

# Projecte de viabilitat d'una escola de ball temàtica - Live It Up

**Nom de l'estudiant:** Carla Sarrias Guiu

**Nom de la tutora:** Marta Artero

**Data:** 20/06/2022

**MEMÒRIA FINAL DEL TREBALL FINAL DE GRAU**

**Curs:** 4t

**Estudis:** Màrqueting i Comunitats Digitals

## **RESUM EXECUTIU**

### Resum

Les escoles de dansa actuals poden brindar aprenentatge, valors ètics, però actualment no acostumen a aportar-nos experiència. Arran d'aquest fet neix Live It Up: una nova escola de ball temàtica a Mataró, la qual amb aquest projecte s'estudiarà la seva viabilitat.

Es defineix el negoci, s'analitza el grau d'innovació dels serveis oferts vers la competència, s'estableixen les estratègies empresarials i es descriu tota l'àrea operativa i de recursos humans. Tot això amb l'objectiu final d'avaluar si el negoci és viable o no, en funció dels resultats econòmic-financers obtinguts.

### Resumen

Las escuelas de danza actuales pueden brindar aprendizaje, valores éticos, pero actualmente no suelen aportarnos experiencia. A raíz de este hecho nace Live It Up: una nueva escuela de baile temática en Mataró, la cual con este proyecto se estudiará su viabilidad.

Se define el negocio, se analiza el grado de innovación de los servicios ofrecidos frente a la competencia, se establecen las estrategias empresariales y se describe toda el área operativa y de recursos humanos. Todo esto con el objetivo final de evaluar si el negocio es viable o no, en función de los resultados económico-financieros obtenidos.

### Abstract

Current dance schools can provide learning, ethical values, but currently they do not usually provide experience. As a result of this fact, Live It Up is born: a new thematic dance school in Mataró, which with this project will study its viability.

The business is defined, the degree of innovation of the services offered in comparison with the competition is analyzed, business strategies are established and the entire operational and human resources area is described. All this with the goal of evaluating whether the business is viable or not, based on the economic-financial results obtained.

## ÍNDEX DEL CONTINGUT

1. Presentació del projecte.....	6
2. Motivacions personals .....	7
3. Model de negoci .....	8
4. Públic objectiu.....	9
4.1. Validació públic objectiu .....	10
4.2. Validació professora de dansa .....	12
5. Proposta de valor.....	13
5.1. Interès potencial de la població .....	14
6. Competència.....	16
7. Quota de mercat .....	20
8. Grau d'innovació de la idea.....	21
9. Pla de màrqueting.....	21
9.1. Portafoli de productes / serveis .....	21
9.2. Pla de comunicació .....	24
9.3. Pla de distribució .....	26
9.4. Política de preus.....	27
10. Pla d'operacions .....	31
10.1. Procés de producció.....	31
10.2. Activitats clau .....	33
10.3. Recursos clau.....	35
10.4. Pressupost de producció .....	36
11. Pla d'organització i recursos humans.....	38
11.1. Organigrama i descripció funcions.....	38
11.2. Llocs de treball .....	39
11.3. Política retributiva .....	40
11.4. Pressupost de recursos humans .....	41
12. Pla jurídic-fiscal.....	42
12.1. Forma jurídica .....	42
12.2. Requeriments generals de constitució .....	43
12.3. Normativa específica del negoci.....	43
13. Pla econòmic-financer .....	44
13.1. Previsió d'inversions i finançament.....	44
13.2. Previsió d'ingressos i despeses.....	46
13.3. Pla de tresoreria .....	47
14. Conclusions i viabilitat.....	48

15. Bibliografia .....	50
16. Annexos.....	57
17. Apèndixs .....	60
17.1. Apèndix A.....	62
17.2. Apèndix B.....	63
17.3. Apèndix C.....	71
17.4. Apèndix D.....	83
17.5. Apèndix E.....	86

## ÍNDIX DE LES FIGURES

Figura 1. Validació del Buyer persona perfil que té com a hobby la dansa.....	11
Figura 2. Buyer persona perfil que té o tenia un fill amb hobby per la dansa. ....	11
Figura 3. Proposta de valor i perfil de client. ....	13
Figura 4. Proposta de valor resumida de Live It Up. ....	14
Figura 5. Matriu de competència directa d'ambientació, classes magistrals i preu. ....	18
Figura 6. Prototip classe ambientada a Live It Up. ....	22
Figura 7. Prototip polseres <i>contactless</i> de Live It Up.....	23
Figura 8. Prototip Dancebox de Live It Up.....	23
Figura 9. Variables que afecten als canvis de preus. ....	29
Figura 10. Recorregut i temporalització del procés productiu.....	31
Figura 11. Organigrama de Live It Up. ....	38
Figura 12. Pèrdua de diners i públic de dansa durant la Covid-19. ....	58
Figura 13. Exemple pràctic + fórmula final del cost Seguretat Social. ....	59
Figura 14. Model de negoci Canvas Sostenible. ....	60
Figura 15. Buyer persona perfil que té com a hobby la dansa.....	60
Figura 16. Buyer persona perfil que té com a passió la dansa. ....	61
Figura 17. Buyer persona perfil que té o tenia un fill amb hobby per la dansa.....	61
Figura 18. Matriu de competència directa respecte la innovació i preu. ....	77
Figura 19. Horaris classes Live It Up 2022-23.....	78
Figura 20. Pòster de Live It Up. ....	78
Figura 21. Lloc web de Live It Up.....	79
Figura 22. Landing Page de Live It Up.....	80
Figura 23. Calendari de les publicacions i stories a les XXSS.....	81
Figura 24. Exemple post a les Xarxes Socials de Live It Up.....	81
Figura 25. Quotes de les classes de ball a Live It Up.....	82

Figura 26. Simulador préstec BBVA.....	84
Figura 27. Simulador préstec ING.....	85
Figura 28. Simulador anticipament factures - Gedesco Factoring. ....	85

## ÍNDEX DELS GRÀFICS

Gràfic 1. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta .....	15
Gràfic 2. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta. ....	15
Gràfic 3. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta. ....	15
Gràfic 4 i Gràfic 5. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta. ....	16
Gràfic 6. Nombre d'estudiants matriculats a la dansa el curs 2005/06 - 2017/18. ....	57
Gràfic 7. Volum de negoci de les empreses culturals. Catalunya 2019. ....	58
Gràfic 8. Enquesta pregunta 1. ....	71
Gràfic 9. Enquesta pregunta 2. ....	71
Gràfic 10. Enquesta pregunta 3. ....	72
Gràfic 11. Enquesta pregunta 4. ....	72
Gràfic 12. Enquesta pregunta 5. ....	72
Gràfic 13. Enquesta pregunta 6. ....	73
Gràfic 14. Enquesta pregunta 7. ....	73
Gràfic 15. Enquesta pregunta 8. ....	73
Gràfic 16. Enquesta pregunta 9. ....	74
Gràfic 17. Enquesta pregunta 10. ....	74
Gràfic 18. Enquesta pregunta 11. ....	75
Gràfic 19. Enquesta pregunta 12. ....	75
Gràfic 20. Enquesta pregunta 13. ....	75
Gràfic 21. Enquesta pregunta 14. ....	76
Gràfic 22. Enquesta pregunta 15. ....	76
Gràfic 23. Enquesta pregunta 16. ....	76
Gràfic 24. Enquesta pregunta 17. ....	77
Gràfic 25. Enquesta pregunta 18. ....	77
Gràfic 26. Preus classes de la competència directa .....	81
Gràfic 27. Segona enquesta pregunta 1.....	83
Gràfic 28. Segona enquesta pregunta 2.....	83
Gràfic 29. Segona enquesta pregunta 3.....	83
Gràfic 30. Enquesta pregunta 4. ....	84

## ÍNDIX DE LES TAULES

Taula 1. Informació bàsica de la competència directa.....	16
Taula 2. Diferenciació de la competència directa.....	17
Taula 3. Informació bàsica de la competència indirecta en l'àmbit nacional.....	19
Taula 4. Diferenciació de la competència indirecta en l'àmbit nacional.....	19
Taula 5. Informació bàsica de la competència indirecta en l'àmbit internacional.....	19
Taula 6. Diferenciació de la competència indirecta en l'àmbit internacional.....	20
Taula 7. Pressupost del pla de comunicació.....	25
Taula 8. Pressupost del pla de distribució.....	26
Taula 9. Previsió de vendes de Live It Up durant el primer any.....	29
Taula 10. Previsió de vendes amb objectiu de producció.....	32
Taula 11. Pressupost de producció.....	36
Taula 12. Tasques, competències tècniques i personals de la plantilla.....	39
Taula 13. Pressupost de recursos humans.....	41
Taula 14. Previsió inversió inicial.....	44
Taula 15. Escenaris d'inversió / fonts de finançament.....	45
Taula 16. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari neutre.....	46
Taula 17. Pla de tresoreria de l'escenari neutre.....	47
Taula 18. Teatre i dansa. Representacions. Per gènere i llengua.....	57
Taula 19. Ensenyances de règim especial. Centres, professors i alumnes.....	58
Taula 20. Població de Mataró a 1 de gener de 2021. Per sexe i edat quinquenal.....	59
Taula 21. Tipus impositiu general dels últims anys.....	59
Taula 22. Informació bàsica de la competència.....	64
Taula 23. Diferenciació de la competència.....	68
Taula 24. Paraules clau del web de Live It Up.....	80
Taula 25. Cost d'una hora de classe setmanal.....	82
Taula 26. Costos 1h de classe magistral amb experts en musicals.....	84
Taula 27. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari pessimista.....	86
Taula 28. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari optimista.....	86
Taula 29. Pla de tresoreria de l'escenari pessimista.....	87
Taula 30. Pla de tresoreria de l'escenari optimista.....	87

## 1. Presentació del projecte

Actualment, el sector de la dansa, en l'àmbit nacional, està constantment en auge (Statista, 2019, [Gràfic 6](#)). Cada vegada són més persones les que decideixen implementar aquesta disciplina a la seva vida diària. La raó pot ser per reduir el seu estrès, estirar el cos o per evadir-se de la realitat i deixar-se portar pel sentiment i l'emoció que transmet la música.

No obstant això, tot i que sorgeixen nous estils de ball, noves tecnologies aplicades a les aules i es creen noves escoles de dansa, cal tenir en compte que l'aparició de la Covid-19 durant el 2019 va causar un efecte negatiu pels propietaris d'aquestes acadèmies privades en els següents anys. Moltes d'aquestes es van veure obligades a tancar les persianes per sempre, reduir l'aforament de les classes o simplement transportar les classes presencials a les pantalles dels ordinadors. D'aquesta manera, la docència en *streaming* d'aquest esport ha incrementat considerablement.

Prèviament a l'inici del Coronavirus, Catalunya rebia unes xifres elevades d'exhibicions de la dansa respecte a la resta de gèneres representats. Durant l'any 2018 a Catalunya, es van realitzar 846 representacions de ball. En canvi, l'any 2019 va rebre 1189 shows. Econòmicament, es recapta una gran quantitat de diners gràcies a l'import de l'entrada per accedir a aquests múltiples espectacles (Idescat, 2021, [Taula 18](#)). Per tant, això significa que moltes d'aquestes escoles de dansa obtenen una part dels seus ingressos a partir d'aquests mètodes d'entreteniment. Al contrari, observant les petjades del virus en el sector, la dansa, fins a l'any 2021, ha perdut més del 50% de les representacions i més del 40% dels espectadors (La Província, 2021, [Figura 12](#)).

Per tant, tenint en compte la gent que estaria predisposada a formar-se en aquest sector, es proposa un Treball de Final de Grau empenedor que consisteix en la **creació d'una escola de ball temàtica a Mataró**, anomenada **Live It Up**. Aquesta, brindarà classes presencials i *online* de diversos estils de dansa, com ara el Ballet, Jazz, Dansa Contemporània, Hip Hop, Commercial Dance, Flamenc, Sexy Style, Noves tendències i Bachata. Algunes d'aquestes classes es dividiran per nivells, en funció de les capacitats que tinguin els alumnes per ballar:

**Nivell bàsic.** Per aquelles persones que s'estan iniciant en el món de la dansa, els que mai havien assistit a cap classe de ball o tenen poca capacitat per retenir la terminologia

bàsica i posar-la en pràctica. S'implementen classes amb passos bàsics i les tècniques necessàries per ballar.

**Nivell intermedi.** Ideal per la part de la població que ja domina més aquesta disciplina i sap controlar el seu cos mentre balla. En aquest nivell, l'objectiu és perfeccionar tots els passos i moviments, unint-los tots per tal d'obtenir la coherència que es necessita.

**Nivell avançat.** En aquest nivell es troben els considerats "ballarins/es pro". Aquells que dominen totes les tècniques i les apliquen quasi a la perfecció. Ja han après a moure's i perfeccionar el comentat anteriorment, gaudint així de l'experiència a la pista de ball.

Adicionalment, l'escola de dansa estarà enfocada no només a l'aprenentatge de l'alumnat sinó que també es focalitzarà en l'experiència d'aquest. Primerament, cada aula estarà ambientada segons l'estil de ball que s'imparteixi en el moment, així sentiran que no estan ballant dins de quatre simples parets. Segonament, s'oferirà una polsera *contactless* per obtenir un codi de descompte en productes de dansa i una *Dancebox* per a regalar; contindrà detalls del ball i un val per assistir a una classe presencial. Tercerament, cada trimestre es faran dues classes magistrals vinculades amb una escena d'un musical conegut. Aquestes seran impartides per un dels membres del musical. A més, es realitzaran classes particulars per l'alumnat que ho necessiti i pels professionals que vulguin reforçar les seves tècniques en un ambient més innovador. A més, es posarà a la seva disposició el lloguer de qualsevol de les 4 sales de Live It Up.

## 2. Motivacions personals

En primer lloc, em considero una persona molt **proactiva**. Per tant, a part de dotar-me d'iniciativa a l'hora d'iniciar aquesta nova idea de negoci, des d'un inici em mantindré decidida amb les labors a realitzar. A més, aquesta proactivitat va vinculada amb la **responsabilitat i l'organització**, ja que en tot moment prendré consciència de les meves tasques; les que s'han de fer aquell mateix dia, les que ja estan finalitzades i les que es faran el dia següent. D'aquesta manera, s'establirà un cronograma setmanal i el funcionament de l'acadèmia començarà a adquirir el camí correcte. A més, m'aplico el concepte de "**perfeccionista**" perquè abans d'entregar qualsevol document vinculat amb l'empresa (per exemple la inscripció al Registre Mercantil), me'l revisaré amb detall diverses vegades. Per consegüent, una emprenedora no es pot permetre el luxe de cometre errors ortogràfics, gramàtics o d'estructura, ja que sinó, la percepció de "professionalitat" es perd.



En segon lloc, la motivació principal per a la creació d'aquesta idea de negoci és definida per a la meva gran passió; el **ball**. De fet, vaig tenir la possibilitat d'aprendre i gaudir de diversos estils durant vuit anys a una escola de ball. Per tant, tots els conceptes adquirits durant aquest temps i el que vaig aprendre dels meus errors, poden ajudar-me amb aquesta nova etapa. Per aquest motiu, tinc ganes **d'emprendre**, tenint en consideració la meva experiència com a alumna i creant una versió millorada pels amants d'aquesta disciplina. El que pretenc comunicar és que generalment s'aprèn molt més i de manera més emocionant, generant bones experiències. Per tant, el meu objectiu és **unificar** les idees que tinc en ment i fusionar-les per crear una escola fora de l'àmbit convencional.

Contràriament, compto amb un punt feble; la **timidesa**. No obstant això, aquest no em ralentirà l'execució de les tasques. La raó és perquè m'he proposat millorar aquest aspecte personal. A l'hora de donar veu a l'acadèmia, també es comunicarà la inauguració mitjançant una sèrie de conferències o assistències a grans esdeveniments. Aquest fet, m'ajudarà, com a emprenedora, a reduir al màxim aquesta debilitat i em deixarà avançar exitosament.

Respecte a la importància de la investigació quant al grau de Màrqueting i Comunitats Digitals, ve deguda per una raó específica. Principalment, per la carència d'escoles de ball innovadores a la zona de Mataró, ja que aquestes no apliquen el concepte de "màrqueting" correctament. De fet, usen les seves estratègies de màrqueting tradicionals, però tot i que avança la societat i apareixen noves tecnologies, no s'actualitzen i, per tant, es queden enrederides. Aquest projecte, doncs, parteix d'aquesta base inicial i posa èmfasi en la necessitat d'un bon ús de les eines digitals.

### 3. Model de negoci

La proposta de negoci consisteix en la creació de Live It Up, una escola de ball temàtica a la capital del Maresme, Mataró. Aquesta oferirà diversos tipus de classes de ball úniques. Es basarà en un **model de subscripció** i les inscripcions podran ser escollides segons el que convingui als clients; mensual, trimestralment o anualment. Aquestes inscripcions podran executar-se gràcies a un pagament recurrent, ja que s'oferirà el servei de les classes de ball a canvi d'un ingrés periòdic. A més, s'obtindran ingressos provinents de la publicitat del lloc web i dels productes i serveis complementaris oferts. A la [figura 14](#), es pot observar l'elaboració d'un *Sostenible Context Canvas* per tal de comprendre millor els diferents aspectes dels quals està composta la idea de negoci.

#### 4. Públic objectiu

Aquest projecte es planteja per estar destinat a tres grups de persones diferents:

- Els que presenten com a **hobby** la dansa. Únicament volen gaudir-la, passar el temps i nodrir-se de conceptes nous d'aquesta disciplina, sense anar més enllà. Es tracta de persones que no estan disposades a donar la vida per aquest passatemps, simplement l'exerceixen habitualment en alguns dels seus moments d'oci.
- Els que són uns **apassionats del ball**. Aquest grup cerca la felicitat i la desconexió a la dansa, evadint-se així de la realitat i sentint el ball experiencial. Experimenten una necessitat interna de practicar aquest tipus d'esport per oblidar-se de tot el que l'envolta.

En ambdós casos, no es realitzaran distincions de gènere ni d'edat i han de posseir un estil de vida actiu. Aquesta part de la població s'ha de mostrar disposada a desenvolupar la capacitat de comunicar-se a través del llenguatge no verbal i del cos. Respecte a la ubicació d'aquests dos grups de *target*, han de ser de Mataró si duen a terme les classes presencialment i en cas que les facin *online*, poden situar-se a qualsevol ciutat pertanyent a la província de Barcelona. No obstant això, el target al qual es dirigirà ronda dels 3 als 30 anys, per la senzilla raó que els estils estan més orientats cap a aquest grup, tot i que no s'exclourà a persones amb edat superior.

Per tant, aquests dos grups poden ser adults (+18 anys) amb aquestes característiques o els menors d'edat que es troben sota supervisió d'un adult. En l'últim cas, els **pares dels menors seran els que intervindran en el procés d'inscripció de l'alumne i els responsables d'aquest**. Doncs, Live It Up ha de considerar aquest subgrup important, els quals prendran la decisió final d'inscriure al seu fill/a a l'escola de dansa o no.

A la [figura 15,16](#) i [17](#) s'observen tres exemples de *Buyer Persona*, cadascun pertanyent a un públic objectiu diferent. Aquests tres perfils es poden classificar segons el paper que adquireixin en el procés d'inscripció. Partim del Buyer Persona "Noa Fuentes", comentat anteriorment:

**Iniciador: Noa i Víctor** (marit), una parella ubicada a Mataró, observen la motivació i l'alegria que desprèn el seu fill Gerard de 5 anys al ballar a casa. Aquest fet que es repeteix diàriament, els crida l'atenció i comencen a plantejar-se el fet d'apuntar-lo a una acadèmia de ball. Per tant, identifiquen una nova necessitat d'en Gerard i ells són els responsables de saciar-la.

**Influenciador:** La seva filla gran, **Alba**, la qual ja ha conegut el món de la dansa, però va haver de desapuntar-se, pensa i opina davant dels pares que seria una bona idea inscriure al seu germà petit a una nova escola de ball. Així, podria matricular-se ella també i combinar les seves classes amb les del seu germà, portant-lo al mateix horari que ella.

**Prescriptor:** Després de donar-li voltes a aquesta idea, Noa i Víctor acudeixen a la nova escola de ball temàtica, ja que el servei experiencial juntament amb els estils de ball és la que més els ha atret. Aquí, les **professores d'aquesta escola** els proporcionen informació i recomanen les classes i horaris més adients a les edats dels seus nens.

**Decisor:** Els **pares**, després d'haver valorat totes les altres opcions a Mataró, opten per a la realització de la compra. En aquest cas, inscriuen ambdós fills, a l'Alba a "Commercial Dance" i "Noves tendències" i al seu petit a "Ballet" i "Hip Hop". Els horaris coincideixen i els preus són adients als seus recursos econòmics.

**Comprador:** En **Víctor i la Noa**, són els tutors legals dels seus dos fills. Aquests últims són menors d'edat, per tant, ells es troben a càrrec dels pares, els quals decideixen abonar la quota requerida per l'establiment de manera mensual i obtenir les dues polseres *contactless* ofertes.

**Consumidor:** Els que gaudiran finalment d'aquest servei seran **l'Alba** i en **Gerard**. Aquests tindran només una tasca a realitzar: assistir a les classes amb ganes de passar-ho bé i aprendre.

#### 4.1. Validació públic objectiu

Seguidament, s'ha procedit a la realització d'una entrevista a dues possibles persones incloses dins del públic objectiu prèviament definit (Sarrias,2021, [Apèndix A](#)). Una d'elles és l'Alba Sánchez, la qual presenta com a hobby el ball i actualment no està còmode a l'escola on està inscrita. Comenta que allà es duen a terme moltes diferències entre l'alumnat, causant així un sentiment d'inferioritat cap a ella. Per aquesta raó, està considerant altres opcions d'escoles, ja que pretén trobar una altra més atractiva, que vagi més enllà de les tradicionals. Per tant, des de la seva opinió, valida la nova proposta de negoci i desitja que s'introdueixi en el mercat.

Figura 1. Validació del Buyer persona perfil que té com a hobby la dansa.



Font: Elaboració pròpia.

La següent entrevista s'ha elaborat a la Dolors Guiu, una dona amb dues filles i una d'elles amb hobby per la dansa. Explica que va apuntar a la seva nena quan era més petita a un centre de ball, però al llarg dels anys va haver de treure-la per qüestions alienes. Una d'elles és perquè l'escola era massa clàssica i comuna. Conseqüentment, raona que seria una molt bona opció la implementació d'aquest nou servei a la zona de Mataró.

Figura 2. Buyer persona perfil que té o tenia un fill amb hobby per la dansa.



Font: Elaboració pròpia.

Quant a les aportacions que proposen ambdues noies són les següents:

- **Detalls que els agradaria trobar repartits per les aules:** Pel Ballet, alguns elements similars al “Llac dels Cignes” com la profunditat a les parets amb *Wallpaper* o un projector canviant les escenes de l'aula, un simulador (d'aigua a terra) i el joc de llums. Pel Hip Hop, l'espai per a poder patinar, altaveus... Respecte al flamenc un portal amb flors, geranis...
- **Sí** que comprarien la polsera *contactless* i la Dancebox.
- **Objectes preferents a trobar-se a la Dancebox:** Capses de música personalitzades, val per assistir a la classe presencial, làmpades de vidre personalitzades i la cançó preferida d'aquella persona, polsera amb el nom de l'escola o tipus de ball escollit pel val, clauers...
- **Diners màxims a pagar per a l'obtenció d'aquests serveis:** 65€/mes o 40€/mes.
- **Servei més atractiu:** Aules ambientades.

En conclusió, les dues enquestades confirmen que la idea de negoci és realista i trencaria amb aquesta tradicionalitat amb la qual treballen actualment les empreses de ball. Des del seu punt de vista, la innovació ha de ser vigent i s'hauria d'aplicar a tots els sectors.

#### 4.2. Validació professora de dansa

Per tal de reforçar el concepte d'“innovació” atribuït a Live It Up i potenciar la seva diferenciació vers la competència, s'ha realitzat una entrevista a la Noemí Jiménez, actualment professora de dansa a tres escoles de Mataró (Sarrias, 2022, [Apèndix B](#)).

Les aportacions que proposa cap a aquest nou negoci són les següents:

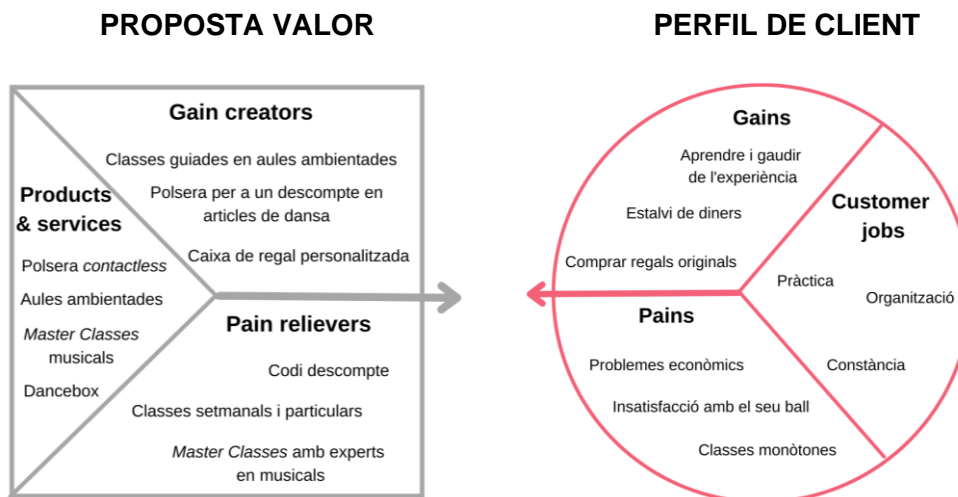
- **Opinió:** Live It Up seria un projecte innovador a Mataró. L'ambientació i efectes és el servei que més li ha cridat l'atenció i el segon serien les classes magistrals amb professionals en musicals.
- **Preus:** Bastant adequats al mercat (estàndards). Considera que no és una escola normal, per tant, si fossin més cars que la competència, seria raonable.
- Quan cerca feina com a professora, és un “**plus**” si una escola de dansa presenta accions innovadores.

- **En un futur:** Li agradaria treballar a una escola com Live It Up (motivaria molt com a professora i als alumnes també). Raona que és més fàcil capficar-se amb la peça i l'alumnat ho viuria més que en una aula normal.
- **Consells:** Tenir paciència durant els primers anys de vida de l'empresa i, a l'hora de començar, cercar professionals que facin d'altaveu per Live It Up i que puguin dirigir exalumnes o alumnes seus a Live It Up.
- **Suggeriments:** Respecte a les classes dels musicals, considera que estaria bé fer un vídeo professional o un cop al mes vingués un videògraf. A més, donar la possibilitat de realitzar classes soltes (que no sigui necessari pagar una quota mensual).

## 5. Proposta de valor

Primerament, s'ha de considerar un aspecte imprescindible: el perfil del client. En altres paraules, cal analitzar els gains, els pains i la llista de tasques, treballs i accions que ha de dur a terme per tal de resoldre aquests problemes (dolors), és a dir, el mapa de valor.

Figura 3. Proposta de valor i perfil de client.



Font: Elaboració pròpia.

Segonament, després d'elaborar aquesta anàlisi i fer un altre exhaustiu dels serveis que ofereix actualment la competència (Sarrias, 2021, [Taula 22](#) i [Taula 23](#)), la **proposta de valor** és brindar classes de ball diferenciadores, excepcionals;

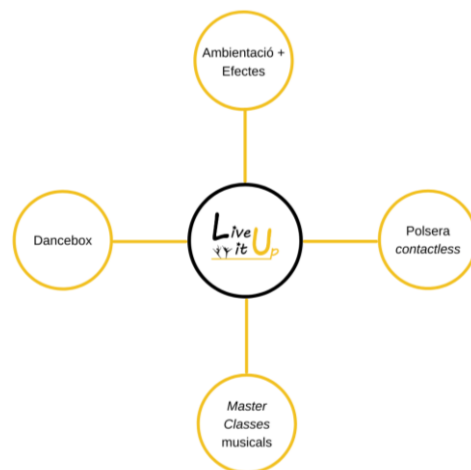
- Cada sala **s'ambientarà** segons l'estil de ball que s'imparteixi en aquell moment (amb focus de llum, Efecte Megatró - fum - i detalls temàtics repartits per l'aula).

- Un altre aspecte diferenciador serà el fet de convidar a persones expertes del món de la dansa. Aquests s'especialitzaran en la **realització de musicals** i dues vegades al trimestre assistiran a l'escola per ensenyar una coreografia d'una escena concreta d'un musical. La primera classe serà realitzada perquè els alumnes aprenguin la coreografia i la següent, serà per perfeccionar-la i emetre's en directe per tal que els pares puguin gaudir d'aquest espectacle *online*. Així, tots els alumnes tindran la possibilitat de viure aquesta experiència i sentir-se que formen part del musical. Tot essent aquest espectacle a la mateixa escola, l'ambientació de l'aula i la vestimenta dels alumnes causarà aquesta sensació en ells.

- Se'ls hi donarà la possibilitat d'adquirir una **polsera contactless** quan s'obri la inscripció. Aquesta els permetrà obtenir un codi de descompte per a articles vinculats a la dansa (llibres, vestuari, objectes...), bescanviables als establiments seleccionats per l'empresa.

- Un altre aspecte diferenciador de la competència serà la **Dancebox**, una caixa ideal per a regalar als més curiosos o ballarins. Aquesta contindrà detalls vinculats a aquest món i un val per a la realització d'una classe presencial a Live It Up.

Figura 4. Proposta de valor resumida de Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

## 5.1. Interès potencial de la població

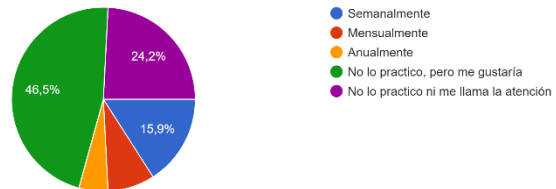
Per tal de contrastar la proposta de valor amb les necessitats actuals del mercat, s'ha elaborat una enquesta als *leads* (possibles clients). L'objectiu principal era descobrir què pensen de la nova proposta de negoci i quins aspectes modificarien de la mateixa. D'aquesta manera, abans de convertir la idea emprenedora a la realitat, era necessari conèixer si estarien disposats a inscriure-s'hi o no, evitant així pèrdues de temps i diners.

S'han obtingut 157 formularis respostos ([Apèndix C](#)), la majoria d'ells residents de Mataró i amb una edat compresa d'entre 17 a 22 anys. Per a realitzar una primera presa de contacte amb les respostes, es comentaran les més rellevants:

- Una gran part dels enquestats (46,8%) els agradaria introduir aquesta disciplina a les seves vides i, per tant, amb la nova proposta d'escola podrien iniciar la seva carrera. Una altra part ja exerceixen aquest esport (46 persones).

Gràfic 1. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta.

¿Con qué frecuencia practicas el baile?  
157 respuestas

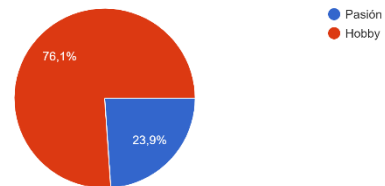


Font: Google Forms.

- Es pot confirmar la divisió del públic objectiu en els dos grans grups esmentats amb anterioritat. La raó és perquè de les 46 persones que afirmen ballar sovint, 35 (76,1%) ho fan per entreteniment i 11 (23,9%) se senten apassionats per la dansa.

Gràfic 2. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta.

¿El baile es tu pasión o simplemente lo haces por hobby?  
46 respuestas

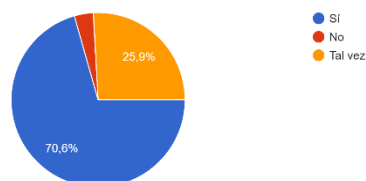


Font: Google Forms.

- De totes aquelles 63 persones que estan disposades a aprendre o millorar la seva destresa en el ball i aquelles 22 que volen inscriure's a una acadèmia, la majoria pensen que la nova proposta d'escola de ball temàtica cobreix totes les necessitats.

Gràfic 3. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta.

¿La nueva academia propuesta (explicada en la descripción) cubre todas tus necesidades?  
85 respuestas



Font: Google Forms.

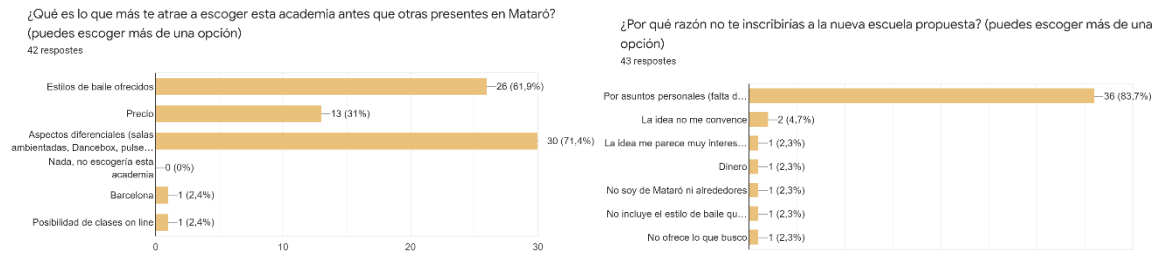


- Existeix una diferència molt mínima entre aquells que s'inscriurien a l'escola si estigués vigent en l'actualitat i els que no. Convé conèixer les raons d'ambdues:

SÍ escullen l'escola majoritàriament  
pels aspectes diferencials (proposta de valor):

NO escullen l'escola per  
assumptes personals:

Gràfic 4 i Gràfic 5. Respostes de possibles clients obtingudes per l'enquesta.



Font: Google Forms.

## 6. Competència

**Directa:** En l'actualitat, la capital del Maresme compta amb 15 escoles de ball vigents. Cadascuna d'elles proporciona diferents estils i presenta un aspecte diferenciador de la resta.

Taula 1. Informació bàsica de la competència directa.

NOM ESCOLA	CLASSES		EDAT MÍNIMA	HORARIS		PREUS MÍNIMS
	Presencials	Online		Matins	Tardes	
La Clave	x		No hi ha		x	29,90€/mes
Ari Dance	x		3 anys		x	30€/mes
GI	x	x	3 anys		x	25€/mes
+Q Ball	x	x	3 anys		x	41€/mes
Salseados	x		No hi ha		x	30€/curs
SS	x	x	4 anys	x	x	30€/mes
M. Àngels	x		3 anys		x	40€/mes
Kinetic	x		3 anys		x	37€/mes
La Base	x		3 anys		x	39€/mes
EDMB	x		3 anys		x	32€/mes

<b>Gemma B.</b>	x		4 anys		x	32€/mes
<b>ASRAI</b>	x		7 anys		x	25€/mes
<b>Ritmo</b>	x		3 anys		x	32€/mes
<b>Swing</b>	x	x	Adults	x	x	38€/mes
<b>DF</b>	x		3 anys		x	29,90€/mes
<b>Live It Up</b>	x	x	3 anys	x	x	39,99€/mes

Font: Elaboració pròpia.

Taula 2. Diferenciació de la competència directa.

NOM ESCOLA	DIFERENCIACIÓ								
	Promos	Particulars	Lloguer	Shows	Dancebox	Polsera contactless	Ambientació + Efectes	Master Classes	Experts musicals
La Clave				x				x	
Ari Dance	x		x					x	
GI		x	x	x				x	
+Q Ball		x		x					
Salseados		x							
SS	x		x	x				x	
M. Àngels			x					x	
Kinetic									
La Base	x								
EDMB				x					
Gemma B.	x			x					
ASRAI		x		x					
Ritmo	x								
Swing		x	x	x				x	
DF	x							x	
Live It Up	x	x	x	x	x	x	x	x	x

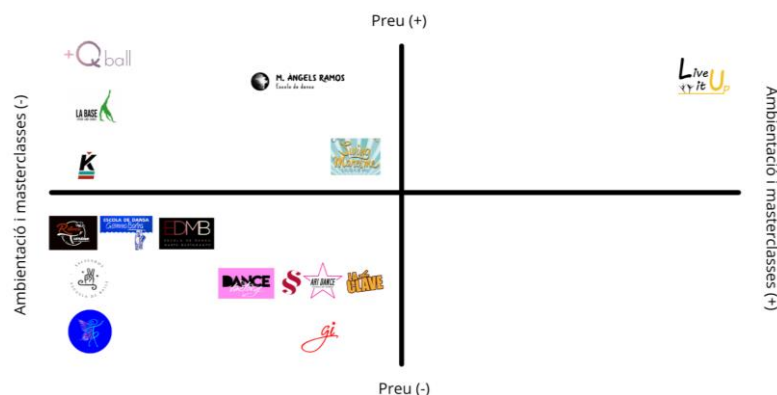
Font: Elaboració pròpia.

Per tal d'obtenir tota la informació proporcionada anteriorment, es va contactar amb les escoles per telèfon, Xarxes Socials, WhatsApp i es va cercar profundament als llocs web corresponents.

A partir d'aquesta anàlisi de la competència directa, s'han creat dues matrius a partir de dues variables que convé considerar. La primera, per tal de comprovar el grau d'innovació que presenten les escoles competents i els seus preus respecte a Live It Up (vegeu la [figura 18](#)).

En canvi, a la segona matriu s'ha volgut centrar més l'atenció en la proposta de valor i fer una comparativa amb la mateixa competència. Per tant, l'eix X esdevenen els aspectes diferenciadors de l'acadèmia proposada; l'ambientació i les classes magistrals impartides per professionals de musicals. Aquests es tornaran a equiparar amb el preu, el qual serà l'eix Y.

Figura 5. Matriu de competència directa d'ambientació, classes magistrals i preu.



Font: Elaboració pròpia.

Com es pot observar a l'última matriu, la nova escola de dansa Live It Up adquireix un posicionament estratègic respecte a la seva competència, creant així un oceà blau. Per tant, és possible confirmar que s'oferiran serveis que difereixen totalment dels vigents en l'actualitat.

### Competència indirecta

Adicionalment, existeixen altres escoles de dansa en l'àmbit nacional i internacional que posen a disposició dels clients serveis similars al de Live It Up o que poden servir de referència per a la realització d'aquest projecte:

## Nacional

Taula 3. Informació bàsica de la competència indirecta en l'àmbit nacional.

NOM	UBICACIÓ	CLASSES		EDAT MÍNIMA	HORARIS		PREUS MÍNIMS
		Presencials	Online		Matins	Tardes	
Dance E.	Barcelona	x	x	3 anys	x	x	9,99€/mes <i>online</i> 40€/mes
SDS	Cornellà	x	x	3 anys		x	-

Font: Elaboració pròpia.

Taula 4. Diferenciació de la competència indirecta en l'àmbit nacional.

NOM	DIFERENCIACIÓ								
	Prom os	Classes part.	Llogue r	Shows	Dance box	Polsera	Ambientació + Efectes	Master Classe s	Experts musical s
Dance E.	x	x	x	x	x		x		
SDS			x	x			x		

Font: Elaboració pròpia.

Convé destacar que aquestes dades de la competència indirecta en l'àmbit nacional s'han obtingut a partir dels llocs webs i les Xarxes Socials d'aquestes.

## Internacional

Taula 5. Informació bàsica de la competència indirecta en l'àmbit internacional.

NOM ESCOLA	UBICACIÓ	CLASSES		EDAT MÍNIMA	HORARIS		PREUS MÍNIMS
		Presencials	Online		Matins	Tardes	
Royal B.	Londres	x		8 anys	x	x	35,98€/mes
Skidmore	Nova York	x	x	18 anys	x	x	5.604,89€/mes (univ.)

Font: Elaboració pròpia.

Taula 6. Diferenciació de la competència indirecta en l'àmbit internacional.

NOM	DIFERENCIACIÓ								
	Promos	Classes part.	Lloguer	Show s	Dancebox	Polser a	Ambientació + Efectes	Master Classes	Experts musicals
Royal B.	x		x	x					
Skidmore	x			x			x		

Font: Elaboració pròpia.

Aquesta informació ha estat extreta dels webs i els mitjans de comunicació usats per ambdues.

## 7. Quota de mercat

Segons l'IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya), en el curs 2019 - 2020, hi havia un total de 64 escoles de ball vigents a Catalunya. Consegüentment, la comunitat autònoma comptava amb 10.076 alumnes inscrits en elles (vegeu la [taula 19](#)). D'aquesta manera, la dansa es va posicionar com el tercer ensenyament de "règim especial" amb més alumnat d'aquesta zona.

Durant el 2019, el volum de negoci de les empreses culturals catalanes que corresponen a la branca d'arts escèniques i musicals, és de 720.173 milers d'euros anuals (Idescat, 2019, [Gràfic 7](#)). Quant a un directori telefònic *online* conegut com "Infobel", les companyies competents de Live It Up aconsegueixen assolir una mitjana de 4.632 milers d'euros anuals (quota de mercat: 0,64%). Prenent com a referència la xifra de facturació del sector juntament amb la de la competència i, tenint en compte que aquesta ja està prou consolidada en el mercat, s'han fixat unes estimacions. L'objectiu seria abastar en un termini d'un any 70 milers d'euros anuals (quota de mercat: 0,0097%).

Aquesta xifra de guanys s'ha escollit mitjançant el càlcul de la possible quantitat de persones disposades a inscriure's al nou centre. Per exemple, si des d'un principi estiguessin interessades mínim 200 persones per estil de ball (hi ha 9 diferents) sense que cancel·lessin la matriculació, ja s'obtidrien uns ingressos anuals de 71.982€ aproximadament, ja que es calcula d'acord amb el preu de la inscripció. Per tant, considerant aquest resultat i les possibles compres dels serveis "extra" oferts per Live It Up, la facturació final i la quota de mercat establerta és assequible.

## 8. Grau d'innovació de la idea

Posteriorment a l'estudi profund de les alternatives a aquest centre de ball, el percentatge de mercat que podria arribar a obtenir l'empresa i investigar les opinions dels possibles clients, s'ha determinat que s'implementarà una estratègia d'oceans blaus.

Com ja s'ha comentat al llarg del projecte, la nova escola pretén que l'alumnat senti que les classes impartides en aquesta siguin úniques, ja que el factor clau i diferencial parteix de l'experiència. Els ballarins i ballarines necessiten desconnectar de la rutina diària i sentir que la dansa és una via d'escapament mental i els fa més forts psicològicament i física. Per tant, la millor manera de fer-ho és implementant un mètode captivador que els ajudi a evadir-se de la realitat. A part de poder-se nodrir de nous conceptes i aprendre, s'oferirà un nou servei encara mai vist arreu del món: sentir que no s'està ballant a una aula tancada.

Moltes empreses actuals observen que ara, tant el jovent com els adults, prioritzen l'experiència. No obstant això, el sector del ball, específicament a Mataró, no va més enllà de brindar un bon aprenentatge i formar als seus alumnes. Per tant, l'escola de ball temàtica proposada parteix d'aquesta mancança localitzada; aquest sector requereix una innovació per tal de fer-lo més atractiu i amb les noves tecnologies seria possible. Per això, Live It Up es disposa a revolucionar-lo, essent la primera escola de ball que apliqui noves accions i originals.

## 9. Pla de màrqueting

### 9.1. Portafoli de productes / serveis

Quan un client interessat contacti amb Live It Up, aquesta li realitzarà unes preguntes per analitzar i identificar les seves necessitats. Així s'oferirà un servei personalitzat.

#### Serveis principals:

**1. Classes de ball presencials i en *streaming*:** El servei principal de l'escola és oferir classes de ball ambientades a totes les persones interessades a nodrir-se d'experiència i d'aprenentatge del ball. Els focus de llum i l'Efecte Megatró seran els elements fixos i els detalls temàtics seran els variables. A més, totes les classes seran transmèses a través del web de l'empresa i posteriorment gravades. D'aquesta manera, qualsevol client podrà accedir al web de l'escola en qualsevol moment. L'últim aspecte i la tematització de les aules, les empreses competents no el tenen en consideració.

Relacionant aquest servei amb el públic objectiu del projecte, està enfocat tant a l'alumnat apassionat pel ball com els que ho practiquen com a hobby.

Figura 6. Prototip classe ambientada a Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

Respecte als horaris de les classes, es poden apreciar a la [figura 19](#). Primerament, cal comentar que les classes de Live It Up estaran disponibles per a tothom en horari de tardes, ja que, degut a les jornades laborals estàndards i als horaris escolars, s'ha considerat que la major disponibilitat dels clients es pot trobar en aquesta franja horària. No obstant això, per no deixar de banda a aquelles persones que prefereixin l'horari de matins, l'escola de dansa estarà oberta sota demanda, és a dir, es realitzaran classes al matí amb cita concertada durant el primer any de l'empresa. D'aquesta manera, es podrà identificar quanta demanda hi ha als matins, per considerar l'opció d'obrir les portes l'any següent tant al matí com a la tarda.

Segonament, estan dividits segons l'estil de ball i els tres grups d'alumnat: "minis" (de 3 a 6 anys), "júnior" (de 7 a 17 anys), finalment els "adults" (+18 anys). Cal comentar que el grup "minis" només tindrà accés a quatre estils de ball (simplement per política d'empresa). A més, els nivells de les classes no s'han aplicat a tots els estils, ja que s'han prioritzat aquells que presenten més dificultat d'aprenentatge.

### Serveis complementaris

**2. Classes magistrals amb experts en musicals:** Un altre element distintiu i exclusiu vers la resta d'escoles és l'assistència de ballarins professionals de musicals per realitzar dues classes al trimestre. La primera consistirà en l'ensenyança d'una coreografia d'un musical i la segona serà per perfeccionar-la i emetre-la en directe per tal que els familiars puguin gaudir-ho també. Convé ressaltar que s'implementarà en un dia no laborable (dissabte). Aquest servei va dirigit als que presenten passió per la dansa i els que només senten afició.

**3. Polsera *contactless*:** A l'hora d'obrir una nova inscripció, els pares dels alumnes o ells mateixos, tindran la possibilitat d'obtenir una polsera. Tots els que la comprin, podran adquirir certs articles de dansa (com ara roba, llibres, objectes, entre d'altres) a

alguns establiments a un preu inferior a l'estàndard. En resum, és un bon mètode per estalviar diners, ja que normalment els preus de tot el que està vinculat amb el ball són elevats. Aquest producte se centra en tot l'alumnat adult (tant l'apassionat com el que té la dansa com a hobby) de Live It Up. En cas del target menor d'edat, la polsera se centra en els que prenen la decisió final d'inscripció: els pares.

Figura 7. Prototip polseres *contactless* de Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

**4. Dancebox:** Es donarà l'opció de comprar una "Caixa de Dansa per a regalar", producte que no ofereix actualment la competència directa. Aquesta estarà formada per detalls relacionats amb el ball i un val per assistir a una classe presencial a l'escola, de qualsevol dels estils. Per tant, aquest producte està destinat a tots els alumnes de l'escola, tot i que cal considerar que dins del públic objectiu menor d'edat, la caixa se centra en els pares, ja que seran els decisors de compra finals.

Figura 8. Prototip Dancebox de Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

**5. Classes particulars:** En cas que algun alumne necessiti un ajut addicional per seguir les classes o aquells professionals que vulguin un reforç extra per ampliar els seus coneixements, s'oferiran classes a mida *online* i presencials. Aquest està orientat a ambdós grups del públic objectiu (apassionats i amb hobby pel ball).

**6. Lloguer d'aules:** Si el que s'està buscant és un espai per gravar les seves coreografies, assajar o donar classes de ball, l'escola ofereix el lloguer de les seves 4 sales temàtiques (empenant prèviament un formulari i complint amb els requisits especificats al lloc web). El lloguer de les aules està enfocat a tots els grups pertanyents al target de l'empresa.



## 9.2. Pla de comunicació

### **Prevenda**

**Pòsters:** Durant un any, abans i després de la inauguració, la mateixa fundadora de Live It Up s'encarregarà de repartir pòsters ([Figura 20](#)) a algunes de les escoles d'educació infantil, primària, secundària i batxillerat pertanyents a Mataró. Aquestes els penjaran dins i fora de l'establiment amb la finalitat que els pares dels nens, en recollir-los de les classes, s'assabentin de la nova escola de dansa. Per aquesta raó i considerant que a Mataró hi ha aproximadament 86 col·legis, s'ha triat la compra de 100 pòsters. Les unitats sobrants es col·locaran arreu dels carrers de la ciutat.

**Street Marketing:** Es realitzarà una campanya de *Street Marketing* arreu dels carrers de Mataró. L'objectiu serà donar a conèixer l'escola d'una manera més innovadora, emfatitzant en el sentiment de la diversió i experiència. Consistirà en la realització (per part dels professors de l'escola) d'una coreografia de ball interactiva. Apareixeran tots o la majoria dels estils de ball de Live It Up en una única *flashmob* apta per a tothom. Aquesta campanya estarà vigent durant les set tardes de la setmana abans d'inaugurar l'escola de dansa i la següent, quan ja estarà establerta. D'aquesta manera, cabrà la possibilitat d'obtenir més *leads*, és a dir, més possibles clients potencials, ja que existirà un marge de temps per captar la seva atenció. Addicionalment, aquesta *flashmob* es posicionarà amb la intenció d'assolir la quantitat més gran de població; es faran als 11 barris de Mataró, al centre, al passeig marítim i al Centre Comercial Mataró Parc. Cada *flashmob* comptarà amb dues grans lones a les cantonades per tal de contextualitzar la situació als espectadors.

### **Durant la venda**

**Ampolles plegables:** A l'hora de realitzar les inscripcions, s'obsequiarà el client amb una ampolla plegable amb l'Isologotip de l'escola, dissenyada per l'empresa "Garrampa" i els *stickers* de l'Isologotip per "La Imprenta Naranja". D'aquesta manera, sentiran que formen part d'aquesta nova comunitat i també serà un bon mitjà promocional. Per tant, com es preveu un total de 1.800 inscripcions anuals, s'adquiriran 2.000 unitats, comptant així amb un marge de 200 ampolles.

### **Pre, durant i postvenda**

**SEO i SEM:** Es crearà una pàgina web de l'empresa, gestionada per la CEO i Community Manager de Live It Up. Aquesta estarà sotmesa per una estratègia SEO i SEM, ja que la majoria del públic objectiu al qual es dirigeix Live It Up, a l'hora de cercar

noves escoles de dansa, es decanten pels motors de cerca. Per tant, és convenient augmentar la visibilitat de l'escola i la seva posició a la pàgina de resultats d'aquests grans canals. A més, serà un bon canal per aportar contingut de valor als clients, gràcies a la publicació de novetats de l'escola i generació d'articles relacionats amb la dansa. Per tal d'assegurar un bon posicionament en els motors de cerca, aquest lloc web (es pot accedir amb l'enllaç de la [figura 21](#)) contindrà una sèrie de paraules clau. Aquestes s'han obtingut mitjançant una Keyword Research, elaborada amb unes paraules clau inicials i finalitzant amb les que més usables esdevenen (vegeu la [taula 24](#)).

Xarxes Socials (canal bidireccional): S'executarà una estratègia *Social Media*, dirigida per la CEO i Community Manager de l'escola, per tal d'augmentar aquesta notorietat i resoldre els dubtes dels usuaris de manera immediata i directa.

S'ha escollit **Instagram**, ja que el jovent és el principal consumidor d'aquesta xarxa i la manera més fàcil d'arribar a ells. **TikTok** perquè és una plataforma que està en auge i la seva estructura visual encaixa amb el model de negoci de Live It Up. Finalment, **Facebook**, pel fet que és un dels mitjans de comunicació més utilitzats per la gent adulta. A més, s'ha creat una landing page ([Figura 22](#)) per tal de dirigir als seguidors a la pàgina destí del web (apartat "¡Inscribete!"). Aquesta es trobarà enllaçada a la descripció de totes les xarxes.

Basant-nos en un cas real d'una empresa en funcionament, s'ha elaborat un calendari dels millors moments a publicar a les Xarxes Socials, el qual es pot visualitzar a la [figura 23](#). Es divideix en tres dies setmanals i en cadascun d'ells es realitza una publicació diferent (vegeu un exemple de *post* a la [figura 24](#)). Addicionalment, s'ha establert un pressupost estimat d'aquest pla:

Taula 7. Pressupost del pla de comunicació.

PRESSUPOST PLA DE COMUNICACIÓ				
Offline				
Àrees	Accions	Intermediaris	Pressupost	Total
Street Marketing	Lones publicitàries (2u)	Ajuntament de Mataró Professors escola	12,87€/u	25,74€
Pòsters	Impressió pòsters (100u)	CEO	58,57€/100u	58,57€
Ampolles	Disseny i impressió (2.000u)	Garrampa La Imprenta Naranja	1,21€/u	2.420€

Online				
SEM	Campanya Google Ads	CEO Community Manager	250€/mes	3.000€/any
Xarxes Socials	Promoció posts XXSS		80€/mes (4€/dia)	960€/any
<b>TOTAL</b>	<b>6.464,31€</b>			

Font: Elaboració pròpia.

### 9.3. Pla de distribució

L'escola usarà un canal propi, comptant amb intermediaris involucrats en el procés de venda. Uns exemples són els treballadors de l'escola per distribuir el servei, a través de:

**1. Email, WhatsApp i Xarxes Socials:** Són uns dels més directes que existeixen i més ràpids a l'hora d'obtenir resposta i de donar a conèixer els negocis. En aquest cas, tots els usuaris que tinguin dubtes o problemes vinculats amb Live It Up o amb la informació proporcionada, podran posar-se en contacte amb l'empresa a través d'aquests canals. Cal comentar que el Whatsapp de l'empresa es trobarà inserit en les Xarxes Socials mitjançant el típic "Call-to-Action". Aquests mitjans seran gestionats per dues persones; la fundadora i un o una Community Manager a temps parcial. Ambdós dissenyaran i aplicaran diverses estratègies de màrqueting i respondran les possibles qüestions dels usuaris.

**2. Establiment:** Tot i que el mètode *online* cada vegada està guanyant més territori, la presencialitat continua essent un punt fort. El "face-to-face" dona una sensació de més credibilitat i confiança, per tant, no s'ha de perdre aquesta via. Doncs, Live It Up, contractarà a una persona encarregada de detallar la informació, gestionar les inscripcions i resoldre les necessitats dels assistents a l'escola. El pressupost aproximat d'aquests canals és:

Taula 8. Pressupost del pla de distribució.

PRESSUPOST CANALS DE DISTRIBUCIÓ			
Offline			
Àrees	Persones involucrades	Pressupost	Total
Establiment	Atenció al client (jornada completa)	976€/mes	11.712€/any

Online			
Email	Community Manager (j.parcial)	885€/mes	10.620€/any
Xarxes Socials			
WhatsApp	Fundadora de Live It Up	3.333€/mes	40.000€/any
<b>TOTAL</b>	<b>62.332€</b>		

Font: Elaboració pròpia.

## 9.4. Política de preus

A l'hora de fixar els preus dels serveis i productes oferts per Live It Up, prèviament s'han investigat i analitzat certs factors:

**1. Preus de la competència:** Una classe a la setmana a les escoles de dansa mataronines ronden d'entre els 25€ als 40€ aproximadament (Sarrias, 2021, [Gràfic 26](#)). A més, en l'àmbit nacional i internacional també s'aplica aquesta quantia. En canvi, les classes particulars assolixen una xifra d'entre 50€ a 60€/h i el lloguer de les aules uns 20€/h aproximadament.

Pel que fa a l'única Dancebox oferta per una empresa indirectament competent (Dancemotion), els preus es fixen segons la tria del client; poden ser classes individuals, en parella... Per tant, el preu mínim d'aquesta caixa són 39€ i el preu màxim són 280€.

Per altra banda, el preu de les polseres *contactless* s'ha fixat d'acord amb el grau d'innovació que presenta el producte i ressaltant que la competència no l'ofereix. De manera contrària s'ha calculat el preu final de les classes magistrals. Aquest ha estat fixat amb l'objectiu de cridar l'atenció de l'alumnat amb un preu molt assequible.

**2. Demanda:** L'any 2021, es va comptabilitzar una xifra de 129.120 habitants a Mataró. D'aquestes, 20.255 esdevenien nens i nenes de 0 a 14 anys i 20.280 persones d'entre 15 a 30 anys (Idescat, 2020, [Taula 20](#)). Per tant, tenint en compte el públic objectiu, hi hauria una possibilitat aproximada de 40.535 persones disposades a apuntar-se a Live It Up. Però, cal considerar que no tota aquesta població voldria fer classes de ball. Seguidament, s'han investigat les preferències de la població mataronina quant a les activitats extraescolars. Segons la Generalitat de Catalunya, durant l'any 2019 es van registrar un total de 870 alumnes matriculats al nivell "dansa elemental", els quals 199

s'ubicaven a Mataró. Per tant, és possible afirmar que aquest tipus de formació és molt perseguida i desitjada pels nens i adolescents d'aquest municipi.

A l'hora de definir la demanda, primerament s'ha considerat la capacitat màxima del local. Segons l'ECU (Licencias Urbanísticas en Madrid), 1,5m<sup>2</sup> equival a 1 persona en una escola de ball. Per tant, tenint en compte que el local de Live It Up té una capacitat de 900m<sup>2</sup>, podran haver-hi màxim 600 persones al mateix temps.

Segonament, s'ha establert una quantitat de 1.800 inscripcions durant un any, prenent en consideració el valor mencionat per la Generalitat de Catalunya el 2019, la capacitat del local i sabent que a Live It Up existeixen nou estils de ball i diferents nivells acadèmics. Considerant que és possible aconseguir aquesta xifra d'inscripcions per nivell, s'han comptat unes 200 inscripcions per estil de ball. Per tant, s'ha multiplicat aquestes 200 inscripcions per cada estil ofert per l'empresa;  $200 \times 9 = \mathbf{1.800}$  **inscripcions**.

**3. Cost de l'escola:** El cost total d'una hora de classe setmanal a Live It Up és de 17,50€/h (vegeu el càlcul complet a la [taula 25](#)). Amb aquest resultat i els paràmetres utilitzats pel càlcul, s'ha realitzat el Punt Mort:

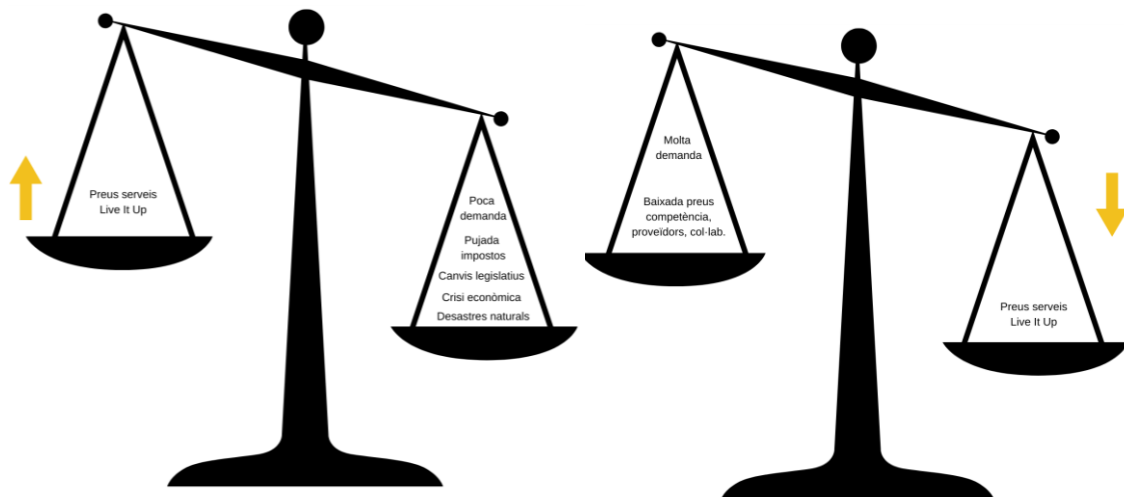
**PM =  $17,23 / 9,99€ - (0,26693 / 1) = \mathbf{1,45}$  inscripcions.** Per tant, l'escola de ball requereix d'**1,45 inscripcions** per cobrir els costos d'una hora de classe a la setmana.

### **Estratègia de preus**

S'han fixat uns preus de Live It Up, partint dels factors analitzats. En primer lloc, el preu de les classes variarà en funció de les hores i nivell que s'esculli, però la quota mínima serà de 39,99€ mensuals (1h/setmana) i 29,99€ de matrícula (pagament únic). Es donarà l'oportunitat d'escollir 2h/setmana per 59,99€ al mes, 3h per 79,99€, i així successivament (vegeu les quotes completes a la [figura 25](#)).

En segon lloc, s'ha establert que les classes particulars que ofereix l'empresa assoliran una xifra de 49,99€/classe i el lloguer de les sales variarà en funció de les hores i la sala (però s'ha fixat un preu mínim de 20€/h). Addicionalment, les polseres i la Dancebox costaran 24,95€ i 19,95€, respectivament. En canvi, les classes magistrals, les quals també seran d'opció lliure d'assistir, es posaran a disposició dels clients per només 5€. En últim lloc, convé destacar que aquests preus poden variar en funció d'altres variables que afecten negativament o positiva a aquests. Per exemple:

Figura 9. Variables que afecten als canvis de preus.



Font: Elaboració pròpia.

## Previsió de vendes

Taula 9. Previsió de vendes de Live It Up durant el primer any.

PREVISIÓ DE VENDES PRIMER ANY		
<b>Classes</b>	1.800 inscripcions x 39,99€	<b>71.982€</b>
<b>Polseres</b>	1.457 unitats x 24,95€/u	<b>36.352,15€</b>
<b>Dancebox</b>	1.371 unitats x 19,95€/u	<b>27.351,45€</b>
<b>Masterclasses</b>	1.200 inscripcions x 5€	<b>6.000€</b>
<b>Classes particulars</b>	728 classes x 49,99€	<b>36.392,72€</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>178.078,32€</b>

Font: Elaboració pròpia.

Aquesta previsió de vendes del primer any s'ha establert segons dos supòsits:

Previsió vendes del servei principal de Live It Up (classes de ball): S'ha considerat les 1.800 persones que podrien formar part de la cartera de clients, mencionades anteriorment.

Previsió de vendes dels serveis complementaris: S'ha realitzat una segona enquesta (vegeu a l'[Apèndix D](#)) a les 42 persones que a la primera enquesta de testeig inicial ([Apèndix C](#)) estaven interessades a inscriure's a Live It Up. L'objectiu era conèixer quantes persones pagarien per obtenir aquests serveis extra. El mètode de càlcul ha

estat el següent: Si dels 42 enquestats decidits a inscriure's, 34 sí que comprarien la polsera, amb les 1.800 inscripcions, per tant, estarien disposades a pagar per aconseguir-la 1.457 persones. Aquestes xifres són una aproximació, ja que els enquestats poden reaccionar diferent de l'hora d'adquirir o no els serveis complementaris.

### **Orientació de les 4 c's amb les 4 p's**

**Producte → Client.** Els clients podran escollir els estils de ball que prefereixin juntament amb els nivells que s'adeqüin a ells. A més, es realitzarà un seguiment personalitzat dels alumnes a cada classe impartida i s'oferiran classes particulars per qui ho necessiti o per professionals que vulguin reforçar els seus coneixements en un ambient fora del convencional, innovador. Per tant, l'escola tindrà en compte les necessitats dels seus clients en tot moment.

**Promoció → Comunicació.** La comunicació en xarxes socials serà el canal bidireccional principal, ja que serà on l'empresa establirà un vincle proper amb els clients, generant una retroalimentació, és a dir, obtenint *feedback* dels usuaris. Aquesta retroalimentació servirà d'ajuda per a redefinir i adaptar la comunicació en xarxes.

**Distribució → Conveniència.** S'ha de considerar l'opció de "transportar" el servei de Live It Up a casa dels clients o al lloc més convenient per a ells. Per tant, aquests podran inscriure's i visualitzar les classes en directe a través de la pàgina web de l'empresa. En cas que no poguessin veure la classe el mateix dia que es realitza, la tindran disponible al web.

**Preu → Cost.** El cost que els suposarà als clients s'ha estipulat segons tres factors:

En euros: Tots els subscrits hauran de tenir un mínim d'ingrés de 69,98€ mensuals, ja que el preu de la matrícula és de 29,99€ i la quota d'una hora a la setmana és de 39,99€ al mes.

En temps: Gràcies al fet que les classes de ball seran transmises en directe a través del web i gravades per una posterior visualització, es reduirà el cost en el temps.

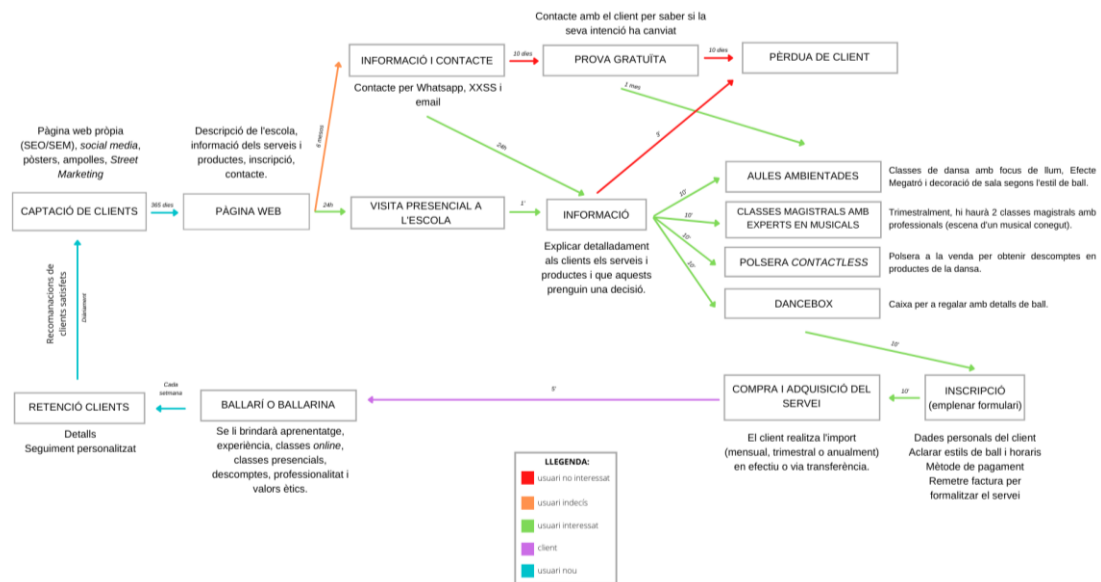
En esforç: Es donarà la possibilitat d'adquirir la inscripció per mitjà del lloc web. Per tant, es redueix l'esforç del client d'haver de desplaçar-se per inscriure's en el mateix establiment.

## 10. Pla d'operacions

### 10.1. Procés de producció

A continuació, és possible identificar les accions que realitza Live It Up des que capta al *lead* fins que aconsegueix realitzar la conversió, el temps que triga a executar cadascuna de les accions i, finalment, els diferents tipus d'usuaris que intervenen en aquest procés.

Figura 10. Recorregut i temporalització del procés productiu.



Font: Elaboració pròpia.

### Objectiu del procés de producció

Com la major part dels ingressos de Live It Up provenen de les inscripcions a les classes de ball i sense elles, l'empresa no sobreviuria, s'han estimat quants ingressos s'haurien d'obtenir per començar a obtenir beneficis el primer any:

$$PM = 134.934,59€ / 39,99€ - (25.664,79€ / 1.800 \text{ inscripcions}) = 5.242,21 \text{ inscripcions.}$$

$$IT = 5.242,21 \text{ inscripcions} \times 39,99€ = 209.636,14€/any.$$

En aquest cas, es necessitaran **209.636,14€** ingressos anuals per tal de començar a produir guanys i cobrir els costos de la companyia. Aquest esdevindrà l'objectiu principal de vendes. A partir d'aquí, s'han calculat les vendes previstes en relació amb les desitjades:



Taula 10. Previsió de vendes amb objectiu de producció.

PREVISIÓ DE VENDES REAL I OBJECTIU (1R ANY)	
Real	71.982€
Objectiu	209.636,14€
<b>Total anual</b>	<b>-137.654,14€</b>

Font: Elaboració pròpia.

Per tant, basant-nos en aquesta previsió de vendes real i objectiu, es pot observar que s'obtindrà un resultat negatiu el primer any en relació amb les inscripcions de les classes.

### Tecnologia a utilitzar

Respecte a la tecnologia necessària, l'escola serà l'encarregada de comprar, assolint una xifra de 519,56€, l'**Efecte Megatró i els focus de llum**. A més, es compraran ordinadors portàtils (**EPI**) per 1.102,9€. Aquests estaran directament enllaçats amb les **càmeres**, les quals costaran 87,96€. A més, es comptarà amb una **impressora** de 189€.

Adicionalment, es faran servir uns components tecnològics (**domini, hosting, plugins i manteniment**) per a l'obtenció d'un correcte funcionament a la pàgina web de l'empresa. Aquest pagament anirà a càrrec de Live It Up amb una quantia fixa de 519,88€.

Per acabar, el proveïdor "La Tienda Inteligente", s'encarregarà de facilitar les **polseres contactless** a l'escola de dansa. En aquest cas, s'abonarà el primer mes de compra una xifra estimada de 2.340€ per 2.000 unitats. Posteriorment, s'haurà de destinar més o menys diners a les polseres, depenent de la quantitat de persones disposades a comprar-les.

### Pla de contingència

Ambientació aules + efectes: Mínim d'alumnes per classe 5 i màxim 20. En cas que no s'inscriguin el total requerit, es deixarà en llista d'espera als interessats i l'escola contactarà amb aquests quan s'aconsegueixi arribar al mínim. Contràriament, si la demanda sobrepasa l'oferta d'un estil i nivell, es crearà un segon grup amb característiques similars.

Polsera *contactless* i Dancebox: Es comprarà un màxim de 2.000 polseres i 2.000 Dancebox. En l'hipotètic cas que s'esgotin ambdues, es crearà una llista amb les persones interessades i un mètode de contacte, per avisar-les quan es renovi l'estoc. Altrament, si no han tingut èxit, aquestes s'emmagatzemaran dins l'escola, a un lloc protegit i inaccessible per l'alumnat. Si algun client no està satisfet amb un dels dos productes anteriors, se li retornaran els diners, sempre que no s'hagi danyat ni el *packaging* ni l'interior.

#### Classes magistrals amb professionals en musicals:

Tenint en compte que el cost del professional de la classe magistral és de 100€, s'ha calculat el que costaria en total una hora d'aquesta classe, el qual ha estat de 101,54€/h (vegeu la [taula 26](#)). Això significa que l'empresa requerirà 21,39 inscripcions per a poder cobrir aquest cost:  $PM = 101,279€ / 5€ - (0,26693 / 1) = 21,39$  **inscripcions.**

Per tant, es necessiten un mínim de 22 inscripcions i un màxim de 50. Si es donés l'ocasió que no s'aconseguís el mínim d'alumnes, es posposaria la classe fins a aconseguir-lo. Contràriament, si hi hagués més persones interessades que "oferta", es contractaria a un segon professional que realitzés la mateixa o una altra coreografia.

## **10.2. Activitats clau**

### **Activitats necessàries per a dur a terme el procés d'operacions**

Cal ressaltar que totes les activitats clau les duu a terme la mateixa escola de dansa Live It Up:

**Captació de clients:** primera activitat interna que realitzarà aquesta *startup*, esdevenint clau pel desenvolupament del negoci. No només s'aconseguiran beneficis econòmics, sinó que també es promourà la innovació i el sentiment experiencial entre el sector de la dansa.

- Pla de contingència: Si l'estratègia de promoció no obtingués els resultats esperats, una alternativa seria la remodelació dels canals escollits. Primer de tot, s'analitzaria quin o quins canals no funcionen i la raó. Depenent de l'arrel del problema, s'escolliria un altre canal, es modificaria l'estratègia de continguts en xarxes...

**Contractació de personal:** El servei principal de l'escola requereix personal qualificat en el món de la dansa, per tal d'aportar coneixements tècnics i que manegi diversos estils de ball. Sense ells, no es pot posar en funcionament el negoci. Per tant, és un repte per Live It Up aconseguir professors que tinguin la capacitat de fer aquest treball.

- Pla de contingència: En cas que algun dels professors escollits volgués marxar de l'escola o, simplement un dia no pogués assistir, sempre hi hauria un substitut que pogués suplir-lo sense problemes.

**Realització de les classes:** Com s'ha mencionat en el punt previ, el servei essencial de l'escola són les classes de ball per grups i particulars. Tota la base parteix d'aquest punt inicial, ja que, al cap i a la fi, l'objectiu final d'obertura de Live It Up és ensenyar a ballar.

- Pla de contingència: Si per algun motiu extrem, no fos possible realitzar una classe específica, l'escola s'encarregaria d'avisar a tot l'alumnat que aquell dia a aquella hora Live It Up romandrà tancat.

**Retenció i fidelització dels clients:** L'empresa es bolcarà en els seus alumnes. Durant les classes, l'escola brindarà una atenció personalitzada als estudiants, destacant els seus punts a millorar i enorgullint els forts. Addicionalment, en ocasions especials (Nadal, *Halloween*...) rebran petits detalls per part de Live It Up.

- Pla de contingència: En cas d'obtenir queixes d'alumnes, quant a l'atenció personalitzada, l'escola establiria una conversa amb el professor en qüestió per tal de generar canvis en el seu mètode de treball.

**Relació amb els proveïdors i col·laboradors:** És una activitat clau externa de Live It Up. Sense les seves aportacions, l'escola no podria continuar endavant, ja que per un costat, dependrà dels materials dels proveïdors i per l'altre, de les classes magistrals i els establiments que oferiran descomptes amb la polsera *contactless*. Per tant, es mantindrà una comunicació constant i fluida amb aquests.

- Pla de contingència: Si aquesta relació amb els proveïdors o col·laboradors no fos exitosa, una alternativa seria la reelecció d'aquests. Es realitzaria una investigació de mercat per tal de trobar altres opcions. Doncs, s'escolliria a l'empresa proveïdora més viable, la que encaixés millor amb l'activitat de l'escola de dansa.

### 10.3. Recursos clau

#### Recursos materials fixos

EPI: Aquest grup resulta imprescindible a l'hora de desenvolupar l'activitat *online* (ordinadors, càmeres) i presencial (impressora d'oficina per a la impressió de qualsevol document necessari per tramitar les inscripcions dels clients).

Mobiliari: Un altre recurs essencial pel compliment de la proposta de valor de Live It Up són els elements temàtics repartits per les aules, els focus de llum i l'Efecte Megatró. Sense aquests detalls, l'empresa no tindria diferenciació entre la resta d'empreses competidores.

Subministrament de recursos necessaris: L'activitat empresarial requereix llum, per tant, esdevé un mitjà imprescindible. A més,, l'escola disposarà d'aigua calenta i freda.

Local: Qualsevol persona podrà seguir les classes des de casa, però l'escola fomenta la presencialitat per tal de rebre aquesta experiència que tant desitja oferir. En conseqüència, el local serà indispensable per dur a terme totes les classes de ball.

#### Recursos materials variables

Polsera contactless: Són un recurs clau per a la creació d'una línia de productes. Aquestes seran proporcionades per l'empresa proveïdora, amb la qual l'escola mantindrà una relació transparent i actualitzada (es coneixerà quan surten les polseres i quan arriben a Live It Up).

Dancebox: Aquesta caixa també formarà part d'una línia de productes de Live It Up. Per consegüent, no poden faltar dins de l'escola.

#### Recursos immaterials fixos

App informàtiques: La pàgina web serà la principal aliada de Live It Up. Gràcies a ella, s'obtidran més *leads*, es podrà conèixer l'empresa, els seus serveis, entre d'altres. Per tant, és necessari mantenir l'estètica i les accions internes del lloc web ben actualitzades.

Personal: Els treballadors de l'escola seran vitals pel correcte funcionament d'aquesta. Cadascun d'ells aportarà el seu gra de sorra per tal de fer créixer aquest nou negoci.

#### Recursos immaterials variables

Classes magistrals: Esdevindran clau per a crear aquest sentiment d'"exclusivitat" per part de Live It Up. Aquestes seran dutes a terme per professionals experts en musicals, els quals seran contractats per l'empresa, obtenint una relació propera, honesta i fluida.

## 10.4. Pressupost de producció

Taula 11. Pressupost de producció.

PRESSUPOST DE PRODUCCIÓ				
RECURSOS FIXOS				
<i>Recursos materials</i>		<b>COST FIX</b>	<b>AMORT. (p /vida útil)</b>	<b>TOTAL 1r ANY</b>
<b>EPI (10 anys)</b>	5 ordinadors portàtils HP	1.102,9€ (220,58€ x 5u)	137,986€	137,986€
	1 impressora Brother	189€		
	Càmeres (Webcam)	87,96€ (21,99€ x 4u)		
<b>Mobiliari (20 anys)</b>	Mini calaixeres (tauletes)	40€ (10€ x 4u)	69,418€	69,418€
	Cadires	185€ (37€ x 5u)		
	Focus de llum	319,6€ (39,95€ x 8u)		
	Màquina Efecte Megatró	199,96€ (49,99€/ x 4u)		
	Líquid Efecte Megatró	43,8€ (10,95€ x 4u)		
	Detalls de les aules	600€ (150€ x 4 aules)		
<b>Utilatge (8 anys)</b>	Bolígrafs, calculadores...	150€	18,75€	18,75€
<b>Subministres</b>	Llum	120€/mes	-	1.440€
	Aigua	50€/2 mesos		300€
<b>Arrendaments</b>	Local	950€/mes	-	11.400€
<b>Altres imm. mat. (5 anys)</b>	Extintors	245€ (35€ x 7u)	49€	49€
<b>Repar. i conserv.</b>	Manteniment extintors	56€ (8€/u x 7u)		56€
<b>Serv. Prof. Indep.</b>	GD Assessoria	85€/mes		1.020€
<i>Recursos immaterials</i>		<b>COST FIX</b>		<b>TOTAL ANY</b>
<b>Aplicacions informàtiques (6 anys)</b>	Domini i <i>hosting web</i>	119,88€ (9,99€/mes)	86,64€	86,64€
	<i>Plugins</i>	100€		
	Manteniment web	300€		
<b>Personal</b>	CEO	3.333€/mes	-	40.000€
	Community Manager	885€/mes		10.620€
	Atenció al client	976€/mes		11.712€
	Professors/es ball (3h/dia)	3.830,4€/mes (4 pers.)		45.964,8€
	Personal neteja (4h/dia)	1.000€		12.000€
	Programador web (2h)	30€/h		60€

RECURSOS VARIABLES				
Recursos materials		COST VARIABLE		TOTAL ANY
<b>Cartutxos tinta</b>	Tòner per a la impressora	11,44€/tòner	-	44,79€
<b>Polsera contactless</b>	Polseres (2.000u)	0,79€/u	-	1.580€
	Stickers Isologotip (2.000u)	0,38€/u	-	760€
<b>Dancebox</b>	Caixa (2.000u)	1,24€/u	-	2.480€
	Detalls dins de la caixa (2.000u)	10€/u	-	20.000€
Recursos immaterials		COST VARIABLE		TOTAL ANY
<b>Classes magistrals</b>	Classes amb experts en musicals (2h cada trim.)	100€/h	-	800€
<b>TOTAL CF</b>	<b>134.934,59€</b>			
<b>TOTAL CV</b>	<b>25.664,79€</b>			
<b>CT</b>	<b>160.599,38€</b>			

Font: Elaboració pròpia.

Els costos variables dels productes complementaris s'han definit considerant una compra de 2.000 unitats pel primer any. Aquesta xifra ve deguda a l'aproximació de persones que adquirien aquests productes addicionals (mencionades a l'apartat "previsió de vendes").

### Possible creixement futur de l'empresa

En cas que calgués ampliar els costos fixos perquè s'ha obtingut la màxima ocupació del local, se cercarà pobles del voltant de Mataró que no disposin de cap centre de ball i es contactarà amb l'Ajuntament d'aquests pobles per a l'obtenció d'unes instal·lacions públiques. Allà es durà a terme l'activitat empresarial de Live It Up una vegada a la setmana. Uns exemples serien Sant Andreu de Llavaneres, Vilassar de Mar, Premià de Mar, entre d'altres.

Aquesta proposta futura d'expansió no suposarà cap cost d'arrendament, ja que el local estarà a càrrec de l'Ajuntament. Només es comptabilitzaran els costos de producció, manteniment i personal.

## 11. Pla d'organització i recursos humans

### 11.1. Organigrama i descripció funcions

**CEO:** Gestionarà l'activitat empresarial i les tasques dels empleats. Definirà les diverses estratègies operatives i orientarà als treballadors cap als objectius establerts. A més, farà feines internes per tal d'assegurar un bon funcionament de l'entitat.

**Community Manager:** Serà l'encarregada de crear contingut i gestionar les Xarxes Socials, Whatsapp, email i el lloc web de l'empresa. La seva missió és donar a conèixer la marca i els seus valors, generant així notorietat.

**Atenció al client:** Gestionarà les possibles queixes i reclamacions que puguin presenciar els clients i cercarà una solució. A més, informará de la cartera de productes i serveis oferts per l'empresa i tramitarà les comandes i inscripcions de Live It Up.

**Professorat:** Planificaran un programa de formació a impartir. Seleccionaran i programaran els focus de llum i l'Efecte Megatró de cada classe. Així mateix, avaluaran i registraran el nivell i evolució de l'alumnat, creant un seguiment personalitzat d'aquest. Cal mencionar que es contractarà a jornada parcial (de 4h diàries) a una empresa externa de neteja (Clece) per mantenir el local en un estat òptim. Addicionalment, se cercarà un programador per a dur a terme el manteniment i programació del lloc web i es comptarà amb diversos professionals de musicals per a realitzar les classes magistrals 2h/trimestre.

Addicionalment, un cop al mes es durà a terme un comitè de seguiment on es reuniran tots els treballadors fixos de l'empresa. Allà s'analitzaran els resultats mensuals, l'evolució de l'empresa i es fixaran noves accions a implementar pel mes següent.

Figura 11. Organigrama de Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

**Dependència jeràrquica:** Com es pot observar a l'organigrama, existeix una estructura horitzontal, on tots els departaments funcionen de manera independent sota la responsabilitat i direcció de la CEO, la qual marcarà l'estratègia a seguir en el negoci.

Per una banda, existeixen només dos nivells d'autoritat: liderats per la directora executiva i seguits pels diferents departaments. En ser una *startup*, es comptarà amb pocs treballadors tot i que a mesura que Live It Up creixés, a la plantilla s'incorporarien nous talents. Per altra banda, existeixen dependències externes a l'empresa: el programador web, Clece i els professors de les classes magistrals.

## 11.2. Llocs de treball

Respecte als llocs de treball fixos esmentats, s'han establert una sèrie de tasques principals juntament amb les seves competències, tant professionals com personals:

Taula 12. Tasques, competències tècniques i personals de la plantilla.

Tasques clau	Competències tècniques	Competències personals
<b>CEO - Jornada completa (8h al dia)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representant de l'empresa</li> <li>• Gestió del negoci i personal</li> <li>• Definició d'estratègies</li> <li>• Orientació dels treballadors</li> <li>• Gestió de tasques internes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coneixement i comprensió del funcionament empresarial</li> <li>• Analitzar i identificar problemes</li> <li>• Coneixements bàsics del sector</li> <li>• Capacitat identificar nous talents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lideratge fort i motivacional</li> <li>• Visió estratègia a mitjà i ll/t</li> <li>• Flexibilitat i gestió del canvi</li> <li>• Capacitat de presa de decisions</li> <li>• Autogestió de la feina i pressió</li> </ul>
<b>Community Manager - Jornada parcial (4h al matí)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestió XXSS, email, Whatsapp i web</li> <li>• Imatge de marca i notorietat</li> <li>• Posicionament web</li> <li>• Estratègia de continguts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visió estratègica</li> <li>• Conèixer tendències en XXSS</li> <li>• Habilitats comunicatives</li> <li>• Anàlisi i medició de resultats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creativitat</li> <li>• Perfil proactiu</li> <li>• Ser metodològic</li> <li>• Habilitats comunicatives</li> </ul>
<b>Atenció al client - Jornada completa (8h al dia)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atendre i resoldre queixes</li> <li>• Informar sobre prod. i serveis</li> <li>• Tramitar comandes i inscripcions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coneixement dels prod. i serveis</li> <li>• Analitzar i identificar problemes</li> <li>• Problem <i>solving</i></li> <li>• Coneixements bàsics informàtica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escolta activa</li> <li>• Capacitat persuasiva</li> <li>• Habilitats comunicatives</li> <li>• Resolució ràpida de problemes</li> </ul>
<b>Professors/es - 3h al dia</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar el programa formatiu</li> <li>• Creació coreografies i ex. previs</li> <li>• Seleccionar escenografia</li> <li>• Registre de l'evolució alumnat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coneixement estil de ball impartit</li> <li>• Programació activitats i "coreos"</li> <li>• Relacions interpersonals</li> <li>• Motivació i animació als estudiants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creativitat</li> <li>• Flexibilitat i gestió del canvi</li> <li>• Autogestió de la feina i pressió</li> <li>• Pacència i comprensió</li> </ul>

Font: Elaboració pròpia.



Convé assenyalar que tots els treballadors pertanyents a l'empresa se'ls hi realitzarà un contracte indefinit i un horari laboral de dilluns a divendres.

### **Pla de formació**

Open Dance Training → El professorat de l'escola comptarà amb un programa de formació de la dansa preparat a Barcelona. Aquest presenta una formació multidisciplinària juntament amb festivals, concursos i exàmens finals. Té una durada de 9 mesos (8 - 10 classes setm.)

Tendències tecnològiques i digitals → La Community Manager i la CEO de Live It Up seran les treballadores idònies per a rebre aquest curs *online* ofert per l'ITMadrid Digital School. Es tracta d'una modalitat d'estudi oberta, és a dir, l'estudiant estableix el ritme i l'horari de les classes (10 hores amb 30 dies d'accés a la plataforma).

Queixes i reclamacions dels clients → L'Atenció al Client podrà nodrir-se de nous conceptes vinculats amb el seu treball i, al finalitzar el curs, se li brindarà una titulació professional homologada per Educa Business School. Consta de 150h dedicades a aquest curs *online*.

DKV Sanify Empreses → Tots els treballadors fixos de la companyia disposaran d'una assegurança mèdica durant la vigència del contracte laboral. Aquesta cobrirà consultes il·limitades presencials, fisioteràpia, atenció psicològica *en streaming*, entre d'altres.

### **11.3. Política retributiva**

Per tal de retenir el talent de l'entitat, satisfer les necessitats econòmiques de la plantilla i garantir una remuneració equitativa, s'ha establert una política retributiva permanent.

Per definir-la, s'han considerat criteris com les despeses empresarials, situació econòmica de l'empresa, situació personal dels treballadors, el seu esforç, qualitat, motivació i responsabilitat que aporten a la seva feina de manera individualitzada (resultats i mèrits).

Cal comentar que és essencial que aquesta sigui coherent i estigui sota un conveni col·lectiu, acord en el qual els treballadors i Live It Up estableixen les condicions de feina i altres aspectes de la relació laboral (com ara vacances, jornades...).

## Política retributiva de Live It Up

**1. Retribució fixa:** Va lligada als diferents llocs de treball. Està composta pels salaris fixos del personal, els quals es comenten amb detall al [pressupost de RR.HH.](#)

**2. Retribució variable:** Es basa en un pagament addicional per a recompensar la bona feina dels treballadors. Dependrà dels resultats de l'empleat/da:

- A finals de cada curs acadèmic, el client final (o els pares dels menors d'edat) respondrà una enquesta per avaluar la satisfacció dels serveis juntament amb la valoració del professorat. D'aquesta manera, aquest podrà millorar les seves classes i conèixer les opinions dels seus alumnes. En cas d'obtenir una nota mitjana ">9", se li premiarà amb un augment del salari d'aquell any o bé amb dies festius.

- Es premiarà l'antiguitat a partir del tercer any, incrementant el sou un 7% cada tres anys (segons la situació econòmica de l'empresa en aquell moment).

- Es contemplen beneficis socials. Aquells que s'ofereixen com a pagament en espècie i complementen la part fixa del sou del treballador (formacions, assegurances...).

### 11.4. Pressupost de recursos humans

Taula 13. Pressupost de recursos humans.

PRESSUPOST RECURSOS HUMANS						
Personal	Cost per hora	Jornada laboral	Cost mensual	Cost total personal	CF anual brut	Cost SS anual
CEO	20,83€/h	8h	3.333€/mes	<b>40.000€</b>	52.000€	<b>12.000€</b> (30% x 40.000€)
Community Manager	11,06€/h	4h	885€/mes	<b>10.620€</b>	13.806€	<b>3.186€</b> (30% x 10.620€)
Atenció al client	6,1€/h	8h	976€/mes	<b>11.712€</b>	15.225,6€	<b>3.513,6€</b> (30% x 11.712€)
Professorat ball	15,96€/h	3h	957,6€ x 4p. /mes	<b>45.964,8€</b>	59.754,24€	<b>13.789,44€</b> (30% x 45.964,8€)
Personal neteja	12,5€/h	4h	1.000€/mes	<b>12.000€</b>	12.000€	-
Programador	30€/h	2h (només)	-	<b>60€</b>	30€/h	-
Masterclass	100€/h	2h/trim	-	<b>800€</b>	100€/h	-
Altres despeses	CV base	Nombre treb.	Duració	Cost mensual	Cost total altres despeses	
Formació dansa	283€/mes	4 persones	9 mesos	1.132€/mes	<b>10.188€</b>	
Formació tendències	75€	2 persones	10 hores	-	<b>150€</b>	

Formació atenció cl.	199€	1 persona	150 hores	-	<b>199€</b>
Assegurança mèd.	18€/mes/p.	7 persones	-	126€/mes	<b>1.512€</b>
<b>TOTAL (PERSONAL + SS)</b>	<b>165.694,84€</b>				

Font: Elaboració pròpia.

Convé destacar que la despesa vinculada a la Seguretat Social s'ha comptabilitzat d'acord amb els percentatges desglossats d'aquesta. Factorial IHR, una empresa experta en Recursos Humans, defineix que el cost d'un treballador per a les empreses esdevé un 30% en total (vegeu la [figura 13](#)).

## 12. Pla jurídic-fiscal

### 12.1. Forma jurídica

A l'hora de constituir Live It Up, la fundadora aportarà un capital de 5.000€. Per aquesta raó i considerant que només existeix una única sòcia, la forma jurídica més adient és la Societat Limitada Unipersonal (S.L.U.). Aquesta sorgeix com a resposta al desig de l'empresària individual a exercir el seu propi comerç.

#### Proveïdors de serveis d'assessorament

Abans d'introduir la nova escola al mercat, s'ha contactat amb tres possibles assessories fiscals, jurídiques i comptables assegurar de tenir la documentació necessària i les accions que haurà de seguir per aconseguir l'objectiu empresarial.

Gestoria Barceló - jurídica → Cerquen solucions que s'ajusten a les circumstàncies del negoci. S'especialitzen sobretot en els drets bancaris i financers, mercantils, penals, concursals, laborals, administratius, reclamacions, entre d'altres.

Nova Gestió 99 - fiscal → Ajuden a realitzar una planificació empresarial inicial, gestionen els impostos i les accions fiscals necessàries segons el negoci. A més, confeccionen la declaració de la renda i proposen millores en les àrees més dèbils.

GD assessoria - comptable → Entre els seus serveis d'assessoria comptable, destaquen la seva implicació i planificació amb la comptabilitat de les empreses, organització economicofinancera, sistemes de control intern comptables i administratius, entre d'altres. De totes elles, finalment, Live It Up escollirà l'ajut de la GD assessoria comptable, ja que la comptabilitat és un punt dèbil identificat a la CEO i, per tant, necessitarà el suport de professionals experts en aquesta tasca. A més, la gamma de serveis i els seus preus són assequibles per l'entitat (d'entre 85€ a 100€/mes).

## 12.2. Requeriments generals de constitució

**1. Certificació negativa del nom de la societat:** La primera acció per a iniciar i formalitzar els tràmits és la inscripció de Live It Up al Registre Mercantil Central. Aquesta obtindrà un certificat on acrediti que no existeix una altra societat amb el mateix nom.

**2. Nombre d'identificació fiscal:** El segon pas es basa a acudir a l'Agència Tributària (AEAT) i sol·licitar el NIF de l'empresa per així poder-la identificar a efectes fiscals.

**3. Escripura Pública:** En la tercera etapa la sòcia fundadora procedeix a signar l'escripura de Constitució de la Societat, la qual serà presentada al Registre Mercantil Provincial. Aquesta contindrà la identitat de la sòcia, la voluntat de constituir una S.L., les seves aportacions, tots els estatuts de la societat, entre d'altres.

**4. Impost sobre transmissions patrimonials i actes jurídics documentats:** Després d'entregar l'escripura, és necessari presentar les autoliquidacions, tot i que les noves empreses estiguin exemptes del pagament.

**5. Inscripció de l'empresa al registre:** L'últim pas d'aquest procés de constitució és la inscripció de l'empresa al Registre Mercantil Provincial. D'aquesta manera, ja serà possible considerar Live It Up com a "entitat jurídica".

## 12.3. Normativa específica del negoci

Live It Up s'adhereix a una sèrie de normatives generals, destinades a tots els negocis i d'altres més específiques en funció de l'activitat empresarial:

- Llei 1/1982 sobre protecció civil del dret a l'honor, la intimitat personal i familiar i la pròpia imatge: Garantir els drets d'imatge a l'escola és primordial, ja que aquests seran necessaris per a poder emetre en directe i gravar a l'alumnat durant les classes *online*.
- Llei 3/2018, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals: En tenir una part del negoci *online*, l'empresa haurà d'informar de l'ús de les dades dels clients i la seva privacitat a l'hora de navegar pel lloc web.
- Real Decret Legislatiu 1/2010: S'aprova, a l'ordenament jurídic espanyol, el text unificat de la normativa sobre el conjunt de societats de capital existents.
- Real Decret 421/2015: Es regulen els models d'Escripura Pública i s'aproven els estatuts-tipus estandarditzats, pertanyents a les S.L. com Live It Up.
- Ordre Jus/1840/2015: S'aprova el model d'escripura pública, el qual ha d'efectuar l'escola de dansa, en un format estandarditzat i també els camps codificats de les SRL.
- Real Decret-Llei 13/2010: Es fomenta la inversió i la creació d'ocupació a través d'actuacions liberalitzadores en l'àmbit fiscal i laboral.
- Llei 14/2013 de suport als emprenedors i a la seva internacionalització. Així, es reforça la iniciativa emprenedora que va causar l'impuls d'aquesta idea de negoci.

## Afectacions al negoci pels possibles canvis normatius

Per una banda, en cas que alguna de les normatives anteriors es modifiqués, la nova escola de dansa hauria de tenir constància i adaptar-se als nous canvis establerts. Per exemple, si els requisits d'una S.L.U. canviessin, Live It Up deixaria d'adquirir aquesta forma jurídica i optaria per un altre tipus de societat adient a les seves característiques.

Per altra banda, en cas que sorgís una epidèmia o pandèmia i la normativa dels negocis es veiés afectada, l'empresa hauria d'adequar-se a les noves condicions. Si l'assistència presencial s'hagués d'aturar temporalment, l'escola continuaria la seva activitat mitjançant les classes *online* fins a nou avís. Un altre cas possible seria l'assistència amb aforament limitat i mesures de seguretat. Amb aquest últim, Live It Up dividiria els alumnes en dues classes, ocasionant així una major jornada laboral pel professorat.

## 13. Pla econòmic-financer

### 13.1. Previsió d'inversions i finançament

S'ha realitzat una previsió de les inversions i finançament, tenint en compte les accions que s'han de realitzar abans de l'activitat empresarial i que el capital inicial és de 5.000€.

Taula 14. Previsió inversió inicial.

Desemborsament Inicial	Import
Capital inicial	5.000€
Certificació negativa	13,52€ + IVA
Escriptura Pública	180€
Inscripció al Registre Mercantil	100€
<b>Total</b>	<b>5.293,52€</b>

Font: Elaboració pròpia.

### Fonts de finançament

Per tal d'abordar les inversions i despeses que precisa el projecte a la seva fase inicial, s'ha acudit a la cerca de fonts de finançament. S'ha tingut en compte que les despeses del primer any suposaran uns 17.629€/mes i uns ingressos de 14.839€ mensuals:

Des d'un inici, es comptarà amb un capital social valorat en 5.000€, ja que en una Societat Limitada el mínim de capital aportat és 3.000€. Addicionalment, es pretén sol·licitar una sèrie de préstecs bancaris d'una quantia màxima de 45.000€:

**1. ICO Empreses i Emprendors:** És una línia de préstec generada per l'Institut de Crèdit Oficial i es concedeix a través d'entitats bancàries. Considerant que l'escola durant el primer any necessitarà 45.000€ d'ajut en préstecs i que el termini més adient són 5 anys, l'escola abonarà mensualment 994,78€ mensuals durant 5 anys (vegeu el simulador del préstec a la [figura 26](#)).

**2. Préstec Taronja:** El banc ING ofereix la possibilitat d'obtenir un préstec per a fer tangibles els projectes i somnis dels clients. Si l'escola segueix els requisits per a obtenir-lo, podrà adquirir els 45.000€ sol·licitats. D'aquesta manera, haurà de pagar mensualment una xifra d'entre 920,60 i 1037,68€ (vegeu la simulació del préstec d'ING a la [figura 27](#)).

**3. Gedesco Factoring:** En cas que les entitats bancàries no concedeixin a Live It Up cap dels préstecs mencionats, com a pla de contingència, es contractaria a una companyia especialitzada en factoring: Gedesco. Aquesta es dedicaria a anticipar totes les factures de l'empresa, les quals serien retornades per Live It Up a llarg termini amb un interès del 3% i una comissió mensual del 0,2% (vegeu el simulador a la [figura 28](#)).

### Escenaris d'inversió / fonts de finançament

Taula 15. Escenaris d'inversió / fonts de finançament.

Fonts de finançament + Quantitat					
ESCENARI 1		ESCENARI 2		ESCENARI 3	
Aportació sòcia: 5.000€		Aportació sòcia: 5.000€		Aportació sòcia: 5.000€	
<b>Préstec ICO Empreses i Empren.:</b> · Quota mensual (5 anys): 895,31€ · Interès total (5 anys): 8.870,65€ · Total a abonar préstec: <b>54.905,65€</b>		<b>Préstec Taronja:</b> · Quota mensual (5 anys): 828,54€ · Interès total (5 anys): 4.712,40€ · Total a abonar préstec: <b>49.712,40€</b>		<b>Factoring:</b> · Interès total: 5.101€ · Total a abonar factoring: <b>50.101€ + 5.101€ (proveïdor)</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>59.905,65€</b>	<b>54.712,40€</b>		<b>55.202€</b>	

Font: Elaboració pròpia.

## 13.2. Previsió d'ingressos i despeses

### Escenari neutre / esperat

Taula 16. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari neutre.

Pèrdues i Guanys	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	178.078	222.598	278.247
Variació d'existències	-17.115	-21.393	-26.742
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	24.820	31.025	38.781
Despeses de personal + formació + SS	165.695	163.298	173.153
Altres despeses d'explotació	20.680	21.876	22.791
Amortització de l'immobilitzat	362	362	362
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>-16.364</b>	<b>27.430</b>	<b>69.902</b>
Despeses financeres	942	942	942
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>-942</b>	<b>-942</b>	<b>-942</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)</b>	<b>-17.306</b>	<b>26.488</b>	<b>68.959</b>
Impost sobre beneficis (25%)	-4.327	6.622	17.240
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>-21.633</b>	<b>33.110</b>	<b>86.199</b>

Font: Elaboració pròpia.

Convé ressaltar que aquest és l'escenari que espera assolir Live It Up. Al final del primer any, obtindrà unes pèrdues valorades en 21.633€, però a partir del següent assolirà equilibrar aquesta balança econòmica, començant a obtenir beneficis.

Les vendes provenen dels ingressos rebuts dels 5 serveis oferts, tenint en compte l'estimació de clients prevista. Cal ressaltar que a partir del segon any s'incrementen un quart (un 25%) les vendes de cada servei, lligat d'un augment de compra de mercaderies.

Els salaris de personal seran els mateixos fins al tercer any, ja que tal com s'ha comentat, es premiarà l'antiguitat dels treballadors incrementant els sous un 7%. A més, la major formació es realitzarà durant el primer any i a la resta d'anys es reduirà l'import.

Cal comentar que el pla de comunicació (afegit a altres despeses d'explotació), canvia, ja que les campanyes de captació a partir del segon any no estaran vigents. En canvi, altres comptes, com l'AIM i les despeses financeres, són les mateixes pels tres anys. Aquestes últimes consideren l'interès del préstec taronja, el qual després de contactar amb ING, es confirma que Live It Up podria rebre aquest finançament.

Finalment, s'ha considerat un 25% d'Impost de Societats, prenent com a referència el tipus impositiu general establert l'Agència Tributària (Agència Tributària, 2022, [Taula 21](#)).

**Escenari pessimista:** En cas d'obtenir una situació desfavorable com a la [taula 27](#), l'empresa només generaria beneficis l'últim any. Les pèrdues dels dos primers anys s'originarien a causa de la reducció d'un 25% de les vendes (partint de les xifres de l'escenari neutre / esperat). De la mateixa manera, l'increment dels salaris a partir del tercer any s'anul·laria, a causa de la situació precària de l'empresa. No obstant això, també cal destacar que es reduirien els costos d'aprovisionaments i d'altres despeses d'explotació. Si Live It Up es trobés en aquesta fase, s'aplicaria el pla de contingència definit a l'[Apèndix E](#).

**Escenari optimista:** Si, per contra, l'empresa es trobés en l'escenari optimista ([Taula 28](#)), des del primer any cobriria les despeses totals amb els seus ingressos, generant així guanys. Aquests resultats serien deguts al fet que les vendes incrementarien aproximadament un 25%, juntament amb els costos d'aprovisionaments.

### 13.3. Pla de tresoreria

A partir del pressupost de tresoreria, s'obtindran les eines necessàries per comptabilitzar amb un precís i rigorós control les entrades i sortides de diners. Es farà referència a les partides del compte de pèrdues i guanys i les del balanç de situació de l'empresa.

#### Escenari neutre

Taula 17. Pla de tresoreria de l'escenari neutre.

ESCENARI NEUTRE																
ENTRADES	set-23	oct-23	nov-23	des-23	gen-24	feb-24	març-24	abr-24	maig-24	juny-24	juliol-24	set-24	TOTAL ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Aportacions dels socis	5.000												5.000	-	-	
Préstec	45.000												45.000	4.516	-815	
Vendes	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	14.840	178.078	222.598	278.247	
<b>TOTAL ENTRADES</b>	<b>64.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>14.840</b>	<b>228.078</b>	<b>227.114</b>	<b>277.432</b>	
<b>SORTIDES</b>																
Devolució préstec	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	9.942	9.942	9.942	
Interès préstec	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	942	942	942	
Compra EPI	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	138	138	138	
Compra mobiliari	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	69	69	69	
Compra utilitatge	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	19	19	19	
Subministres - il·lum	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.440	1.440	
Subministres - aigua	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	300	300	300	
Lloguer	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	11.400	11.400	11.400	
Extintors	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	49	49	49	
Manteniment extintors													56	56	56	
App informàtiques	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	87	87	87	
Cartutxos tinta	44,79												45	45	90	
Compra mercaderies	24.820												24.820	31.025	38.781	
Classes magistrals	100		100		100		100		100		100		100	800	800	
Salaris + formació + SS	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	164.183	161.786	171.641	
Publicitat	2834,31	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	6.464	7.025	7.781	
Assegurança mèdica	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.512	1.512	1.512	
Impostos													275	275	275	
Serveis prof. ind. (GD assessoria)	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	1.020	1.020	1.020	
<b>TOTAL SORTIDES</b>	<b>43.749,22</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.661,12</b>	<b>223.562</b>	<b>227.930</b>	<b>246.342</b>
<b>CASH-FLOW TOTAL (ENTR.-SORT.)</b>	<b>21.090,61</b>	<b>-1.390,29</b>	<b>-1.540,29</b>	<b>-1.490,29</b>	<b>-1.440,29</b>	<b>-1.490,29</b>	<b>-1.540,29</b>	<b>-1.390,29</b>	<b>-1.540,29</b>	<b>-1.490,29</b>	<b>-1.490,29</b>	<b>-1.440,29</b>	<b>4.516,42</b>	<b>-815,17</b>	<b>31.090,05</b>	
Saldo cc/banc	21.090,61	19.700,32	18.160,03	16.669,74	15.229,45	13.739,16	12.198,87	10.808,58	9.268,29	7.778,00	6.337,71	4.847,42				

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa a l'escenari neutre, cal destacar que Live It Up només presenta problemes de liquiditat al segon any, ja que el saldo final del primer i tercer any és positiu. El primer mes del primer any és l'únic amb el qual amb les entrades es fa front a les sortides de diners. Més tard, s'originen resultats negatius mensuals (pèrdues), però com es recorre al préstec sol·licitat, es cobriran totes les sortides mensuals i es finalitzarà amb un saldo positiu. Convé ressaltar que si no es concedís el préstec, el *cash flow* dels tres anys seria negatiu i s'hauria de cercar una altra via de finançament. En canvi, el segon any



adquireix un resultat negatiu pel fet que l'import del préstec finalitza i, per tant, l'escola deixa d'obtenir aquest ingrés "extra". A partir d'aquest moment, es pot observar que existeix una manca de diners líquids en l'empresa i que li costarà un any en recuperar-se i tornar a aconseguir beneficis.

**Escenari pessimista:** Situant-se Live It Up en una situació desfavorable, obtindria un saldo final negatiu dels tres primers anys de vida (vegeu la [taula 29](#)). Gràcies al préstec rebut per ING, el primer mes equilibraria les sortides amb les entrades de diners. Contràriament, la resta de mesos i el *cash flow* final esdevindria negatiu, ja que la quantia del préstec no seria suficient per a gestionar la liquiditat de l'empresa (tindria un dèficit de liquiditat).

**Escenari optimista:** En cas que l'escola es trobés en un entorn favorable, aconseguiria cada mes de l'any un saldo positiu (vegeu la [taula 30](#)), esdevenint un excés de liquiditat per a l'empresa. Tot i això, és convenient comentar que si no s'obtingués el préstec inicial, el primer mes d'aquest escenari seria negatiu (ja que les sortides serien majors que les entrades) i fins al segon mes no es començarien a equilibrar aquestes entrades i sortides de diners.

## 14. Conclusions i viabilitat

Aquest treball de final de grau ha estat elaborat amb l'objectiu d'estudiar la viabilitat i la introducció al mercat de Live It Up. Des de l'inici del projecte he pogut identificar i confirmar la necessitat d'innovació que imaginava que existia en el sector de la dansa (partint de la meua experiència com a ballarina). Més tard, en elaborar una anàlisi exhaustiu, he pogut comprovar que no existeix una forta competència i que els *leads* podrien estar disposats a inscriure's a Live It Up i a adquirir els serveis complementaris.

Adicionalment, he executat un **pla de màrqueting** que m'ha permès definir totes les accions de màrqueting que es duran a terme el primer any de l'escola. Aquestes estan dividides segons les diferents etapes del *funnel* de vendes (pre, durant i postvenda), ja que així hi haurà més possibilitats d'obtenir una taxa de conversió elevada.

Seguidament, he elaborat el **pla d'operacions**, el qual m'ha ajudat a concretar la base del meu projecte; totes les activitats i recursos essencials per a iniciar aquest negoci. Un d'ells ha estat la mà d'obra, els treballadors esdevenen un recurs imprescindible per Live

It Up. Sense ells, l'escola no podria existir. Per tant, s'han concretat tots els drets i deures laborals de cadascun dels membres de l'empresa en el **pla d'organització de RR.HH.**

A continuació, he especificat el **pla jurídic-fiscal**, en el qual he pogut determinar la forma jurídica de l'escola. Aquesta ha estat la Societat Limitada Unipersonal. A més, he pogut adonar-me de tota la documentació que es necessita per introduir una empresa al mercat i totes les afectacions possibles durant el període de vida d'aquesta.

Finalment i després d'analitzar els resultats obtinguts en el **pla econòmic-financer** (vegeu el "[compte de pèrdues i guanys de l'escenari neutre](#)"), m'agradaria finalitzar el meu projecte amb una frase que m'ha ajudat durant tota la meva carrera acadèmica i amb la qual veig reflectida aquest projecte: **"tot esforç té la seva recompensa"**.

Amb aquesta, pretenc referir-me que aquest estudi reflecteix la necessitat de fracassar per aconseguir l'èxit. Tot i generar pèrdues el primer any de vida en l'escenari esperat / neutre (-21.633€), amb esforç, constància i sobretot, paciència, assolirà ser una empresa rendible a partir del segon any. Per tant, es pot concloure que aquest projecte **sí que és viable a partir del segon any**, però abans haurà de lluitar i enfrontar-se a una sèrie d'obstacles i decepcions que ajudaran a encaminar-lo cap al camí desitjat.

Adicionalment, aquesta viabilitat vindrà deguda per altres factors:

- La font de finançament externa juga un paper imprescindible en aquest negoci. Aquesta serà l'encarregada de donar l'empenta econòmica necessària del primer any, ajudant així a l'entitat a poder bregar amb totes les despeses anuals.
- Tenir constància de les noves tendències tecnològiques actuals per no caure en l'obsolescència digital. En altres paraules, aplicar nous conceptes i eines digitals a l'escola de dansa per tal de mantenir aquest grau d'innovació que fomenta.

En conclusió, estic molt satisfeta amb el projecte i els resultats obtinguts, ja que és un estudi vinculat a la meva gran passió i al meu estil de vida. Per tant, ha estat un gran repte en el qual m'he bolcat plenament, aplicant a la pràctica tots els coneixements teòrics apresos durant la carrera. A més, m'ha ajudat a despertar el meu esperit emprenedor, generant-me inquietuds i motivacions per a probablement portar a la realitat aquesta idea de negoci en un futur pròxim.

## 15. Bibliografia

Agencia Tributaria. (s.d.). Agencia Tributaria: Tipo impositivo. Recuperat 28 maig 2022, de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades>

Amazon. (s.d.). LxTek Compatible Reemplazo para Brother TN2320 TN2310 TN-2320 TN-2310. Recuperat 15 febrer 2022, de <https://www.amazon.es/dp/B08B6B4QNL>

Amazon. (s.d.). Ibiza Light SMOKE5L-N - Líquido de humo. Recuperat 25 febrer 2022, de <https://www.amazon.es/Ibiza-Light>

Amazon. (s.d.). Máquina de Niebla, Theefun Portátil Máquina de Humo 6 luces LED Máquina de CO2 con Control Remoto. Recuperat 29 febrer 2022, de <https://www.amazon.es/Theefun-Port%C3%A1til-Halloween>

Amazon. (s.d.). Streaming Webcam1080P Full HD con tapa de privacidad, cámara web autofocus, doble micrófono estéreo. Recuperat 10 febrer 2022, de <https://www.amazon.es/Streaming-Webcam1080P-privacidad-conferencia-compatible>

Argenis Homez. (s.d.). Competencias técnicas - Pedagogía Docente. Recuperat 16 març 2022, de <https://argenishomezb.wordpress.com/competencias-tecnicas/>

Ayuntamiento de Mataró. (2020). DIAGNOSIS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA DE MATARÓ. Recuperat 1 març, de <https://www.mataro.cat/es/bienestar-social-y-familia>

Ari Dance. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://www.aridance.cat/inicio>

Asrai. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://www.asraidansa.com/>

Barcelona Activa. (s.d.). Profesor/a de danza. Recuperat 14 març 2022, de <https://barcelonaactiva.cat>

BBVA. (s.d.). Cómo funcionan los préstamos ICO. Recuperat 20 maig 2022, de <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/prestamos/prestamos-ico.html>

BBVA. (s.d.). Simulador de préstamos personales: calcula el teu préstec en línia. Recuperat 24 maig 2022, de <https://www.bbva.es/ca/personas/productos/prestamos/simulador>

Benito C. (2021). El cambio de la danza en 2021. Recuperat 20 novembre 2021, de <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo>

BOE. (s.d.). BOE.es - Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Recuperat 23 maig 2022, de <https://www.boe.es/>

Boluda. (s.d.). Modelos de ingresos. Recuperat 14 desembre 2021, de <https://boluda.com/tutorial/modelos-de-ingresos/>

BOPB. (2016). Reglament activitats. Recuperat 15 maig 2022, de <http://www.mataro.cat/reglament>

Camacho M. (2022). El coste de un trabajador para la empresa [Fórmula + Vídeo]. Recuperat 6 abril 2022, de <https://factorialhr.es/blog/coste-empresa-trabajador/>

Coloma H. (2019). Los clientes no compran productos, compran beneficios. Pain relievers y gain creators del VPC (parte 3). Recuperat 11 novembre 2021, de <https://leannovators.tech/articulos/los-clientes-no-compran-productos>

Cronoshare. (2022). ¿Cuánto cuesta el mantenimiento de equipos contra incendios? Recuperat 25 maig 2022, de <https://www.cronoshare.com/cuanto-cuesta/mantenimiento>

Cumplido I. (2021). ¿Quién interviene en el proceso de decisión de una compra? Recuperat 26 desembre 2021, de <https://www.inboundcycle.com/inbound-mkt>

Dance Emotion. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://dancemotion.es/>

Dance Factory. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <http://www.dancefactorymataro.com/>

Directivos & Gerentes. (2020). ¿Qué competencias directivas debe tener el CEO en la etapa post Covid-19? Recuperat 16 març 2022, de <https://directivosygerentes.es>

DKV. (s.d.). DKV Sanify Empresas - DKV. Recuperat 4 abril 2022, de <https://dkv.es/empresas/sanify-empresas>

Escola de dansa Gemma Bartra. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <http://dansagemmabartra.blogspot.com/>

Escola de dansa Mari Àngels Ramos. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://mrescoladedansa.com/>

Escola de Marta Bustamante. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://www.edmb.es/>

EuroInnova. (s.d.). Quejas y reclamaciones del cliente. Recuperat 4 abril 2022, de <https://www.euroinnova.edu.es/curso-atencion->

Fernández R. (2019). Número de estudiantes matriculados en enseñanzas de danza no universitarias en España del curso 2005/06 al 2017/18. Recuperat 28 desembre 2021, de <https://es.statista.com/estadisticas/478872/matriculados-en-danza-en-espana/>

Garrampa. (s.d.). Bidón Plegable Luns. Recuperat 17 febrer 2022, de <https://garrampa.es/bidon-plegable-luns.html>

GD Asesoría. (s.d.). Asesoría contable para empresas - GD Asesoría. Recuperat 6 abril 2022, de <https://www.gdasesoria.com/servicios/asesoria-contable-fiscal>

Gedesco. (s.d.). Calculadora de anticipo de facturas y pagarés. Recuperat 23 maig 2022, de <https://www.gedesco.es/simulador/>

Gedesco. (s.d.). Certificado negativo de empresa: Qué es, cuánto cuesta y cómo realizar este trámite. Recuperat 18 abril 2022, de <https://www.gedesco.es/blog/certificado>

Gedesco. (s.d.). Calculadora de anticipo de facturas y pagarés. Recuperat 23 maig 2022, de <https://www.gedesco.es/simulador/>

Gencat.cat. (2018). Societat limitada. Recuperat 14 maig 2022, de [https://canalempresa.gencat.cat/ca/01\\_que\\_voleu\\_fer/02\\_comencar\\_un\\_negoci](https://canalempresa.gencat.cat/ca/01_que_voleu_fer/02_comencar_un_negoci)

Gestoría Barceló. (s.d.). Asesoría jurídica en Mataró - Gestoría Barceló. Recuperat 6 abril 2022, de <https://gestoriabarcelo.com/es/asesoria-juridica-en-mataro>

Gi. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://es.giescola.com/>

GM Tax Consultancy. (s.d.). Actualización Tablas de Amortización 2015. Recuperat 12 març 2022, de <https://gmtaxconsultancy.com/actualizacion-tablas-de-amortizacion.pdf>

Habitissimo. (s.d.). Precios y Presupuestos para Instalar Sistemas Contra Incendios. Recuperat 22 maig 2022, de <https://www.habitissimo.es/presupuestos/contra-incendios>

Hostinger. (s.d.). Hosting WordPress | Seguro Y Rápido Al Mejor Precio. Recuperat 2 gener 2022, de <https://www.hostinger.es/hosting-wordpress>

IDESCAT. (2021). Estadística i comptes de les empreses culturals. Recuperat 28 desembre 2021, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=empcult>

IDESCAT (s.d.). Ensenyaments de règim especial. Centres, professors i alumnes. Per titularitat del centre. Recuperat 28 desembre 2021, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=747>

IDESCAT. (s.d.). Teatro y danza. Representaciones. Por género y lengua del espectáculo. Recuperat 27 desembre 2021, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=780&lang=es>

Indeed. (s.d.). Salario de un Atención al cliente en España. Recuperat 16 febrer 2022, de <https://es.indeed.com/career/ejecutivo-de-atenci%C3%B3n-a-clientes/salaries>

Indeed. (s.d.). Salario de un profesor de Ballet en España. Recuperat 16 febrer 2022, de <https://es.indeed.com/career/profesor-de-ballet/salaries>

Infobel. (s.d.). La Clave - Mataró. Recuperat 28 desembre 2021, de [https://local.infobel.es/ES107303443/la\\_clave-mataro.html](https://local.infobel.es/ES107303443/la_clave-mataro.html)

Ikea. (s.d.). LOBERGET / MALSKÄR. Recuperat 20 febrer 2022, de <https://www.ikea.com/es/ca/p/loberget-malskar-cadira-amb-coixi-blanc-negre-gris-fosc>

Ikea. (s.d.). FLARRA. Recuperat 20 febrer 2022, de <https://www.ikea.com/minicalaixera>

ING. (s.d.). Simulador de préstamos. Recuperat 24 maig 2022, de <https://www.ing.es/prestamos-personales/simulador#>

IPyme. (s.d.). Formas jurídicas de empresa. Recuperat 17 abril 2022, de <http://www.ipyme.org/es-ES>

ITMadrid. (s.d.). Curso online tendencias tecnológicas y digitales 2022 para toda la empresa. Recuperat 4 abril 2022, de <https://www.itmadrid.com/curso-tendencias>

Jobted. (s.d.). Sueldo del Community Manager en España. Recuperat 28 febrer 2022, de <https://www.jobted.es/salario/community-manager>

Jobted. (s.d.). Sueldo del Desarrollador Web en España. Recuperat 28 febrer 2022, de <https://www.jobted.es/salario/desarrollador-web>

La Clave Mataró. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://www.laclavemataro.com/>

La Impremta Naranja. (s.d.). Stickers redondos personalizados baratos. Recuperat 17 febrer 2022, de <https://www.laimprentanaranja.com/stickers-redondos>

La Provincia. (2021). El teatro y la danza perdieron 28 millones de recaudación y un 25% de público. Recuperat 27 desembre 2021, de <https://www.laprovincia.es/teatro-danza>

La Tienda Inteligente. (s.d.). Pulsera de proximidad por radiofrecuencia RFID-BAND. Recuperat 4 gener 2022, de <https://www.latiendainteligente.es/shop/controles>

LedBox. (s.d.). Foco LED SHOW 36W RGB+W 4 en 1 DMX. Recuperat 15 febrer 2022, de <https://www.ledbox.es/proyectores-led-para-exterior/foco-led-mini-show>

Lucini A. (s.d.). El proyecto de Directiva Europea acerca de la Sociedad Limitada Unipersonal. Recuperat 14 maig 2022, de <https://www.elnotario.es/SLU>

Media Markt. (s.d.). Impresora multifunción láser - Brother MFC-L2710DW. 20 febrer 2022, de <https://www.mediamarkt.es/es/product/impresora-multifuncion>

Mil Anuncios. (s.d.). REF:300752A. GRAN LOCAL COMERCIAL. Recuperat 15 febrer 2022, de <https://www.milanuncios.com/alquiler-de-locales-comerciales-en-mataro>

Naciones Unidas. (s.d.). Objetivos de desarrollo sostenible. Recuperat 15 novembre 2021, de <https://www.un.org/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Nova Gestió. (s.d.). Asesoría fiscal - Nova Gestió. Recuperat 6 abril 2022, de <http://www.novagestio99.com>

OEDIM. (s.d.). Lona PVC frontlit, impresiones publicitarias digitales. Recuperat 15 febrer 2022, de <https://www.oedim.com/impresion-de-lonas-publicitarias-online-precios>

PC Componentes. (s.d.). HP 250 G7 Intel Celeron N4000/4GB/120GB SSD/15.6. Recuperat 25 febrer 2022, de <https://www.pccomponentes.com/hp-250-g7-intel-celeron>

Pixart Printing. (s.d.). Carteles publicitarios | Impresión de carteles en promoción. Recuperat 18 febrer 2022, de <https://www.pixartprinting.es/formato-pequeno/impresion>

Question Pro. (s.d.). ¿Cómo realizar un test de producto? Recuperat 25 novembre 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/test-de-producto/>

+QBall. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <http://mesqball.com/>

Rebaila. (2021). Descubre los diferentes niveles de baile. Recuperat 20 desembre 2021, de <https://studio.rebaila.com>

Ritmo y Tumbao. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <http://www.ritmoytumbao.es/>

Rodríguez A. (2020). ¿Cuánto cuesta constituir una SL?. Recuperat 18 maig 2022, de <https://www.billin.net/blog/cuanto-cuesta-crear-sl/>

Rodriguez T. (s.d.). Precio Página Web Wordpress. Recuperat 2 gener 2022, de <https://www.vatoel.com>

Royal Ballet School. (s.d.). Recuperat 27 desembre 2021, de <https://www.royalballet.org>

Santaella J. (2021). Habilidades de un desarrollador de software. Recuperat 14 març



2022, de <https://talently.tech/blog/habilidades-de-un-desarrollador-de-software/>

SelfPackaging. (s.d.). Cajas Cuadradas para Envíos. Recuperat 7 gener 2022, de <https://selfpackaging.es>

Skidmore. (s.d.). Recuperat 27 desembre 2021, de <https://www.skidmore.edu>

Slam Dancing Barcelona. (s.d.). Precios, matrículas y cuotas. Recuperat 23 març 2022, de <https://slamdancingbarcelona.com>

SS Danza y Eventos. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://www.ssdanzayeventos.com/>

Star Dance Studio. (s.d.). Recuperat 28 desembre 2021, de <https://www.stardancestudio.es/>

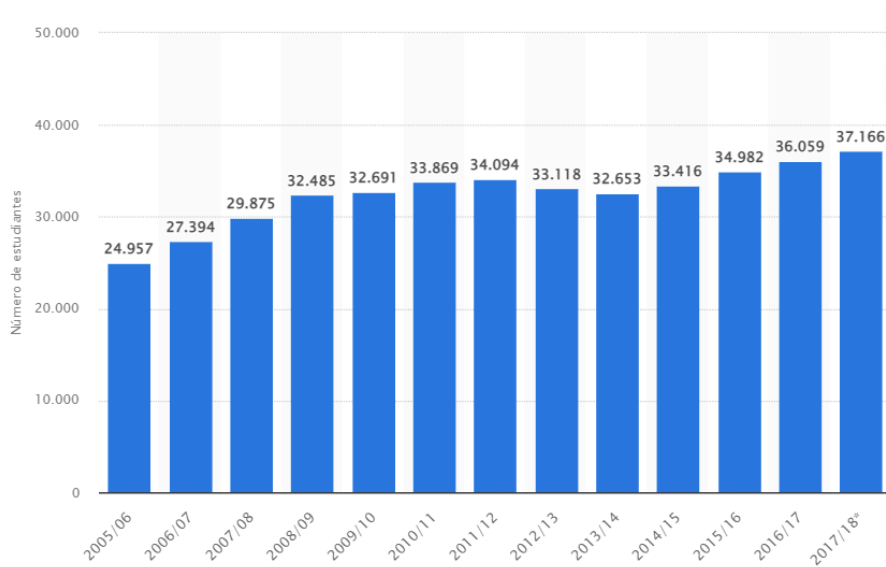
Swing Maresme. (s.d.). Recuperat 8 novembre 2021, de <https://swingmaresme.com/>

Univstats. (s.d.). Skidmore Student Population. Recuperat 27 desembre 2021, de <https://www.univstats.com/colleges/skidmore-college/student-population/>

Xplora. (s.d.). Calcula el presupuesto para la administración en Google Ads. Recuperat 2 gener 2022, de <https://www.xplora.eu/presupuesto/sem>

## 16. Annexos

Gràfic 6. Nombre d'estudiants matriculats a la dansa el curs 2005/06 - 2017/18.



Font: <https://es.statista.com/estadisticas/478872/matriculados-en-danza-en-espana/>

Taula 18. Teatre i dansa. Representacions. Per gènere i llengua.

Teatro y danza. 2015-2019 Representaciones. Por género y lengua del espectáculo					
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Por género</b>	<b>17.306</b>	<b>15.977</b>	<b>16.824</b>	<b>16.526</b>	<b>16.981</b>
Teatro en general	10.446	9.498	10.142	9.676	9.930
Teatro musical	2.168	1.641	2.306	2.418	2.389
Danza	935	926	1.064	846	1.189
Títeres, sombras y teatro de objetos	967	843	1.088	799	1.075
Magia	969	800	869	658	809
Circo, payasos y malabarismo	377	223	336	401	344
Ópera, opereta y zarzuela	233	370	251	198	185
Music-hall, revista, variedades	349	371	383	362	100
Otras artes escénicas	862	1.305	385	1.168	960
<b>Por lengua</b>	<b>16.957</b>	<b>15.982</b>	<b>16.824</b>	<b>16.526</b>	<b>16.981</b>
Catalán	9.900	10.296	9.754	9.891	9.546
Castellano	4.119	3.363	4.157	3.910	4.339
Plurilingüe	1.388	836	1.172	1.292	1.314
No hablado	1.209	1.071	1.233	904	1.330
Otros	341	416	508	529	452

Font: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=780&lang=es>

Figura 12. Pèrdua de diners i públic de dansa durant la Covid-19.



Font: <https://www.laprovincia.es/cultura/2021/02/26/teatro-danza-perdieron-28-millones-35659093.html>

Taula 19. Ensenyances de règim especial. Centres, professors i alumnes.

Enseñanzas de régimen especial. Curso 2019/20 Centros, profesores y alumnos. Total			
	Centros	Profesores	Alumnos
<b>Música (1)</b>	<b>250</b>	<b>5.166</b>	<b>65.154</b>
nivel elemental	218	3.548	59.702
nivel medio	28	1.103	3.998
nivel superior	4	515	1.454
<b>Danza</b>	<b>64</b>	<b>469</b>	<b>10.076</b>
nivel elemental	60	338	9.595
nivel medio	3	76	364
nivel superior	1	55	117
<b>Arte dramático (2)</b>	<b>2</b>	<b>203</b>	<b>444</b>
<b>Artes plásticas y diseño</b>	<b>50</b>	<b>1.090</b>	<b>5.103</b>
Estudios superiores de diseño (3)	9	0	1.977
Restauración y conservación	1	22	139
<b>Idiomas (4)</b>	<b>45</b>	<b>931</b>	<b>44.633</b>
Deportes	45	577	2.881

Font: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=747&lang=es>

Gràfic 7. Volum de negoci de les empreses culturals. Catalunya 2019.



Font: <https://www.idescat.cat/pub/?id=empcult>

Taula 20. Població de Mataró a 1 de gener de 2021. Per sexe i edat quincenal.

	Hombres	Mujeres	Total
De 0 a 4 años	2.855	2.735	5.590
De 5 a 9 años	3.622	3.395	7.017
De 10 a 14 años	3.966	3.682	7.648
De 15 a 19 años	3.518	3.302	6.820
De 20 a 24 años	3.505	3.075	6.580
De 25 a 29 años	3.598	3.282	6.880
De 30 a 34 años	4.064	3.848	7.912
De 35 a 39 años	4.748	4.527	9.275

Font: <https://www.idescat.cat/emex/?id=081213&lang=es>

Figura 13. Exemple pràctic + fórmula final del cost Seguretat Social.

### Ejemplo práctico + fórmula

Pongamos como ejemplo a Carlos, un empleado que trabaja como informático en una empresa y que cobra **1.400€ brutos/mes**.

Esto es lo que debería pagar la empresa:

#1 – Sueldo bruto: 1.400€/mes.

#2 – Coste Seguridad social:

- **23,60% contingencias comunes:** el 23,60% de 1.400€ es **330€**
- **5,5% tipo general de desempleo para contrato indefinido:** el 5,5% de 1.400€ es **77€**
- **0,20% FOGASA (Fondo de Garantía Salarial):** el 0,20% de 1.400€ es **2,8€**
- **0,70% para formación profesional:** el 0,70% de 1.400€ es **9,8€**

Font: <https://factorialhr.es/blog/coste-empresa-trabajador/>

Taula 21. Tipus impositiu general dels últims anys.

SUJETOS PASIVOS	TIPOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tipo general		28%	25%	25%	25%	25%	25%

Font: <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/que-base-imponible-se-determina-sociedades/tipo-impositivo.html>

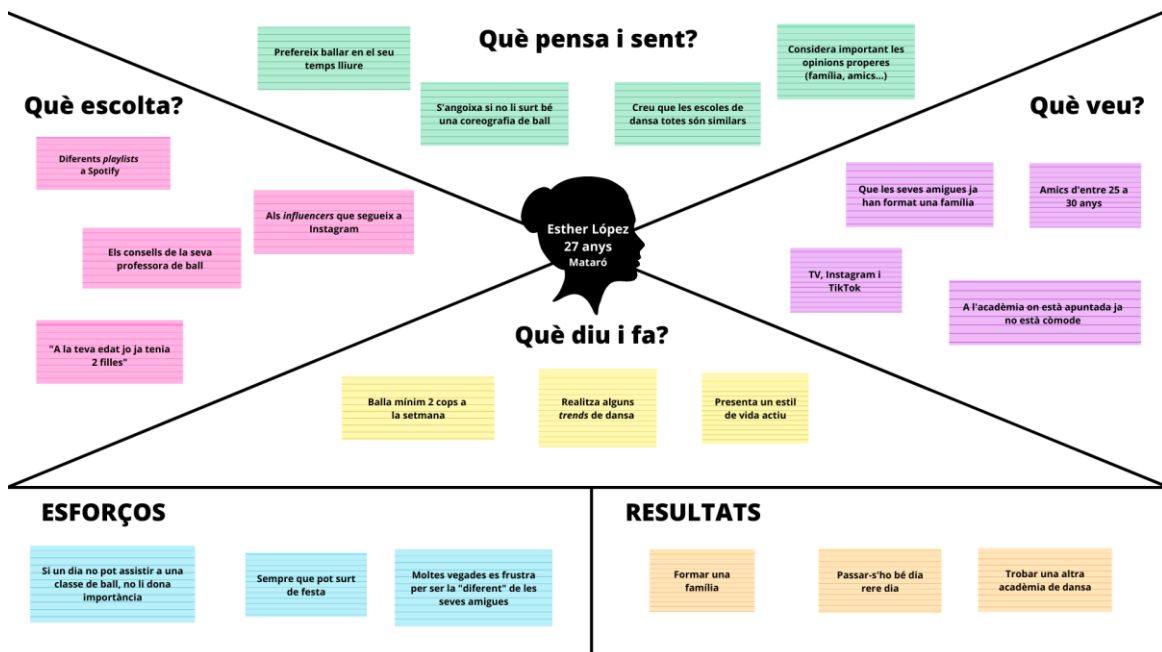
## 17. Apèndixs

Figura 14. Model de negoci Canvas Sostenible.

<b>Problema (1):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Missió:</b> Marcar la diferència entre les escoles de dansa matoronines, oferint serveis complementaris.</li> <li>• <b>Visió:</b> Esdevenir una acadèmia reconeguda en el mercat, contribuint en la implementació d'accions innovadores.</li> <li>• <b>Valors:</b> Innovació, orientació al client, adaptabilitat i educació.</li> </ul>				
<b>Alternatives existents (4):</b>  La Clave, Ari Dance, GI, +QBall, Salseados, SS Danza i Eventos, Danza a tu aire, Kinetic, La Base, EDMB, Gemma Bartra, ASRAI, Ritmo y Tumbao, Swing i Dance Factory	<b>Activitats/serveis clau (6):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servei d'ensenyança presencial i <i>online</i></li> <li>• Polsera <i>contactless</i></li> <li>• <i>Dancebox</i></li> <li>• Aules ambientades</li> <li>• Classes magistrals</li> </ul>	<b>Proposta de valor (5):</b>  Brindar classes de ball excepcionals; sales ambientades segons l'estil de ball i classes magistrals amb professionals.  A més, polsera <i>contactless</i> per obtenir descomptes i una <i>Dancebox</i> .	<b>Canals (9):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pàgina web pròpia</li> <li>• <i>Social Media</i></li> <li>• Transportistes externs</li> <li>• Empreses col·laboradores</li> </ul>	<b>Persones usuàries o participants (2):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Usuaris finals masculins</li> <li>• Usuaris finals femenins</li> <li>• Empreses col·laboradores</li> </ul>
<b>Entitats/Aliats (8):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa experta en objectes tecnològics (polsera, detalls de les aules...) i col·laboradores</li> </ul>	<b>Recursos clau (7):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coneixements informàtics i de màrqueting per a les accions</li> <li>• Subvencions per a projectes innovadors de joves emprenedors</li> </ul>		<b>Clients/es (3):</b>  Ballarins/es amb hobby per a la dansa, amb passió per a la dansa i pares dels menors	
<b>Estructura de costos (11):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Branding</i></li> <li>• Màrqueting B2B i B2C</li> <li>• Costos de personal</li> <li>• Costos de manteniment web</li> <li>• Costos de producció</li> <li>• Costos I+D</li> </ul>		<b>Sostenibilitat financera (10):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Model d'ingressos:</b> Pagament recurrent. S'ofereix un servei a canvi d'un ingrés periòdic fins a la cancel·lació de la subscripció. També es rebran ingressos provinents de publicitat al lloc web, dels productes de l'escola, per exemple.</li> <li>• <b>Model de Finançament:</b> Finançament majoritàriament propi, a més d'optar de subvencions públiques de joves emprenedors. Cerca de finançament allè per generar capital i fer créixer l'empresa.</li> </ul>		
<b>Impacte (12):</b> <b>ODS 3. Salut i benestar.</b> Fomentar un estil de vida actiu i deixar de banda la vida sedentària. <b>ODS 4. Educació de qualitat.</b> Garantitzar una bona educació quant al sector de la dansa. <b>ODS 5. No distinció de gènere.</b> En cap aspecte de l'activitat empresarial. <span style="float: right;"> <b>ODS 9. Indústria, innovació i infraestructura.</b> Gràcies a les tendències tecnològiques innovadores.   <b>ODS 17. Aliances per assolir objectius.</b> S'establiran relacions amb empreses alienes beneficiant-se ambdues parts.                 </span>				

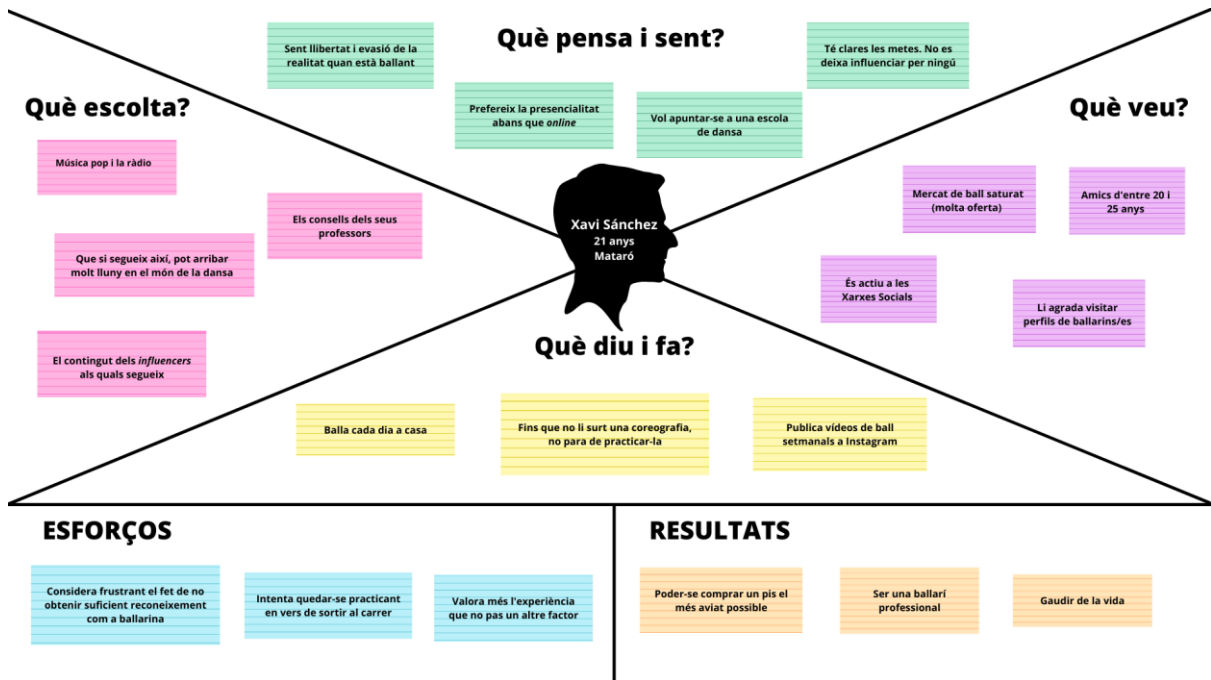
Font: Elaboració pròpia.

Figura 15. Buyer persona perfil que té com a hobby la dansa.



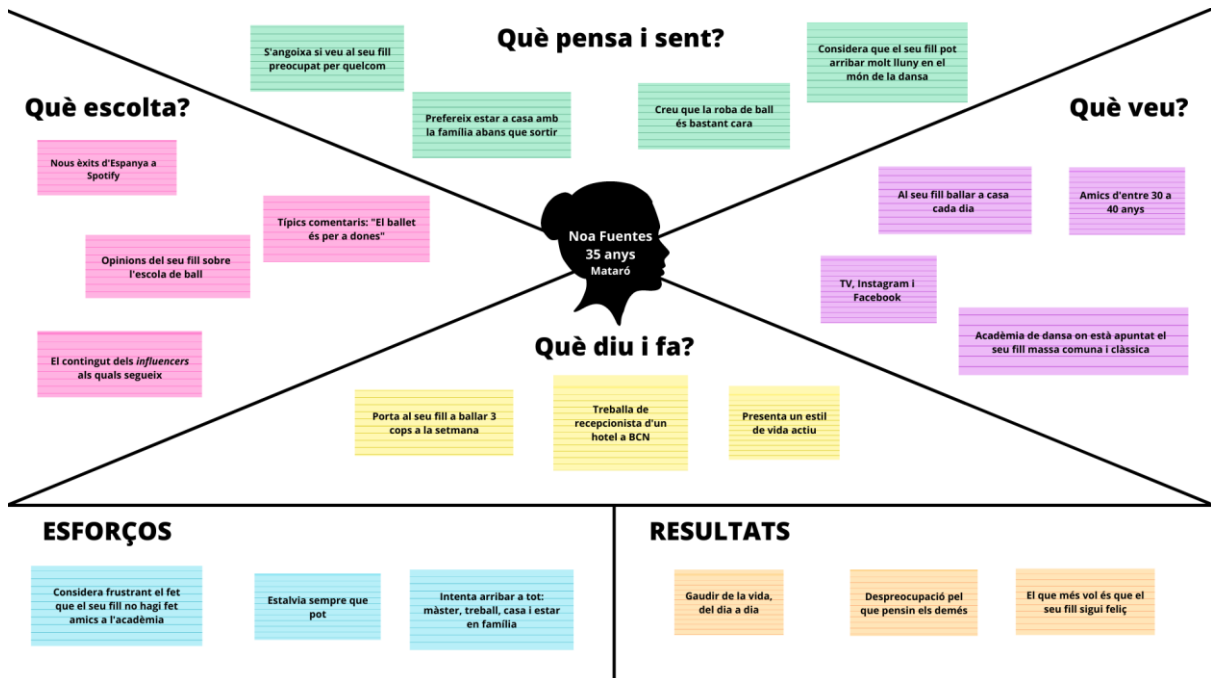
Font: Elaboració pròpia.

Figura 16. Buyer persona perfil que té com a passió la dansa.



Font: Elaboració pròpia.

Figura 17. Buyer persona perfil que té o tenia un fill amb hobby per la dansa.



Font: Elaboració pròpia.

## 17.1. Apèndix A

### Entrevista profunda al públic objectiu

Bona tarda, començaré amb una sèrie de preguntes per tal de validar un Buyer Persona creat pel projecte de Final de Grau. Primer de tot, comentar que és un projecte de viabilitat d'una escola de ball temàtica a Mataró, la qual oferirà diferents serveis que t'explicaré a continuació.

#### SECCIÓ 1

1. Petita presentació
2. Què li agrada fer en el teu temps lliure?
3. Quan balla, ho fa per hobby o perquè t'apassiona aquesta disciplina?
4. Està apuntada a una escola o t'has apuntat mai?
5. Les classes, les feia *online* o presencial? I quin mètode creus que és millor?
6. Què és el que més et va cridar l'atenció per apuntar-la a aquesta escola?

#### SECCIÓ 2 - Presentació escola proposta

La nova acadèmia de ball proposada es diferencia de la resta perquè les aules estaran ambientades segons l'estil de ball que s'imparteixi en aquell moment (és a dir, amb FOCUS de llum, Efecte Megatró -fum- i detalls temàtics repartits per l'aula).

1. Amb aquestes característiques, et motivaria més apuntar a la teva nena a una acadèmia de ball?
2. Et sembla realista el concepte d'"ambientació de les aules"?
3. Creus que seria una idea innovadora o ja coneixes algunes altres escoles de dansa que ofereixin serveis similars?
4. Quins detalls temàtics creus que estaria bé trobar per les sales? Considerant que oferim estils de ball com el Ballet, Ballet, Jazz, Danza Contemporànea, Hip Hop, Commercial Dance, Flamenco, Sexy Style i Bachata.

#### SECCIÓ 3 - ALTRES SERVEIS OFERTS

També serà possible comprar per 24,95€ més una polsera *contactless* per aconseguir un codi de descompte en articles vinculats a la dansa. Finalment, es podrà comprar una Dancebox (amb el preu de 20€) per a regalar (que inclourà detalls del ball i un val per assistir a una classe presencial a l'escola).

1. Què penses dels preus vinculats a la roba de dansa?
2. Quan vas tenir a la teva filla apuntada a l'escola, haguessis pagat els 25€ més per tenir aquest descompte amb la polsera *contactless*?

3. Si fos el seu aniversari o una ocasió especial, creus que li agradaria rebre la Dancebox comentada anteriorment?
4. Quins detalls t'agradaria que estiguessin dins de la caixeta de regal?

#### **SECCIÓ 4**

5. Amb la descripció dels tres serveis diferencials, si ara haguessis d'inscriure un altre cop a la teva filla, quin màxim estaries disposada a pagar de quota mensual (tenint en compte que les escoles de dansa sense aquesta diferenciació ronden dels 25€ als 35€ mínims)?
6. Quin dels 3 et crida més l'atenció (aules ambientades, dancebox o la polsera contactless)?
7. Per tant, les accions innovadores d'una escola de ball influeixen en la teva decisió final d'apuntar-te o no?

#### **17.2. Apèndix B**

##### **Entrevista Noemí Jiménez - Professora dansa**

1. Petita presentació
2. Com vas entrar en el món de la dansa?
3. Què és el que més gaudeixes quan fas classes a l'escola on treballes?
4. Després d'haver llegit el portafoli de la nova escola de dansa proposada amb aquest treball...creus que seria una idea innovadora o ja coneixes altres escoles que ofereixin serveis similars a Mataró?
5. Quin dels 4 serveis (diferenciadors) et crida més l'atenció? Per què?
6. Què penses dels preus? Canviaries algun?
7. Les accions innovadores d'una escola de ball influeixen en la teva decisió final a l'hora de buscar feina com a profe de ball o això t'és indiferent?
8. Deixant de banda que estàs treballant a una altra escola, com et sentiries donant les classes a aquest espai tan diferent a les aules convencionals (còmode, incòmode més motivada...)?
9. Si finalment es pogués portar aquesta idea a la realitat, quins consells em donaries arran de la teva experiència com a professora?
9. Si poguessis modificar o afegir alguna millora per aquesta idea de negoci, quina seria i per què?



Taula 22. Informació bàsica de la competència.

NOM ESCOLA	ESTILS BALL	TIPUS CLASSES	EDAT MÍNIMA	HORARIS	PREUS	TELÈFON	WEB
<b>La clave</b>	Salsa cubana, Kizomba, Bachata, Són cubà, Hip Hop, Commercial dance (pròxim.)	Presencials	No hi ha	<u>Dill - Div</u> 18h - 23h	Des de 29,90€/mes	+34 679 571 990 <a href="mailto:administracion@laclavemataro.com">administracion@laclavemataro.com</a>	<a href="https://www.laclaveemataro.com/">https://www.laclaveemataro.com/</a>
<b>Escola de dansa Ari Dance</b>	Commercial Dance, Hip Hop, Twerk, Reggaeton, Sexy Style, Pole Dance, Jazz, Dancehall	Presencials	3 anys	17:30h - 22:30h	<u>1h/set</u> : 30€/mes <u>2h/set</u> : 50€/mes	34 930 133 085 / +34 627 119 231 <a href="mailto:info@aridance.cat">info@aridance.cat</a>	<a href="https://www.aridance.cat/inicio">https://www.aridance.cat/inicio</a>
<b>Escola de ball i teatre GI</b>	Teatre Musical, Cheerleaders, Danses Urbanes, Dansa Clàssica, Salsa, Preparació Física, Acrobàcia, Formació per a ballarins, Shows, Coreografies per a casaments i esdeveniments, Bachata, Tallers de: Twerking / Burlesque / Percussió cubana / Dansa Oriental / Ball Social / Mesura	Presencials i en <i>streaming</i>	3 anys	<u>Dill - Div</u> 17:30h - 22h	Des de 25€/mes	680 649 425 <a href="mailto:info@giescola.com">info@giescola.com</a>	<a href="https://es.giescola.com/">https://es.giescola.com/</a>
<b>+Q ball</b>	Dansa clàssica, contemporani, hip hop, comercial, jazz, acrodance i dansa adults	Presencials i en <i>streaming</i>	3 anys	<u>Dill - Dij</u> 17:30h - 20:30h <u>Div</u> 16h - 20:30h	<u>Matrícula</u> : 60€ <u>1h/set</u> : 41€/mes <u>2h/set</u> : 66€/mes <u>3h/set</u> : 86€/mes +12€/classe a partir de la 4a hora	669 94 23 73 <a href="mailto:info@mesqball.com">info@mesqball.com</a>	<a href="http://mesqball.com/">http://mesqball.com/</a>
<b>Salseados</b>	Salsa, Pole Dance, Bachata	Presencials	No hi ha	<u>Dill - Div</u> : 9h - 23h <u>Diss</u> : 17h - 19h	<u>1 curs</u> : 30€ <u>2 cursos</u> : 45€	692 95 82 35	No té

<b>SS Danza y Eventos</b>	Flamenc, Sevillanes, Balls de saló, Salsa, Batxata, Commercial Dance, Hip Hop, Ballet, Predansa infantil (+castanyoles, guitarra)	Presencials i en <i>streaming</i>	4 anys	<u>Dill - Div</u> 9:30h - 12:30h 15:15h - 21:55h <u>Diss</u> 10h - 12:30h 18h - 20:30h	<u>Matrícula:</u> 40€ <u>1h/set:</u> 30€ <u>2h/set:</u> 40€	+34 667 61 98 39 info@ssdanzayevento s.com	<a href="https://www.ssdanzayeventos.com/">https://www.ssdanzayeventos.com/</a>
<b>M. Àngels Ramos Escola dansa - Danza a tu Aire</b>	Tècnica i dansa contemporània, Dansa del ventre, Salsa, Batxata, Commercial Dance, Flamenc, Sevillanes, Tribal fusió	Presencials	3 anys	<u>Dill - Div</u> 17:30h - 21:30h	40€/mes	93 704 34 77 / 635 02 04 21 hola@mrescoladedansa.com	<a href="https://mrescoladedansa.com/">https://mrescoladedansa.com/</a>
<b>Kinetic Dance School</b>	Dansa creativa, Hip Hop, Popping, Freestyle	Presencials	3 anys	<u>Dill - Div</u> 17:30h - 22h	<u>Matrícula:</u> 35€ (25€ + 10€ d'assegurança) <u>1h/set:</u> 37€/mes <u>2h/set:</u> 50€/mes <u>3h/set:</u> 60€/mes	616 60 42 27 kineticdanceschool@gmail.com	No té
<b>La Base Mataró</b>	Acrobàcia i dansa	Presencials	3 anys	<u>Dill - Div</u> 17h - 20h	<u>1 dia a la setmana:</u> 39€/mes <u>2 dies a la setmana:</u> 55€/mes	640051428 labasemataro@gmail.com	No té
<b>Escola de dansa Marta Bustamante</b>	Ballet, Jazz & Lyrical creative dance, Contemporani, Commercial Dance & Videoclip Style, Hip Hop & Urban Styles, Sexy Style & Heels, Preparació física i tècnica progressiva del ballet, Tècnica de puntes, Ritmes llatins	Presencials	3 anys	<u>Dill - Div</u> 17h - 22h	Depèn del nivell. <u>Matrícula:</u> 20€ - 79€ <u>Hores per classe:</u> entre 32€/mes i 102€/mes	937 99 78 56 / 606752459 info@edmb.es	<a href="https://www.edmb.es/">https://www.edmb.es/</a>

<b>Gemma Bartra Serra</b>	Dansa clàssica, Jazz, Neoclàssic, Hip Hop i Gimnàstica	Presencials	4 anys	<u>Dill - Div</u> 17:15h - 21:15h	<u>Matrícula:</u> 58€ (inclou assegurança mèdica) <u>1 dia/set:</u> 32€/mes <u>2 dies/set:</u> 56€/mes	937 99 76 09 / 609.378.176 dansagemma@gmail.com	<a href="http://dansagemmabartra.blogspot.com/">http://dansagemmabartra.blogspot.com/</a>
<b>Escuela ASRAI</b>	Dansa del ventre, Bollywood, Jazz, Danses Urbanes, Commercial Dance Fusion, Cabaret - Burlesque, Fusió de flamenc àrab, Dansa del ventre tribal, Steampunk	Presencials	<u>Actualment</u> → 7 anys <u>Pròximament</u> → 4 anys	<u>Dill - Div</u> 15:15h - 21:30h	<u>Matrícula:</u> 30€ <u>Adults:</u> 26€/mes <u>Nens/es:</u> 25€/mes	937 577 628 info@asraidansa.com	<a href="https://www.asraidansa.com/">https://www.asraidansa.com/</a>
<b>Ritmo y Tumbao</b>	Salsa cubana, Batxata, Hip Hop, Reggaeton, Dansa Clàssica, Pre-dansa, Modern Jazz	Presencials	3 anys	<u>Dill - Div</u> 19h - 23h	<u>Matrícula:</u> 40€ <u>1r curs:</u> 32€/mes <u>2o curs:</u> 27€/mes	675671406 info@ritmoytumbao.es	<a href="http://www.ritmoytumbao.es/">http://www.ritmoytumbao.es/</a>
<b>Swing Maresme</b>	Lindy Hop, Jazz, Shag, Rock, Tango, Salsa, Contemporani, Claqué, Electroswing, Commercial Dance, Teatre musical, Hip Hop, Cabaret	Presencials i <i>en streaming</i>	Escola destinada majoritàriament als adults	<u>Dill - Div</u> 17:30h - 21h  <u>Dijous matí:</u> 11-13h	<u>Matrícula inscripció:</u> 30€ <u>Cursos trimestrals:</u> 95€/trim <u>Cursos anuals:</u> 38€/mes <u>Cabaret:</u> 45€/mes	695152460 hola@swingmaresme.com	<a href="https://swingmaresme.com/">https://swingmaresme.com/</a>

<b>Dance Factory</b>	Urban Dance i Reggaeton, Commercial i Sexy Style, Babes Dance, Bachata i Llatí	Presencials	3 anys	<u>Dill - Div</u> 17:15h - 20:50h	29'90€/mes	937 575 900	<a href="http://www.dancefactorymataro.com/">http://www.dancefactorymataro.com/</a>
----------------------	--	-------------	--------	--------------------------------------	------------	-------------	---

Font: Elaboració pròpia.

Taula 23. Diferenciació de la competència.

NOM ESCOLA	LA SEVA DIFERENCIACIÓ	OFEREIXEN LA MEVA DIFERENCIACIÓ?			
		DANCEBOX	POLSERA CONTACTLESS	AMBIENTACIÓ + EFECTES	CLASSES MAGISTRALS (MUSICAL)
<b>La clave</b>	Escola ball + Club social (discoteca)	NO	NO	NO	NO
<b>Escola de dansa Ari Dance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apuntar-se a 2 classes i la 3ª surt gratuïta</li> <li>- Classe gratuïta en dos estils de ball</li> <li>- 25% descompte al pagar 3 mesos</li> <li>- Possibilitat de llogar material</li> <li>- Atenció personalitzada via Whatsapp</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Escola de ball i teatre GI</b>	<p>Escola Ball + Teatre (tenen la secció d'espectacles per a hotels, centres comercials, sales de festa, comunions, casaments, aniversaris, etc).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilitat de llogar sales</li> <li>- Classes particulars</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>+Q ball</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilitat de realitzar classes particulars</li> <li>- Escola ball + teatre</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Salseados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilitat de fer classes particulars</li> <li>- Ofereixen intensus</li> <li>- Realització de sorteigs</li> </ul>	NO	NO	NO	NO

<b>SS Danza y Eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Portant un amic, tenen un 50% en la propera quota</li> <li>- Descompte famílies</li> <li>- Espectacles, possibilitat de lloguer de sales, masterclasses</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>M. Àngels Danza a tu Aire</b>	Possibilitat de llogar les sales per a assaigs de dansa i música, festes i esdeveniments, preparació coreografies per a casaments, tallers cap de setmana, tallers per a grups personalitzats, retirs de dansa	NO	NO	NO	NO
<b>Kinetic</b>	Ofereixen ball i acrobàcies	NO	NO	NO	NO
<b>La Base</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Classe de prova gratuïta</li> <li>- Promoció. Alumnes nous: 55€ de matrícula + regal samarreta de l'uniforme i primer mes gratis</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Escola de dansa Marta Bustamante</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disposen del Jove Ballet de Catalunya (formació completa, rigorosa i connectada amb el món professional)</li> <li>- Realitza exàmens trimestrals per avaluar-los</li> <li>- Festivals trimestrals</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Gemma Bartra Serra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realització de festivals</li> <li>- Assegurança mèdica inclosa a la matrícula</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Escuela ASRAI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organització de <i>shows</i> i danses per a esdeveniments, casaments, fires medievals, restaurants, hotels, animacions, discoteques, actuacions sense ànim de lucre, musicals i festes.</li> <li>- Classes particulars per a nuvis o convidats</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Ritmo y Tumbao Dance School</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilitat de realitzar una prova gratis a les classes de salsa i batxata</li> <li>- Ballar salsa i batxata sol o en parella.</li> </ul>	NO	NO	NO	NO

<b>Swing Maresme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofereixen classes personalitzades (particulars, adaptant-se a l'horari del client/a)</li> <li>- Escola ball (adults) + teatre musical (per a petits)</li> <li>- Possibilitat de lloguer de sales</li> </ul>	NO	NO	NO	NO
<b>Dance Factory</b>	Masterclasses, matrícula gratis	NO	NO	NO	NO

Font: Elaboració pròpia.

### 17.3. Apèndix C

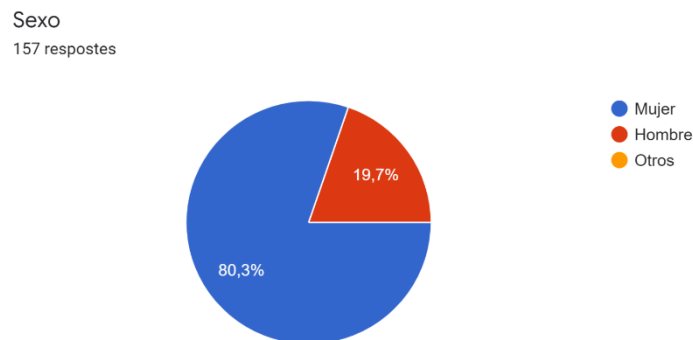
#### Enquesta de testeig del servei i resultats

¡Buenas! Soy Carla Sarrias, alumna de 4º de Marketing y Comunidades Digitales en el TecnoCampus. Estoy realizando mi trabajo de final de grado sobre la creación de una academia de baile temática en Mataró.

Por lo tanto, te agradecería que respondieras a este cuestionario con el fin de testear mi propuesta de servicio. Solo te llevará 4 minutos y tus respuestas serán usadas únicamente para este estudio. A medida que rellenes el formulario encontrarás más información sobre la academia propuesta. Muchas gracias con antelación.

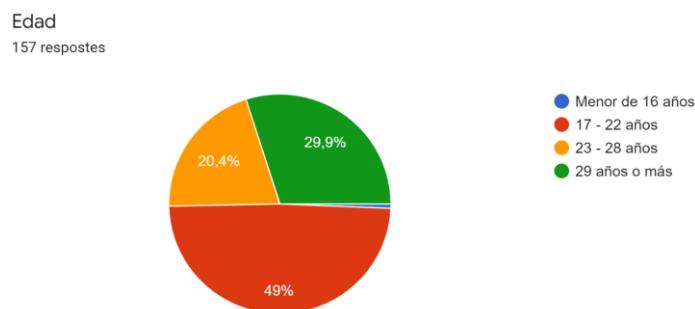
#### SECCIÓ 1

Gràfic 8. Enquesta pregunta 1.



Font: Google Formularis.

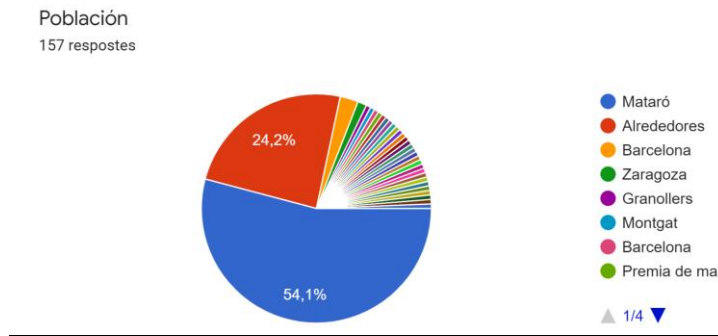
Gràfic 9. Enquesta pregunta 2.



Font: Google Formularis.



Gràfic 10. Enquesta pregunta 3.

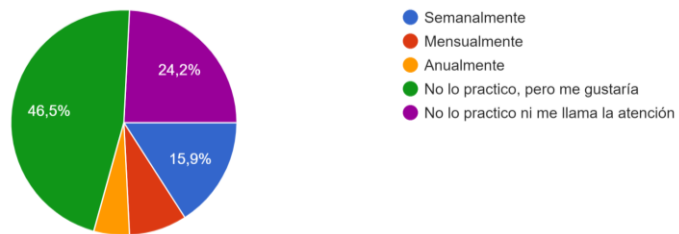


Font: Google Formularis.

## SECCIÓ 2 → Cuéntame...

Gràfic 11. Enquesta pregunta 4.

¿Con qué frecuencia practicas el baile?  
157 respostes

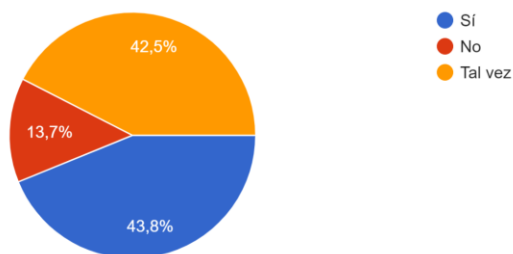


Font: Google Formularis.

## SECCIÓ 3 → Cuéntame...

Gràfic 12. Enquesta pregunta 5.

¿Te gustaría inscribirte a una academia para aprender o mejorar tu baile?  
73 respostes



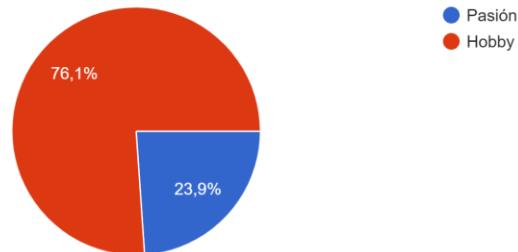
Font: Google Formularis.

## SECCIÓ 4 → Cuéntame...

Gràfic 13. Enquesta pregunta 6.

¿El baile es tu pasión o simplemente lo haces por hobby?

46 respostes

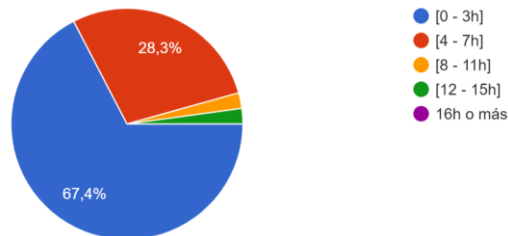


Font: Google Formularis.

Gràfic 14. Enquesta pregunta 7.

¿Cuántas veces a la semana le dedicas al baile (aproximadamente)?

46 respostes

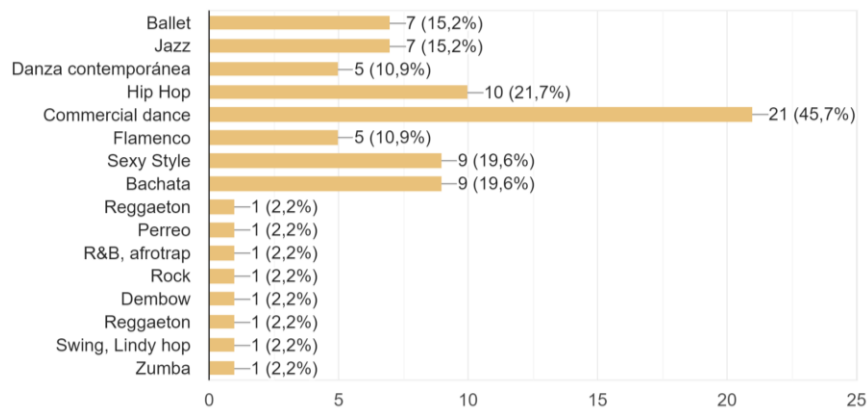


Font: Google Formularis.

Gràfic 15. Enquesta pregunta 8.

¿Qué estilo de baile es el que más practicas? (puedes escoger más de una opción)

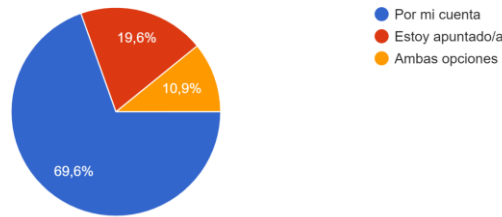
46 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 16. Enquesta pregunta 9.

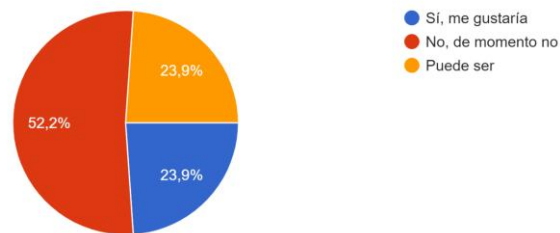
¿Lo haces de forma autónoma o estás apuntado/a a una academia de danza actualmente?  
46 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 17. Enquesta pregunta 10.

¿Te gustaría inscribirte a una o si ya estás apuntado/a, a una nueva?  
46 respostes



Font: Google Formularis.

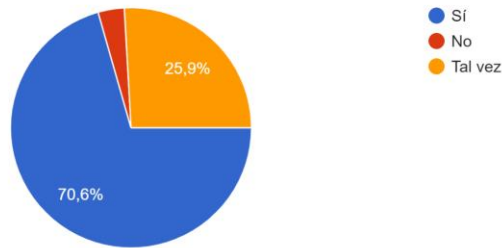
## **SECCIÓ 5 - Propuesta de nueva escuela de baile**

La idea de mi trabajo de final de grado se basa en la creación de una academia de baile temática. Se ofrecerán clases presenciales y online (que también serán grabadas). Los estilos de baile disponibles serán el Ballet, Jazz, Danza Contemporánea, Hip Hop, Commercial Dance, Flamenco, Sexy Style y Bachata. El precio de la inscripción variará en función de las horas y el nivel que se escoja. No obstante, el mínimo serán 39,99€/mes (2h/semana) + 29,99€ de matrícula (un único pago).

Las salas estarán ambientadas según el estilo de baile que se imparta en ese momento (con focos de luz, Efecto Megatrón - humo - y detalles temáticos repartidos por el aula). Además, se contará con la posibilidad de obtener una pulsera contactless (por solo 24,95€) para conseguir un código de descuento en artículos vinculados a la danza. Finalmente, se podrá comprar una Dancebox por 19,95€, la cajita ideal para regalar (con detalles del baile y un vale para asistir a una clase presencial en la escuela).

### Gràfic 18. Enquesta pregunta 11.

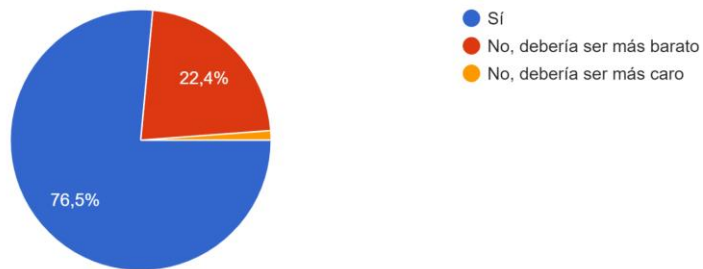
¿La nueva academia propuesta (explicada en la descripción) cubre todas tus necesidades?  
85 respostes



Font: Google Formularis.

### Gràfic 19. Enquesta pregunta 12.

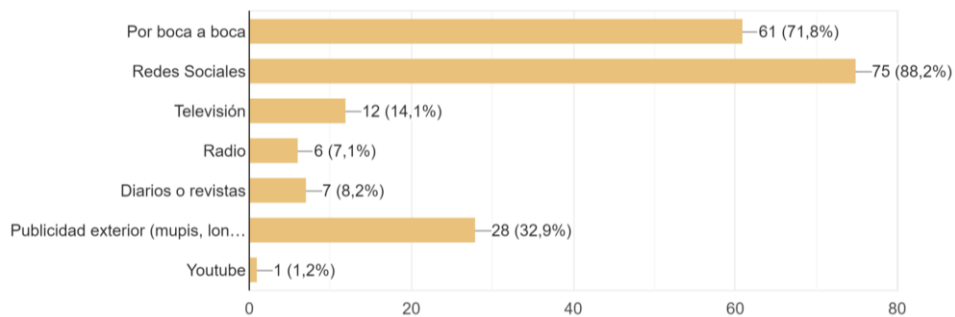
¿El precio va de acuerdo con sus características?  
85 respostes



Font: Google Formularis.

### Gràfic 20. Enquesta pregunta 13.

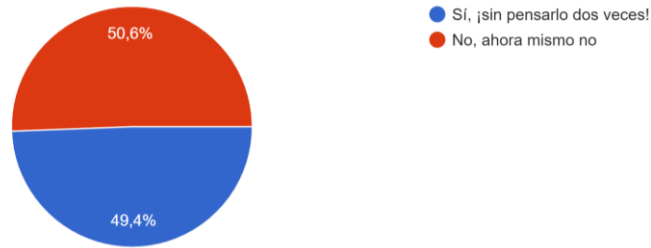
¿Mediante qué medios te gustaría conocerla? (puedes escoger más de una opción)  
85 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 21. Enquesta pregunta 14.

Si la escuela se encontrara en el mercado, ¿te apuntarías?  
85 respostes

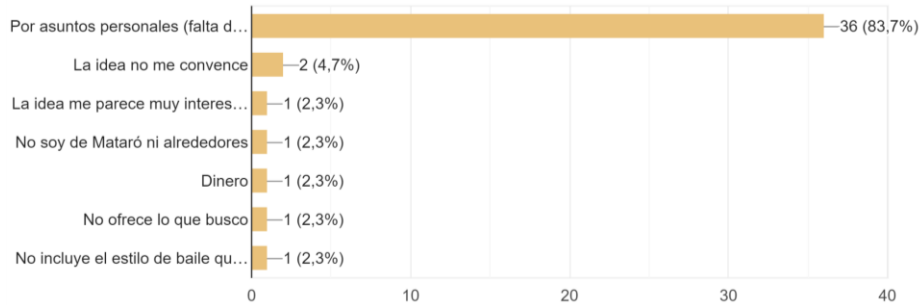


Font: Google Formularis.

**SECCIÓ 6 → Qué lastima...**

Gràfic 22. Enquesta pregunta 15.

¿Por qué razón no te inscribirías a la nueva escuela propuesta? (puedes escoger más de una opción)  
43 respostes

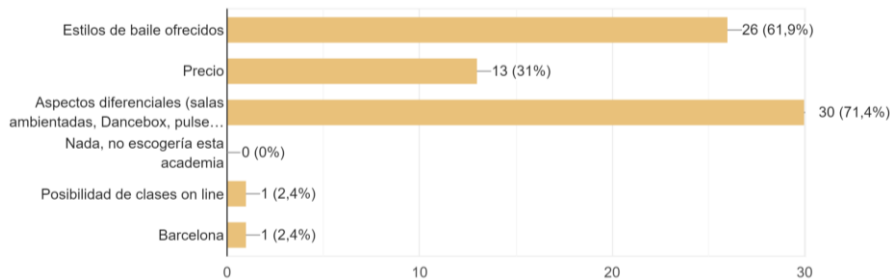


Font: Google Formularis.

**SECCIÓ 7 → Qué bien que te guste la idea**

Gràfic 23. Enquesta pregunta 16.

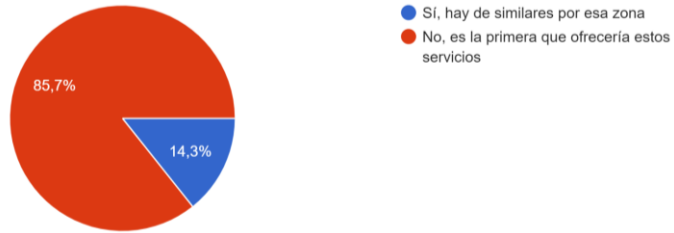
¿Qué es lo que más te atrae a escoger esta academia antes que otras presentes en Mataró?  
(puedes escoger más de una opción)  
42 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 24. Enquesta pregunta 17.

¿Conoces alguna otra que ofrezca los mismos servicios en Mataró?  
42 respostes



Font: Google Formularis.

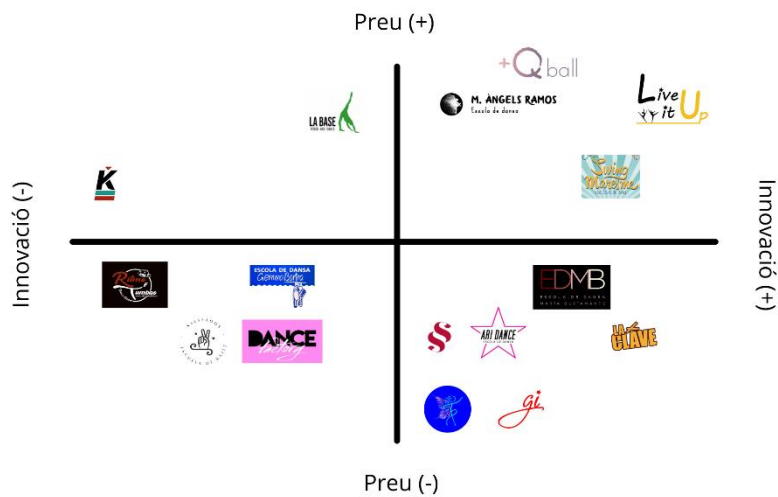
Gràfic 25. Enquesta pregunta 18.

¿Qué mejorarías de este servicio?  
7 respostes

- Esta bastante completo!
- Creo que nada gracias
- Tal vez el precio
- Me parece algo nuevo el echo de ambientar salas, de momento no conozco ninguna que lo haga.
- Creo que todo estaria bien.
- Mas información sobre ls pulsera contactless
- Pues sinceramente ahora no cambiaría nada, me parece súper original y el precio es muy razonable para esta nueva propuesta.

Font: Google Formularis

Figura 18. Matriu de competència directa respecte la innovació i preu.



Font: Elaboració pròpia.

Figura 19. Horaris classes Live It Up 2022-23.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes					
15:30h	Ballet I Adultos	Jazz Minis	Ballet II Adultos	Danza conte. Minis	Ballet I Adultos	Jazz Minis	Ballet II Adultos	Danza conte. Minis	Ballet III Adultos	Jazz Minis
16:30h	Jazz Adultos	Flamenco Minis	Danza conte. Adultos	Danza conte. Júnior	Jazz Adultos	Flamenco Minis	Danza conte. Adultos	Danza conte. Júnior	Jazz Adultos	Hip Hop Minis
17:30h	Ballet Minis	Hip Hop Minis	Ballet Minis	Ballet II Júnior	Ballet Minis	Hip Hop Minis	Ballet Minis	Ballet II Júnior	Ballet Minis	Jazz Júnior
18:30h	Ballet I Júnior	Hip Hop I Júnior	Commercial Júnior	Flamenco II Júnior	Ballet I Júnior	Hip Hop II Júnior	Commercial Júnior	Flamenco II Júnior	Ballet III Júnior	Hip Hop III Júnior
19:30h	Jazz Júnior		Commercial Adultos	Noves tend. Júnior	Jazz Júnior		Commercial Adultos	Noves tend. Júnior	Bachata Júnior	
20:30h	Flamenco I Júnior		Flamenco II Adultos		Flamenco I Júnior		Flamenco II Adultos		Bachata Adultos	
21:30h	Flamenco I Adultos	Hip Hop I Adultos	Sexy Style Adultos		Flamenco I Adultos	Hip Hop II Adultos	Sexy Style Adultos		Hip Hop III Adultos	Sexy Style Adultos

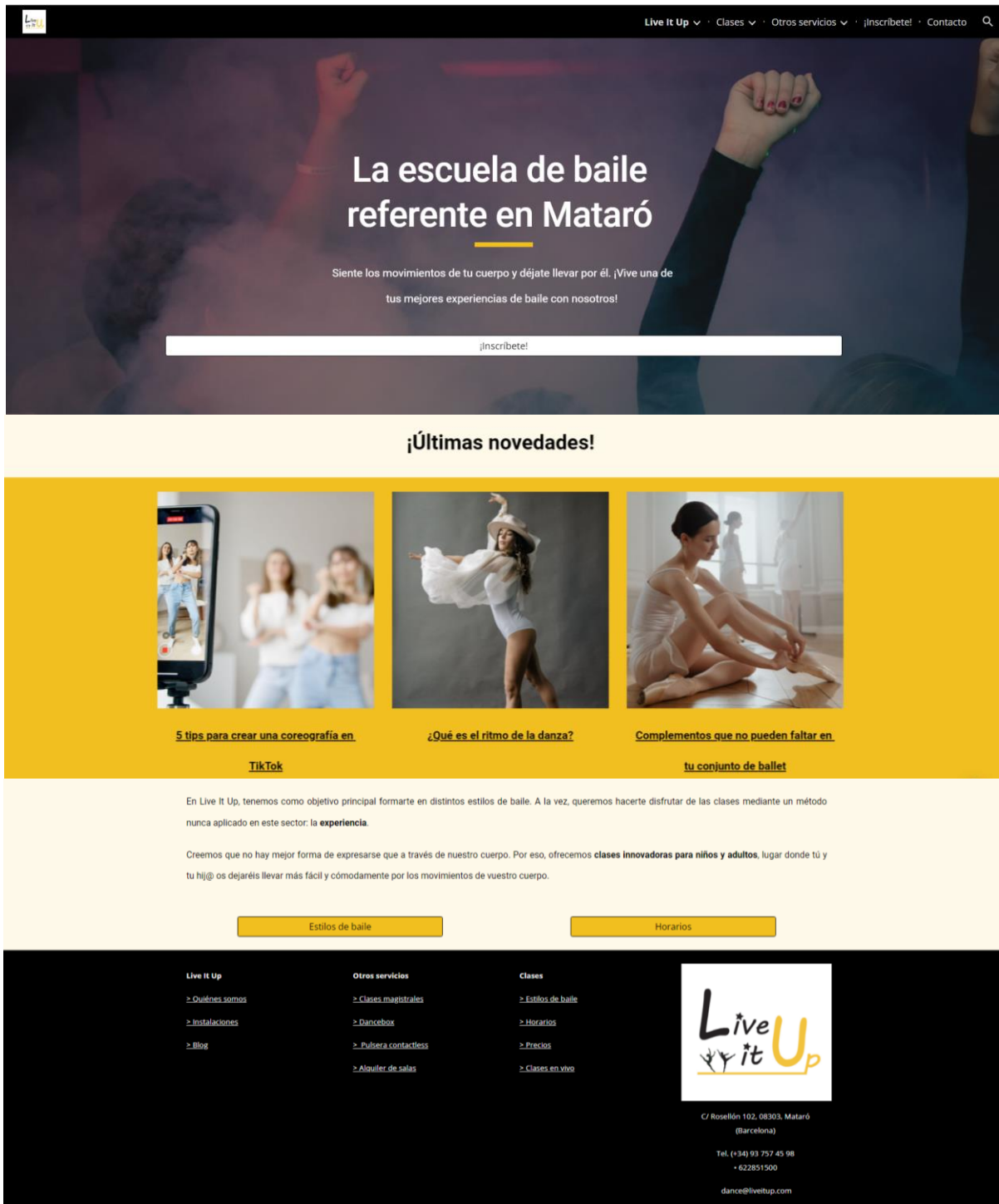
Font: Elaboració pròpia.

Figura 20. Pòster de Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

Figura 21. Lloc web de Live It Up.



Font: <https://sites.google.com/edu.tecnocampus.cat/escuela-de-baile/live-it-up>



Projecte de viabilitat d'una escola de ball temàtica - Live It Up

Taula 24. Paraules clau del web de Live It Up.

SEED KEYWORD	KW	Search Volume (Global)	CPC (Global)	Competition (Global)	Difficulty		Utilitzable
escuela de baile	escuela de baile	3600	0.39 €	0.06	34	FALSE	SI
escuela de baile	escuela de baile barcelona	1000	0.36 €	0.23	30	FALSE	SI
escuela de baile	escuela de baile cerca de mi	210	0.38 €	0.16	19	FALSE	SI
escuela de baile	escuela de baile en barcelona	1000	0.63 €	0.33	10	FALSE	SI
escuela de baile	escuelas de baile en barcelona para adultos	40	0.25 €	0.53	13	TRUE	NO
escuela de baile	escuela de danza y musica	140	1.17 €	0.49	3	FALSE	SI
escuela de baile	escuela de baile mataro	70	0.33 €	0.26	14	TRUE	NO
baile	baile	18.100	0.34 €	0.85	1	FALSE	SI
baile	baile bachata	6.600	0.80 €	0.81	2	FALSE	SI
baile	baile flamenco	4.400	0.28 €	0.55	14	FALSE	SI
baile	bailes de tiktok	3.600	0.00 €	0.67	1	FALSE	SI
baile	baile niños	3.600	0.00 €	0.67	1	FALSE	SI
baile	baile sevillanas	2.900	0.21 €	0.21	8	FALSE	SI
baile	baile hip hop	1.900	0.73 €	0.79	1	FALSE	SI
baile	baile contemporaneo	1.600	0.29 €	0.37	1	FALSE	SI
dance	dance	9.900	0.29 €	0.6	1	FALSE	SI
dance	dance studio	2.400	0.26 €	0.28	2	FALSE	SI
dance	dance academy	1.900	0.58 €	0.51	1	FALSE	SI

Font: Excel.

Figura 22. Landing Page de Live It Up.

**La escuela de baile referente en Mataró**

Siente los movimientos de tu cuerpo y déjate llevar por él. ¡Vive una de las mejores experiencias de baile con nosotros!

**¡Inscríbete!**

**¿Qué es Live It Up?**

Live It Up es una escuela de baile que tiene como objetivo principal formar en distintos estilos de baile. A la vez, queremos hacerle disfrutar de las clases mediante un método nunca aplicado en este sector: la experiencia.

No hay mejor forma de expresarse que a través de nuestro cuerpo. Por eso, te ofrecemos clases innovadoras para niños y adultos, lugar donde lo hip o lo no dependa de bailar más fácil y cómodamente por los movimientos de nuestro cuerpo.

**Servicios**

Clases en streaming, presenciales y de 3 estilos de baile distintos. ¡Ejga el nivel que más se adapte a ti!

Atmos ambientadas según el estilo de baile que se imparte.

**Productos**

Siente un profesional con estas Master Clases con bailarines de musicales conocidos. ¡No te las pierdas!

Podrás disfrutar de los descuentos relacionados con la danza gracias a nuestra pulsera conectable.

Regala esta experiencia a tu mejor compañero@ de baile. ¡Una caja con sorpresas vinculadas al baile!

**Adéntrate en el mundo del baile de la mejor manera posible...**

**¡Inscríbete!**

¿Tienes preguntas? ¡Estaremos encantados de responderte!  
Contáctanos en [liveitupdancestudio@gmail.com](mailto:liveitupdancestudio@gmail.com) o 93 757 45 98

Font: Elaboració pròpia. Mailchimp.

Figura 23. Calendari de les publicacions i stories a les XXSS.

	DILL	DIMA	DIME	DIJ	DIV	DISS	DIU
21H		Blog: Article IG: Article (story) FB: Article (story)		IG: Info (post) FB: Info (post)		IG: Video ball (post + story) FB: Video ball (post + story)	

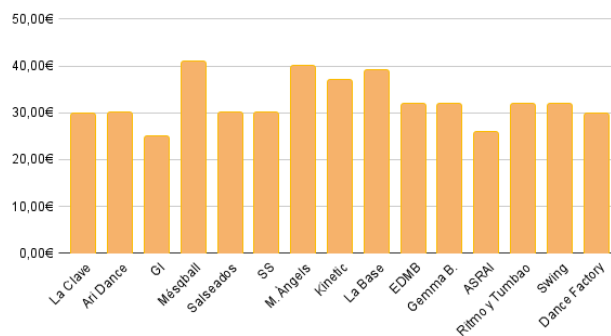
Font: Elaboració pròpia.

Figura 24. Exemple post a les Xarxes Socials de Live It Up.



Font: Elaboració pròpia.

Gràfic 26. Preus classes de la competència directa.



Font: Elaboració pròpia.

Taula 25. Cost d'una hora de classe setmanal.


Costos fixos		Amortització
Salari professor/a de dansa per hora	15,96€/h	-
Local	1,27€/h	-
EPI (5 anys vida útil)	308,54€	0,006€/h
Mobiliari (10 anys vida útil)	337,84€	0,003€/h
<b>TOTAL CF</b>	<b>17,23€</b>	
Costos variables		
Preu/h de llum	0,26693€/kWh.	
<b>TOTAL CV</b>	<b>0,26693€</b>	
<b>TOTAL COST 1h/setm.</b>	<b>17,50€/h</b>	

Font: Elaboració pròpia.

Figura 25. Quotes de les classes de ball a Live It Up.


### Tarifas de danza minis, júnior y adultos

Matrícula (pago único) → 39,99€. ¡Sólo la pagas la primera vez que entras a la escuela y te olvidas!




**Minis**  
(de 3 a 6 años)

1h semana: 39,99€/mes  
2h semana: 59,99€/mes  
3h semana: 79,99€/mes



**Júnior**  
(de 7 a 17 años)

1h semana: 45€/mes  
2h semana: 65€/mes  
3h semana: 85€/mes



**Adultos**  
(+18 años)

1h semana: 39,99€/mes  
2h semana: 59,99€/mes  
3h semana: 79,99€/mes

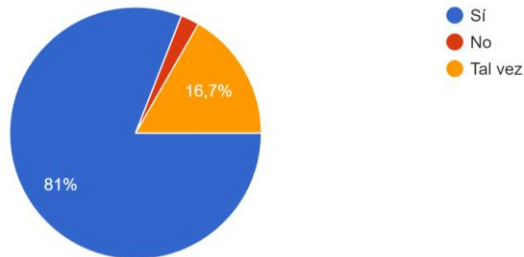
Font: <https://sites.google.com/edu.tecnocampus.cat/escuela-de-baile/clases/precios?authuser=0>

## 17.4. Apèndix D

### Enquesta serveis complementaris de Live It Up

Gràfic 27. Segona enquesta pregunta 1.

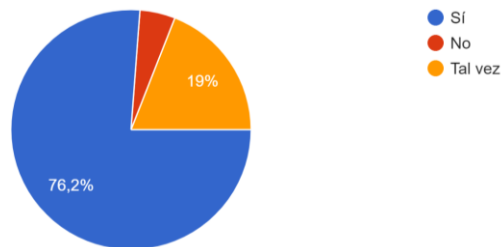
¿Pagarias por obtener esta pulsera? (24,95€ - pago único)?  
42 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 28. Segona enquesta pregunta 2.

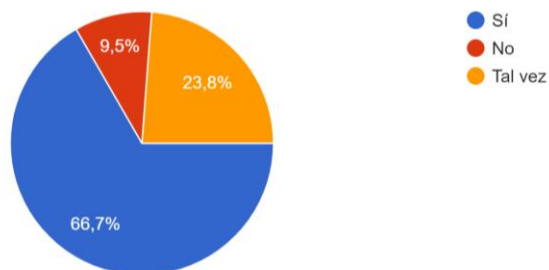
¿Comprarias como mínimo una Dancebox durante tu suscripción en la escuela? (19,95€/u)  
42 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 29. Segona enquesta pregunta 3.

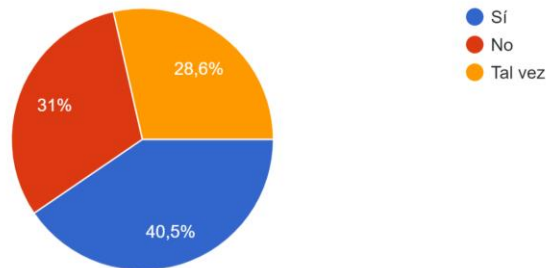
¿Pagarias por obtener mínimo una vez este servicio extra en Live It Up? (5€/clase)  
42 respostes



Font: Google Formularis.

Gràfic 30. Enquesta pregunta 4.

En caso de que las necesitaras en algún momento, ¿pagarías por tener clases personalizadas?  
(desde 49,99€/clase)  
42 respuestas



Font: Google Formularis.

Taula 26. Costos 1h de classe magistral amb experts en musicals.

<b>TOTAL CF</b>	101,279€
<b>TOTAL CV</b>	0,26693€
<b>TOTAL COST 1h classe magistral</b>	<b>101,54€/h</b>

Font: Elaboració pròpia.

Figura 26. Simulador préstec BBVA.

Reformes Cotxe Efic. energètica Altres

Estalvia 1.301,48€ domiciinant la teva nòmina

**895,31€**  
Al mes durant: **5 anys**

TIN: 7,20 % | TAE: 8,51 %  
Comissió d'obertura: **2,3 %**

Total que es retornarà, sumant capital, interessos i despeses: **54.905,65€**

Amb nòmina domiciliada  
 Amb compte BBVA

[Vegeu condicions TAE](#)

**Sol·licita 45.000€**

Quina quantitat necessites i quin termini s'ajusta a les teves necessitats?

45.000 €  
Min. 3.000 € MÀx. 75.000 €

60 mesos  
Min. 24 mesos MÀx. 96 mesos (5 anys)

Quants titulars tindria?  
Si afegeixes un altre titular a la teva sol·licitud, tindràs més possibilitats d'aconseguir el préstec.

1 titular  2 titulars

Sabies que pots millorar encara més el teu préstec?  
Descobreix si la teva empresa disposa d'una millora en el tipus d'interès en els préstecs BBVA.

Treballa en una empresa privada  Soc funcionari

Font: <https://www.bbva.es/ca/personas/productos/prestamos/simulador-prestamos-personales.html>

Figura 27. Simulador préstec ING.

¿Cuál es la finalidad del préstamo?  
Selecciona un motivo por el que solicitas un nuevo préstamo

Inversión

¿Cuánto dinero necesitas?  
Introduce un valor mínimo de 6.000 € y un máximo de 60.000 €

45.000 EUR

¿Cuáles son tus ingresos mensuales?  
Introduce el importe de tu nómina o pensión

5.999 EUR

¿Qué gastos tienes cada mes?  
Introduce la suma de todos tus gastos fijos mensuales en préstamos, hipotecas, alquileres y pensiones

9.842 EUR

¿En cuántos meses quieres devolverlo?  
Introduce un valor mínimo de 12 y un máximo de 84 meses

60

**Así podría ser tu Préstamo NARANJA**

Tu cuota estaría entre:

Cuota mínima: **828,54 €/mes**  
Cuota máxima: **933,91 €/mes**

Desde 3,99 % TIN (4,06 % TAE)\*  
Cuota de: **828,54 €**  
Importe total (capital + intereses): 49.712,40 €  
Coste total (intereses): 4712,40 €

Hasta 8,99 % TIN (9,37 % TAE)\*  
Cuota de: **933,91 €**  
Importe total (capital + intereses): 56.034,60 €  
Coste total (intereses): 11.034,60 €

El TIN y TAE dependerá del análisis de riesgo final.

Importe: 45.000 €  
Plazo: 5 años  
Comisiones: 0 €

**¡Lo quiero!**

Font: <https://www.ing.es/prestamos-personales/simulador#>

Figura 28. Simulador anticipament factures - Gedesco Factoring.

## Calculadora de anticipo de facturas y pagarés

¿Qué producto necesitas?  
 Anticipo de facturas  Descuento de pagarés

CIF de tu cliente

Razón Social de tu cliente

Importe de la Factura  
45.000,00 €

Fecha de Emisión  
18/05/2022

**A continuación te mostramos el resultado:**

**39.899€**  
Importe estimado que te adelantaremos en horas.

**4.500€**  
Importe que cobrarías cuando tu cliente pague la factura. Habrá que deducir los gastos generados hasta la fecha de cobro efectivo.

**601€**  
Interés: 3 %- Comisión mensual: 0.2 %

El precio es indicativo basado en los términos de un cliente tipo y la empresa pagadora propuesta. \*Sujeto a aprobación final de la propuesta planteada.

**Quiero financiación**

Font: <https://www.gedesco.es/simulador/>

Taula 27. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari pessimista.

Pèrdues i Guanys	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	133.535	166.919	208.649
Variació d'existències	-12.832	-16.040	-20.051
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	13.651	17.064	21.330
Despeses de personal + formació + SS	165.695	163.298	163.298
Altres despeses d'exploració	20.075	20.961	21.647
Amortització de l'immobilitzat	362	362	362
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>-53.416</b>	<b>-18.725</b>	22.062
Despeses financeres	942	942	942
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>-942</b>	<b>-942</b>	<b>-942</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)</b>	<b>-54.358</b>	<b>-19.668</b>	21.120
Impost sobre beneficis (25%)	-13.590	-4.917	5.280
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>-67.948</b>	<b>-24.585</b>	<b>26.400</b>

Font: Elaboració pròpia.

## 17.5. Apèndix E

Pla de contingència escenari pessimista: Si l'empresa es trobés en l'escenari pessimista, s'invertiria menys diners en les despeses de personal i es cercarien altres vies de finançament (inversors o bé una iniciativa de *crowdfunding* per aconseguir més recursos econòmics). Si tot i així, no obtingués beneficis durant cap dels 3 anys, es plantejaria el tancament permanent de Live It Up, ja que es trobaria en una situació insostenible.

Taula 28. Compte de pèrdues i guanys de l'escenari optimista.

Pèrdues i Guanys	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	222.577	278.221	347.776
Variació d'existències	-21.385	-26.731	-33.414
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	23.579	29.474	36.842
Despeses de personal + formació + SS	165.695	163.298	173.153
Altres despeses d'exploració	21.285	22.791	23.935
Amortització de l'immobilitzat	362	362	362
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	0	0	0
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>33.040</b>	<b>89.027</b>	<b>146.898</b>
Despeses financeres	942	942	942
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>-942</b>	<b>-942</b>	<b>-942</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)</b>	<b>32.098</b>	<b>88.085</b>	<b>145.955</b>
Impost sobre beneficis (25%)	8.024	22.021	36.489
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>40.122</b>	<b>110.106</b>	<b>182.444</b>

Font: Elaboració pròpia.

Taula 29. Pla de tresoreria de l'escenari pessimista.

ESCENARI PESSIMISTA															
ENTRADES	set-23	oct-23	nov-23	des-23	gen-24	feb-24	març-24	abr-24	maig-24	juny-24	juliol-24	set-24	TOTAL ANY 1	ANY 2	ANY 3
Aportacions dels socis	5.000												5.000	-	-
Prèstec	45.000												45.000	-70.526	-170.923
Vendes	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	7.418	89.016	111.271	139.089
<b>TOTAL ENTRADES</b>	<b>57.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>7.418</b>	<b>139.016</b>	<b>40.345</b>	<b>-31.834</b>
SORTIDES															
Devolució préstec	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	9.942	9.942	9.942
Interès préstec	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	942	942	942
Compra EPI	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	138	138	138
Compra mobiliari	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	69	69	69
Compra utilitatge	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	19	19	19
Subministres - llum	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.440	1.440
Subministres - aigua	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	300	300	300
Lloguer	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	11.400	11.400	11.400
Extintors	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	56	56	56
Manteniment extintors															
App informàtiques	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	87	87	87
Cartutxos tinta	44,79												45	45	90
Compra mercaderies	12.410												12.410	15.513	19.391
Classes magistrals	100		100	100			100	100		100			800	800	800
Salari + formació + SS	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	164.183	161.786	161.786
Publicitat	1624,31	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	5.254	5.876	6.269
Assegurança mèdica	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.512	1.512	1.512
Impostos													275	275	275
Serveis prof. ind. (GD assessoria)	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	1.020	1020	1020
<b>TOTAL SORTIDES</b>	<b>30.129,22</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.380,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.280,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.380,12</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.380,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.280,12</b>	<b>16.661,12</b>	<b>209.942</b>	<b>211.268</b>	<b>215.585</b>
<b>CASH-FLOW TOTAL (ENTR.-SORT.)</b>	<b>27.288,78</b>	<b>-8.812,12</b>	<b>-8.962,12</b>	<b>-8.912,12</b>	<b>-8.862,12</b>	<b>-8.912,12</b>	<b>-8.962,12</b>	<b>-8.812,12</b>	<b>-8.962,12</b>	<b>-8.912,12</b>	<b>-8.862,12</b>	<b>-9.243,12</b>	<b>-70.925,54</b>	<b>-170.922,83</b>	<b>-247.418,41</b>
<b>Saldo cc/banc</b>	<b>27.288,78</b>	<b>18.476,66</b>	<b>9.514,54</b>	<b>602,42</b>	<b>-8.259,70</b>	<b>-17.171,82</b>	<b>-26.139,94</b>	<b>-34.946,06</b>	<b>-43.908,18</b>	<b>-52.820,30</b>	<b>-61.682,42</b>	<b>-70.925,54</b>			

Font: Elaboració pròpia.

Taula 30. Pla de tresoreria de l'escenari optimista.

ESCENARI OPTIMISTA															
ENTRADES	set-23	oct-23	nov-23	des-23	gen-24	feb-24	març-24	abr-24	maig-24	juny-24	juliol-24	set-24	TOTAL ANY 1	ANY 2	ANY 3
Aportacions dels socis	5.000												5.000	-	-
Prèstec	45.000												45.000	156.495	340.165
Vendes	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	29.680	356.157	445.196	556.495
<b>TOTAL ENTRADES</b>	<b>79.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>29.680</b>	<b>406.157</b>	<b>601.691</b>	<b>896.660</b>
SORTIDES															
Devolució préstec	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	828,54	9.942	9.942	9.942
Interès préstec	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	78,54	942	942	942
Compra EPI	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	11,49	138	138	138
Compra mobiliari	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	5,78	69	69	69
Compra utilitatge	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	1,56	19	19	19
Subministres - llum	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.440	1.440
Subministres - aigua	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	300	300	300
Lloguer	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	11.400	11.400	11.400
Extintors	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	56	56	56
Manteniment extintors															
App informàtiques	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	7,22	87	87	87
Cartutxos tinta	44,79												45	45	90
Compra mercaderies	49.640												49.640	62.050	77.563
Classes magistrals	100		100	100			100	100		100			800	800	800
Salari + formació + SS	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	13.682	164.183	161.786	171.641
Publicitat	4114,31	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	7.744	9.596	10.995
Assegurança mèdica	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.512	1.512	1.512
Impostos													275	275	275
Serveis prof. ind. (GD assessoria)	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	1.020	1020	1020
<b>TOTAL SORTIDES</b>	<b>69.849,22</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.380,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.280,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.380,12</b>	<b>16.230,12</b>	<b>16.380,12</b>	<b>16.330,12</b>	<b>16.280,12</b>	<b>16.661,12</b>	<b>249.661,54</b>	<b>261.526,04</b>	<b>288.337,58</b>
<b>CASH-FLOW TOTAL (ENTR.-SORT.)</b>	<b>9.830,53</b>	<b>13.449,63</b>	<b>13.299,63</b>	<b>13.349,63</b>	<b>13.399,63</b>	<b>13.349,63</b>	<b>13.299,63</b>	<b>13.449,63</b>	<b>13.299,63</b>	<b>13.349,63</b>	<b>13.399,63</b>	<b>13.018,63</b>	<b>156.495,46</b>	<b>340.165,42</b>	<b>608.322,84</b>
<b>Saldo cc/banc</b>	<b>9.830,53</b>	<b>23.280,16</b>	<b>36.579,79</b>	<b>49.929,42</b>	<b>63.329,05</b>	<b>76.678,68</b>	<b>89.978,31</b>	<b>103.427,94</b>	<b>116.727,57</b>	<b>130.077,20</b>	<b>143.476,83</b>	<b>156.495,46</b>			

Font: Elaboració pròpia.