

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

**PLAN DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DEPORTIVO EN LA ISLA DE
TENERIFE**

(VIABILITY PLAN FOR THE CREATION OF A SPORT CENTER ON THE ISLAND OF
TENERIFE)

Autor:

Jiménez Uceda, Agustín Martín

Tutora:

D^a. Violeta De Vera Martín

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Curso Académico 2021/2022

Convocatoria de Septiembre

San Cristóbal de La Laguna, a 12 de septiembre de 2022

RESUMEN

En este trabajo de fin de grado se presenta un plan de viabilidad para la creación de un gimnasio sostenible, que se situará en La Laguna, Tenerife. Lo primero de todo será realizar un análisis del entorno. También se realizará un estudio de las fuerzas Porter y un análisis DAFO.

En otro apartado se hablará del servicio. Más adelante, se estudiará la forma jurídica que más le conviene a la empresa.

Por otro lado, se realizará un estudio de marketing. Y para finalizar, se realizará un estudio económico, en el que se detallará y se explicará de dónde se obtendrá el capital necesario para la creación de la empresa, un detallado plan de ventas, plan de explotación y a dónde se quiere llegar con la realización del estudio, nunca dejando de lado la mentalidad de ser sostenibles, siendo de esta manera innovadores en este sector.

Palabras clave: Gimnasio, sostenibilidad, bienestar.

ABSTRACT

In this end-of-degree project, a feasibility plan is presented for the creation of a sustainable gym that will be located in La Laguna, Tenerife. The first of all will be to perform an analysis of the environment. A study of the Porter forces and a DAFO analysis will also be carried out.

In another section we will talk about the service. Later, we will study the legal form that best suits the company.

On the other hand, a marketing study will be carried out. And finally, an economic study will be carried out detailing and explaining where the necessary capital for the creation of the company will be obtained, a detailed sales plan, an operating plan and where we want to go with the completion of the study. Never leaving aside the mentality of being sustainable, thus being innovative in this sector.

Keywords: Gym, sustainability, wellness

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	5
2. MISIÓN Y VISIÓN	5
2.1. MISIÓN	5
2.2. VISIÓN	5
4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO	6
4.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	6
4.1.1. Factores político-legales	6
4.1.2. Factores económicos	6
4.1.3. Factores sociales	7
4.1.4. Factores tecnológicos	7
4.1.5. Factores medioambientales	9
4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO	10
4.3 FUERZAS DE PORTER	10
4.4. ANÁLISIS DAFO	12
5. SERVICIO	14
6. FORMA JURÍDICA	15
7. ANÁLISIS DE MARKETING	15
7.1. PRODUCTO	16
7.2. PRECIO	17
7.3. COMUNICACIÓN	18
7.4. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD	18
8. ANÁLISIS ECONÓMICO	19
8.1. MATERIAL DEPORTIVO NECESARIO	19
8.2. PLAN DE FINANCIACIÓN	20
8.3. COSTE DEL PERSONAL	21
8.4. OTROS GASTOS	22
8.5. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO	22
9. ANÁLISIS FINANCIERO	23
9.1 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	23
10. CONCLUSIONES	24
11. BIBLIOGRAFÍA	26
12. ANEXOS	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Habitantes por rango de edad en San Cristóbal de La Laguna año 2021.....	8
Tabla 2. DAFO.....	13
Tabla 3. Comparativa producción energética.....	17
Tabla 4. Precios de los servicios.....	17
Tabla 5. Horario actividades.....	18
Tabla 6. Maquinaria gimnasio y material necesario.....	19
Tabla 7. Material recepción.....	20
Tabla 8. Distribución de la financiación.....	20
Tabla 9. Simulación del préstamo.....	21
Tabla 10. Amortización del préstamo.....	26
Tabla 11. Coste de personal anual.....	21
Tabla 12. Otros gastos.....	22
Tabla 13. Amortización del inmovilizado.....	22
Tabla 14. Tabla Pérdidas y ganancias año 1.....	23
Tabla 15. Flujos de caja de los 5 años.....	24

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Evolución del número de habitantes en San Cristóbal de La Laguna (1900-2021)...	8
Ilustración 2. Esquema de las 5 fuerzas de Porter.....	11
Ilustración 3. Fotografía solar.....	14
Ilustración 4. Fotografía solar.....	14

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente se puede observar que el desarrollo de las nuevas tecnologías ha hecho que una gran parte de las personas lleven un modo de vida sedentario, con un alto grado de inactividad. Esto se debe a que hoy en día, todo se puede tener a nuestro alcance, como y cuando se quiera, sin tener que desplazarnos. Esto conlleva, la caída del nivel de actividad de los individuos. Por otro lado, muchos de estos avances son perjudiciales para el medio ambiente.

Tras una exhaustiva búsqueda, se ha comprobado que existen numerosos artículos en los que se recalca la importancia de hacer ejercicio y las graves consecuencias de llevar una vida sedentaria. (Iruarrizaga, 2017)

Sin embargo, hay que destacar que, en un estudio realizado por el Cabildo Insular de Tenerife, se llegó a la conclusión de que “los/las tinerfeños/as emplean más tiempo realizando ejercicio físico que el resto de las regiones españolas”, (Jiménez, 2020) es por esto por lo que, con este proyecto se quiere continuar fomentando el desarrollo de este tipo de actividades relacionadas con la salud, teniendo en cuenta el medio ambiente.

2. MISIÓN Y VISIÓN

2.1. MISIÓN

La misión que tiene la empresa es concienciar a la sociedad española de la importancia que tiene realizar actividad física, para así mejorar su salud y calidad de vida, siempre siendo conscientes de la gran necesidad de cuidar nuestro entorno, ya que cada vez más, hay empresas muy contaminantes que están dañando el ecosistema. Es por esto por lo que se ofrecerá una amplia variedad de servicios y asesoramientos para que nuestros clientes puedan elegir según sus intereses personales o preferencias ayudándoles así a cumplir sus objetivos físicos, y contribuyendo así a la conservación del planeta. En definitiva, no sólo se buscará el bienestar físico de las personas, sino también se tendrá en cuenta su salud y el compromiso con el cuidado y conservación del medio ambiente.

2.2. VISIÓN

La visión de MJ Fitness Center es que todos los clientes se sientan parte de la acción de promover la actividad física de manera sostenible entre la sociedad española, con el objetivo de mejorar su salud, su calidad de vida y la situación de nuestro ecosistema.

3. METODOLOGÍA EMPLEADA

Para el desarrollo de este proyecto se estudiará desde una perspectiva general y actual la situación económica del país, esto ayudará a tener más claro conceptos y saber con exactitud el estado de la economía española para así entender mejor el mercado y saber de qué forma adaptar este proyecto a la situación actual.

Más adelante se realizará un análisis en profundidad del entorno general y específico. En este análisis se hablará de los factores que componen ambos entornos, para así tener una visión global de la empresa.

Por otro lado, se llevará a cabo un análisis Porter en el que se trabajarán las cinco fuerzas que influyen en los negocios y que ayudarán a estudiar la posible rentabilidad de este. Las fuerzas de

las que se hablan son el poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores y amenaza de productos sustitutivos.

Además, se debe resaltar la utilización de un análisis DAFO para comparar las debilidades y fortalezas respecto a las amenazas y oportunidades, para así saber en qué partes focalizar más. Estos análisis son muy útiles y bastante efectivos. En apartados posteriores se hablará del servicio, producto y forma jurídica, para conocer más de cerca las características de MJ Fitness Center.

También, se analizarán gimnasios sostenibles ya existentes para saber los tipos de máquinas sostenibles que tienen en su gimnasio y cómo las explotan.

Por último, se hará un análisis económico y financiero, de donde se podrá obtener toda la información y futuras previsiones económicas de MJ Fitness Center.

4. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

4.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

En este punto se va a estudiar los factores del entorno general que van a influir en este proyecto. Se realizará mediante un análisis PESTEL. Esta herramienta se utiliza en la administración y dirección de empresas para analizar y estudiar los factores del entorno externo que influyen en la organización (Trenza, 2022). El resultado que se obtenga nos ayudará para completar el DAFO de este proyecto. Para ello, se va a analizar los siguientes bloques:

4.1.1. Factores político-legales

Actualmente el número de personas que llevan un estilo de vida saludable ha aumentado, lo que ha hecho que el sector de las actividades deportivas aumente exponencialmente durante estos últimos años (Collado, 2020). Esto hace que se creen políticas para fomentar y cuidar este sector. También la inestabilidad económica y política hace que muchas familias no gasten su dinero en este tipo de servicios, ya que la incertidumbre sobre los precios y la futura situación de la economía del país es alta (Jorrín, 2022). Pero la respuesta de las comunidades autónomas ante esta situación ha sido la de promover una gran cantidad de actividades deportivas de forma gratuita o bajo coste como pueden ser las travesías, carreras y otras actividades. También existen políticas de desarrollo para estos sectores en las que existen subvenciones para apoyar el crecimiento y desarrollo de centros como el de este proyecto. Este tipo de subvenciones son pedidas por medio de la sede electrónica de cada comunidad autónoma, en la que se especificarán los distintos requisitos (Quesada, 2021). Estas políticas favorecen a las empresas de este sector, dado que estas subvenciones sumadas a las ayudas de empresas de créditos hacen que puedan desarrollar sus proyectos con una mayor facilidad. En el caso de este proyecto no hará falta contar con este tipo de subvenciones, ya que el análisis económico se ya hecho con un solo proveedor de crédito.

4.1.2. Factores económicos

En primer lugar, se analizarán los principales indicadores de la evolución económica en España, ya que este análisis nos ayudará a saber con una mayor certeza la viabilidad de este plan de negocio.

Por una parte, la guerra que está dando lugar en Ucrania va a influir de una forma u otra en el negocio ya que no se sabe la duración estimada de la misma, lo que produce una incertidumbre muy grande. Además, hay que destacar que durante esta guerra se ha deteriorado la confianza

de los agentes económicos, lo que conlleva a que familias y personas no se arriesguen a la hora de afrontar sus gastos, por lo que el proyecto se puede ver afectado (Magallón, 2022).

Contabilizar los efectos que tiene y va a tener la guerra sobre las actividades y sobre la inflación va a ser muy complicado de determinar. Pero es de esperar que haya una reducción importante del PIB.

En el caso de Canarias y el resto del territorio español, la guerra está influyendo de manera notoria en la actividad económica y en los precios. Aunque la dependencia del gas que proviene de Rusia no es muy elevada, no se ha evitado un incremento de costes, sobre todo en la energía eléctrica. Además, estas subidas de precios se han extendido hacia otros bienes y servicios como al ámbito deportivo, lo que conlleva a una subida de las cuotas de los gimnasios y el aumento del precio de las máquinas para estos mismos, por lo que sería inviable mantener los mismos precios cuando actualmente las inversiones y gastos corrientes son mayores.

Centrándonos más en la situación económica de La Laguna, cabe destacar que la mayoría de la actividad económica cerca del lugar donde se construirá el gimnasio pertenece al sector servicios, ofreciendo una innumerable lista de actividades comerciales, etc., dando así visibilidad al proyecto. Por último, la gran afluencia de turistas con la que cuenta el municipio nos puede beneficiar para dar visibilidad a nuestra labor y que los turistas que tengan estancias largas puedan hacer uso de las instalaciones. Este proyecto se puede ver beneficiado por la campaña realizada por el Cabildo, llamada Nómadas Digitales, en la que a “las personas sin horarios ni lugares fijos de trabajo se les ofrecen diversas razones por las que venir a trabajar a Canarias” (Pascual, 2017).

4.1.3. Factores sociales

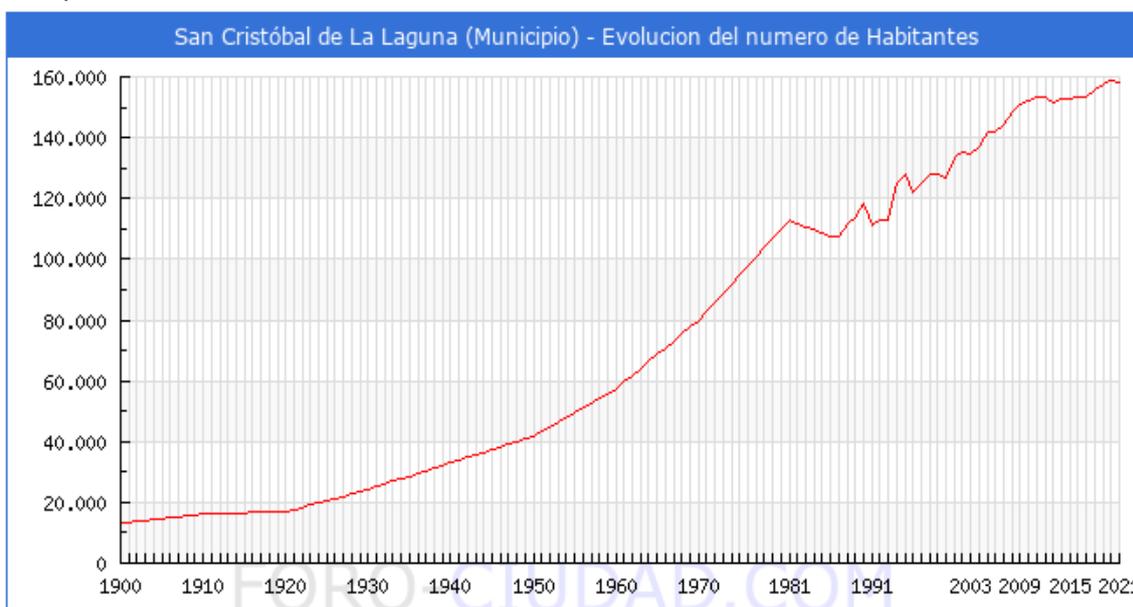
Como se habló anteriormente La Laguna está comprometida con el deporte. Esto puede ser una oportunidad vital ya que las personas serán más conscientes de los aspectos positivos de hacer deporte y el proyecto se verá beneficiado.

Otro aspecto positivo puede ser que tanta promoción del deporte, haga que se saturen las instalaciones deportivas, haciendo que muchos usuarios opten por nuevos centros deportivos como este.

Un aspecto negativo puede ser los rangos de edad, ya que no se podrá tener en cuenta a toda la población, por el simple hecho de que en los gimnasios solo se permite la entrada a partir de los 16 años y las personas mayores no suelen acudir a este tipo de instalaciones, por lo que las posibilidades de ingresos se ven acotadas a un segmento de la población comprendido entre los 16 y 65 años. Cabe destacar que siempre puede haber excepciones, pero se ha querido establecer este rango para una mayor precisión del estudio.

Por otro lado, hay que destacar que Canarias se encuentra entre las 7 comunidades autónomas más densamente pobladas, esto se debe a su elevado índice de ocupación de habitantes por Km cuadrado. En la tabla 1 se puede apreciar la evolución de población que hay en San Cristóbal de La Laguna. Se puede apreciar una línea ascendente con ligeros descensos. Este aumento de la población va a venir muy bien ya que mientras más personas haya se tendrá la posibilidad de contar con una clientela mayor.

Ilustración 1. Evolución del número de habitantes en San Cristóbal de La Laguna (1900-2021).



Fuente: Foro ciudad La laguna.

La zona donde va a abrirse el gimnasio cuenta con una gran densidad de población joven ya que La Laguna es zona universitaria, lo que beneficiará al proyecto positivamente. Pero habrá que saber gestionar esta potencial clientela no establecimiento precios muy altos, ya que los estudiantes cuentan con un presupuesto ajustado y siempre van a buscar lo más económico.

Tabla 1. Habitantes por rango de edad en San Cristóbal de La Laguna año 2021.

RANGO DE EDAD	HABITANTES
0-9	1.089
10-19	2.589
20-29	4.838
30-39	4.433
40-49	5.161
50-59	4.883
60-69	4.050
70-79	2.592

80-89	1.474
90-99	350
+100	17

Fuente: Sede electrónica del Ayuntamiento de La Laguna.

En la tabla proporcionada por la sede electrónica del ayuntamiento se puede apreciar que la mayoría de población se encuentra entre los 20 y los 49 años, una edad idónea para la realización de este tipo de deporte. Es por esta razón, por la que decidimos montar el negocio en San Cristóbal de la Laguna, a parte también de porque es zona estudiantil. Por lo que el mercado objetivo serían los hombres y mujeres entre los 20 y 49 años.

Se estudiaron distintos municipios potenciales, pero el que más se adaptaba a lo que se necesitaba era este.

4.1.4. Factores tecnológicos

Actualmente es muy importante que todos los gimnasios cuenten con tecnologías punteras para no quedarse atrás en este negocio, ya que son los propios clientes los que buscan una satisfacción con productos y servicios de calidad. Este tipo de servicios necesitan estar constantemente innovando y actualizando todo el equipamiento ya que de esta manera se logrará mantener a la clientela satisfecha.

En este sector se han producido innumerables avances tecnológicos, como puede ser la creación de una máquina que la forma una base cuadrada y una barra en la que se introduce de manera digital los pesos con los que se quiere trabajar sin necesidad de estar cargando discos. Lo que podría suponer un ahorro en material y espacio. El problema es que estos avances son muy caros para incorporar a la mayoría de los negocios, por lo que se tendría que dejar pasar un periodo de tiempo para poder incorporarlos. Este proyecto cuenta con maquinaria de vanguardia, que mediante unos micro transformadores es capaz de almacenar la energía que el usuario genera durante su entrenamiento contribuyendo así a crear una vida más sostenible, haciendo sentir a los futuros clientes partícipes de este proyecto.

4.1.5. Factores medioambientales

Como bien se ha comentado en apartados anteriores, el mundo del fitness y de las actividades deportivas ha crecido de forma exponencial durante los últimos años. Pero esto, trae consigo un problema del que apenas se tiene conocimiento ni se le presta la importancia que requiere. Este problema es el alto consumo de agua, electricidad y las emisiones de gases contaminantes a la atmósfera. Es por esto por lo que se ha tenido la iniciativa de ser sostenibles, diferenciándonos del resto de empresas del sector.

Por otro lado, cada vez son más las personas que se basan en criterios sostenibles para comprar o consumir productos y servicios. Esto se debe a las campañas que se están haciendo para concienciar a las personas de la importancia de la conservación del hábitat, por lo que puede ser una oportunidad para las empresas que respeten lo hablado anteriormente.

Es por esto por lo que poco a poco van surgiendo en España más centros con este tipo de características.

4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO

El entorno específico comprende a todos los factores que afectan a empresas de similares características o que se sitúan en el mismo sector. Con el análisis que se realizará a continuación se podrá apreciar la importancia del entorno en la propia empresa.

El sector del fitness ha evolucionado exponencialmente en España durante los últimos años. Desde 2014 se ha experimentado un crecimiento en la apertura de centros deportivos en toda España, y el número de personas que asisten a los mismos. Esto se debe principalmente a la gran influencia de personajes públicos e influencers en el fitness, ya que publican contenido en las redes sociales, el cual llega a muchos usuarios que intentan imitarlos, haciendo así que la demanda crezca (Moreno, 2021). También es debido a que cada vez más se está teniendo conciencia de la importancia de realizar actividad física para llevar una vida sana. Aunque hay que mencionar que la guerra que está dando lugar, está afectando de manera muy negativa al sector. Esto se debe a que la inflación de precios hace que muchas familias tengan menor poder adquisitivo y destinen sus ingresos a necesidades primarias, lo que hace que no tengan capital suficiente para realizar otro tipo de actividades. Una consecuencia directa de este proceso es que muchos centros se han visto obligados a cerrar sus puertas.

Cabe destacar que una gran mayoría de los centros deportivos que están abriendo en estos últimos años pertenecen a compañías low cost (Solicom, 2019) que establecen precios bajos para adquirir un mayor número de clientela. Es por ello por lo que se tendrá que estudiar muy detenidamente la estrategia que se usarán para MJ Fitness Center, porque al entrar en el mercado con precios demasiado altos, el futuro de este plan de viabilidad estaría predeterminado al fracaso. En el siguiente apartado se analizará de una forma más detallada el entorno específico mediante las fuerzas de Porter.

4.3. FUERZAS DE PORTER

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo que creó Michel Porter en el año 1979. Dicho modelo analiza la competencia dentro del sector de actividad de la empresa. (Torreblanca 2021) Con la implantación de este se intenta realizar una reflexión en donde se determine la rentabilidad de un sector en especial y así evaluar las fuerzas que recaen sobre este.

Ilustración 2. Esquema de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Publicado el 18 noviembre, 2014 por grupourv

En primer lugar, se comenzará hablando de las barreras de entrada correspondientes a este sector. Son bastante elevadas, por el simple hecho que para abrir un centro deportivo debes contar principalmente con conocimientos sobre el deporte y conocimientos relacionados con la administración y dirección de empresas. Si no se contase con estos conocimientos se tendría la opción de contar con asesores financieros y deportivos, pero supondrían más gastos. Otra barrera de entrada es el capital, dado que para comenzar con el desarrollo del gimnasio se necesita una gran inversión de dinero.

En segundo lugar, tras hablar sobre las barreras de entrada se continuará con la amenaza de nuevos competidores.

Se separará en: competidores directos; que son los centros de características similares a las de este proyecto y en competidores indirectos; que son los que ofrecen actividades deportivas que podrían llegar a ser sustitutivas de las que se impartirán en MJ Fitness Center. Se podría considerar que el principal competidor es el Macro-fit. Es difícil competir contra este tipo de gimnasios, ya que son gimnasios comerciales que cuentan con inversiones elevadísimas. Pero una forma de hacerles frente es diferenciarse en el trato con el cliente y en el servicio. También, otra forma de diferenciación es el hecho de ser sostenibles con el medio ambiente mediante el uso de la maquinaria, para así obtener una ventaja respecto a estos gigantes del mercado. Mientras que los indirectos serían principalmente centros donde se realizan actividades funcionales, como Brooklyn Fitboxing LA LAGUNA. También se podría considerar competidores indirectos a las máquinas que establece el ayuntamiento en diversos parques. Pero estas máquinas son muy rudimentarias y suelen ser utilizadas para la movilidad del cuerpo, haciendo que no se le considere como una competencia potencial.

En lo que respecta al poder de negociación de los proveedores, este no es muy alto si se habla de la suplementación y los productos alimenticios ya que como bien se comentó anteriormente hay una gran diversidad de proveedores. En cambio, el poder de los proveedores de las máquinas que se necesitan para ser sostenibles es bastante alto, ya que hay pocas empresas en el mercado que fabriquen el tipo de máquinas necesarias para producir tu propia energía. Por lo que esto se podría considerar como una desventaja respecto a los competidores.

El poder negociador de los clientes será bastante elevado ya que la fuente de ingresos de este proyecto serán sus cuotas y el dinero que se gasten en los productos. Desde la propia experiencia, el nivel de altas de un gimnasio de barrio es debido a su mayoría por el boca a boca. A parte de esto, la opinión de los clientes será vital para el desarrollo y formalización de las actividades en el gimnasio, ya que, si existe un gran número de críticas negativas en diversas plataformas, el negocio puede verse gravemente afectado. También, se debe tener en cuenta que, en las empresas de servicios, la subjetividad por parte de los clientes es muy elevada, por lo que habrá que cuidar al máximo los detalles con los clientes y trabajadores, ya que son estos últimos los que están en contacto directo con los clientes. Otro aspecto para tener en cuenta en el poder negociador de los clientes es la variedad de oferta de gimnasios, que hacen que el poder de los clientes aumente. Pero hay que remarcar que, aunque haya mucha variedad de gimnasios, este centro se diferenciará del resto por medio del trato al cliente y la calidad de sus instalaciones y maquinaria.

Por último, las principales amenazas de servicios sustitutos son los relacionados con las empresas como Fittroom que ofrecen unos entrenamientos con electroestimulación, que dicen que equivalen a una semana del gimnasio con tan solo acudir dos días. Otra amenaza pueden ser la cirugía estética ya que moldean tu cuerpo como si llevases años entrenando, y cada vez más muchos hombres y mujeres optan por esta opción.

Pero no se tiene que perder de vista que en MJ Fitness Center se ofrecerá salud y bienestar, por lo que sería un punto a favor a la hora de competir contra este tipo de servicios, sumado también el hecho de ser sostenibles generando parte de la energía que se utilizarán en las instalaciones del centro por medio del uso de las máquinas cardiovasculares, respetando así el medio ambiente y contribuyendo a la protección del ecosistema.

4.4. ANÁLISIS DAFO

A continuación, se realizará un análisis DAFO que consiste en identificar las oportunidades y amenazas de la empresa, para así detectar una oportunidad en el entorno que no está siendo totalmente explotada por los competidores o por nosotros mismos o una posible amenaza emergente para poder abordarla con tranquilidad, para así tener la situación lo más bajo control posible. Una vez recabada la información del entorno de la empresa se realiza un diagnóstico de este concluyendo con las amenazas y oportunidades de MJ Fitness Center.

También se identificarán las fortalezas y debilidades de la empresa. Una vez recabada la información del ámbito interno de la empresa se realiza un diagnóstico de este para ver en qué puntos se deben trabajar más y en cuáles se destaca para seguir reforzándolos.

Este análisis nos ayudará a que con los recursos disponibles en la empresa se utilicen y combinen de la mejor manera posible, aprovechando las oportunidades y protegiéndonos de las amenazas del sector.

Tabla 2. DAFO.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Población joven y universitaria • Mucha afluencia de personas en la ubicación del futuro centro • Innovadores en Tenerife en el ámbito de la sostenibilidad enfocada al deporte • Los cuerpos de gimnasio son socialmente atractivos, lo que hace que muchas personas deseen tenerlos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La situación económica actual hace que muchas personas se vean obligadas a reducir gastos de las actividades no esenciales • Mercado saturado, por lo que hay una lucha constante por establecer ofertas y mejores precios. • Posibles problemas de trámites en permisos • Distinto número de clientes según temporada
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Pocos gimnasios con características similares • Personal competente y altamente cualificado • Ahorro energético considerable con la utilización de las máquinas cardiovasculares • Calidad-precio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la solvencia económica hasta llegar al punto de rentabilidad • Dificultades a la hora de obtener créditos en ciertas entidades • No disponibilidad de aparcamiento • Alta inversión inicial

Fuente: Elaboración propia

Una de las principales oportunidades con las que se cuenta es que el centro va a estar situado en una zona donde hay un gran número de población joven y universitaria, como bien se puede comprobar en tablas anteriores. También hay que destacar la gran afluencia de personas en los alrededores del futuro emplazamiento, ya que al ser una zona comercial y turística se cuenta con una gran cantidad de personas. Por último, la oportunidad más destacada es el hecho de ser sostenibles ya que hay muy pocos centros deportivos con estas características, lo que puede hacer que MJ Fitness Center se diferencia del resto.

Asimismo, se cuenta con un gran número de amenazas en este sector que hay que tener muy presentes para así evitar el fracaso de este. Las principales son, la mala situación económica actual, lo que hace que muchas familias destinen el dinero de las cuotas de los gimnasios a necesidades primarias y la saturación que hay en este sector, lo que hace que la cuota de mercado tenga un gran abanico de opciones donde elegir. Otra amenaza que hay que destacar es la temporalidad de los clientes, ya que habrá personas que solo se apunten al gimnasio en las fechas puntuales de antes de verano y después de navidades.

La principal debilidad con la que se cuenta en este negocio es el logro de la rentabilidad en pocos años, ya que se cuenta con una elevada inversión inicial y unos gastos anuales superiores a la media. Otra de las debilidades es el no tener un aparcamiento exclusivo para el uso de los clientes debido a que no hay espacio y la otra es la dificultad de obtener créditos en ciertas entidades. Por último, al hablar de las fortalezas, se tiene que destacar que hay muy pocos centros con estas características, lo que hace que MJ Fitness Center se diferencie del resto. También hay que hablar sobre el ahorro energético que se produce gracias a la utilización de las máquinas de la empresa proveedora Rokfit. Para acabar el apartado de oportunidades se considera que la relación calidad-precio con la que se cuenta en este centro deportivo es excelente.

5. SERVICIO

El gimnasio se va a ubicar en un solar de 665 metros cuadrados que se ha encontrado en Mil anuncios. Este se encuentra en San Cristóbal de la Laguna, a unos escasos 50 metros de la Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción y su precio actual es de 260.000 euros. Al ser un precio muy elevado se llegará a un acuerdo con el propietario para alquilarle el solar y poder reformarlo para establecer el gimnasio. Los gastos de la reforma correrían a cargo de la empresa.

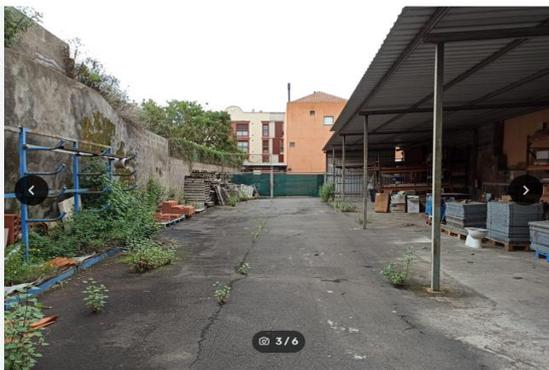
Las fuentes de financiación serán de un 40% de capital propio y el resto de un crédito bancario. Esta es una zona turística y muy transitada lo que nos dará visibilidad para el negocio. Es un solar en venta, sin ninguna edificación. Hay que destacar que el diseño del gimnasio se adaptará al estilo de viviendas de la zona, para que no se produzca un gran impacto visual.

Ilustración 3. Fotografía solar



Fuente: Milanuncios

Ilustración 4. Fotografía solar



Fuente: Milanuncios

Por otra parte, se realizará una buena distribución de la maquinaria para un mejor aprovechamiento del local. Y en lo que respecta a los horarios de las actividades y su duración se realizará un cuadrante horario de la mano de los monitores para trabajar en conjunto y diseñar el sistema más óptimo y correcto para la impartición de estas, siempre escuchando también las sugerencias de los clientes. Como se podrá apreciar más adelante, se ofrecerá una amplia gama de actividades a disposición del cliente, que serán impartidas por personal altamente cualificado y que tendrán que haber pasado por un proceso de formación interno impartido por profesionales. Se contará con una máquina especializada que podrá recuperar parte de la energía que produzca el usuario en su entrenamiento, logrando así un ahorro energético considerable. Por último, cuando el negocio empiece a dar rentabilidad, se quiere implantar un descuento mensual a las personas que más energía generen durante sus entrenamientos. Será una forma de agradecer su compromiso con la compañía.

6. FORMA JURÍDICA

La forma jurídica elegida para este proyecto ha sido la de sociedad limitada de nueva empresa. Se escogió esta forma ya que se reducen riesgos a la hora de responder con el patrimonio personal.

Una de las principales particularidades de este tipo de sociedad es que su número máximo de socios es de cinco y todos ellos tienen que ser personas físicas.

El capital para constituir la empresa es de 3000 euros mínimo y 120.000 euros máximo. Este capital estará dividido en participaciones, lo que hace que cada uno de los socios esté limitado al capital aportado.

Se debe tener en cuenta que hasta los tres primeros meses no se puede cambiar la denominación social sin costes.

En lo que respecta al tema fiscal, se tendrá que tributar los beneficios de la sociedad por el Impuesto sobre Sociedades, pero se contará con una serie de beneficios que con otro tipo de sociedad no se hubieran tenido. Estos beneficios son:

El aplazamiento, sin necesidad de aportar garantías, del pago del Impuesto de Sociedades correspondiente a los dos primeros periodos.

El aplazamiento o fraccionamiento, teniendo o no garantías de las cantidades derivadas de las retenciones o ingresos a cuenta del IRPF que se obtengan del primer año de constitución

Y la no obligación de hacer pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades, por liquidaciones correspondientes a los dos primeros años (BOE-A-2003-6586 Ley 7/2003, s. f.)

7. ANÁLISIS DE MARKETING

El principal objetivo de este proyecto de innovación es situarse entre los centros más destacados de la isla de Tenerife, es por esto por lo que se debe realizar un estudio de marketing completo. Con este estudio se logrará llegar al máximo número de clientes potenciales posibles.

A parte de intentar captar al mayor número de personas posibles con las campañas, se considera vital reforzar las relaciones con los clientes actuales, dejándoles ver que este centro será perdurable en el futuro. Mediante esta técnica de reforzar relaciones con clientes actuales se ahorra una gran cantidad de capital en el marketing.

Para la realización de este estudio de marketing se llevará a cabo un estudio de la clientela y un análisis mediante el Marketing Mix en los que se tratarán conceptos tales como el producto, el precio, la comunicación y la distribución.

Se puede distinguir distintos tipos de clientela (Gómez, 2022):

Cientes leales: En este tipo de clientes son en los que se tendrá que emplear la mayoría de los recursos y capacidades ya que son los que nos proporcionarán unos ingresos fijos mensuales. Se necesitará establecer un buen marketing de relaciones para satisfacer al cliente y que se sienta valorado.

Cientes atraídos por descuentos: Este tipo de clientes se sienten atraídos por las ofertas y ayudan a aumentar los ingresos mensuales. Esto quiere decir que el marketing que se está realizando es el adecuado.

Cientes basados en necesidades: Los pagos de este tipo de clientela se producirán en fechas concretas, como después de navidades y después verano. Aquí puede verse reflejado la estrategia de retención del cliente, pero solo en pocos casos, ya que la mayoría de los clientes de este tipo no son personas constantes ni sacrificadas, porque se apuntan en esas fechas y después lo acaban dejando.

Cientes Puntuales: Estos son los clientes que pasan esporádicamente por el centro pagando bonos de varios días o semanas. Son clientes pasajeros pero que se dejan grandes cantidades de dinero respecto al poco periodo de tiempo que pasan en las instalaciones.

También, se tienen que analizar los beneficios que pueden traer el colaborar con el desarrollo sostenible. Por un lado, el hecho de colaborar con esta causa hace que este proyecto se diferencie de la competencia, siendo así innovadores en el sector. Por otro lado, las máquinas con las que se contará en este centro deportivo despertarán la curiosidad de algunas personas por lo que se acercarán a las instalaciones para probarlas. Hay otro grupo de personas muy comprometidas con esta misión por lo que optarán por MJ Fitness Center antes que por otro centro deportivo.

Por último, se tiene una estrategia de marketing para cuando se recupere la inversión inicial. Esta estrategia consiste en premiar a los usuarios que más energía generen con descuentos en sus bonos mensuales. Los usuarios que deseen participar en esta iniciativa tendrán que avisar a los monitores de gimnasio una vez acabada la sesión de cardio, para que les anoten la energía generada. A final de mes, los cinco usuarios con mayor energía generada obtendrán un descuento de cinco euros en su próxima cuota.

7.1. PRODUCTO

MJ Fitness Center ofrecerá innumerables actividades dirigidas como pueden ser: spinning, body pump, body combat, entrenamiento funcional, gap etc. Con algunas de ella se ayudará a generar energía limpia.

¿Cómo se conseguirá generar esta energía?

“Las máquinas contienen en su interior unos aparatos que son capaces de convertir la energía que cada usuario genera en corriente eléctrica que puede ser devuelta a la red o utilizada para hacer funcionar a otro aparato del gimnasio en ese momento” (Cacheiro, 2021).

A continuación, se expondrá una tabla en la que se puede apreciar de una manera más sencilla y visual lo explicado anteriormente. En ella se expone cuánto tiempo se podrían utilizar electrodomésticos de uso diario con la energía generada por las máquinas.

Tabla 3. Comparativa producción energética.

Electrodomésticos	Vatios por hora	Podrías usar estos electrodomésticos:
Lavadora	350	6 horas
Lavavajillas	1200	2 horas
Ventilador	65	30 horas
Secador	1200	2 horas
Microondas	750	2,5 horas
Ordenador	270	7,5 horas

Fuente: (Cacheiro, 2021)

También se contará con una sala de musculación equipada con las mejores máquinas. Dependiendo del acogimiento que se tenga, en un futuro se prevé implantar servicios de entrenamiento personalizado y asesorías nutricionales.

7.2. PRECIO

Los precios se establecerán atendiendo a los gastos de la inversión inicial que se encuentra detalladamente en el análisis económico y teniendo en cuenta los precios de los gimnasios de la competencia. Los precios podrían variar en un futuro si se incorporan nuevos servicios o actividades.

Pero no deberían hacerse cambios de precios constantemente ya que generaría malestar en la clientela.

Tabla 4. Precios de los servicios.

Tipo de cuota	Precio
Día suelto	10 euros
Una semana	15 euros
Dos semanas	23 euros
Tres semanas	27 euros
Mensualidad	40 euros
Semestral	190 euros
Anual	360 euros
Estudiantes-Mensual	35 euros

Fuente: Elaboración propia

7.3. COMUNICACIÓN

Con la comunicación y promoción se dará a conocer este proyecto. Este paso es muy importante para darse a conocer, por lo que se hará una inversión importante en publicidad. Hay que verlo como una inversión, ya que gracias a este paso MJ Fitness Center se dará a conocer entre la clientela potencial.

Para este trabajo se alquilarán vallas publicitarias por la autopista norte y se contactará con la copistería Cris-Cla para la impresión de panfletos, que se repartirán por la universidad de la ULL y por las zonas más concurridas de La Laguna, ya que se contará con un descuento especial y llamativo para estudiantes. También se contará con un perfil en las redes sociales de Instagram y Facebook en los que se expondrán los horarios, servicios, promociones y la llegada de nuevos productos. También se utilizará como vía para el contacto con los clientes. El director del centro será el encargado de manejar estos perfiles, para no tener gastos adicionales.

Por otro lado, se quieren hacer una serie de eventos en el centro deportivo, esto ayudará a que MJ Fitness Center se de a conocer. Los eventos que se quieren realizar son competiciones amateurs en las que cualquier usuario del gimnasio o persona externa al mismo se podrá apuntar. Las competiciones serán de ejercicios básicos, como peso muerto, sentadilla y press de banca.

Se considera que es una buena estrategia, ya que de esta forma los usuarios externos al centro hablarán de este. Este tipo de actividades pueden servir para que marcas de ropa que quieran abrirse en el mercado contacten con el centro para que se le haga publicidad. Esto podría ser otra fuente de ingresos.

Por último, cuando la inversión inicial se vaya recuperando, se va a contactar con profesionales de este sector para que vengan a dar charlas y entrenamientos. De esta forma, las personas que sigan a estos profesionales acudirán a las instalaciones del centro deportivo, lo que lo hace una buena estrategia para adquirir cuota de mercado.

7.4. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD

En primer lugar, se realizará una buena distribución de la ubicación de la maquinaria para un mejor aprovechamiento del local. Y en lo que respecta a los horarios de las actividades y duración se realizará un cuadrante horario de la mano de los monitores para trabajar en conjunto y diseñar el sistema más óptimo y correcto para la impartición de estas, siempre escuchando también las sugerencias de los clientes.

Tabla 5. Horario actividades.

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:00 AM	BP	BC	GAP	BP	EF
11:00 AM	EF	GAP	S	EF	GAP
12:00 AM	GAP	HIIT	BP	HIIT	BP
16:00 PM	BP	BC	GAP	BP	EF
17:00 PM	S	S	HIIT	BC	S
20:00 PM	GAP	HIIT	BP	HIIT	BP
21:00 PM	HIIT	BP	BC	GAP	BC

Fuente: Elaboración propia

BP: Bodypump- Actividad que coordina el trabajo aeróbico con el levantamiento de pesas

BC: Bodycombat- Ejercicios cardiovasculares por medio de artes marciales sin contacto físico

GAP: GAP- Trabajo físico focalizado en glúteos, piernas y abdomen.

S: Spinning- Actividad aeróbica encima de una bicicleta estática

EF: Entrenamiento funcional- Combinación de ejercicios de resistencia y fuerza adaptados a los movimientos naturales del cuerpo.

HIIT: Hiit- Ejercicios de alta intensidad y de esfuerzos grandes en cortos periodos de tiempo con descansos.

El proceso de gestión de las clases es muy sencillo. En principio no habrá que reservar las clases, será hasta completar aforo. Si en el futuro con el aumento del número de clientes, se hace necesario, se pagará una aplicación para poder reservar las clases con dicha herramienta. Podrán asistir a las clases todos los usuarios del gimnasio sin necesidad de pagar cuotas extras.

8. ANÁLISIS ECONÓMICO

En primer lugar, se va a analizar la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la actividad. En esta inversión inicial se incluirá la reforma del local, y su posterior acondicionamiento para el desarrollo de las actividades y funciones. También se incluirá las máquinas, mobiliario y material de recepción.

8.1. MATERIAL DEPORTIVO NECESARIO

Tabla 6. Maquinaria gimnasio y material necesario.

Máquinas	Unidades	PVP unitario (euros)	PVP total (euros)
Banco olímpico	2	399	798
Banco reclinable	2	199	398
Prensa de cuádriceps	1	1.495	1.495
Extensión de cuádriceps	1	3.000	3.000
Máquina para gemelos	1	1500	1500
Máquinas de femoral	2	3000	6.000
Jaulas	1	355	355
Barras Olímpicas	3	175	525
Pack 40 Discos	1	3.330	3.330
Mancuerneros	2	1.389	2.778
Máquina para hombros	2	2.000	4.000
Barra Z	2	70	140
Multiestación 5 puestos	1	6.500	6.500
Bicicletas	10	1.115	11.150
Elípticas	7	1.000	7.000
Remos	2	1.200	2.400
Cintas	4	990	3.960
TOTAL			55.329

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se ha detallado todo el material deportivo necesario para que los usuarios puedan realizar las actividades deportivas. Se ha especificado el número de máquinas junto con sus respectivos precios.

Tabla 7. Material recepción.

Material para la recepción (euros)
Ordenador Lenovo: 199
Software XL: 149
Mesa y silla de Ikea: 200
Mueble de recepción Ikea: 300
Total :848

Fuente: Elaboración propia

Al encontrarnos ante un solar vacío, se tendría que hacer una reforma total para poder reacondicionarlo para la actividad requerida. Para ello se ha pedido un presupuesto estimado a la empresa Habitissimo. El presupuesto recibido por medio del simulador con el que cuenta su página web ha sido de 60.000 euros por una reforma y acondicionamiento integral.

Esta estimación no es exacta ya que después de una inspección exhaustiva del local ya nos ofrecerían un presupuesto más adaptado. Para la elaboración de este, se basaron en los metros cuadrados y el tipo de reforma. Por lo que la suma total de la inversión inicial será de 116.177 euros.

8.2. PLAN DE FINANCIACIÓN

Tabla 8. Distribución de la financiación.

Financiación propia	46.470,8 euros (40%)
Financiación ajena	69.706,2 euros (60%) (4,30% de interés) ICO

Fuente: Elaboración propia

Para la financiación ajena se pedirá un préstamo ICO. Para que se te conceda este préstamo tienes que cumplir una serie de requisitos: Importe máximo por cliente: Hasta 12.5 millones de euros, en una o varias operaciones, inversiones dentro del territorio nacional, inversión en activos fijos productivos nuevos o de segunda mano, inversión en vehículos turismos, cuyo importe no supere los 30.000€, viabilidad técnica y económica del proyecto empresarial y amortización mensual de intereses y principal (ICO Empresas y Emprendedores, s. f.).

La financiación propia sería de 46.470,8 euros, lo que sería el 40% del total. Por otro lado, la financiación ajena sería de 69.706,2 euros, lo que sería el 60% del total. La simulación del préstamo se hará por el sistema francés.

Tabla 9. Simulación del préstamo.

Simulación del préstamo estilo francés			
Fecha formalización	01/01/2023		
Capital inicial	69.706,2 euros	Pagos totales	
Forma de pago	mensual	Principal	69.706,2 euros
Plazo	60 meses	Com. Y gastos	0
Interés nominal anual	4,30%	Intereses	7.886,06
Fecha finalización	01/01/2028	Total	77.592,26

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Amortización del préstamo

Como se puede ver en el anexo 1, para la amortización del préstamo se ha realizado una tabla por el método francés, donde se irá pagando una cuota mensual de 1293,20 euros al mes durante 60 meses, lo que hace que los intereses del préstamo sean de 7886,03 euros. Esta forma de amortización consiste en ir pagando cuotas mensuales, que con el paso de los meses los intereses de estas van disminuyendo, pero siempre pagando la misma cantidad de dinero.

8.3. COSTE DEL PERSONAL

Tabla 11. Coste de personal anual.

Trabajadores	Sueldo anual	S.S por parte de la empresa anual	Total (euros) anual
Seis trabajadores + 5 meses trabajados por sustitutos	100.100	6.356,35	106.456,35

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se procederá a explicar de forma detallada el coste del personal que supondrá la contratación de trabajadores para en el negocio. Para ello los gastos se dividirán entre trabajadores para la sala fitness y trabajadores para la recepción.

Habrán dos monitores siempre en la sala y una persona encargada de la recepción. Se decide por optar por dos monitores para que cuando uno esté dando clases dirigidas el otro pueda atender a los clientes de la sala.

El día se dividirá en dos turnos, uno de seis de la mañana a dos de la tarde y el otro de dos de la tarde a 10 de la noche. Cada trabajador desarrollará un total de ocho horas al día y un total de 40 horas a la semana. Es por ello por lo que se necesitarán un total de seis trabajadores contando con el único propietario, sin contar las sustituciones de vacaciones. La disposición de los trabajadores será de 2 monitores de gimnasio y el propietario en la recepción por la mañana, y dos monitores y una persona encargada de la recepción por la tarde.

Los sueldos de los monitores del gimnasio serán de 1.300 euros brutos al mes al igual que la persona encargada de la recepción. También se debe tener en cuenta que cada trabajador cogerá vacaciones un mes por lo que se tiene que incluir el gasto del personal que lo sustituya. En este caso se pagarían 1.300 euros brutos al mes, y sería por 5 meses, que son las vacaciones del resto

de empleados, ya que el propietario no tendrá vacaciones los primeros años. Hay que tener en cuenta el pago a la S.S por parte de la empresa que sería un 6,35% del sueldo bruto lo que supondría 82,55 euros por trabajador al mes, lo que sumaría un total de 495,3 euros al mes y 6356,35 euros al año contando las sustituciones por vacaciones. Lo que hace que el gasto en personal anual sea de 106.456,35 euros.

8.4. OTROS GASTOS

Tabla 12. Otros gastos.

Gasto	Coste al mes (euros)	Coste anual (euros)
Seguro Segurartic	315	3.780
Publicidad Valla	1.150	13.800
Publicidad Panfleto	0	60
Alquiler del local	2.500	30.000
Suministros	400	4.800
Licencia de apertura	108,33	1.300 (un año)

Fuente: Elaboración propia

Se contratará un seguro de responsabilidad civil en la empresa Segurartic cuyo precio será de 315 euros al mes, el cual cubre las roturas de las instalaciones y las reclamaciones por daños y perjuicios. El gasto de publicidad será de 1150 euros al mes en la valla publicitaria de Portal Exterior (empresa que se dedica a alquilar este tipo de vallas publicitarias) y 60 euros en mil panfletos de Cris Clá. El alquiler del local será de unos 2500 euros al mes, con un contrato de 5 años, aspecto que hay que tener en cuenta para la amortización de la reforma del local. Este precio se ha estimado teniendo en cuenta el precio total del solar. Y por último el gasto de suministros será de 400 euros. Esta estimación se ha realizado preguntando a distintos gimnasios cuál era su gasto mensual en agua y luz. Analizando los distintos tipos de costes, se estimó que 400 euros era el precio que se cree que se va a ir en estos suministros. Hay que tener en cuenta que al contar con unas máquinas especializadas que generan energía, se cuenta con un ahorro en electricidad bastante importante.

Por otro lado, se contará con un pago de 1300 euros provenientes de la licencia de apertura del local. El pago se fraccionó en los primeros 12 meses. Se debe tener en cuenta que, al ser una sociedad limitada, hay que pagar una cuota por estar dados de alta en el registro mercantil dicha cuota puede variar entre los 150 y 200 euros por lo que se estimará una cuota de 170 euros.

8.5. AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

Tabla 13. Amortización del inmovilizado.

Amortización inmovilizado material	Coste total en euros
Maquinaria (15 años)	55.329
Construcción (reforma) (5 años)	60.000
Mobiliario oficina (15 años)	500
Equipos y procesos de información (5 años)	199
Amortización inmovilizado inmaterial	Coste total en euros
Aplicaciones informáticas (5 años)	149

Fuente: Elaboración propia

Para la amortización del inmovilizado se ha tenido en cuenta los criterios y normas del Real Decreto 1777/2004, del 30 de julio. En la tabla se puede apreciar las distintas cuentas y costes con sus respectivos años. Hay que destacar que, en la cuenta de construcción, se ha puesto 5 años porque es lo que dura el contrato de alquiler, y por ley está establecido que la reforma hay que amortizarla en lo que dure el periodo del contrato de arrendamiento. En el resto de las cuentas se establecieron los años que se creían apropiados entre las posibilidades que establece la ley.

9. ANÁLISIS FINANCIERO

9.1 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

Tabla 14. Tabla Pérdidas y ganancias año 1.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	TOTAL
MENSUAL (40 EUROS)	80	90	100	120	140	165	180	210	215	219	230	240	€ 79.560,00
A. ESTUDIANTE (35 EUROS)	15	25	30	33	37	38	40	43	45	50	52	53	€ 16.135,00
DIA SUELTO (10 EUROS)	7	8	7	10	12	14	20	22	17	14	12	18	€ 1.610,00
UNA SEMANA (15 EUROS)	12	11	13	15	14	16	12	11	12	13	15	10	€ 2.310,00
DOS SEMANAS (23 EUROS)	13	14	12	10	6	15	16	15	12	11	8	14	€ 3.358,00
TRES SEMANAS (27 EUROS)	2	3	5	6	8	5	7	5	3	1	4	5	€ 1.458,00
SEMESTRAL (190 EUROS)	14	15	11	12	14	10	7	5	8	12	7	8	€ 23.370,00
ANUAL (360 EUROS)	0	2	2	1	3	3	4	2	0	4	3	5	€ 10.440,00
BEBIDAS Y SUPLEMENTACI	100,00 €	180,00 €	200,00 €	250,00 €	350,00 €	380,00 €	200,00 €	260,00 €	356,00 €	220,00 €	315,00 €	400,00 €	€ 3.211,00
INGRESOS TOTALES	7.088,00 €	8.873,00 €	8.736,00 €	9.562,00 €	11.669,00 €	12.150,00 €	12.507,00 €	12.700,00 €	12.758,00 €	15.065,00 €	14.382,00 €	15.962,00 €	141.452,00 €
COSTES PERSONAL	8.295,30 €	8.295,30 €	8.295,30 €	9.677,85 €	9.677,85 €	9.677,85 €	9.677,85 €	9.677,85 €	8.295,30 €	8.295,30 €	8.295,30 €	8.295,30 €	106.456,35 €
SUELDOS EMPLE.+SUSTI.	7.800,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €	9.100,00 €	9.100,00 €	9.100,00 €	9.100,00 €	9.100,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €	7.800,00 €	100.100,00 €
S.S A CARGO DE LA EMPR.	495,30 €	495,30 €	495,30 €	577,85 €	577,85 €	577,85 €	577,85 €	577,85 €	495,30 €	495,30 €	495,30 €	495,30 €	6.356,35 €
AMORTIZACIÓN TOTAL DEL INMOVILIZADO													15.791,53 €
AMORT. INMOVILIZADO MATERIAL													15.761,73 €
AMORT. MAQUINARIA (15 años) 55.329													3.688,60 €
AMORT. CONSTRUCCIÓN. (5 años) 60.000													12.000,00 €
AMORT. MOBILIARIO OFICINA (15 AÑOS) 500													33,33 €
AMORT. EQUIPOS Y PROCESOS DE INF. (5 AÑOS) 199													39,80 €
AMORT. INM. INMA (5 AÑOS) 149 euros													29,80 €
OTROS GASTOS DE EXPLOT	4.633,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	4.573,33 €	54.940,00 €
ALQUILER	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	30.000,00 €
SUMINISTROS	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	4.800,00 €
SEGURO	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	315,00 €	3.780,00 €
PUBLICIDAD	1.210,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	1.150,00 €	13.860,00 €
LICENCIA DE APERTURA	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	108,33 €	1.300,00 €
CUOTA REGISTRO MERCAN	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €
CUOTA DEL PRESTAMO	1.293,20 €	1.293,20 €	1.293,21 €	1.293,20 €	1.293,20 €	1.293,20 €	1.293,21 €	1.293,20 €	1.293,20 €	1.293,20 €	1.293,20 €	1.293,21 €	15.518,43 €
AMORT. PRESTAMO	1.043,42 €	1.047,16 €	1.050,92 €	1.054,68 €	1.058,46 €	1.062,25 €	1.066,06 €	1.069,88 €	1.073,71 €	1.077,56 €	1.081,42 €	1.085,30 €	12.770,82 €
GASTOS FINANCIEROS													2.747,61 €
INTERESES DEL PRÉSTAMO	249,78 €	246,04 €	242,29 €	238,52 €	234,74 €	230,95 €	227,15 €	223,32 €	219,49 €	215,64 €	211,78 €	207,91 €	2.747,61 €
GASTOS TOTALES													192.706,31 €
BAIT													- 51.254,31 €
BAT													- 51.254,31 €
IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (15% por ser de nueva creación)													0
BENEFICIO NETO													- 51.254,31 €

Fuente: Elaboración propia

Para la estimación de la cantidad de altas del gimnasio al mes durante el primer año se contactó con el Laguna Urban Fitness Center para pedir asesoramiento. Con ayuda de este centro y búsquedas realizadas en internet sobre la media de altas de un gimnasio de nueva creación, se creyó que el baremo correcto en el que situar las diferentes cuotas del primer año era, entre 80 y 250 altas para la cuota mensual, entre 15 y 55 para la cuota de estudiantes, entre 7 y 30 para los

días sueltos y destacar también que para la cuota anual se estimó que estaría entre 0 y 5 pagos al mes.

Una vez estimados todos los ingresos y los gastos se procede a realizar la cuenta de pérdidas y ganancia del primer año. Como se puede apreciar en la tabla, se obtuvieron unos ingresos de 141.452 euros y unos gastos totales de 192.706,31 euros, haciendo que el resultado fuese negativo. Hay que destacar que en las empresas de nueva creación el porcentaje del impuesto de sociedades es del 15 % para los dos primeros años si se obtienen beneficios, al haber tenido pérdidas no es necesario aplicar este porcentaje. El resultado obtenido fue de -51.254,31 euros. Es normal obtener este resultado en los primeros años de la empresa, ya que se ha hecho una gran inversión inicial, que sumado a los bajos ingresos por ser de nueva creación y no ser muy conocida, hacen que los flujos de caja durante los primeros años sean negativos.

Tabla 15. Flujos de caja de los 5 años.

Años	1	2	3	4	5
Flujos de caja en euros	-51.254,31 €	-34.609 €	-19.049,39 €	-1.933,698 €	14.359,528 €

Fuente: Elaboración propia

Una vez calculado y analizado todos los ingresos y gastos del primer año en la cuenta de pérdidas y ganancias se obtuvo el flujo de caja del año 1, cuyo importe fue de -51.254,31 euros como bien se comentó anteriormente. Se estimó que tras un buen trabajo de marketing los ingresos iban a aumentar un 10% anual. Se cree firmemente en este aumento de ingresos ya que, al ser una empresa de nueva creación, el primer y segundo año son flojos, pero ya con el transcurso de los siguientes años, y gracias a las recomendaciones de los clientes se conseguirá un aumento considerable en la cuota de mercado hasta llegar a un límite.

En el segundo año se puede apreciar un aumento de ingresos que sumado a la eliminación de gastos como la licencia de apertura y la cuota del registro mercantil hace que las pérdidas desciendan hasta -34.609 euros.

En el tercer y cuarto año, ya con los mismos gastos, pero con un aumento considerable de ingresos, se aprecia que los flujos de caja se orientan hacia un posible flujo de caja positivo.

No es hasta el quinto año cuando la empresa obtiene su primer flujo de caja positivo con un valor de 14.359,53 euros. Este número fue el resultado de restar los ingresos y gastos, aplicando también el 15% de impuesto sociedades. Estos primeros dividendos positivos se depositarán en las cuentas del centro deportivo para posibles necesidades futuras.

10. CONCLUSIONES

Al acabar este plan de viabilidad en la isla de Tenerife se pueden obtener varias conclusiones y de diferentes tipos. En lo que respecta a instalaciones, servicios y ubicación se considera que MJ Fitness Center se encontrará entre los centros deportivos más consagrados de la isla, pudiendo darse a conocer poco a poco, para formar así un estilo de vida entre sus clientes. La futura ubicación del centro será ideal, ya que como se ha comentado en apartados anteriores, es una ubicación con mucho tránsito de gente. El único inconveniente de las instalaciones es el hecho de

no contar con un aparcamiento propio, pero en un futuro se estudiará la posibilidad de comprar un garaje cercano para el uso de los clientes. El buen plan de marketing unido al uso de las redes sociales nos ayudará a obtener cuota de mercado de una forma más rápida y eficaz. Otro aspecto para destacar es el hecho de ser sostenibles. Esto nos ayudará a diferenciarnos de los competidores, ya que será uno de los pocos centros deportivos en Canarias que cuente con esta tecnología en sus máquinas. Es por esto por lo que se quiso hacer una fuerte inversión en la maquinaria. Además, se cree que cada vez más son las personas que se preocupan por el cuidado del medioambiente, lo que hace que las personas con estos conocimientos acudan a este tipo de instalaciones con el fin de contribuir en esta lucha global.

En lo que respecta al entorno económico se ha podido comprobar que aun llegando a obtener beneficios no es el mejor momento para la creación de MJ Fitness Center. Esto es debido a la guerra entre Rusia y Ucrania, sumado también a las secuelas que ha dejado el Covid-19. Estos acontecimientos han hecho que haya un aumento de precios, que se han visto reflejados en la inversión inicial y en los otros tipos de gastos. Desde el centro se cree que, si hubieran sido otras las circunstancias, los flujos de caja positivos hubieran llegado de forma más temprana. El primer flujo de caja positivo se dará en el quinto año, por lo que habrá que esperar para ver resultados. Pero también cabe destacar que, si las previsiones son correctas, a partir del quinto año se van a conseguir bastantes beneficios, gracias también a que no hay que repartir dividendos entre socios.

En conclusión, el aumento de población que lleva un estilo de vida fitness y saludable, la ubicación excepcional, como es la ciudad de La Laguna, la preocupación de la sociedad con el cambio climático y el buen rendimiento económico que se espera del centro deportivo hace que MJ Fitness Center se considere un proyecto viable.

11. BIBLIOGRAFÍA

Ayuso, S. (2022, 8 junio). La OCDE alerta de que la guerra amenaza con dejar secuelas duraderas en la economía mundial. El País. <https://elpais.com/economia/2022-06-08/la-ocde-alerta-de-que-la-guerra-en-ucrania-precipita-la-caida-del-pib-mundial.html>

BOE.es - BOE-A-2003-6586 Ley 7/2003, de 1 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. (s. f.). Recuperado 9 de septiembre de 2022, de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-6586>

Cacheiro, L. (2021, 15 enero). Máquinas de ejercicios que generan energía. ROCFIT. <https://www.rocfit.com/consejos-fitness/maquinas-de-gimnasio-que-generan-energia/>

Calvo, J. A. (2022, 18 julio). ¿Cómo hacer un plan de viabilidad en 2022? Holded. <https://www.holded.com/es/blog/como-hacer-plan-viabilidad>

Collado, M. J. G. (2020, 11 agosto). La adopción de hábitos más saludables impacta en el consumo y los modelos de venta. Grupo MAPFRE Corporativo - Acerca de MAPFRE. Recuperado 8 de septiembre de 2022, de <https://www.mapfre.com/actualidad/salud/habitos-saludables-consumo/>

de la Prada, S. R. (2018, 6 octubre). Gimnasios sostenibles o la forma de ayudar al planeta mientras pedaleas. Harper's BAZAAR. <https://www.harpersbazaar.com/es/belleza/dieta-ejercicios-adelgazar-belleza/a22764780/gimnasios-sostenibles-ecologicos-mantener-cuerpo-ayudar-planeta/>

Gomez, N. (2022, 2 agosto). Tipos de clientes: identificalos para venderles fácil y rápido. Zenvia. Recuperado 9 de septiembre de 2022, de <https://www.zenvia.com/es/blog/tipos-de-clientes/>

Habitissimo. (2021, 15 abril). reformar gimnasio. habitissimo.es. <https://www.habitissimo.es/presupuestos/reformar-gimnasio?gexperiment=fir-600>

ICO Empresas y Emprendedores. (s. f.-b). Recuperado 10 de septiembre de 2022, de <https://www.ico.es/ico-empresas-y-emprendedores>

Iruarrizaga, J. de. (2017, 20 noviembre). El sedentarismo supone hasta siete años menos de esperanza de vida. El Diario Vasco. Recuperado 9 de septiembre de 2022, de

<https://www.diariovasco.com/sociedad/salud/sedentarismo-supone-siete-20171121224141-ntrc.html>

Jiménez, F. (2020, 9 octubre). El 67% de la población tinerfeña realiza actividad física, lo hace por salud y prefiere espacios abiertos -. Deportes Tenerife. Recuperado 8 de septiembre de 2022, de [https://deportestenerife.es/noticias/el-67-de-la-poblacion-tinerfena-realiza-actividad-fisica-lo-hace-por-salud-y-prefiere-espacios-abiertos/#:%7E:text=Esta%20encuesta%20revela%20que%20el,de%20la%20Salud%20\(OMS\)](https://deportestenerife.es/noticias/el-67-de-la-poblacion-tinerfena-realiza-actividad-fisica-lo-hace-por-salud-y-prefiere-espacios-abiertos/#:%7E:text=Esta%20encuesta%20revela%20que%20el,de%20la%20Salud%20(OMS))

Jorrín, J. (2022, 27 junio). La economía se ensombrece: la incertidumbre anticipa un nuevo frenazo en la recuperación [Comunicado de prensa]. https://www.elconfidencial.com/economia/2022-06-27/economia-ensombrece-incertidumbre-anticipa-frenazo_3449936/

Magallón, E. (2022, 25 febrero). La guerra incrementará la inflación en España y afectará a las exportaciones. La Vanguardia. Recuperado 8 de septiembre de 2022, de <https://www.lavanguardia.com/economia/20220225/8082724/guerra-incrementara-inflacion-espana-afectara-exportaciones.html>

Moreno, S. (2021, 11 septiembre). Los influencers fitness con más impacto en Canarias. Canarias7. Recuperado 8 de septiembre de 2022, de <https://www.canarias7.es/revista-c7/redes-sociales/influencers-fitness-impacto-20210911151557-nt.html>

Noceda, M. Á. (2022, 19 junio). Una oportunidad perdida en el proceso de las energías renovables. El País. <https://elpais.com/economia/negocios/2022-06-19/una-oportunidad-perdida-en-el-proceso-de-las-energias-renovables.html>

Pascual, M. G. (2017, 24 abril). Nómadas digitales: trabajar desde el paraíso también es duro. El País. https://elpais.com/retina/2017/04/21/tendencias/1492796142_706548.html

Paas, E. E. L. (2022, 17 agosto). Previsiones económicas en EL País. El País. <https://elpais.com/noticias/previsiones-economicas/>

Quesada, J. (2021, 22 abril). La ayuda a gimnasios, restaurantes y bares llega a 5.000 euros por dos locales. Canarias7. Recuperado 8 de septiembre de 2022, de <https://www.canarias7.es/canarias/gran-canaria/ayuda-cabildo-gimnasios-20210422205644-nt.html>

Segura, M. (2021, 16 marzo). La preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente eclipsan los ODS más sociales. Fundación UCLM. <https://fundaciongeneraluclm.es/la-preocupacion-por-la-sostenibilidad-y-el-medio-ambiente-eclipsan-los-ods-mas-sociales/>

Segurartic Seguros deportivos, ocio y viaje. (2021, 4 febrero). Seguros para Gimnasios, seguros salas fitness y seguros centros spinning. Profesionales en seguros deportivos, ocio y viajes deportivos. <https://www.segurartic.com/otros-seguros/instalaciones-y-tiendas-deportivas/seguros-para-gimnasios/>

Solicom, R. (2019, 11 noviembre). Gimnasio Low Cost VS Gimnasio Boutique: ¿En qué se diferencian? Generación de Leads - Solicom. Recuperado 8 de septiembre de 2022, de <https://solicom.net/crecimiento/gimnasio-low-cost-vs-gimnasio-boutique-en-que-se-diferencian/>

Torreblanca, F. (2020, 14 marzo). Blog de Francisco Torreblanca. 5-fuerzas-competitivas-porterTorreblanca Recuperado 8 de septiembre de 2022, de <https://franciscotorreblanca.es/las-5-fuerzas-competitivas-de-porter/5-fuerzas-competitivas-porter-francisco-torreblanca/>

Trenza, A. (2022, 26 mayo). Análisis PESTEL. Ana Trenza. Recuperado 9 de septiembre de 2022, de <https://anatrencia.com/analisis-pestel/>

12. ANEXOS

Anexo 1

Tabla 12. Amortización del préstamo.

Nº de cuota	Capital inicio período	al de	Amortización	Intereses del período	Cuota (EUROS)
1	69.706,20		1.043,42	249,78	1.293,20
2	68.662,78		1.047,16	246,04	1.293,20
3	67.615,61		1.050,92	242,29	1.293,20
4	66.564,70		1.054,68	238,52	1.293,20
5	65.510,02		1.058,46	234,74	1.293,20
6	64.451,56		1.062,25	230,95	1.293,20
7	63.389,30		1.066,06	227,15	1.293,20
8	62.323,25		1.069,88	223,32	1.293,20
9	61.253,37		1.073,71	219,49	1.293,20
10	60.179,65		1.077,56	215,64	1.293,20
11	59.102,09		1.081,42	211,78	1.293,20
12	58.020,67		1.085,30	207,91	1.293,20
13	56.935,37		1.089,19	204,02	1.293,20
14	55.846,19		1.093,09	200,12	1.293,20
15	54.753,10		1.097,01	196,20	1.293,20
16	53.656,09		1.100,94	192,27	1.293,20
17	52.555,16		1.104,88	188,32	1.293,20
18	51.450,27		1.108,84	184,36	1.293,20
19	50.341,43		1.112,81	180,39	1.293,20

20	49.228,62	1.116,80	176,40	1.293,20
21	48.111,82	1.120,80	172,40	1.293,20
22	46.991,01	1.124,82	168,38	1.293,20
23	45.866,19	1.128,85	164,35	1.293,20
24	44.737,34	1.132,90	160,31	1.293,20
25	43.604,45	1.136,96	156,25	1.293,20
26	42.467,49	1.141,03	152,18	1.293,20
27	41.326,46	1.145,12	148,09	1.293,20
28	40.181,35	1.149,22	143,98	1.293,20
29	39.032,12	1.153,34	139,87	1.293,20
30	37.878,79	1.157,47	135,73	1.293,20
31	36.721,31	1.161,62	131,58	1.293,20
32	35.559,69	1.165,78	127,42	1.293,20
33	34.393,91	1.169,96	123,24	1.293,20
34	33.223,95	1.174,15	119,05	1.293,20
35	32.049,80	1.178,36	114,85	1.293,20
36	30.871,44	1.182,58	110,62	1.293,20
37	29.688,86	1.186,82	106,39	1.293,20
38	28.502,04	1.191,07	102,13	1.293,20
39	27.310,97	1.195,34	97,86	1.293,20
40	26.115,63	1.199,62	93,58	1.293,20
41	24.916,00	1.203,92	89,28	1.293,20
42	23.712,08	1.208,24	84,97	1.293,20
43	22.503,85	1.212,57	80,64	1.293,20
44	21.291,28	1.216,91	76,29	1.293,20
45	20.074,37	1.221,27	71,93	1.293,20
46	18.853,10	1.225,65	67,56	1.293,20
47	17.627,45	1.230,04	63,17	1.293,20
48	16.397,41	1.234,45	58,76	1.293,20
49	15.162,97	1.238,87	54,33	1.293,20
50	13.924,10	1.243,31	49,89	1.293,20
51	12.680,79	1.247,76	45,44	1.293,20
52	11.433,02	1.252,24	40,97	1.293,20
53	10.180,78	1.256,72	36,48	1.293,20
54	8.924,06	1.261,23	31,98	1.293,20
55	7.662,83	1.265,75	27,46	1.293,20
56	6.397,09	1.270,28	22,92	1.293,20
57	5.126,81	1.274,83	18,37	1.293,20
58	3.851,97	1.279,40	13,80	1.293,20
59	2.572,57	1.283,99	9,22	1.293,20
60	1.288,59	1.288,59	4,62	1.293,20

Fuente: Elaboración propia

