuita. Retrieved March 15, 2023, from https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

Instituto Nacional de Estadística de Cataluña. (2023, January 19). *ICEH Indicadores de confianza empresarial*. Idescat. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.idescat.cat/pub/?id=iceh&lang=es>

Lázaro, M. (2022, May 22). *Así estamos usando las redes sociales en España en 2022*. Hablando en corto. Retrieved March 15, 2023, from <https://hablandoencorto.com/2022/05/uso-redes-sociales-espana-2022.html>

Marketing ecommerce. (2023, January 27). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2023)*. Marketing 4 Ecommerce. Retrieved March 22, 2023, from <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/amp/>

Mena, M. (2022, October 13). *Gráfico: El meteórico ascenso de TikTok*. Statista. Retrieved March 22, 2023, from <https://es.statista.com/grafico/amp/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel-mundial/>

- Ministerio de Cultura y Deporte. (2022). *Anuario de Estadísticas Deportivas 2022*. Ministerio de Cultura y Deporte. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:76870d19-0484-408e-836e-d9faa2d5d406/anuario-de-estadisticas-deportivas-2022.pdf>
- Ministerio de Industria, Comercio y turismo. (2022). *Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras*. Portal PYME. Retrieved March 18, 2023, from <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/Paginas/AutodiagnosticoActitudesEmprendedoras.aspx>
- Ministerio de Industria ,Comercio y Turismo. (2022). *Descripción formas jurídicas*. Descripción formas jurídicas. Retrieved April 13, 2023, from <https://plataformapyme.es/es-es/IdeaDeNegocio/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLL&nombre=Sociedad+de+Responsabilidad+Limitada+Laboral&idioma=es-ES#dCaracter%C3%ADsticas>
- Monfort, M. (2021, Diciembre). *MARKETING DEPORTIVO Y EL VALOR DE LA MARCA EN EL FÚTBOL*. RiuNet. Retrieved March 18, 2023, from <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/179366/Monfort%20-%20MARKETING%20DEPORTIVO%20Y%20EL%20VALOR%20DE%20LA%20MARCA%20EN%20EL%20FUTBOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nonstopscq. (2020, July 10). *PATROCINIO DEPORTIVO Y RETORNO MEDIÁTICO*. - *Agencia de marketing deportivo - Nonstop especializada en deportes*. nonstop marketing deportivo. Retrieved March 18, 2023, from <https://www.nonstopmarketing.es/patrocinio-deportivo-y-retorno-mediatico/>
- Raisin. (2022). *Los impuestos directos e indirectos: una guía detallada*. Raisin. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.raisin.es/tributacion/impuestos-directos-e-indirectos/>
- Resources for employers. (2023). *descripción del puesto de director de finanzas | Workable*. Workable resources. Retrieved April 17, 2023, from <https://resources.workable.com/es/director-de-finanzas-descripcion-del-puesto>
- Resources for employers. (2023). *Descripción del puesto de gerente de marketing | Workable*. Workable resources. Retrieved April 17, 2023, from <https://resources.workable.com/es/gerente-de-marketing-descripcion-del-puesto>
- Saballs, M. (2022, November 25). *España sigue lejos del compromiso europeo de inversión en I+D del 2% del PIB*. El Periódico de España. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.epe.es/es/activos/macroeconomia/20221125/espana-id-compromiso-europeo-inversion-79046095>

35MM. (2022, January 26). *¿Cuánto gana un influencer?: descubre su sueldo*. Treintaycinco mm. Retrieved March 22, 2023, from <https://35mm.es/cuanto-cobra-un-influencer-publicidad/>

Wolters Kluwer TAA España. (2022, 08 22). *Reforma laboral 2021-2022: los puntos clave*. Wolters Kluwer. Retrieved March 15, 2023, from <https://www.wolterskluwer.com/es-es/expert-insights/reforma-laboral-2021-2022>

The World Bank. (2023). *Glossary*. Glossary | DataBank. Retrieved March 15, 2023, from <https://databank.worldbank.org/metadataglossary/jobs/series/IC.BUS.EASE.XQ>

World Padel Tour. (2022). *Conoce a los jugadores*. World Padel Tour. Retrieved March 22, 2023, from <https://worldpadeltour.com/jugadores>

Zaaks. (2022). *¿Cuánto cuesta una asesoría financiera?* Zaask. Retrieved March 21, 2023, from <https://www.zaask.es/cuanto-cuesta/consultoria-financiera>.

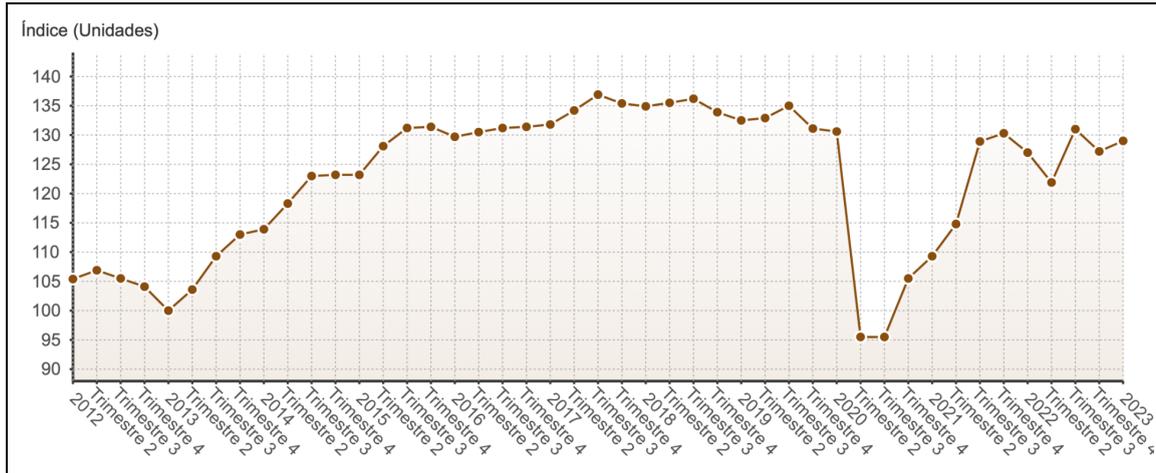
13. Anexos

13.1. Anexo I. Evolución del Índice de confianza empresarial

En la siguiente figura podemos observar el índice de confianza empresarial en España trimestralmente durante los últimos 11 años.

Figura A1.1. Anexo I.

Índice de confianza empresarial.



Nota. Índice de confianza empresarial trimestralmente

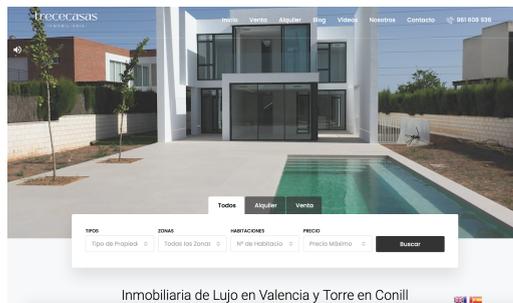
Fuente: <https://www.epdata.es/indice-confianza-empresarial/9d412e90-4299-49f7-90a4-c72f25f50ed8>

13.2. Anexo II. Trececasas.

La siguiente figura refleja la feed principal de la página web de uno de nuestros colaboradores, la inmobiliaria Trececasas.

Figura A2.2. Anexo II.

Inmobiliaria trececasas.



Nota. Inmobiliaria trececasas, con la que estableceremos convenios para la venta de sus propiedades y es la encargada de la gestión de nuestra oficina.

Fuente: <https://trececasas.com>

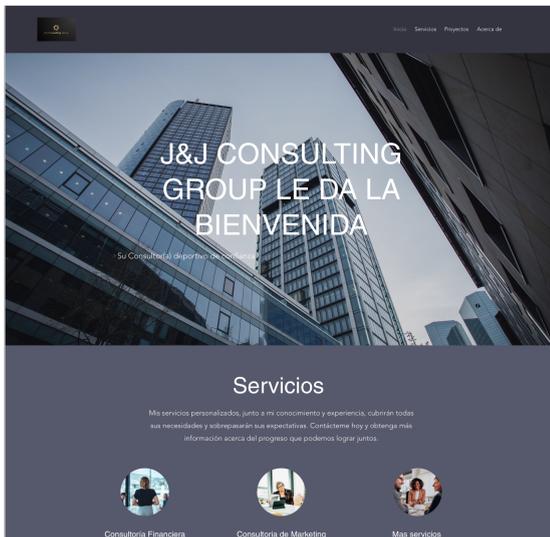
13.3. Anexo III . *Página web y logotipo*

En la siguiente figura se puede observar cómo será el logotipo de la empresa y la primera vista de nuestra página web.

Texto explicativo

Figura A3.3. Anexo III.

Diseño de página web y logo.



Nota. Creación de página web y logotipo.

Fuente: <https://looka.com/editor/117098548>

13.4. Anexo IV. Errores en redes sociales.

En esta figura, se ejemplifican dos errores de dos futbolistas conocidos en sus redes sociales, dejando constancia de la necesidad de muchos de ellos de un asesor.



Nota. Errores y fallos en redes sociales de deportistas.

Fuente: <https://www.elperiodico.com/es/deportes/20151229/futbolistas-deportistas-liaron-twitter-polemica-4782816>

13.5. Anexo V. Oficina y sus diferentes espacios.

En relación a nuestra oficina, se puede observar a continuación los espacios con los que contaremos.

Figura A5.5. Anexo V.

Espacios de la oficina.



Nota. Espacios y vistas de la oficina en Cortes Valencianas

Fuente: <https://trececasas.com/property/oficina-en-zona-de-cortes-valencianas-2/#&gid=1&pid=3>

13.6. Anexo VI. Lista de materiales y servicios.

En este anexo, se reflejan los materiales y la contratación de servicios que necesitaremos para la puesta en marcha, y el coste que nos supondrá.

Figura A6.6. Anexo VI.

Materiales necesarios.

MATERIALES	DESCRIPCIÓN	PRECIO MEDIO €
Ordenadores	Como minimo un ordenador por cada trabajador de la empresa	1.000-1.500€ ud
Impresoras	Dos por cada departamento y una cada para jefe del mismo	400-900€ ud
Móviles de empresa	Uno por cada trabajador	1.500€ ud
Material de oficina	Todo tipo de material para el uso diario de una oficina	200-500€
Mobiliario	Escritorios , mesas , sillas para poder dar forma a la oficina	+5.000€

Nota. Precio medio de materiales necesarios para la puesta en marcha, a partir de elaboración propia.

Figura A6.7. Anexo VI. Contratación de servicios necesaria.

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN	PRECIO MEDIO €
Internet	Servicio de internet tanto para conexión wifi como por cable	200-300€
Software de contabilidad	Para el departamento financiero (Quickbooks)	50-100€
Software de diseño	Para el departamento de marketing (Adobe Creative Cloud)	30-70€
Servicio de almacenamiento	Servicio de almacenamiento en la nube de manera online (Dropbox)	10-20€
Seguridad y alarma	Sistema de alarma y camaras de seguridad (Simplisafe)	300€

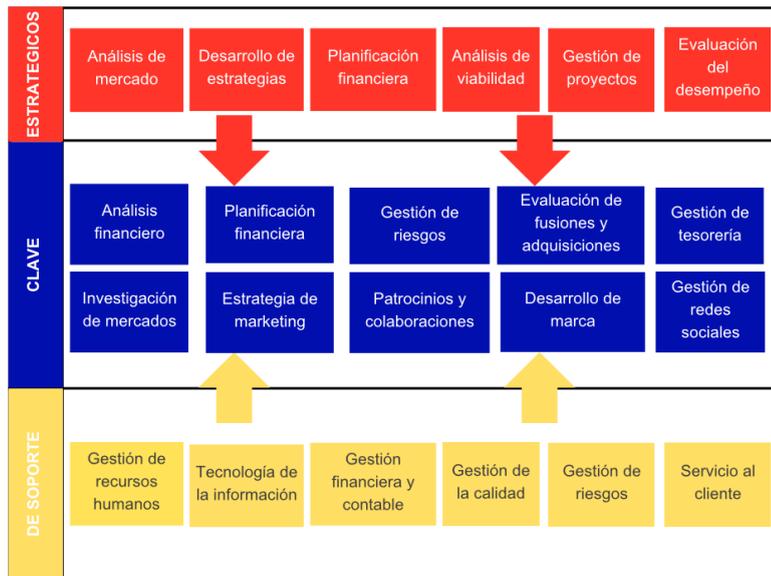
Nota. Servicios a contratar para la puesta en marcha, a partir de elaboración propia.

13.7. Anexo VII. Esquema de relación de procesos.

Este anexo hace referencia a la relación entre los procesos de soporte y estratégicos con los procesos clave.

Figura A7.7. Anexo VII.

Relación entre procesos.



Nota. Esquema de relación de procesos, a partir de elaboración propia.

13.8. Anexo VIII. Explicación del diagrama de flujo.

Identificación de las necesidades del cliente: En este punto se da la reunión del cliente con el jefe de departamento, para que este le indique de manera más específica lo que le gustaría que realizara la empresa a la hora de gestionar sus redes sociales.

Estudio de la oferta: Es cuando una vez se conoce el punto de vista del cliente el jefe de departamento se reúne junto con el social media manager para debatir sobre si se puede cumplir las exigencias del cliente. Si se acepta, se sigue adelante con el cliente.

Formalización de contrato: En este apartado se deja constancia por escrito de los servicios prestados, tarifas y objetivos a alcanzar, deberá estar firmado por ambas partes.

Inscripción en base de datos: Es cuando una vez firmado el contrato, se pasa a inscribir al cliente con todos sus datos y contraseñas de sus redes sociales.

Presentación y definición de objetivos: Se elabora el primer borrador incorporando los objetivos planteados por el cliente y otros incorporados por el social media manager, junto a recomendaciones y ejemplos de otros trabajos realizados.

Presentación del plan al cliente: Con toda la información del punto anterior se reúnen el cliente junto con el jefe de departamento y el social media manager para así conocer si aprueba o no el plan elaborado.

Diseño del plan elaborado: Si el cliente en el punto anterior acepta, se comienza a elaborar el plan establecido

Ejecución del plan: Una vez diseñado y teniendo toda la información del cliente, se comienza a gestionar las redes sociales del cliente, presentando en un plazo de tiempo previamente establecido la consecución de los objetivos planteados.

13.9. Anexo IX. Perfil de puesto de trabajo del departamento de marketing.

Las siguientes figuras reflejan los distintos perfiles que busca nuestra empresa para los distintos puestos de trabajo dentro del departamento de marketing.

Figura A9.9. Anexo IX.

Perfil de puesto de social media manager.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Social media manager
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefe del departamento de marketing
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Diseño de presencia en medios	Establecer objetivos en redes sociales
Gestión de redes sociales	Campañas y promociones en redes sociales
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en marketing o publicidad	Grado en comunicación audiovisual
VALOR AÑADIDO	
Nuevas tecnologías y transformación digital	
COMPETENCIAS	
Herramientas de medición	Herramientas de diseño
Creación y gestión de contenidos	Gestión de perfiles en redes sociales

Nota. Descripción del perfil de puesto de social media manager.

Fuente: <https://www.beedigital.es/redes-sociales-pymes-autonomos/el-perfil-de-un-social-media-manager/>

Figura A9.10. Anexo IX.

Perfil del puesto de diseñador digital.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Diseñador digital
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefe del departamento de marketing
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Creacion de logotipos e imágenes	Creación de diseños finales
Presentacion de ideas	Aplicación de nuevas tecnologías
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en diseño	
VALOR AÑADIDO	
Familiaridad con software y tecnologías de diseño	
COMPETENCIAS	
Trabajo online y offline	Herramientas de diseño
Psicología de la imagen	Conocimiento del entorno digital

Nota. Descripción del perfil de puesto de diseñador digital.

Fuente: <https://resources.workable.com/es/disenador-grafico-descripcion-del-puesto>

Figura A9.11. Anexo IX.

Perfil de puesto de analista de mercado.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Analista de mercados
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefe del departamento de marketing
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Elaborar estudios de mercado	Recoger datos sobre la competencia y el sector
Fijar estrategias y objetivos	Analizar datos obtenidos
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en mercadotecnia	Grado en finanzas
VALOR AÑADIDO	
Conocimeinto en herramientas de análisis datos y masters en investigación mercados (IE)	
COMPETENCIAS	
Capacidad analítica	Análisis y pensamiento crítico
Orientación a la calidad	Capacidad de interpretación datos

Nota. Descripción del perfil de puesto de analista de mercado.

Fuente: <https://santandersmartbank.es/talent-scanner/economia-y-finanzas/analista-de-mercado/>

13.10. Anexo X. Perfil de puesto de trabajo del departamento financiero.

Figura A10.10. Anexo X.

Perfil del puesto de asesor fiscal.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Asesor fiscal
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefe del departamento financiero
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Preparar declaraciones de renta	Contacto con las autoridades fiscales
Cálculo de niveles impositivos	Otorgar información clave sobre el sistema fiscal al cliente
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en economía y finanzas	Doble grado en derecho y economía
VALOR AÑADIDO	
Master oficial en asesoría fiscal	Master en asesoría jurídica a empresas
COMPETENCIAS	
Asesorar al cliente sobre maneras legales de reducir impuestos.	
Analizar información y aritmética	Capacidad de negociación

Nota. Descripción del perfil del puesto de asesor fiscal.

Fuente: <https://www.gdasesoria.com/blog/posts/asesor-fiscal-empresas-funciones-importancia>

Figura A10.11. Anexo X.

Perfil de puesto de contable.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Contable
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefe del departamento financiero
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Registrar y verificar transacciones	Emitir facturas de servicios
Preparar estados financieros	Registro del patrimonio de los clientes
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en finanzas y contabilidad	
VALOR AÑADIDO	
Experiencia como contable	Aptitud numérica
COMPETENCIAS	
Gestión información	Dominio de herramientas informáticas
Liderazgo	Dominio de software de contabilidad

Nota. Descripción del perfil del puesto de contable.

Fuente: <https://resources.workable.com/es/contable-de-administracion-descripcion-de-puesto>

Figura A10.12. Anexo X.

Perfil del puesto de analista financiero.

DENOMINACIÓN DEL PUESTO	Analista financiero
DEPENDENCIA JERÁRQUICA	Jefe del departamento financiero
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
Elaborar informes de inversión	Elaborar planes de acción para impulsar inversiones
Seguimiento de compras de clientes	Análisis de mercados en otros países
REQUISITOS ACADÉMICOS	
Grado en ADE, económicas o finanzas	
VALOR AÑADIDO	
Master en dirección financiera y controlling	
COMPETENCIAS	
Relaciones interpersonales	Interpretación de datos
Trabajo en equipo	Comunicación efectiva

Nota. Descripción del perfil del puesto de analista financiero.

Fuente: <https://resources.workable.com/es/analista-financiero-descripcion-del-puesto>

13.11. Anexo XI. Trámites para la constitución de la forma jurídica

En este anexo, se reflejan los distintos trámites y procesos para la constitución de la forma jurídica de nuestra empresa.

Figura A11.11. Anexo XI

Constitución de la forma jurídica.

- Registro Mercantil Central: Certificación negativa del nombre de la sociedad
- Ministerio de Trabajo y Economía Social (o comunidad autónoma): Calificación de la Sociedad Laboral
- Notario: Escritura pública
- Consejerías de Hacienda de las CC.AA.: Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados
 NOTA: Las sociedades laborales gozan con carácter general de una bonificación del 99% en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, y exención en este Impuesto sobre las cuotas devengadas por operaciones societarias de constitución y aumento del capital.
- Registro de Sociedades Laborales del Ministerio de Trabajo y Economía Social (o de la comunidad autónoma): Inscripción de la empresa en el Registro de Sociedades Laborales
- Registro Mercantil Provincial: Inscripción de la empresa en el Registro
- Agencia Tributaria (AEAT): Número de identificación fiscal

Nota. Proceso de constitución para una sociedad de responsabilidad limitada laboral

Fuente: <https://plataformapyme.es/es-es/IdeaDeNegocio/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLL&nombre=Sociedad%20de%20Responsabilidad%20Limitada%20Laboral&idioma=es-ES#dDescripción>

13.12. Anexo XII. Trámites para la puesta en marcha de la forma jurídica

A continuación, se pueden observar los trámites y procesos de la puesta en marcha de la forma jurídica de nuestra empresa.

Figura A12.12. Anexo XII.

Puesta en marcha de forma jurídica.

Puesta en marcha

- Agencia Tributaria (AEAT): Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores
- Agencia Tributaria (AEAT): Impuesto sobre Actividades Económicas (exentas las empresas de nueva creación durante los dos primeros ejercicios)
- Trámites en caso de contratar trabajadores
- Tesorería General de la Seguridad Social: Afiliación de trabajadores (en el supuesto de que no estén afiliados)
- Tesorería General de la Seguridad Social: Inscripción de la empresa
- Consejería de Trabajo de la Comunidad Autónoma: Comunicación de apertura del centro de trabajo
- Trámites según la actividad
- Otros organismos oficiales y/o registros: Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros
- Trámites en caso de contratar trabajadores
- Tesorería General de la Seguridad Social: Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social
- Inspección Provincial de Trabajo: Obtención del calendario laboral
- Servicio Público de Empleo Estatal: Alta de los contratos de trabajo

Nota. Trámites para la puesta en marcha una sociedad de responsabilidad limitada laboral

Fuente: <https://plataformapyme.es/es-es/IdeaDeNegocio/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLL&nombre=Sociedad%20de%20Responsabilidad%20Limitada%20Laboral&idioma=es-ES#dDescripción>

13.13. Anexo XIII. Ingresos año 1 detallados.

En la siguiente figura se pueden observar los ingresos que obtendremos durante el primer año de vida de la empresa.

Figura A13.13. Anexo XI.

Ingresos detallados.

TIPO DE INGRESO	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Ingresos por Asesoramiento fiscal (50€ hora)	5 clientes 5 horas trabajadas 250 €	7 clientes 7 horas trabajadas 350 €	7 clientes 7 horas trabajadas 350 €	5 clientes 5 horas trabajadas 250 €	10 clientes 40 horas trabajadas 2.000 €	10 clientes 40 horas trabajadas 2.000 €
Ingresos por inversiones (5% de la operación)	0	0	venta piso 400000 euros valor 5%=2000€	alquiler 2 pisos 2000 euros alquiler cada 5%=200€	alquiler 2 pisos 2000 euros alquiler cada 5%=200€	alquiler 3 pisos 2000 euros alquiler cada 5%=200€
Ingresos por gestión de patrimonio (150€ hora)	30 horas 4.500 €	35 horas 5.250 €	30 horas 4.500 €	32 horas 4.800 €	35 horas 5.250 €	37 horas 5.550 €
Ingresos por gestión de RRSS (1.500 cliente)	2 clientes 3.000 €	2 clientes 3.000 €	3 clientes 4.500 €	3 clientes 4.500 €	3 clientes 4.500 €	4 clientes 6.000 €
Ingresos por logos y web (500€ cliente)	1 logo 500 €	1 logo y una web 1.000 €	1 logo y una web 1.000 €	1 logo 500 €	1 logo y una web 1.000 €	1 logo y 2 webs 1.500 €
planes de acción y estudios de mercado (5.000€)	1 estudio de mercado 5.000 €	1 plan de acción 5.000 €	1 estudio de mercado 5.000 €	1 plan de acción 5.000 €	1 plan de acción 5.000 €	1 plan de acción 5.000 €
TIPO DE INGRESO	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Ingresos por Asesoramiento fiscal (50€ hora)	20 clientes 80 horas trabajadas 4.000 €	10 clientes 40 horas trabajadas 2.000 €	8 clientes 32 horas trabajadas 1.600 €	20 clientes 80 horas trabajadas 4.000 €	10 clientes 40 horas trabajadas 2.000 €	15 clientes 60 horas trabajadas 3.000 €
Ingresos por inversiones (5% de la operación)	alquiler 3 pisos 2000 euros alquiler cada 5%=200€	alquiler 3 pisos 2000 euros alquiler cada 5%=200€	alquiler 3 pisos 2000 euros alquiler cada 5%=200€	venta piso 200000 euros venta local 50000 euros 5%= 12500€	venta villa 800000€ venta loft 100000€ alquiler 10000€ 5%= 45.500€	venta chalet 400000€ alquiler 10000€ 5%=20.500€
Ingresos por gestión de patrimonio (150€ hora)	37 horas 5.550 €	40 horas 6.000 €	40 horas 6.000 €	30 horas 4.500 €	30 horas 4.500 €	30 horas 4.500 €
Ingresos por gestión de RRSS (1.500 cliente)	4 clientes 6.000 €	5 clientes 7.500 €	6 clientes 9.000 €	4 clientes 6.000 €	6 clientes 9.000 €	6 clientes 9.000 €
Ingresos por logos y web (500€ cliente)	1 logo y 2 webs 1.500 €	2 logos y 4 webs 3.000 €	5 logos y 3 webs 4.000 €	1 logo y 2 webs 1.500 €	1 logo y 2 webs 1.500 €	2 logos y 4 webs 3.000 €
planes de acción y estudios de mercado (5.000€)	2 estudios y 1 plan de acción 15.000 €	1 estudio de mercado 5.000 €	2 estudios y 2 planes de acción 20.000 €	2 estudios y 2 planes de acción 20.000 €	1 estudio y 1 plan de acción 10.000 €	1 plan de acción 5.000 €

Nota. Ingresos de forma detallada de la empresa, a partir de elaboración propia

13.14. Anexo XIV. Porcentajes de crecimiento

Este anexo refleja una suposición, la más probable de los crecimientos que podría tener la empresa en los próximos 5 años.

Figura A14.14. Anexo XIV.

Crecimiento de escenario más probable.

CRECIMIENTO INGRESOS	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por asesoramiento fiscal	3%	8%	5%	5%
Ingresos por inversiones	7%	12%	20%	5%
Ingresos por gestión de patrimonio	6%	9%	15%	1%
Ingresos por gestión de redes sociales	5%	10%	3%	3%
Ingresos por logotipos y web	3%	12%	10%	1%
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado	4%	20%	3%	3%
CRECIMIENTO GASTOS				
Intereses de préstamo (5%)	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Limpieza	0%	0%	0%	0%
Suministros	5%	5%	5%	5%
Marketing y publicidad	5%	5%	5%	5%
Internet y redes	2%	2%	2%	2%
Seguridad y vigilancia	3%	3%	3%	3%
Software diseño	0%	1%	1%	1%
Software de contabilidad	0%	1%	1%	1%
Servicio almacenamiento	1%	1%	1%	1%
sueldos	1%	1%	1%	1%

e elaboración

propia.

13.15. Anexo XV. Porcentajes de crecimiento en un escenario optimista.

Este anexo refleja una suposición, la más optimista de los crecimientos que podría tener la empresa en los próximos 5 años.

Figura A15.15. Anexo XV.

Crecimiento de escenario más probable.

CRECIMIENTO INGRESOS	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por asesoramiento fiscal	3%	8%	5%	5%
Ingresos por inversiones	7%	12%	20%	10%
Ingresos por gestión de patrimonio	6%	9%	15%	9%
Ingresos por gestión de redes sociales	6%	10%	10%	10%
Ingresos por logotipos y web	3%	12%	10%	1%
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado	10%	20%	10%	10%
CRECIMIENTO GASTOS				
Intereses de préstamo (5%)	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Limpieza	0%	0%	0%	0%
Suministros	5%	5%	5%	5%
Marketing y publicidad	5%	5%	5%	5%
Internet y redes	2%	2%	2%	2%
Seguridad y vigilancia	3%	3%	3%	3%
Software diseño	0%	1%	1%	1%
Software de contabilidad	0%	1%	1%	1%
Servicio almacenamiento	1%	1%	1%	1%
sueldos	1%	1%	1%	1%

Nota. Crecimientos para el cálculo de cuenta de resultados a 5 años, a partir de elaboración propia.

13.16 Anexo XVI. Porcentajes de crecimiento en un escenario pesimista.

Este anexo refleja una suposición, la más pesimista de los crecimientos que podría tener la empresa en los próximos 5 años.

Figura A16.16. Anexo XVI.

Crecimientos escenario pesimista.

CRECIMIENTO INGRESOS	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por asesoramiento fiscal	3%	8%	5%	5%
Ingresos por inversiones	7%	7%	7%	5%
Ingresos por gestión de patrimonio	6%	9%	15%	1%
Ingresos por gestión de redes sociales	5%	7%	8%	3%
Ingresos por logotipos y web	3%	12%	10%	1%
Ingresos por planes de acción / Estudios de mercado	4%	20%	3%	3%
CRECIMIENTO GASTOS				
Intereses de préstamo (5%)	2,30%	2,30%	2,30%	2,30%
Limpieza	0%	0%	0%	0%
Suministros	5%	5%	5%	5%
Marketing y publicidad	10%	15%	15%	10%
Internet y redes	2%	2%	2%	2%
Seguridad y vigilancia	3%	3%	3%	3%
Software diseño	0%	1%	1%	1%
Software de contabilidad	0%	1%	1%	1%
Servicio almacenamiento	1%	1%	1%	1%
sueldos	1%	1%	1%	1%

Nota. Crecimientos para el cálculo de cuenta de resultados a 5 años, a partir de elaboración propia.

13.17. Bibliografía correspondiente a anexos.

- Beedigital. (2019). *Cuál es el perfil de un social media manager*. BeeDIGITAL. Retrieved April 19, 2023, from <https://www.beedigital.es/redes-sociales-pymes-autonomos/el-perfil-de-un-social-media-manager/>
- Europa Press. (2023). *Índice de Confianza Empresarial*. EpData. Retrieved April 19, 2023, from <https://www.epdata.es/indice-confianza-empresarial/9d412e90-4299-49f7-90a4-c72f25f50ed8>
- GD asesorías. (2022, August 30). *Funciones de un asesor fiscal para empresas*. GD Asesoría. Retrieved April 19, 2023, from <https://www.gdasesoria.com/blog/posts/asesor-fiscal-empresas-funciones-importancia>
- Looka. (2022). *Home*. YouTube. Retrieved April 19, 2023, from <https://looka.com/editor/117098548>
- Martínez, C. (2017, July 4). *Ocho futbolistas que también la liaron en Twitter*. El Periódico. Retrieved April 19, 2023, from <https://www.elperiodico.com/es/deportes/20151229/futbolistas-deportistas-liaron-twitter-polemica-4782816>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022). *Descripción formas jurídicas*. Descripción formas jurídicas. Retrieved April 19, 2023, from <https://plataformapyme.es/es-es/IdeaDeNegocio/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SLL&nombre=Sociedad%20de%20Responsabilidad%20Limitada%20Laboral&idioma=es-ES#dDescripci%C3%B3n>
- Santander SmartBank. (2021). *Analista de mercado: qué es, funciones - Talent Scanner*. Santander SmartBank. Retrieved April 19, 2023, from <https://santandersmartbank.es/talent-scanner/economia-y-finanzas/analista-de-mercado/>
- Trececasas. (2022). *Trececasas inmobiliaria*. Trececasas: Inmobiliaria de Lujo en Valencia y Torre en Conill. Retrieved April 19, 2023, from <https://trececasas.com>
- Workable Technology Limited. (2023). *Plantilla de descripción del puesto de analista financiero | Workable*. Workable resources. Retrieved April 19, 2023, from <https://resources.workable.com/es/analista-financiero-descripcion-del-puesto>

Workable Technology Limited. (2023). *Plantilla de descripción del puesto de contable de administración* | Workable. Workable resources. Retrieved April 19, 2023, from <https://resources.workable.com/es/contable-de-administacion-descripcion-de-puesto>

Workable Technology Limited. (2023). *Plantilla de la descripción del puesto de diseñador gráfico 2019 (lista para usar)* | Workable. Workable resources. Retrieved April 19, 2023, from <https://resources.workable.com/es/disenador-grafico-descripcion-del-puesto>