

Serpentina

Serpentina



Grado en Periodismo
Curso académico 2017/2018
PE0932 Trabajo Fin de Grado
Línea B – Plan de empresa
Alumna: Jessica Mauro León
Tutor: Ramón Pardo

Resumen

“Serpentina” es un proyecto de empresa periodística especializada en contenidos deportivos de gimnasia rítmica. Con ella se quiere visibilizar un deporte con muy poca repercusión mediática y normalizar la figura masculina dentro de esta modalidad deportiva.

Para lograrlo, esta revista ofrecerá un producto diferenciado tanto de los medios de comunicación deportivos como de su competencia. “Serpentina” se materializará en formato papel y digital con contenidos escritos y audiovisuales. Además, este nuevo proyecto dará voz a gimnastas tanto del pasado como del presente, proporcionándoles una plataforma donde poder conseguir difusión.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la gimnasia rítmica es uno de los deportes con menos repercusión mediática. Un dato que confronta con el gran número de gimnastas que hay a nivel nacional. Ante esta situación, “Serpentina” parte con la ventaja de no tener importantes competidores directos, lo que puede aprovechar para fidelizar a su público objetivo y crecer como medio de comunicación.

Por lo tanto, el siguiente documento muestra un proyecto de empresa periodística que tiene como objetivo reivindicar la importancia que tienen los medios de comunicación para todas las modalidades deportivas, independientemente de la popularidad mediática que tengan.

Palabras clave

Periodismo, deporte, gimnasia rítmica, igualdad

Abstract

“Serpentina” is the project of a media business specialized in rhythmic gymnastics. This project aims to render visible a sport with a low level of media representation, as well as to normalize the status of the sportswomen playing this sport.

To do so, this magazine will offer a different product, by comparison with the sport media in general and also with its direct competence. “Serpentina” will be published in printed as well as in digital format, therefore providing written and audio-visual contents. In addition, this new project gives former and current gymnasts a mean to express themselves and spread their sports experiences.

As it has been already mentioned, rhythmic gymnastics is one of the sports with less media representation, a piece of data that differs significantly with the number of gymnasts registered at a national level. In front of this situation, “Serpentina” rises with the clear advantage of not having direct competitors, a fact that makes possible the promotion of loyalty among the target customer-reader and the proper development of the magazine.

Therefore, the current paper presents the project of a media enterprise that has as its main goal the revindication of the importance of media for every sport, regardless of their popularity in the means of communication.

Keywords

Journalism, sport, rhythmic gymnastics, equality

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
2. Descripción del proyecto.....	4
2.1 Descripción de la actividad o actividades principales del proyecto... 4	
2.2 Elementos principales	6
2.3 Antecedentes del proyecto	7
2.4 Presentación de sus promotores	8
3. Recursos Humanos.....	9
4. Forma jurídica del proyecto empresarial	12
5. Plan comercial	14
5.1 Producto o servicio	14
5.2 Necesidades que pretende satisfacer	14
5.3 Estudio de la competencia	14
5.4 Ventajas frente a la competencia	16
5.5 Costes	18
5.5.1 Análisis de costes	18
5.5.2 Presupuestos y evolución de las ventas.....	21
5.6 Proyección de la facturación a cinco años	23
5.7 Política comercial y de marketing	24
6. Plan Económico-Financiero	28
6.1 Plan de inversión	28
6.2 Plan de financiación	30
7. Análisis DAFO	33
8. Conclusiones.....	36
9. ANEXO.....	38
9.1 Bibliografía	38
9.2 Evolución del logo	40
9.3 Entrevista al gimnasta Rubén Orihuela	41
9.4 Estudio sobre el “número de lectores diarios de los principales periódicos españoles durante 2017”, Statista.....	42
English Summary	44

1. Introducción

La gimnasia rítmica combina la música con ejercicios gimnásticos sincronizados. Se caracteriza por la sensación de armonía y la suavidad de sus movimientos, un detalle que hace que sea uno de los deportes más visuales y estéticos. Esta modalidad deportiva, que consiste en realizar coreografías perfectamente coordinadas, se puede realizar tanto de forma individual como en grupo. Además, cabe destacar que es un deporte muy completo, puesto que favorece la elasticidad, la flexibilidad y fortalece los músculos.

La gimnasia rítmica surgió de la unión de la gimnasia, la danza y el ballet, aunque la mayor influencia recae sobre ésta última. Aunque la diferencia entre ambas disciplinas es que, mientras el ballet consiste en el desarrollo de coreografías utilizando únicamente el cuerpo, la gimnasia rítmica incorpora a estos espectáculos deportivos otros elementos como la cuerda, el aro, la pelota, las mazas y la cinta o serpentina.

El origen de la gimnasia rítmica se remonta a 1930, en la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), aunque no fue hasta 1950 cuando se constituyó la llamada *gimnasia rítmica moderna*, o lo que es lo mismo, la gimnasia rítmica tal y como la conocemos hoy en día.

Trece años después, en 1963, se celebró el primer Torneo Internacional de Gimnasia Rítmica en Budapest, Hungría. Consiguiendo que, un año más tarde, este mismo evento se declarase oficialmente como el primer Campeonato Mundial de Gimnasia Rítmica.

En 1975 se formó la Comisión Técnica de Gimnasia Rítmica, y en 1983 se celebró la primera Copa del Mundo, con Ludmila Savinkova, de la Unión Soviética, como primera campeona. Además, en este mismo año, se celebró por primera vez el Campeonato de España de Gimnasia Rítmica.

Un año después, en 1984, la gimnasia rítmica atravesaba uno de sus mejores momentos. Participaba por primera vez en los Juegos Olímpicos, en este caso los celebrados en los de Los Ángeles.

En la actualidad, la gimnasia rítmica es un deporte con una normativa todavía por desarrollar. En sus orígenes, esta modalidad deportiva fue creada exclusivamente para la mujer. En la actualidad, la Federación Internacional de Gimnasia Rítmica todavía, y en pleno siglo XXI, no reconoce la modalidad masculina. Por el contrario, en 2009 España creó el Campeonato Nacional de Gimnasia Rítmica masculina, aunque a los gimnastas todavía les queda mucho camino por recorrer para acabar con la desigualdad.

En total hay 8.115 licencias de gimnasia rítmica repartidas alrededor de todo el territorio español y al cabo del año se realizan 29 competiciones oficiales a nivel nacional. Por su parte, la gimnasia rítmica es una disciplina que requiere de constancia y sacrificio. Es un deporte de especialización temprana, ya que los profesionales que lo practican comienzan durante la infancia o la pubertad, que es cuando las personas pueden alcanzar los máximos niveles de flexibilidad, coordinación y fuerza. Esto implica una mayor responsabilidad debido a que la mayoría deben continuar con sus estudios mientras lo compaginan con los duros entrenos que implica practicar este deporte.

En este contexto, como profesionales de la comunicación, considero que resulta imprescindible dotar a los profesionales de la gimnasia rítmica de un medio de comunicación en el que se visibilice su trabajo en un momento en el que la prensa deportiva está caracterizada por el flujo constante de información sobre un grupo muy reducido de deportes, excluyendo así a esta modalidad. Al mismo tiempo, cuando se celebran competiciones importantes en las que sí se realiza un seguimiento comunicativo, se muestra el desconocimiento que tienen muchos profesionales de la comunicación acerca de esta modalidad. Contribuyendo, así, a una visualización banal y sin profundización de la gimnasia rítmica.

De esta necesidad, surge la idea de crear una revista especializada en la gimnasia rítmica dentro del ámbito nacional y, puntualmente, internacional, con

el objetivo de dar cobertura a un deporte que tiene muy poca repercusión a pesar de ser uno de los deportes olímpicos favoritos por los espectadores.

Otro objetivo es el formar a la población en la igualdad. La gimnasia rítmica, es un deporte estereotipado por el fuerte vínculo hacia la mujer, pero también son muchos hombres los que la practican. Es por ello que, en esta revista todos los contenidos estarán protagonizados tanto por hombres como mujeres, sin discriminar a ningún colectivo.

Asimismo, la revista en papel parte con la ventaja de tener un campo de mercado abierto, pues únicamente existe la revista dirigida por la Real Federación Española de Gimnasia. Del mismo modo sucede con la revista en formato digital, pues aunque sí que existen blogs y páginas webs que escriben sobre gimnasia rítmica, la mayoría de ellos centran sus noticias en informaciones muy superficiales. Por ello, considero que es una oportunidad de mercado a tener en cuenta y una salida profesional con futuro.

2. Descripción del proyecto

2.1 Descripción de la actividad o actividades principales del proyecto

El proyecto es una revista especializada en gimnasia rítmica, aunque de manera ocasional informará sobre el ballet. En este sentido, el contenido del medio será muy variado. Abarcará historias de personas que se dedican o se han dedicado a esta modalidad deportiva; competiciones que se vayan a realizar a nivel nacional y, en algunos casos a nivel internacional. Además, tendrá un especial reconocimiento la gimnasia rítmica como deporte olímpico, puesto que es uno de los pocos deportes que, desde su primera participación de los Juegos Olímpicos de 1984, siempre ha tenido representación española y es donde mejores resultados se han obtenido.

La revista tendrá una doble plataforma: la impresa y la digital.

En ambas, la revista estará dividida en cinco secciones: Competiciones | Entrevistas | Ejercicios | Salud | Ballet. En la sección de competiciones, podremos encontrar crónicas, noticias sobre las diferentes competiciones que se hayan realizado tanto a nivel nacional como internacional. El apartado de entrevistas estará destinado a grandes referentes de la gimnasia rítmica, como pueden ser Almudena Cid o el valenciano, Rubén Orihuela, entre otros. “Ejercicios” estará dedicado a explicar diferentes tipos de entrenamientos y posturas de la gimnasia rítmica. En “salud” podremos encontrar recetas y recomendaciones para seguir una alimentación saludable y cuidados en general que se deben seguir para realizar una correcta práctica de este deporte. Por último, la sección destinada al ballet será más reducida pero con variedad de contenidos, como entrevistas, reportajes, crónicas, etc. Además, en la página web <https://www.serpentinagm.com> habrá dos secciones más. Una será en formato *podcast* y estará dedicada a tertulias, entrevistas o retransmisiones de competiciones que se realicen con expertos de estas

modalidades. La otra será un calendario con las fechas señaladas de las próximas competiciones.

Asimismo, “Serpentina” también estará presente a través de las redes sociales como Facebook y Twitter, en las que también ofrecerá información sobre el mundo de la gimnasia rítmica para fidelizar usuarios y aumentar el flujo de las visitas.

La empresa operará bajo el nombre de “Serpentina”. La elección de esta nomenclatura se debe a un ejercicio que realizan los gimnastas cuando utilizan la cinta mientras están realizando una coreografía.

La imagen de la revista estará representada por el logo (Ver anexo 9.2), que simula la figura de una gimnasta haciendo el aparato con la cinta. Además, si separamos la cinta de la gimnasta, por una parte, ella está en la posición de inicio, y marca la limpieza y la elegancia de los ejercicios. Por otro lado, la forma que tiene la cinta es el aparato llamado *Serpentina*. De este modo, el logo siempre irá acompañado del nombre de la revista, haciendo así la función de logo-símbolo.

Serpentina



Logo-símbolo definitivo

Uno de los detalles más importantes a la hora de constituir una empresa es seleccionar los colores corporativos con los que, tanto nuestros clientes como

la competencia, nos va relacionar. El color define la marca y, por ello, “Serpentina” estará representado por el color verde en dos tonos distintos, por un lado, y en un tono más claro para el maillot de la gimnasta, el #B1DDC2 y más oscuro, para la cinta, el #49A86E. Además, estos colores estarán presentes en toda lo que aúna la marca y se utilizará tanto para comunicación interna como externa.



La elección de estos colores se debe a la voluntad de huir de los colores tradicionales asociados a la gimnasia rítmica, como son los diferentes tonos de rosa. Además, estos tonos también están asociados con la figura femenina, todo lo contrario a la selección de verdes que utiliza “Serpentina”. Éstos colores son neutros, tal y como queremos que sea el contenido de la revista. De esta forma, conseguiremos que no solo el público femenino se sienta identificado con la marca, sino también el público masculino, que en esta modalidad deportiva es la figura más marginada.

La tipografía corporativa utilizada es *Biloxi Script*, y su elección se debe a que los trazos simulan la sencillez y elegancia de los aparatos de la gimnasia rítmica. Por su parte, el tamaño variará en función del formato en el que se utilice.

2.2 Elementos principales

Marca: Serpentina

Nombre comercial: Serpentina

Colores corporativos: Verde

Logo: Gimnasta utilizando la cinta para crear la serpentina

Logo-símbolo: Logo junto al nombre situado en la parte superior

Web: <https://www.serpentinagm.com>

E-mail: revistaserpentina@gmail.com

Twitter: @Revista_Serpentina

Facebook: Revista Serpentina

2.3 Antecedentes del proyecto

El proyecto nace como consecuencia de mi afición al periodismo deportivo en general y a la gimnasia rítmica en particular, junto con la experiencia de haber sido consciente de la poca repercusión que tiene esta modalidad deportiva en los medios de comunicación durante mi experiencia en el periódico *Levante-EMV*.

En el año 2017, durante mi estancia de prácticas en dicho periódico, escribí un reportaje sobre gimnasia rítmica. Éste trataba sobre una niña de once años que se había proclamado campeona de España por quinta vez consecutiva. Además, a su corta edad ya acumulaba un extenso palmarés deportivo. Tanto ella como su madre, que es entrenadora de gimnasia rítmica y posee gimnasio en Valencia, se quejaban de la falta de repercusión que tenía este deporte y que la consecuencia de esto era que muy pocas gimnastas pueden vivir de ello.

Esta situación me hizo ver la falta de información que hay en este sector. Lo que, unido a la falta de especialización por parte de los medios de comunicación deportivos, ratifica la necesidad de un servicio que pretende ofrecer esta revista.

Asimismo, son escasos los medios de comunicación que cuentan con periodistas especializados para tratar la gimnasia rítmica, ya sea en plantilla o

de forma externa. De hecho, hemos descubierto que los medios deportivos delegan esta responsabilidad en ex gimnastas con voluntad de comunicar. En este sentido, y aunque éstos profesionales lo hagan de manera adecuada, su actividad no deja de fomentar el intrusismo laboral. Además, en ciertos campeonatos se requiere un mayor profesionalización, ya sea a través de jefes de prensa o por periodistas titulados y especializados en la comunicación esta modalidad deportiva. Por otro lado, el recurrir a un aficionado o ex gimnasta puede crear falta de credibilidad entre los espectadores. Un problema que afecta tanto al periodismo como a los profesionales que se dedican a ello, y al que se le añade el hecho de que la mayoría de estas colaboraciones no sean retribuidas.

2.4 Presentación de sus promotores

La promotora del proyecto es Jessica Mauro León, futura graduada en periodismo. A la formación académica se suma la experiencia en medios de comunicación. Durante el verano de 2017, estuvo de prácticas en el periódico *Levante-EMV* en la sección de deportes. Actualmente es becaria de redacción en la empresa de comunicación *Summonpress*, especializada en la creación de contenido digital y SEO.

Ésta última experiencia de prácticas le ha proporcionado conocimientos de posicionamiento web, con el cual es un factor muy beneficioso para conseguir una buena posición en las búsquedas de *Google*. Así como, manejar herramientas de análisis, tanto de la propia página web como de la competencia.

3. Recursos Humanos

La revista no contará con ningún empleado, puesto que de sus principales tareas se encargará la propia gerente. Pero, cuando el trabajo lo requiera, se contratarán los servicios de profesionales *freelance*, como fotógrafos o periodistas con la fórmula de contratación o arrendamiento de servicios profesionales.

La gerente-trabajador estará dada de alta en régimen de trabajadores autónomos, puesto que ella misma será quien gestione la empresa y realice el trabajo de forma habitual. De esta forma, deberá cotizar a la Seguridad Social a través de este modelo. Al constituirse como nuevo profesional autónomo, su retención de IRPF será del 7 % durante el primer año de vida de la empresa y los dos años siguientes. A partir del tercer año, este impuesto aumentará hasta el 21 %. Respecto al salario asignado durante el primer año para la gerente, no será fijo, sino que variará en función de los gastos mensuales que deba afrontar, aunque se estima en unos 900 euros brutos, es decir, 837 euros mensuales netos. El aumento de sueldo se hará efectivo en años posteriores, siempre y cuando la revista obtenga beneficios.

En cuanto a la cuota de autónomo, al darse de alta durante este año, la gerente podrá acogerse a la “Tarifa Plana de 50 euros al mes”. Esta tarifa consiste en el pago mensual de 50 euros a la Seguridad Social y está recogida en el Real Decreto de medidas de apoyo al emprendedor que fue aprobado en 2013, aunque el pasado mes de octubre de 2017 se introdujeron cambios con el fin de aumentar el autoempleo. Con estas nuevas medidas, que entraron en vigor en enero de este mismo año, la reducción tiene una duración total de 36 meses y se divide en los siguientes tramos:

- Durante los primeros 12 meses, la reducción es del 80 %. Por lo tanto, la cuota de autónomos durante este tiempo es de 50 euros mensuales.

- Los siguientes seis meses, la reducción total es del 50 %, siendo 137,97 euros la cuota que deberá afrontar la gerente.
- A partir del mes 18 y hasta el mes 24, la reducción es del 30 %. Con lo cual, la cuota de autónomos es de 192,79 euros.
- A partir del mes 24, y al ser la gerente menor de 35 años, la reducción es del 30 %, hasta alcanzar el tercer año dada de alta como autónoma.

Además, como se ha señalado anteriormente, siempre y cuando el trabajo lo requiera porque la gerente no pueda hacerse cargo, se recurrirá a colaboradores *freelance*, como fotógrafos o periodistas especializados. Al ser una revista de ámbito nacional, éstos profesionales estarán repartidos por todo el territorio español y se encargarán de cubrir las distintas competiciones o actos de gimnasia rítmica a las que la gerente no puede asistir. Para poder facturar y cotizar las colaboraciones que los corresponsales hagan con “Serpentina”, deberán estar dados de alta en Hacienda y en la Seguridad Social o ser autónomos.

La retribución del servicio de colaboraciones dependerá directamente del tipo de pieza periodística que se realice y el pago de las mismas se realizará al mes siguiente a la entrega del trabajo. Los precios son los siguientes:

PIEZA	PRECIO (IVA incluido)
Crónica completa	10 euros
Crónica completa + foto ilustrativa	12 euros
Crónica completa + paquete de fotos	18 euros
Entrevista + foto ilustrativa	12 euros
Reportaje + foto ilustrativa	14 euros

Reportaje + paquete de fotos	19 euros
Paquete de fotografías (entre 10 y 12 fotos)	8 euros

4. Forma jurídica del proyecto empresarial

La forma legal que adquirirá la empresa es de empresario individual o autónomo. Esta decisión se debe a que, desde mi punto de vista, es la forma empresarial perfecta para empresas pequeñas y gestionadas por una única persona, como es el caso de esta revista. Además, de cara al futuro, y conforme la empresa vaya creciendo y aumenten sus ingresos, se replanteará evolucionar a Sociedad Limitada.

Esta figura del mundo empresarial consiste en que el propio gerente de la empresa es quien se ocupa de toda su gestión y de realizar la actividad que promueve dicho negocio. Es por este motivo, que tanto la gerente como la revista tendrán la misma personalidad jurídica.

La figura del trabajador autónomo se caracteriza por:

- La inexistencia de un proceso formal para su constitución. El emprendedor puede aportar el capital que quiera, sin tener que estar sujeto a máximos y mínimos. Los trámites para formarla se inician al comienzo de la actividad empresarial.
- El patrimonio civil y mercantil del empresario individual están unidos, no hay diferencia entre ellos.
- Para constituir esta forma empresarial, es imprescindible darse de alta en el régimen de autónomos de la Seguridad Social.
- La empresa tributa dentro del IRPF como rendimientos por actividades económicas.
- El gerente de la empresa responde personalmente de las deudas, tanto con proveedores como con administraciones públicas, con todo su patrimonio:

- Los bienes privativos del empresario individual.
- Los bienes en gananciales con el cónyuge.
- Los bienes que estén relacionados con la actividad de la empresa.

En este caso, la gerente de la empresa será Jessica Mauro León, y realizará una inversión económica inicial de 7.000 euros, que constituirán el capital social de la empresa. A esta inversión hay que sumar los distintos recursos propios que también aportará la gerente.

El proceso de constitución como empresario individual no tiene coste alguno. Éstos son gratuitos, aunque el empresario deberá encargarse de cotizar en la Seguridad Social, como se explicó en el apartado anterior. Además, como también se ha explicado anteriormente, los trámites para darse de alta como autónomo son muy sencillos. Tan solo será necesario estar inscrito como autónomo en Hacienda y en la Seguridad Social, puesto que, en este caso, no se va a contratar a ningún trabajador ni se va a abrir ningún local, ya que a sede será la propia vivienda de la gerente. Y, por lo tanto, tampoco es necesario legalizar el libro de visitas ante una inspección de trabajo, aunque actualmente ya no es obligatorio.

5. Plan comercial

5.1 Producto o servicio

Descripción del producto o servicio

La revista “Serpentina” ofrecerá información sobre el mundo de la gimnasia rítmica. Dará cobertura a las diferentes competiciones que se realicen, tanto en directo desde la revista digital como en formato crónicas para la revista en papel. Además, informará sobre las exhibiciones más importantes que se realicen de ballet, a nivel nacional.

La revista en papel tendrá un formato A4 a color. En ella se incluirán fotografías de los campeonatos, de las personas entrevistadas, de los ejercicios en los que aparecen los gimnastas realizando los aparatos, etc. y servirán de apoyo a la información.

5.2 Necesidades que pretende satisfacer

En primer lugar cabe destacar que a nivel nacional existen muy pocas revistas con las mismas características que “Serpentina”. Además, son muy pocos los medios de comunicación generalistas los que ofrecen información especializada sobre este deporte. Por ello, esta empresa se propone satisfacer las necesidades comunicativas de la modalidad deportiva de gimnasia rítmica y, de manera puntual, del ballet, en todo el territorio español.

5.3 Estudio de la competencia

Una vez analizada la competencia, se puede observar que tan solo hay dos revistas especializadas en el mundo de la gimnasia rítmica. Estas son “Sobre el

tapiz” y la revista de la Real Federación Española de Gimnasia. En este sentido, las analizamos a continuación:

Sobre el tapiz



“Sobre el tapiz” es una revista especializada en gimnasia rítmica con ocho años de trayectoria. Tal y como se explica en la sección ‘Quiénes somos’, esta revista, siendo pionera en este ámbito deportivo, nació en formato impreso, pero los avances tecnológicos y la influencia que han tenido sobre la comunicación provocaron la conversión al formato web, con la creación de la página www.sobreeltapiz.es.

La web de la revista ofrece información sobre competiciones nacionales e internacionales, entrevistas, tanto de gimnastas como de ex gimnastas, y sobre técnicas deportivas.

Un hecho destacable de la web es que no tienen una actualización constante de los contenidos. Por un lado, en el apartado ‘Compra tu revista’, no están todas disponibles hasta el 2016, año en el que pasaron a la página web. Por otro lado, la gran parte de las categorías no tienen entradas o solo contienen 1 o 2. Tan solo tiene noticias nuevas la sección de ‘Noticias internacionales’, y todas hacen referencia al Gran Premio de Moscú 2018.

“Sobre el tapiz” no tiene sede física y está formada por un equipo de dos personas, Sara Ayala y Marta García-Masculán, ambas fundadoras y gerentes de la empresa.

La revista cuenta con redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para difundir las noticias publicadas en su página web. Para contactar con “Sobre el tapiz”, además de disponer de estos canales, la web incluye en la sección ‘Contacto’ un teléfono y un correo electrónico.

Real Federación Española de Gimnasia



La Real Federación de Gimnasia está formada por el Comité de Jueces, el Comité de Disciplina Deportiva, la Comisión de Salud y Lucha Contra el Dopaje, la Comisión Delegada y la Junta Directiva, presidida por Jesús Carballo.

La revista de la Federación ofrece información de actualidad sobre los cuatro tipos de gimnasia: la rítmica, la artística, la acrobática y la aeróbica. El formato de la revista es en papel, de forma mensual, y en www.rfegimnasia.es publican contenidos diariamente. Además, ofrece las retransmisiones de las competiciones en directo y *streaming* a través de la página web.

La Federación tiene presencia en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, una gran ventaja comunicativa a la hora de captar nuevos usuarios. Asimismo, también se puede contactar con el equipo de la asociación a través del correo electrónico y el teléfono que aparece en su web.

Para finalizar el análisis de la competencia, es importante mencionar la falta de medios de comunicación que se dediquen exclusivamente a esta modalidad deportiva y, sobre todo, la carencia de periodistas especializados en gimnasia rítmica. Sin embargo, debido a la falta de medios que se dediquen a dar cobertura a este tipo de gimnasia, es posible que la nueva revista tenga mayores posibilidades a la hora de posicionarse en el mercado.

5.4 Ventajas frente a la competencia

“Serpentina” tiene una serie de ventajas frente a las revistas que hemos detectado como competencia directa. Por un lado, “Sobre el tapiz” es la revista que más se parece a “Serpentina” en el formato que tiene la web y en el tema principal, puesto que solo tratan la gimnasia rítmica. Pero mientras “Serpentina” ofrece contenido diario y cada sección tiene varios artículos, en “Sobre el tapiz”

la mayoría de secciones aparecen vacías y solo cubren noticias de actualidad sobre competiciones.

Por otro lado, respecto a la revista de la Federación, ésta se centra en todas las modalidades de gimnasia. Por este motivo considero que con la especialización de “Serpentina” se puede dar la cobertura y el protagonismo que merece cada modalidad por separado, en este caso solo de la gimnasia rítmica.

Además, otra ventaja que ofrece “Serpentina” es que ninguna de ellas trata el ballet. Esta revista, aunque lo haga de forma puntual, sí que le da el pequeño reconocimiento que merece después de las horas de sacrificio que invierten los bailarines.

Así, el hecho de que la gerente desarrolle la actividad de la empresa en la Comunitat València y que tenga varios colaboradores distribuidos por las principales ciudades del territorio español es otra de las ventajas que debemos aprovechar. Cabe destacar que muchos gimnastas reconocidos son valencianos, como es el caso de Rubén Orihuela, natural de Sagunto, y gimnasta que generó el antes y el después de la gimnasia rítmica masculina en España. Además, de ser siete veces campeón de España y nueve internacional. El hecho de contar con profesionales de la gimnasia rítmica conocidos, puede dotar de credibilidad y popularidad a la revista.

Respecto a la competencia, “Serpentina” se presenta como una revista cercana a su público objetivo. En ésta primará el trato de aficionado a aficionado pero con el incentivo de que dispone de conocimientos en el campo de la comunicación para atender sus necesidades.

A todo esto, se le añade el elevado precio de la antigua revista en versión impresa de “Sobre el tapiz”, que alcanza los 8,50 euros, y la poca información escrita que aparece en la revista de la Real Federación de Gimnasia, en la que priman las fotografías. Por ello, “Serpentina” estipulará precios más bajos que la competencia acordes con la situación económica actual, y su versión papel no superará los 4 euros.

5.5 Costes

5.5.1 Análisis de costes

Respecto al análisis de costes cabe destacar los costes que, por diversos motivos, nos ahorraremos.

Compra o alquiler de inmueble: Probablemente éste sea una de los mayores costes a los que debe hacer frente una persona que quiera constituir la sede física de su empresa. Sin embargo, en este caso la sede social de “Serpentina” estará situada en la vivienda familiar de la gerente, lo que supone un gran ahorro económico a la hora de iniciar el proyecto.

Mobiliario: En un principio, la empresa tampoco adquirirá mobiliario, puesto que la gerente desarrollará la actividad en un despacho amueblado de su vivienda. Esta habitación cuenta con una mesa grande, una silla de oficina y dos estanterías.

Equipos informáticos propios: Por el momento, la empresa utilizará los ordenadores personales de la gerente, por lo que no está previsto invertir en material informático. De esta forma, a disposición de la revista estará un ordenador de mesa, un portátil y una impresora. Además, la gerente cuenta con cámara réflex propia con la que hará las fotos de los artículos.

Programas software y posicionamiento: Como ya hemos apuntado, la versión digital de la revista va a tener gran importancia a la hora de promocionar la empresa y captar lectores. Por ello, además de contratar a una empresa especializada en diseño web, contrataremos los servicios de páginas web que se encargan del posicionamiento y el análisis de la competencia, con el objetivo de tener presencia entre las primeras páginas de los buscadores. Este servicio tendrá una duración máxima de un año, puesto que los conocimientos de la gerente en este ámbito le permitirán continuar generando un buen posicionamiento.

Contratación ADSL: En la actualidad, todas las empresas necesitan servicio de internet, pero en el caso de una empresa de comunicación esta necesidad todavía se hace más latente. De esta forma, contrataremos un pack de servicio

ADSL que incluya no solo la tarifa de internet sino también la de una línea de teléfono móvil.

Luz y agua: Aunque la sede se encuentre en la vivienda de la familia de la gerente, la luz y el agua correrán a cargo de la empresa.

Material de oficina: Es imprescindible comprar material de oficina como bolígrafos, tinta para la impresora, folios, carpetas, etc. Es por este motivo, que al inicio de la actividad se realizará una inversión en material que se irá reponiendo cuando sea necesario.

Distribución de la revista: Los gastos de distribución de la revista serán fijos y se pagarán de forma mensual, pues es cuando la gerente deberá hacer uso de sus servicios.

Costes de impresión: El precio de la impresión de la revista es la cantidad más elevada a la que deberá hacer frente la empresa. Del mismo modo que la distribución, su coste también será mensual y fijo.

Sueldo de la gerente: Durante el primer año, el sueldo de la gerente será de 900 euros brutos, con posibilidad de aumento conforme la empresa obtenga beneficios. Esta figura cotizará a través del Régimen General de Trabajadores Autónomos.

Retribuciones de las colaboraciones: El coste de las retribuciones variará en función de las horas que dedique el personal *freelance* al trabajo. Además, cabe tener en cuenta que no siempre será necesario recurrir a estos profesionales, puesto que a la mayoría de competiciones asistirá la gerente y de las entrevistas y demás artículos que no son de extrema actualidad también se hará cargo ella misma.

Cuota de Autónomo: Como hemos explicado anteriormente, la gerente será dada de alta como trabajador autónomo y se acogerá a la 'Tarifa Plana de 50 euros al mes'.

Tributos: Este apartado se refiere a todos los tributos y tasas de la actividad a la que tendrá que hacer frente la gerente, como la IAE (Impuesto de Actividades Económicas).

Gastos de desplazamiento y dietas: Los gastos de desplazamiento y dietas variarán en función del lugar y el número de competiciones que se realicen cada mes. La gerente aprovechará las visitas de los gimnastas a la Comunidad Valenciana para realizar entrevistas, pero en otros casos, será necesario realizar los traslados. Por otra parte, hay que tener en cuenta que en los supuestos de no poder realizar el viaje, se encargarán otros profesionales de la zona de cubrir el evento.

Impuestos: Impuestos de IVA e IRPF.

Costes fijos y variables

COSTES FIJOS	COSTES VARIABLES
Programas software	Retribuciones de las colaboraciones
Línea ADSL y móvil	Gastos de desplazamiento y dietas
Luz y Agua	
Material de oficina	
Cuota de trabajador autónomo	
Tributos	
Impuestos	
Distribución de la revista	
Impresión revista en papel	

* Las cantidades económicas que supondrán estos conceptos a la revista están detalladas a continuación, en el apartado 6.1 *Plan de inversión* de este trabajo.

5.5.2 Presupuestos y evolución de las ventas

Estudio del mercado y sector donde se van a llevar a cabo la actividad

El mercado periodístico-deportivo

El mercado del periodismo deportivo ha cambiado drásticamente durante la última década. Uno de los sectores profesionales más afectados por la crisis económica de 2008, se ha visto obligado a reinventarse. Según el Informe Anual de la Profesión Periodística 2017, publicado por la Asociación de Prensa de Madrid, en éste último año se ha producido un nuevo descenso de periodistas en desempleo, el cuarto consecutivo desde la crisis. Pero, a pesar de ello, la cifra de profesionales de la comunicación en paro sigue alta, siendo de un 57 % superior a la registrada antes de la crisis económica.

Por su parte, hoy en día, el periodismo deportivo no se encuentra en su mejor momento. Esta situación se debe a que tiene hacer frente a dos grandes carencias. Por un lado, aumentar la pluralidad de contenidos deportivos y, por otro lado, incluir la figura de la mujer en las informaciones deportivas. Y es que los medios de comunicación son los únicos que, gracias a sus contenidos, pueden hacer visibles a los deportes y generar el interés en los espectadores. Así como normalizar el deporte femenino y darle la importancia que merece.

A estas metas que debe conseguir el periodismo deportivo, se suma la pérdida económica derivada de la escasez de ventas que existe en la prensa escrita. Aunque, a pesar de esta situación, esta especialización periodística es uno de los sectores de la comunicación que mayores ventas consiguió el pasado 2017, según un estudio por el portal de estadísticas “Statista” (Ver Anexo 9.4). Dicho estudio, muestra el número de lectores diarios que tienen los principales periódicos a nivel nacional. En él se observa que entre los 10 periódicos con

más lectores, cuatro de ellos son periódicos deportivos, estos son *As*, *El Mundo Deportivo*, *Sport* y *Marca*. Siendo éste último el diario nacional con más tirada, consiguiendo aproximarse a los dos millones de lectores diarios.

Acostumbrados a un tipo de periodismo en el que primaba la información de calidad, actualmente la mayoría de los medios de comunicación deportivos tratan de buscar la rentabilidad económica a través de noticias que generan audiencia pero que no son relevantes a nivel comunicativo. Esta situación, unida a la gran tasa de desempleo en el sector, ha generado que surjan nuevos medios de comunicación deportivos, llamados 'emprendedores', con unas bases innovadoras.

Entre estos nuevos medios alternativos que surgieron a partir de 2008, y que sirven como referente para esta nueva revista "Serpentina", a nivel nacional destacan "Libero", "Volata" o "Panenka". Esta última nació en junio de 2011 y trata sobre fútbol. En España esta revista es considerada pionera en su sector, puesto que antes de su creación no había ninguna revista que tratase el fútbol de esta manera, aunque sí las había en el plano internacional, como la francesa "So Foot" o la alemana "11 Freunde".

"Panenka" comenzó poco a poco y, en función de la respuesta que obtuvieron de los lectores, aumentó tanto el número de impresiones de la revista en papel como la cantidad de contenidos para la web. En la actualidad es una de las revistas especializadas mejor posicionadas y ha conseguido fidelizar a su público objetivo.

El Sector de la gimnasia rítmica

La gimnasia rítmica es una de las modalidades deportivas con menos repercusión mediática. Los medios de comunicación tan solo hacen referencia a ella cuando se trata de competiciones muy importantes, aunque éstas son tratadas de forma superficial y sin profundidad. Una situación que choca con el hecho de que tan solo en España hayan más de 8.000 licencias de gimnasia rítmica, sin contar a todas las personas que no están federadas, y que sea uno de los espectáculos que mayor audiencia consiguen en competiciones

olímpicas. Además, es destacable que, a pesar de realizarse 29 competiciones nacionales al año, tan solo sean noticia dos de ellas: la final masculina y la final femenina.

Por otro lado, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta la gimnasia rítmica es la desigualdad que existe entre hombres y mujeres. Actualmente, a nivel internacional, no está reconocida la práctica de esta modalidad deportiva en los hombres. Por ello, en las competiciones solo pueden participar las mujeres. A nivel nacional, en España está aceptada la práctica masculina desde 2009, después de muchos años de lucha para que éstos sean reconocidos.

A pesar de que el periodismo deportivo es la principal vía para dar a conocer a este deporte, existen otros medios, como la publicidad, que también es capaz de cubrir esa necesidad informativa que tiene la gimnasia rítmica. En la última década, el equipo nacional ha participado en algunos anuncios publicitarios, como las pasadas navidades de 2016 y 2017, donde aparecían las gimnastas en un anuncio de la afamada empresa de cavas *Freixenet*.

5.6 Proyección de la facturación a 5 años

Como todas las empresas, el objetivo es que conforme pase el tiempo, éstas vayan creciendo y aumentando sus beneficios. Por ello, en este apartado se analiza el presupuesto de "Serpentina" y la proyección de facturación de esta nueva revista en los próximos cinco años.

Durante el primer año, aproximadamente, tendremos unos gastos de 37.794 euros, incluyendo aquí el sueldo de la gerente y la impresión y distribución de la revista. Estos gastos variarán por dos motivos: En primer lugar porque los costes de distribución son datos aproximados, puesto que hay que tener en cuenta que éstos son entre el 15 y el 20 por ciento de las ventas de la revista. En el caso de que se vendan los 1.000 ejemplares, los gastos de distribución anuales serán de 8.400 euros, pero depende de que se vendan todas las revistas. En segundo lugar, el gasto final variará en función del número de competiciones que se realicen en un mismo mes. Esto se apreciará en las

retribuciones de los trabajadores freelance y los desplazamientos y dietas de la gerente, que será más elevado en temporada alta y más bajo durante las vacaciones de los gimnastas.

Se estima que la previsión de gastos mensuales a los que deberá hacer frente la empresa alcanzan los 3.000 euros, la facturación debería cubrir esta cifra. Por ello, para no comenzar generando pérdidas, tendríamos que vender los siguientes productos mensuales:

- 700 revistas: 2.730 euros
- 15 suscripciones mensuales: 75 euros
- Publicidad: 300 euros

Total: 3.105 euros

Cabe señalar, que si durante el primer año no se obtienen los beneficios económicos previstos, se prevé reducir el sueldo de la gerente la cantidad que sea necesaria con el objetivo de poder hacer frente a los gastos.

Siendo realistas, es muy complicado conseguir, sobre todo durante el primer año, una facturación de más de 3.000 euros. Si bien consideramos que esto será posible a partir del segundo y tercer año. A partir de este momento, esperamos que la revista sea mucho más conocida gracias a todos los proyectos que haya realizado tanto de manera individual como conjunta con grandes profesionales de la gimnasia rítmica. Por ello, y con estas previsiones, la consolidación de "Serpentina" estará más que asegurada en el quinto año, donde tendrá unos ingresos fijos, un mayor número de contactos y, sobre todo, un buen número de lectores fieles que sigan las últimas noticias de gimnasia rítmica a través de esta nueva revista.

5.7 Política comercial y de marketing

Con el fin de conseguir beneficios económicos y garantizar la supervivencia de la nueva revista deportiva 'Serpentina', hemos creado una política comercial concreta y unas estrategias de marketing.

Fijación del precio de los productos

En función de los precios fijados por la competencia y con la finalidad de ofrecer productos de calidad asequibles a todos nuestros futuros lectores, el precio de la revista en papel será de 3,90 euros. Por su parte, la suscripción a la web, gracias a la cual podrán acceder a contenidos exclusivos, tendrá un coste de 5€ mensuales.

Como en la mayoría de medios de comunicación, los principales ingresos se obtienen a través de los espacios publicitarios. Por ello, con el objetivo de captar los máximos anunciantes posibles, y al tratarse de una empresa pequeña, 'Serpentina' optará por ofrecer una tarifa plana de precios asequibles y atractivos que variarán en función del tiempo que el anuncio aparezca en el portal. Además, una vez cumplida la duración de una publicidad en la página web, si la marca desea renovar se le aplicará un descuento del 10 % por mes y un 15 % al año.

TARIFAS PUBLICITARIAS PARA LA PÁGINA WEB

FORMATO	SEMANA	MES (-10%)	AÑO (-15%)
Skyscraper (120x600 px)	24 €	86,4 €	881,28 €
Skyscraper (120x600 px)	20 €	72 €	734,4 €
Skyscraper doble (240x600 px)	32 €	115,2 €	1.175,04 €
Robapáginas (300x250 px)	17 €	61,2 €	624,24 €

Separador (300x250 px)	13 €	46,8 €	447,36 €
---------------------------	------	--------	----------

TARIFAS PUBLICITARIAS PARA LA REVISTA EN PAPEL

FORMATO	MES	AÑO (-10%)
Página completa	45 €	486 €
Roba Página	38 €	410,4 €
Media página horizontal	32 €	345,6 €
Media página vertical	29€	313,2 €
Pie de página	20€	216 €
Contraportada	60 €	648 €

Actividades o estrategias destinadas a incrementar el volumen de facturación

‘Serpentina’, al ser una nueva empresa con un servicio novedoso y en un sector en el que hay poca penetración comunicativa, es necesario elaborar una serie de estrategias que nos permitan aumentar el volumen de anunciantes para difundir la marca y conseguir, así, el número máximo de lectores.

En primer lugar, y debido a la potente repercusión que podemos adquirir gracias a ellas, las redes sociales van a ser fundamentales para comunicar al

mundo que hay una nueva revista especializada en gimnasia rítmica. Para ello, utilizaremos, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. Éstas, además, servirán para ofrecer información actualizada a nuestros seguidores, los cuales pueden acceder también a través de ellas a la página web de la empresa.

Por otro lado, una vez puesto en marcha el proyecto, se enviarán cartas de presentación tanto a las instituciones encargadas de organizar los eventos de gimnasia rítmica, como a posibles anunciantes, gimnastas importantes a nivel nacional y clubes en los que se practica esta modalidad deportiva.

Como ya hemos explicado anteriormente, otra estrategia para posicionarnos por encima de la competencia, es ofrecer nuestros productos a precios más bajos. Creemos que gracias a esto conseguiremos un mayor número de lectores.

Cabe destacar que tanto en la página web como en la revista en papel podremos encontrar la sección 'Salud'. Esta puede interesar a cualquier persona sin tener que ser un gran aficionado de este deporte.

Por último, se debe señalar que aunque la revista está especializada en gimnasia rítmica, también se publicará sobre el ballet. Son deportes que comparten características similares, además la gimnasia surge en gran parte gracias al ballet. Por este motivo, "Serpentina" también cubrirá las competiciones más importantes de ballet y también está previsto que se realicen entrevistas. Este hecho permite fidelizar también a lectores a los que les interese más este deporte.

6. Plan económico y financiero

6.1 Plan de inversión

Para que el proyecto empiece a funcionar, es necesario destinar unos fondos mínimos para sufragar los gastos iniciales que va a tener que afrontar la revista. Por ello, a continuación, se desglosan los conceptos básicos que formarán parte de la primera inversión:

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	CUANTÍA
Gastos de establecimiento	600 euros
Material de oficina	120 euros
Página web y posicionamiento	500 euros
Programas software	600 euros
Otros gastos	200 euros
TOTAL	2.020 euros

OTROS GASTOS DEL PRIMER AÑO

CONCEPTO	CUANTÍA
Cuota de autónomo 50 euros/mes (x 12 meses)	600 euros
Sueldo de la gerente 900 euros/mes (x 12 meses)	10.800 euros
Gastos de gestoría 60 euros/mes (x 12 meses)	720 euros
Agua 21.5 euros/mes (x 12 meses)	258 euros
Luz 65 euros/mes (x 12 meses)	780 euros
Línea ADSL y móvil 28 euros/mes (x 12 meses)	336 euros
Retribuciones de las colaboraciones	1.500 euros
Gastos de desplazamiento y dietas	600 euros
Distribución de la revista 700 euros/mes (x12 meses)	8.400 euros
Imprenta 1.150 euros/mes (x 12 meses)	13.800 euros
TOTAL	37.794 euros

OTROS GASTOS A TENER EN CUENTA:

- Tributos a los que deberá hacer frente la empresa: IVA e IRPF.
Como la mayoría de autónomos, la gerente aplicará el tipo general de IVA en sus facturas. La cantidad final de este impuesto variará en función del trimestre. En cuanto al IRPF o Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, éste es progresivo y su cantidad varía en función de los ingresos que obtenga la empresa. Al ser una nueva empresa, durante los tres primeros años este impuesto será del 7%. Una vez superada esta etapa, aumentará hasta el 15%. Además, habrá que tener en cuenta que éste tributo también se paga trimestralmente.
- Amortización del crédito. A parte de los 7.000 euros que tiene previstos invertir la gerente, se va a pedir un crédito de carácter “no hipotecario” de 10.000 euros al banco. Este préstamo se comenzará a devolver a partir del cuarto año de facturación, momento en el que se estima que la revista comience a obtener beneficios reales.

6.2 Plan de financiación

Como ya se ha explicado anteriormente, la gerente-trabajadora va a ser la única socia de la entidad. La forma empresarial de trabajador autónomo a la que está sujeta la empresa no obliga a su gerente a invertir una cantidad concreta de dinero. Por ello, la inversión inicial será de 7.000 euros y éstos, conformarán el capital social de la revista. La decisión de invertir esta cantidad se debe a que la suma de gastos de impresión y distribución de la revista son elevadas y tememos no tener un fondo de reserva al que acudir en caso de necesitarlo. Además, la gerente también aportará como recursos propios la vivienda en la que se desarrolla la actividad empresarial, el mobiliario, los ordenadores, tanto el fijo como el portátil, y una impresora. Todos ellos conformarán el valor añadido de la empresa. De este modo, el hecho de no invertir en éstos materiales proporcionará un pequeño alivio económico a la hora de llevar a cabo el proyecto.

Al observar la inversión inicial detallada en el apartado anterior, se aprecia que con los 7.000 de capital social hay margen para hacer visible a la empresa

durante los primeros meses, puesto que la inversión inicial tan solo asciende a 2.020 euros. Por otro lado, la gerente deberá hacerse cargo de gastos importantes, como el su propio sueldo o la impresión y distribución de la revista. Respecto a estos dos últimos conceptos, se podrían negociar las cantidades, aunque los presupuestos no variarían en exceso. Por este motivo, es muy probable que el sueldo de la gerente se reduzca considerablemente durante el primer año y, quizá, parte del segundo.

Con el objetivo de aumentar el presupuesto y conseguir que el proyecto funcione, se solicitará un crédito ICO para empresas y emprendedores desarrollado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. El crédito solicitado será de 14.000 euros a un año. De esta forma y en función del documento *ICO Empresas y Emprendedores 2018*, esta operación se determina como “tipo de interés Fijo o Variable con un año de plazo y un margen máximo para el cliente del 2,30 %.

Así mismo, la gerente tiene la intención de ponerse en contacto con sponsors deportivos con el objetivo de conseguir beneficios económicos para ambas partes y, sobre todo, publicidad para el nuevo medio de comunicación. Este plan está previsto llevarlo a cabo mediante el patrocinio de eventos y competiciones de gimnasia rítmica.

Por otro lado, está previsto solicitar todas las ayudas a las que la revista pueda acceder. Entre ellas están las ‘Ayudas para jóvenes emprendedores’ y las ‘Ayudas para mujeres emprendedoras’. En la actualidad, la ayuda disponible y en la que la revista cumple con los requisitos es la “Ayuda destinada al programa de fomento del trabajo autónomo”. Las características de esta subvención son:

Inicio de convocatoria: 15/02/2018

Final convocatoria: 1/10/2018

Organismo otorgante: Servef / Consellería de Economía Sostenible, Sectores productivos, Comercio y Trabajo / Generalitat Valenciana

Acciones subvencionables: Ayudas destinadas a fomentar el emprendimiento. La subvención se otorga en concepto de renta de subsistencia a las personas desempleadas que acceden a su empleo a través de la creación de actividad empresarial independiente, ya sea estableciéndose como trabajador autónomo o por cuenta propia en proyectos innovadores.

Tipo de subvención: Subvención a fondo perdido

Ayuda máxima: 3.000 euros por ser la gerente menor de 30 años y 500 euros más por ser mujer.

7. Análisis DAFO

El análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) permite obtener un diagnóstico de los puntos fuertes y débiles de la empresa tanto a nivel interno como externo y valorar las oportunidades que le ofrece el entorno.

DEBILIDADES	AMENAZAS
Bajo presupuesto	Falta de lectores que compren periódicos y revistas en papel
No tiene trabajadores fijos, solo colaboraciones	Poca inversión en comunicación
El gerente es el único trabajador	Intrusismo laboral
Nueva empresa	Redes sociales y webs que informan sobre gimnasia rítmica

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Experiencia en comunicación	Revista especializa en una modalidad con poca repercusión mediática
Experiencia en periodismo deportivo	Precios más bajos que la competencia

Conocimientos de SEO y posicionamiento web	Cercanía con el público objetivo
Conocimientos como aficionada a la gimnasia rítmica	Sector poco profesionalizado
Habilidades para llevar a cabo la actividad profesional teniendo que recurrir a terceros en contadas ocasiones	Creciente auge de las nuevas tecnologías e internet
Inmueble y material informático propio	Competencia diferenciada

Debilidades (interno)

La empresa no cuenta con un gran presupuesto inicial, y es muy probable que durante el primer año se generen deudas. Por otra parte, la revista no cuenta con trabajadores fijos, sino con colaboraciones puntuales. Por ello, será el propio gerente el que se encargue de llevar a cabo la actividad empresarial del negocio. A todo esto, se debe sumar que es una empresa nueva que empieza desde cero, donde los primeros meses serán claves para darse a conocer.

Amenazas (externo)

Para comenzar, una de las grandes amenazas a las que se enfrenta la revista "Serpentina" es el intrusismo laboral. De por sí, el periodismo deportivo es uno de los sectores en el que más se permite a personas que no son especialistas en comunicación trabajar sobre ello y, en este caso, también ocurre así. Además, cabe destacar la escasa inversión en comunicación que la crisis económica ha generado. Por otro lado, también cuentan como amenazas las páginas webs de la competencia, con una larga trayectoria en el sector, y las redes sociales que informan sobre gimnasia rítmica. Para finalizar, también supone una amenaza la falta de lectores que compran revistas y periódicos en papel.

Fortalezas (interno)

Como fortalezas, podemos aprovechar la experiencia de la gerente en el ámbito de la comunicación y todos sus conocimientos sobre SEO para lograr un buen posicionamiento en internet. Además, a esto, añadirle la experiencia en el sector del periodismo deportivo y los conocimientos que posee como aficionada a la gimnasia rítmica. Además, cuenta con habilidades que le permitirán desarrollar la actividad profesional sin necesidad de recurrir a terceros para cubrir todas las informaciones. Para finalizar, el hecho de que la actividad se desarrolle en el inmueble de la gerente y cuente con los materiales informáticos necesarios, supone un alivio económico a la hora de crear la empresa.

Oportunidades (externo)

A nivel externo, tenemos la oportunidad de encontrar un hueco entre aficionados a la gimnasia rítmica y personas que la practican, debido a que es una modalidad con poca repercusión social y en la revista podrían encontrar la información que les interesa. Por otro lado, los precios de los productos son más bajos que en la competencia. Uno de los objetivos de la revista, es crear un vínculo de cercanía con el público objetivo. Otro punto a favor, es la falta de profesionalización que existe en el sector, que unido a la formación y buen uso de las nuevas tecnologías, podemos ofrecer un producto diferenciado de la competencia.

8. Conclusiones

Una vez finalizado el proyecto de empresa, en este caso la creación de una revista deportiva especializada en gimnasia rítmica, sacamos las siguientes conclusiones:

A pesar de la crisis existente en el sector periodístico, generada por la escasa inversión que se realiza en él, la revista tiene la posibilidad de conseguir buenos resultados puesto que es novedosa. Esto se debe, como ya hemos visto anteriormente, a que no tiene competencia directa, puesto que ofrece contenidos distintos a otros medios de comunicación especializados en este deporte.

Por otra parte, respecto al sector del periodismo deportivo, la retransmisión de competiciones deportivas es muy reducida en cuanto a la variedad de deportes que existen. Por ello, la creación de esta revista es una buena oportunidad para mediatizar la gimnasia rítmica y ofrecer información de calidad a todos aquellos interesados en esta modalidad deportiva.

Otro beneficio para “Serpentina” es el hecho de ofrecer contenidos a precios más bajos que la competencia y más asequibles para los lectores.

Un dato positivo es la inversión inicial que tendremos que realizar para comenzar el proyecto. Ésta no es muy elevada puesto que no tendremos que hacer frente a gastos de alquiler, mobiliario o equipos informáticos. Por otro lado, sí supondrá una gran inversión anual la impresión de la revista y el sueldo de la gerente, aunque este último se puede reducir hasta que la revista comience a obtener importantes beneficios económicos. A su vez, también solicitaremos un crédito ICO, que devolveremos durante el primer año, y ayudas destinadas a emprendedores.

Para concluir el Trabajo de Final de Grado haré referencia a las palabras de uno de los gimnastas más importantes de España y gracias al cual se

consiguió que se creara el Campeonato de España de Gimnasia Rítmica masculino, Rubén Orihuela, en una entrevista realizada para este proyecto (Ver Anexo 9.3): “Los medios de comunicación tienen la principal vía para conseguir que se le dé voz a esta situación que a día de hoy seguimos viviendo. Es bueno que de alguna forma siempre haya algún tipo de noticia ya que siempre hay alguna barrera que hemos superado y de la que se puede informar”. Palabras que suponen un impulso para la creación de esta revista, sabiendo que profesionales de esta modalidad deportiva confían en los medios de comunicación para ayudarles a conseguir que la gimnasia rítmica sea conocida por todos y, lo más importante, practicada por hombres y mujeres en condiciones de igualdad.

9. Anexo

9.1 Bibliografía

Así será el anuncio de Freixenet 2017 (30 de mayo de 2018). La Vanguardia. Recuperado de

<http://www.lavanguardia.com/television/20171106/432683243060/anuncio-freixenet-navidad-2017-protagonistas.html>

Ayala S., García-Mascuñán M. (2018). Quiénes somos. Sobre el Tapiz. Recuperado de: <http://sobreeltapiz.es/quienes-somos/>

Diari Oficial de la Generalitat Valenciana (2018). Programa de ayuda destinada al programa de fomento del trabajo autónomo. Recuperado de: https://www.doqv.gva.es/datos/2017/09/29/pdf/2017_8535.pdf

Emprendedor. (4 de mayo de 2018). Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Recuperado de: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/EmpresarioIndividual/Paginas/AutonomoQueEs.aspx>

Gil R. (18 de abril de 2018). La gimnasia rítmica ya es cosa de hombres. Público. Recuperado de <http://www.publico.es/deportes/gimnasia-ritmica-ya-cosa-hombres.html>

Gimnasia rítmica. (2018). Guía Fitness. Recuperado de: <https://guiafitness.com/deportes/gimnasia-ritmica>

Gómez F. J. (2018, abril 18). Beneficios de la gimnasia rítmica. [Web log post] Recuperado de: <https://www.belibe.es/blog/gimnasia-ritmica-beneficios.html>

Granado O. (20 de abril de 2018). Gimnasia rítmica y natación sincronizada, los últimos deportes olímpicos excluyentes... para ellos. Eldiario.es. Recuperado de: https://www.eldiario.es/andalucia/Gimnasia-natacion-sincroniza-olimpicos-excluyentes_0_586191513.html

Guillén M. (2018, abril 20). Los aparatos en gimnasia rítmica. [Web log post]. Recuperado de: <https://miriamquillenorta.wordpress.com/>

Hernández A. (25 de abril de 2018). David Quiñones, un joven gimnasta que rompe la desigualdad de la rítmica. ABC de Sevilla. Recuperado de: http://sevilla.abc.es/provincia/sevi-david-quinones-joven-gimnasta-rompe-desigualdad-ritmica-201804160817_noticia.html

Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.). (2018). Serautónomo.net. Recuperado de: <https://www.serautonomo.net/impuesto-de-actividades-economicas-iae.html>

Instituto de Crédito Oficial (2018). ICO Empresas y Emprendedores 2018. Recuperado de: <https://www.ico.es/documents/19/1436215/Empresas+y+Emprendedores+2018/6f358242-f189-47d9-9e0f-1c1f2e6b227b>

Los Impuestos del Autónomo: IRPF, IVA y sus gastos deducibles. (4 de mayo de 2018). Emprendedores. Recuperado de: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/impuestos-del-autonomo-irpf-renta-iva-gastos-deducibles>

Número de lectores diarios de los principales periódicos españoles durante el 2017. (2018). Statista. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/#0>

Qué forma jurídica elijo si soy autónomo. (5 de mayo de 2018). Emprendedores. Recuperado de: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/forma-juridica-autonomo-trabajar-por-tu-cuenta>

Seguridad Social de los Autónomos. (5 de mayo de 2018). Infoautónomos. ElEconomista.es. Recuperado de: <https://infoautonomos.eleconomista.es/seguridad-social/tarifa-plana-autonomos-50-euros-mayores-30-jovenes/>

9.2 Evolución del logo

Dibujo inicial sobre el que se ha trabajado



Logo definitivo



Logo-símbolo definitivo

Serpentina



9.3 Entrevista al gimnasta Rubén Orihuela

1. En todos los años que llevas como gimnasta, ¿cuáles son los cambios más evidentes que se han realizado?

Permitir la participación de los chicos en competiciones oficiales.

El notable aumento de participantes.

La utilización de la imagen del gimnasta de rítmica para eventos o televisión.

La aceptación de personas que en un primer lugar renegaban la inclusión de los chicos.

2. ¿Cómo calificarías la situación del periodismo deportivo actual? ¿Por qué?

Creo que estos tienen la principal vía de conseguir que se le de voz a esta situación que a día de hoy seguimos viviendo. Hay momentos en los que parece que puede interesar más y otros en los que nos dejan de lado, creo que es bueno que de alguna forma siempre haya algún tipo de noticia ya que siempre hay alguna barrera que hemos superado y de la que se puede informar.

3. ¿En qué momento se encuentra actualmente el sector de la gimnasia rítmica?

Ahora mismo la gimnasia está siendo cada vez más aceptada, pero lejos que la normalidad. Es un proceso realmente lento pero confío en que se esté formando a fuego lento para que todo salga bien.

4. ¿Crees que se ha conseguido la igualdad de género en esta modalidad deportiva? ¿Cómo crees que se podría mejorar la situación? ¿Cómo podrían ayudar los medios de comunicación a que esta situación cambie?

La igualdad no la tenemos, sólo se han dado algunos pasos para acercarnos a ella, queda mucho trabajo por hacer como por ejemplo poder disfrutar de los mismo derechos en todos los aspectos. Los gimnastas contamos con un campeonato nacional anual que es todo un orgullo pero las chicas tienen unos 10. Ellas tienen más alicientes a lo largo del año que esto hace que puedan trabajar y mejorar su calidad gimnástica con una planificación más equilibrada. Nosotros sólo tenemos un pico elevado en un nuestra programación de trabajo,

tan solo un día en todo el año en el que te expones a un jurado a nivel nacional y tienes que estar a tu máximo.

9.4 Estudio sobre el “número de lectores diarios de los principales periódicos españoles durante el 2017”, *Statista*.

	Número de lectores diarios en miles
Marca	1.922
El País	1.080
As	1.028
El Mundo	662
La Vanguardia	585
La Voz de Galicia	561
El Periódico	457
El Mundo Deportivo	421
Abc	418
Sport	141
El Correo	375
La Nueva España	296
Faro de Vigo	236

	Número de lectores diarios en miles
Levante	221
La Razón	216

Serpentina

English Summary



Grado en Periodismo
Curso académico 2017/2018
PE0932 Trabajo Fin de Grado
Línea B – Plan de empresa
Alumna: Jessica Mauro León
Tutor: Ramón Pardo

1. Activity, promoter and objectives

“Serpentina” is an impressed and digital medium specialized in rhythmic gymnastics. Its contents are varied, including newscasts, reports, columns or interviews and are focused on the national panorama of rhythmic gymnastics, as well as on its status as an Olympic sport. Moreover, “Sepentina” is also expected to report on renowned ballet competitions and to realize interviews, a practice that aims to promote loyalty among readers interested in this dance.

The promoter of the current project is the journalist-to-be Jessica Mauro León, who counts on her academic training as well as her professional experience in media: during the summer of 2017, she did an internship in the sports section of the newspaper Levante-EMV and nowadays, she holds an internship in Summonpress, a media company specialized in digital development and SEO.

The magazine “Serpentina” will not hire any employee, because its manager will be in charge of the main tasks. Nevertheless, the services of freelance professionals, like photographers or journalists, will be employed if necessary. In this way, the manager-worker will be registered as a self-employed worker.

Resultingly, the legal form that this media business adopts is the one of the freelance worker, a business system that consists on an enterprise whose management and activities are completely realized by its manager. As a result, this manager and the magazine she runs will be presented as the same legal entity.

In general, the current project emerges in order to cover the existing necessity of a magazine specialized in rhythmic gymnastics, able to inform about a sport with a low level of media representation. Among its main objectives, being focused on a sport highly stereotyped by its traditional link with sportswomen, the magazine aims to promote gender equality.

2. Context

The sports journalistic market has changed drastically during the last decade: this professional area was specially affected by the economic crisis of 2008 and resultingly, the sector was forced to reinvent itself, a situation that has provoked the appearance of new alternative means of communication, also called “entrepreneur media”, like Panenka, Libero o Volata, which are models of this new kind of media.

Nowadays, sports journalism is not in its finest moment due to two major shortages: on the one hand, the lack of plurality regarding contents and, on the other hand, the necessity of including the figure of sportswomen in the sports information. Those lacks are accentuated if we take into account that the media, through its contents, is the only mean that can render sports visible, hence increasing the interest of the viewers and also stressing the importance of women sports.

In addition, rhythmic gymnastics is one of the sports with the lowest amount of media representation: it is only treated in the case of highly relevant competitions and even then, those events are reported in a superficial and insufficient manner.

All those circumstances are favourable for the current project, “Serpentina”, as offering inclusive and high-quality information to its readers is one of its major goals.

3. Commercial plan

“Serpentina” will provide information on the world of rhythmic gymnastics and, occasionally, on the ballet’s one too. This medium will report the different competitions celebrated, both in the form of live broadcast, in the case of the e-magazine, and in the article’s format for the printed magazine. It is important to remark the low amount of magazines having the same characteristics that “Serpentina” offers, as well as the number of mass-media that transmits specialized information about this sport in particular. Consequently, this

business counts on the advantage of covering that specific gap in the market. After having analysed the competence of “Serpentina”, it can be concluded that its only competitors would be the e-magazine “Sobre el tapiz” and the magazine of the Real Federación Española de Gimnasia. Nonetheless, “Serpentina” presents several advantages in front of its competitors. On the one side, those mentioned magazines do not offer dairy and updated data and, on the other side, their retail price is elevated, while “Serpentina” adapts itself to the current economical situation.

4. Costs

The cost of this new project will be of 37,794 euros on its first year, including the manager’s salary and the printing and distribution of the magazine. It must be considered the fact that those two lasts concepts may vary depending on the results of the magazine’s sale. In what the salary is concerned, it could be reduced during the first year in order to face other expenses. As a result of this financial forecast, the initial investment made by the manager will be of 7,000 euros. In addition, a loan of 10,000 euros will be applied and returned during the fourth year of invoicing, when it is estimated that the business will start obtaining benefits. The already mentioned amount of 17,000 euros will be a savings fund set aside for dealing with the first years’ costs that the benefits obtained from the magazine’s sale, the subscriptions and the advertising will not be able to cover.

Besides, the fact that the manager will contribute by providing her personal dwelling as the location for the business activity, as well as the furniture, two computers and a printer means a financial advantage. All those items form an added value to the business and suppose an economical relief when it comes to carry out the project.

According to the prices determined by the competence and with the purpose of offering a product of quality affordable to the target reader, the price of the printed magazine will be of 3,90 euros. On the other side, the subscription to the

e-magazine, that guarantees the access to unpublished and exclusive contents, will have a cost of five euros per month.

The strategies designed to promote “Seprentina” have the purpose of increasing the number of advertisers and potential readers. In order to achieve that, the social networks will be fundamental to announce the existence of a new magazine specialized in rhythmic gymnastics: Twitter, Facebook and Instagram will be used to inform our followers.

Once the project set in motion, letters of introduction will be sent to the institutions in charge of organising the rhythmic gymnastics’ events, potential advertisers, gymnasts and clubs in which this sport is played.

5. SWOT Analysis

The analysis of the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) of the new enterprise “Serpentina” allows the acknowledgment of the internal and external strengths and weaknesses of the company as well as the evaluation of the opportunities offered by the environment.

Weaknesses

The enterprise does counts neither on a numerous initial budget nor on steady workers, but on punctual collaborations. Besides, being a just-founded business, the first months will be determinant for the development of the project.

Threats

One of the main threats that “Serpentina” faces is the working intrusion. Moreover, another factor that must be taken into account is the limited level of investment in media resulting from the economic crisis and the lack of readers that choose the printed format. In addition, the web pages of the competence, which are supported by their experience in the sector, as well as the social media informing of rhythmic gymnastics can be perceived as threatening competitors.

Strengths

Regarding strengths, the main advantage of the project is the experience of its manager in the media sector, together with her understanding of SEO, that will be essential to achieve a favourable positioning on the internet. Other strengths concerning the manager are her experience on the sports media sector and, being an amateur of rhythmic gymnastics herself, her knowledge and familiarity with the sport. Finally, having the dwelling of the manager as the centre of the business activity's development is a prominent economic relief.

Opportunities

On the external level, there exists the opportunity to gain the attention of the people interested in rhythmic gymnastics and the people playing it, as it is a sport of little social repercussion and the magazine would offer interesting information to this potential public. To this circumstance, it must be added the lack of professionalism existent in this sector, that together with the training and a proper use of the new technologies, permits the creation of a product that differentiates itself from the competence.

6. Conclusions

To conclude, despite the existent crisis in the journalistic sector, the magazine has the opportunity to achieve positive results due to its novelty. This novelty, as it has been previously mentioned, is the result of a lack of direct competence, as "Serpentina" offers different contents by comparison with other similar media.

Moreover, in what the sport media is concern, the retransmission of sports competitions is monotonous and limited if the variety of existent sports is considered. Therefore, the creation of this magazine can be regarded as a good opportunity to popularize rhythmic gymnastics and to offer information of quality to anyone interested in this particular sport.

Another benefit for “Serpentina” is represented by its prices, that are lower than those of its competitors and, resultingly, more affordable for the readers. Also, the initial investment is not elevated, as it does not have to cover expenses concerning rent, furniture or informatic equipment. However, the printing of the magazine and salary of the manager do signify a high annual investment, even if the latest can be adjusted and reduced depending on the benefits of the enterprise.

Serpentina