



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

FITOUT: PLAN DE NEGOCIO PARA UNA STARTUP DE INNOVACIÓN EN EL DEPORTE AL AIRE LIBRE

Autor: Javiera Murube Maldonado
Director: Esther Vaquero Lafuente

MADRID | Marzo 2025

Resumen Ejecutivo

Este Trabajo Fin de Grado expone el plan empresarial de FitOut, una empresa emergente que aspira a convertir los parques urbanos en lugares de entrenamiento práctico a través de la implementación de taquillas inteligentes equipadas con equipo deportivo, disponibles mediante una aplicación móvil. FitOut satisface la demanda en aumento de actividad física al aire libre, motivada por las modificaciones en los patrones de vida post-pandemia, y fusiona tecnología, salud y sostenibilidad.

El estudio examina el contexto del sector de *fitness* en España, detectando tendencias, posibilidades de mercado y rivales significativos. Se ofrece un plan inicial de inversión de 137.946 €, junto con un calendario de desembolso segmentado en tres etapas. Mediante un análisis exhaustivo de los costes fijos y variables, además del punto de equilibrio, se evidencia la viabilidad financiera del modelo de negocio. Las estimaciones financieras a 5 años muestran una rentabilidad sólida, con una TIR ajustada del 53,31%.

Se deduce que FitOut es un modelo revolucionario, escalable y lucrativo, con un enorme potencial para generar un efecto social y ambiental beneficioso. Se aconseja implementar estrategias de expansión progresiva, diversificación de ingresos y alianzas estratégicas para fortalecer su lugar en el sector del fitness urbano.

Palabras Clave

Startup, innovación, deporte al aire libre, plan de negocio, emprendimiento

Abstract

The business plan for FitOut, a startup that wants to transform urban parks into useful workout areas by installing smart lockers with top-notch exercise equipment that can be accessed via a mobile app, is presented in this final degree project. FitOut combines technology, sustainability, and health to meet the increased demand for outdoor exercise brought on by post-pandemic lifestyle changes.

The study examines the competitive environment, major trends, and market prospects in Spain's outdoor fitness sector. A €137,946 first investment plan with a phased distribution timetable is described. The operational cost analysis and break-even point calculation confirm the economic viability of the business model. Five-year financial projections show strong profitability, with an adjusted IRR of 53.31%.

The project concludes that FitOut is an innovative, scalable, and profitable model with significant social and environmental impact potential. Recommendations include gradual expansion, revenue stream diversification, and strategic partnerships to strengthen its position in the urban fitness market.

Key Words

Startup, innovation, outdoor sports, business plan, entrepreneurship

FitOut: Plan de Negocio para una *Startup* de Innovación en el Deporte al Aire Libre

1. Introducción

- 1.1. Presentación de la *Startup* FitOut
- 1.2. Objetivos del TFG
- 1.3. Justificación e Importancia del Estudio
- 1.4. Metodología

2. Análisis del Mercado de Fitness al Aire Libre

- 2.1. Tendencias del Sector Fitness
- 2.2. Oportunidades de Mercado para FitOut
- 2.3. Competencia y Alternativas en el Mercado

3. Plan de Inversión Inicial

- 3.1. Estimación de la Inversión Inicial
 - 3.1.1 Equipamiento Deportivo
 - 3.1.2 Utensilios de Limpieza
 - 3.1.3. Infraestructura Tecnológica
 - 3.1.4. Infraestructura Física
 - 3.1.5. Marketing y Promoción
 - 3.1.6. Licencias Municipales
- 3.2. Fuentes de Financiación Posibles
- 3.3. Calendario de Desembolso de la Inversión Inicial

4. Análisis de Costes Operativos

- 4.1. Identificación de Costes Fijos y Variables
- 4.2. Cálculo del Punto de Equilibrio (Break-Even Point)
- 4.3. Estructura de Precios

5. Proyecciones Financieras

- 5.1. Proyección de Ingresos
- 5.2. Estado de Resultados a 3-5 años
- 5.3. Análisis de Flujo de Caja
- 5.4. Rentabilidad y Margen Neto

6. Conclusiones y Recomendaciones

- 6.1. Evaluación de la Viabilidad Económica de FitOut
- 6.2. Recomendaciones para la Sostenibilidad Financiera y Crecimiento

7. Bibliografía

1. Introducción

1.1. Presentación de la *Startup* FitOut

FitOut es una empresa emergente innovadora que surge con el objetivo de convertir las áreas verdes de las ciudades en lugares de entrenamiento al aire libre, proporcionando una opción saludable, asequible y sustentable frente al clásico gimnasio cerrado. Nuestra propuesta de valor se fundamenta en la implementación de estaciones de taquillas inteligentes en parques públicos, dotadas con equipamiento de gimnasio de primera calidad, brindando a los ciudadanos una experiencia completa de ejercicio y al mismo tiempo disfrutando de un contacto directo con el ambiente. Este principio responde a la tendencia ascendente hacia un estilo de vida sano y a la búsqueda de lugares al aire libre para el ejercicio físico, especialmente después de las modificaciones de costumbres que han surgido en los años recientes.

Figura 1: Logo de la empresa



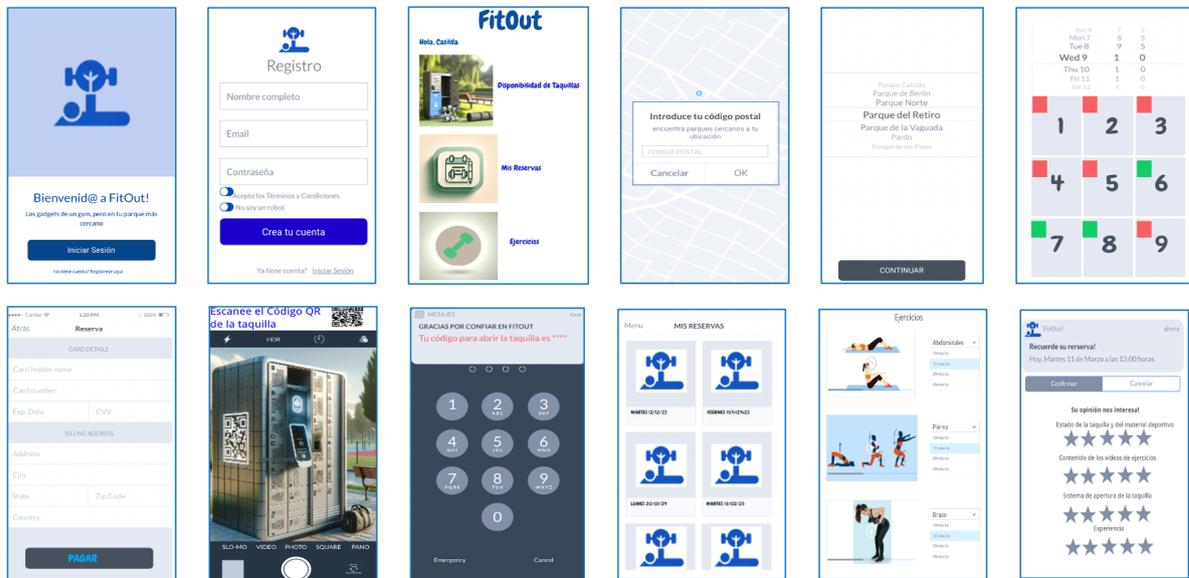
Fuente: Elaboración propia

Estas estaciones de taquillas inteligentes se situarán de manera estratégica en parques y áreas verdes de la ciudad de Madrid, permitiendo el acceso a una variedad de equipos deportivos, tales como mancuernas regulables, esterillas, cuerdas de saltar y otros componentes esenciales para un entrenamiento funcional. La adaptabilidad de nuestro equipo posibilita que los usuarios lleven a cabo diversas clases de actividad física, desde rutinas de fuerza y resistencia hasta clases de yoga, pilates o ejercicios cardiovasculares. Con FitOut, cada parque se transforma en un gimnasio exterior, donde el ambiente natural se transforma en un aliado para la salud física y mental.

La iniciativa de FitOut se sustenta en una plataforma digital eficaz e intuitiva. Mediante nuestra aplicación para móviles, los usuarios tienen la posibilidad de reservar el material con anticipación, elegir el parque que deseen y administrar su tiempo de entrenamiento de forma confortable y fácil. La aplicación facilita la visualización en tiempo real de la

disponibilidad del equipo, la realización de pagos seguros y el acceso a programas de capacitación personalizados, creados por expertos en la industria. Así, la experiencia del usuario es totalmente independiente, sin requerir interacción física o procesos extra, lo que mejora su confort y eficacia.

Figura 2: Aplicación FitOut



Fuente: Elaboración Propia

Nuestra meta es democratizar el acceso a la actividad física al aire libre, promoviendo estilos de vida sanos y un uso más eficiente de los lugares públicos. Adicionalmente, FitOut fomenta la sostenibilidad a través de la utilización de materiales de larga duración y plantea sistemas de energía renovable para el funcionamiento de las taquillas inteligentes. Estamos convencidos de que, al aproximar la actividad física a los parques urbanos, no solo elevamos el nivel de vida de nuestros usuarios, sino que también fomentamos el dinamismo y la vitalidad de la ciudad de Madrid, promoviendo un modelo de negocio revolucionario, sustentable y con un impacto positivo significativo en la comunidad.

Con FitOut, el gimnasio trasciende sus confines para fusionarse con el medio ambiente, proporcionando una experiencia que vincula la actividad física con la salud mental y el bienestar integral, ambos temas de suma importancia en la sociedad de hoy en día.

1.2. Objetivos del TFG

El propósito principal de este estudio es realizar un estudio detallado sobre la factibilidad del modelo de negocio de FitOut, una empresa emergente que aspira a establecerse como un líder en el ámbito del fitness al aire libre. Este estudio tiene como objetivo evaluar de forma estricta las oportunidades de éxito de esta innovadora propuesta, que implica la instalación de estaciones de taquillas inteligentes equipadas con equipo deportivo en parques públicos, proporcionando a los ciudadanos una opción cómoda y asequible para su ejercicio físico.

Este estudio no solo se enfocará en establecer si FitOut es un modelo empresarial factible desde la perspectiva económica y operacional, sino que también examinará el contexto y las dinámicas del sector del fitness al aire libre. Se enfocará particularmente en las tendencias en auge, tales como el incremento en el interés por la actividad física en lugares abiertos, la implementación de aplicaciones móviles para la administración del entrenamiento y la creciente sensibilización social acerca de la relevancia de un estilo de vida dinámico y sano. De esta manera, la investigación busca reconocer las oportunidades que brinda este mercado en crecimiento y cómo FitOut puede capitalizarlas de forma estratégica.

Adicionalmente, se comparará la propuesta de valor de FitOut con las opciones y competidores actuales con el fin de reconocer sus beneficios competitivos y potenciales aspectos a mejorar. Este estudio contemplará un análisis del comportamiento del consumidor, las demandas no cubiertas en el sector y los obstáculos de entrada que podrían obstaculizar el desarrollo de la empresa emergente.

Finalmente, la labor concluirá con la elaboración de un plan estratégico que establezca las medidas requeridas para el crecimiento y la expansión de FitOut en los años venideros. Este plan contendrá sugerencias concretas en áreas fundamentales como el marketing, las operaciones, la financiación y la innovación tecnológica, con la finalidad de definir un plan de acción claro que facilite a la *startup* consolidarse en el mercado y producir un efecto beneficioso en la sociedad.

En resumen, este TFG tiene como objetivo proporcionar una perspectiva completa y basada en evidencia acerca de la factibilidad y potencial de FitOut, brindando los recursos requeridos para su crecimiento sostenible y su éxito en el ámbito del fitness al aire libre.

1.3. Justificación e Importancia del Estudio

El interés por la salud y la actividad física ha tenido un incremento significativo en los últimos diez años, motivado por un aumento en la concienciación social sobre la relevancia de mantener un estilo de vida sano. Este crecimiento se manifiesta en el aumento de la cantidad de gimnasios, centros deportivos y licencias federativas en España, donde, de acuerdo con el Informe OBS: Industria del Deporte y el Fitness (OBS Business School, 2023), ha observado un incremento del 20% en la cantidad de infraestructuras y permisos de deporte en los años recientes. Este incremento muestra una creciente necesidad de servicios vinculados a la actividad física, lo que transforma al sector del fitness en un sector de relevancia estratégica tanto en el ámbito económico como social.

A este fenómeno se le añade el efecto que ha provocado la pandemia de COVID-19 en las condiciones de entrenamiento de los ciudadanos. En este periodo, las limitaciones de acceso a lugares cerrados promovieron una mayor inclinación hacia la actividad física en espacios exteriores, una tendencia que, lejos de desaparecer después de la finalización de las restricciones, se ha establecido como una nueva perspectiva de la actividad física. De acuerdo con el informe mencionado, este cambio ha provocado un incremento significativo en la práctica deportiva en parques, jardines y otras áreas verdes de las ciudades, lo que indica una modificación estructural en las preferencias del consumidor.

En este marco, este estudio cobra importancia al examinar la viabilidad de FitOut como una propuesta innovadora que atiende directamente a esta reciente necesidad del mercado. Al proporcionar taquillas inteligentes equipadas con material deportivo en parques públicos, FitOut aspira a simplificar el acceso a la actividad física al aire libre, fusionando confort, tecnología y sostenibilidad en un solo servicio. Este modelo de negocio no solo se ajusta a los gustos contemporáneos de los consumidores, sino que también impulsa el uso y renovación de los espacios verdes en las ciudades, en consonancia con las políticas públicas de promoción de costumbres saludables.

Igualmente, la investigación posee una relevancia considerable desde la perspectiva empresarial, dado que el sector de bienestar es una industria en crecimiento con amplias posibilidades de expansión, en particular en el sector del entrenamiento exterior. Analizar las oportunidades de crecimiento de FitOut facilitará una mejor comprensión de las dinámicas de este mercado y proporcionará conclusiones valiosas tanto para los empresarios del sector como para los encargados de las políticas deportivas y urbanísticas.

1.4. Metodología

Este estudio utilizará un enfoque estructurado y multifacético para evaluar la factibilidad del modelo de negocio de FitOut en el ámbito del ejercicio físico exterior. Esta metodología fusionará el estudio teórico con la labor empírica, empleando tanto recursos secundarios como primarios para adquirir una perspectiva completa del mercado, su dinámica y las oportunidades de expansión de la empresa emergente.

Primero, se realizará un análisis detallado del mercado mediante la investigación de informes, publicaciones académicas y datos estadísticos vinculados con la industria del fitness y el deporte, tanto a escala mundial como nacional. Este estudio facilitará la comprensión de las tendencias presentes y venideras del sector, además de reconocer elementos esenciales que fomentan el incremento de la actividad física al aire libre, tales como el crecimiento del interés por la vida saludable, el rol de la tecnología en el deporte y el uso creciente de espacios públicos para la actividad física. Luego, se llevará a cabo un estudio competitivo para valorar las propuestas de valor y las tácticas de compañías parecidas que operan en el sector del fitness, en particular las que brindan servicios en áreas exteriores.

El análisis financiero será un componente esencial de la metodología, realizado a través de la creación de proyecciones económicas fundamentadas en el plan de negocio de FitOut. Se calcularán ingresos, costes y beneficios previstos, considerando factores como la inversión inicial, los costes de operación y las estrategias de expansión a medio y largo plazo.

Finalmente, la fusión de estos métodos facilitará la elaboración de un plan estratégico para el desarrollo y expansión de FitOut, garantizando que las decisiones corporativas se basen en datos objetivos y en un entendimiento minucioso del mercado. Así, el método utilizado ayudará a ofrecer una perspectiva nítida y sólida acerca de la factibilidad y el potencial de esta propuesta de negocio innovadora.

2. Análisis del Mercado de Fitness al Aire Libre

2.1. Tendencias del Sector Fitness

El ámbito del deporte y el fitness en España ha registrado un incremento significativo en años recientes, estableciéndose como un elemento crucial de la economía y la cultura de

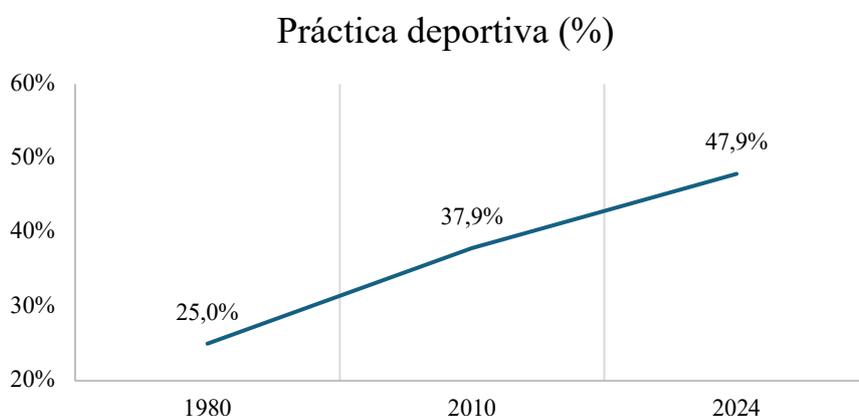
la nación. En 2020 el "Termómetro del ecosistema deportivo en España", diseñado por PwC, en asociación con la Asociación del Deporte Español (ADESP) y el Consejo Superior de Deportes, estimó que el deporte constituye cerca del 3,3% del Producto Interior Bruto del país. Este estudio subraya la importancia económica del sector y su influencia en la creación de empleos y la actividad económica. Además, genera más de 414.000 empleos directos, representando el 2,1% de la población ocupada en el país. Este crecimiento también ha impulsado otros sectores económicos, como el turismo, que combina actividades deportivas con el disfrute de la naturaleza y aporta unos 5.550 millones de euros anuales a la economía nacional (PwC, 2020).

La pandemia de COVID-19 significó un cambio radical en el modo de practicar deporte en España. El ejercicio exterior, que ya tenía una base firme, experimentó un incremento exponencial debido a las limitaciones en lugares cerrados. Una investigación del Consejo Superior de Deportes (2021) mostró que durante la pandemia, el 43% de los españoles aumentó su ejercicio en lugares abiertos, resaltando deportes como el running, ciclismo, senderismo y yoga (Ayuntamiento de Madrid, 2022). Ciudades como Madrid y Barcelona han modificado sus estrategias urbanas para promover esta tendencia. Por ejemplo, en Barcelona, la administración local destinó 8 millones de euros para la construcción de espacios de deporte al aire libre (theNBP, 2021) mientras que en Madrid se habilitaron más de 50 nuevos espacios para actividades deportivas urbanas (Ayuntamiento de Madrid, 2023).

En años recientes, se ha notado en España un incremento sostenido en el sector deporte. De acuerdo con cifras presentadas en el artículo de Funcas (2024), el porcentaje de personas que practican ejercicio regularmente ha crecido del 37,9 % en 2010 al 48,7 % en 2022. Este progreso, que implica un incremento de casi 11 puntos porcentuales en más de diez años, evidencia una transformación constante en los patrones de vida de los ciudadanos, que se vuelven cada vez más conscientes de la relevancia del deporte para la salud y el bienestar general. A pesar de que el incremento ha sido gradual, los datos muestran una consolidación del deporte como una práctica frecuente, particularmente en los contextos urbanos. Además, este incremento no se restringe a un único perfil, sino que también ha alcanzado a grupos como las mujeres y los adultos mayores, que históricamente mostraban índices de actividad más reducidos. El progreso puede ser ilustrado de manera precisa en un diagrama de líneas que recoge este incremento desde

2010, mostrando una tendencia favorable que, a pesar de ser gradual, se sostiene de manera estable y constante (Funcas, 2024).

Figura 3: Evolución de la Práctica Deportiva en España¹



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Funcas CIS (2010, 2024)

Como respuesta a esta tendencia, las entidades locales han promovido inversiones con el objetivo de mejorar y expandir las infraestructuras deportivas exteriores. Por ejemplo, la Municipalidad de Barcelona presentó un plan de choque con una inversión de 10 millones de euros para la reparación y mejora de las instalaciones deportivas de la ciudad, varias de las cuales se remontan a la década de los 90. Este plan contempla un estudio del estado presente de las instalaciones y define prioridades para las acciones a realizar, en conversación con el club deportivo local (20minutos.es, 2024). Adicionalmente, la Diputación de Barcelona otorgó el permiso para invertir 15 millones de euros en la reforma, adaptación y actualización de los equipos deportivos municipales, un esfuerzo destinado a afrontar el envejecimiento de las infraestructuras deportivas, cuya antigüedad media se sitúa en 35 años (El País, 2024).

Los progresos tecnológicos están revolucionando de manera significativa la práctica, consumo y administración del deporte, generando nuevas posibilidades tanto para los practicantes como para las compañías del sector. De acuerdo con el estudio de Funcas, "Los progresos tecnológicos y el porvenir del deporte", la adopción de instrumentos como los dispositivos portátiles, las plataformas digitales y la inteligencia artificial está facilitando una experiencia deportiva más individualizada y eficaz (Funcas, 2024). Esta

¹ Población de más de 15 años

transformación tecnológica apoya directamente la idea de FitOut, al poner la innovación en el núcleo de la motivación y el monitoreo del desempeño físico. Como señalan los escritores, *la tecnología no solo ha potenciado el desempeño en el ámbito deportivo profesional, sino que también ha hecho posible que los usuarios no profesionales tengan acceso a rutinas de entrenamiento personalizadas y monitoreo en tiempo real* (José Luis Pérez Triviño, 2024). En este escenario, iniciativas como FitOut se destacan como un componente de una tendencia ascendente que aspira a fusionar bienestar, tecnología y comunidad en un único entorno.

2.2. Oportunidades de Mercado para FitOut

El mercado español presenta una oportunidad interesante para el modelo empresarial de FitOut, particularmente en centros urbanos como Madrid. La capital dispone de una amplia red de áreas verdes; de acuerdo con información del Ayuntamiento de Madrid, la ciudad cuenta con más de 6.000 hectáreas de parques y zonas verdes (El Debate, 2023). Adicionalmente, Madrid goza de condiciones meteorológicas propicias para actividades al aire libre, con un promedio anual de cerca de 2.691 horas de luz solar (Lidera Energía, 2024). Estos atributos convierten a Madrid en el lugar perfecto para llevar a cabo iniciativas de fitness al aire libre, como la planteada por FitOut.

La necesidad de servicios de fitness asequibles y adaptables en España ha experimentado un notable aumento en años recientes, particularmente entre aquellos que buscan opciones distintas a los gimnasios convencionales. Este incremento se manifiesta en la expectativa alentadora del sector para 2024, en la que prácticamente todos los gimnasios en España prevén un incremento en sus ingresos, con la esperanza de igualar o exceder la rentabilidad de 2019, tras un resurgimiento económico (Mundo Deportivo, 2024).

Las zonas urbanas escogidas para la puesta en marcha de FitOut se distinguen por la existencia de múltiples oficinas en sus proximidades, lo que las hace lugares estratégicos para atraer a los trabajadores de oficina como posibles clientes. La vuelta al trabajo en persona es una tendencia ascendente; de acuerdo con el II Estudio Pluxee de Retos y Tendencias en RRHH 2024, el 58% de las compañías españolas han implementado un modelo de trabajo totalmente en persona, el porcentaje más elevado desde la crisis del coronavirus. Este regreso a las oficinas intensifica la demanda de soluciones que fomenten el bienestar físico y mental de los trabajadores (Revista CIC, 2024).

FitOut se destaca como una alternativa revolucionaria al proporcionar taquillas inteligentes dotadas con dispositivos de ejercicio de primera calidad, situadas estratégicamente en parques urbanos. Además, fomentar la actividad física en ambientes de trabajo tiene ventajas demostradas; investigaciones señalan que los individuos que practican deporte son 3,5 veces más creativos e innovadores (Haz Revista, 2024). Al permitir el ejercicio exterior, FitOut no solo potencia la salud y el bienestar de los trabajadores, sino que también fomenta un incremento en la productividad y la satisfacción en el ambiente de trabajo.

La mezcla de una demanda en aumento de servicios de fitness adaptables, la recuperación del trabajo en persona y la necesidad de fomentar el bienestar en el ambiente de trabajo sitúan a FitOut como una oferta de valor significativa y oportuna en el mercado español contemporáneo. Con una propuesta que integra estos elementos, FitOut tiene el potencial de captar un segmento de mercado amplio y diversificado, desde deportistas ocasionales hasta entusiastas del fitness.

2.3. Competencia y Alternativas en el Mercado

Como se ha mencionado varias veces a lo largo del estudio, el sector fitness en España supone una industria vivaz y en continua expansión. De acuerdo con cifras recientes, el país dispone de cerca de 4.560 gimnasios y una base de usuarios que sobrepasa los 5,4 millones de individuos (Cadena Ser, 2025). Este aumento en la infraestructura deportiva evidencia una demanda en aumento de servicios vinculados con el ejercicio físico y el bienestar.

En este escenario competitivo, sobresalen cadenas como Synergym², que ha vivido un crecimiento notable. La empresa malagueña finalizó el 2024 con una facturación de 49,1 millones de euros, lo que implica un incremento del 33% en comparación con el año previo, y dispone de aproximadamente 800 trabajadores (Cadena Ser, 2025). Adicionalmente, Synergym ha obtenido una financiación de 70 millones de euros, encabezado por Banco Santander, con la meta de expandir su red a 200 gimnasios para el año 2026. Este incremento evidencia la fortaleza y competitividad del sector del fitness en España (CincoDias, 2025).

² Synergym es una cadena de gimnasios que ofrece instalaciones modernas, clases dirigidas y servicios adicionales como una aplicación personalizada o actividades al aire libre durante la temporada de verano.

También en España, GO fit emerge como un rival significativo para FitOut. GO fit administra centros deportivos que fusionan instalaciones interiores con actividades exteriores, proporcionando a los usuarios una extensa variedad de servicios que comprenden más de 150 actividades dirigidas semanalmente, piscinas, áreas de masaje y programas de entrenamiento a medida (Go fit, 2025). Aunque GO fit se enfoca en instalaciones físicas deportivas, FitOut posibilita que los usuarios obtengan el equipo requerido sin estar vinculados a un lugar concreto, proporcionando así mayor flexibilidad y comodidad.

Simultáneamente, la industria ha observado un incremento en la provisión de aplicaciones de entrenamiento móviles y la expansión de espacios exteriores con infraestructura esencial para el ejercicio deportivo. No obstante, estas opciones frecuentemente exigen que los usuarios cuenten con su propio equipo o se ajusten a instalaciones restringidas.

En este contexto, FitOut se destaca con un modelo de negocio revolucionario que proporciona un valor distintivo evidente. Al enfocarse en la portabilidad y la calidad de su equipo, FitOut posibilita que los usuarios lleven a cabo rutinas completas en lugares apropiados sin la obligación de llevar su propio material. La empresa *CuboFit* es uno de los rivales de FitOut, una compañía que proporciona contenedores móviles totalmente dotados de material deportivo, concebidos para ser instalados en lugares exteriores y simplificar entrenamientos funcionales al aire libre. Su modelo está dirigido a municipios, eventos y entidades deportivas que buscan una solución física efectiva para promover la actividad deportiva en la comunidad. A pesar de que tiene la misma misión que FitOut, descentralizar el entrenamiento del gimnasio convencional y trasladarlo a áreas abiertas, la propuesta de *CuboFit* se fundamenta en una infraestructura estable y sujeta al equipo físico (CuboFit, 2025). No obstante, el valor diferencial de FitOut está en su enfoque totalmente digital, adaptable y escalable, que posibilita a los usuarios practicar deporte en cualquier sitio sin necesidad de estructuras específicas, vinculando a individuos, entrenadores y ubicaciones mediante una aplicación dinámica, asequible y centrada en la personalización de la experiencia deportiva.

Por otro lado, el sector del fitness en España ha experimentado una notable diversificación en su oferta, abarcando desde gimnasios tradicionales hasta aplicaciones de entrenamiento digital y espacios al aire libre con equipamiento básico. Sin embargo, cada

una de estas opciones presenta limitaciones que pueden influir en la experiencia del usuario.

Los centros de fitness tradicionales, incluyendo los de menor coste, han predominado en el mercado español. Sin embargo, estos locales suelen conllevar costes extra más allá de la cuota mensual, tales como transporte, ropa apropiada y posibles gastos de aparcamiento. Además, las restricciones de horarios pueden ser un obstáculo para aquellos con horarios de trabajo rigurosos o fluctuantes, complicando la presencia constante y el cumplimiento de una rutina de actividad física. De acuerdo con un artículo de Mundo Posgrado, los abonos para los gimnasios convencionales pueden representar un desembolso permanente al que se le añaden los costes de transporte y otros costes relacionados (Mundo Posgrado, 2023).

Las aplicaciones de formación digital han crecido en popularidad gracias a su versatilidad y facilidad de acceso. Estas plataformas facilitan a los usuarios la realización de actividades físicas en cualquier sitio e instante, ajustándose a diversos modos de vida. No obstante, no poseen el elemento físico y comunitario que proporciona las experiencias en persona. La falta de interacción directa con los seres humanos puede reducir la motivación y el compromiso en el largo plazo. Además, la utilización continua de aparatos móviles durante la actividad física puede provocar distracciones y adicción a la tecnología, impactando la calidad y el enfoque durante el ejercicio. Un estudio de Mercado Fitness resalta que, pese a que las plataformas de entrenamiento digital han crecido en popularidad debido a su versatilidad, también plantean retos como la demanda de nuevas competencias en gestión de tecnología y comunicación eficaz (Mercado Fitness, 2024).

Los lugares al aire libre que cuentan con infraestructura básica para el ejercicio son una opción atractiva, particularmente en zonas urbanas. Sin embargo, estas áreas suelen tener restricciones en cuanto a versatilidad y calidad del equipamiento existente. La ausencia de un correcto mantenimiento y la falta de diversidad en los equipos pueden limitar la variedad y efectividad de las rutinas de entrenamiento. Además, elementos externos como las condiciones meteorológicas desfavorables pueden afectar la disponibilidad y el confort de su utilización.

FitOut emerge como una propuesta revolucionaria en el ámbito del fitness, al fusionar la adaptabilidad y disponibilidad de los espacios exteriores con la calidad y funcionalidad

características de un gimnasio convencional. Esta propuesta híbrida brinda a los usuarios la oportunidad de realizar entrenamientos integrales en ambientes naturales, sin las restricciones de horarios rigurosos o la obligación de comprar y llevar su propio equipo.

La inclinación hacia el ejercicio físico al aire libre ha cobrado fuerza en España, particularmente después de la pandemia, donde los individuos buscan lugares abiertos para practicar deporte de forma segura. De acuerdo con un reporte de la Consultora Deportiva Valgo, las actividades de fitness al aire libre continúan siendo las tendencias predominantes en la nación (Valgo, 2025). FitOut aprovecha esta preferencia al proporcionar estaciones equipadas en parques urbanos, promoviendo el acceso a la actividad física en ambientes naturales.

Al incorporar tecnología de vanguardia, como aplicaciones para dispositivos móviles para la reserva y administración del equipamiento, FitOut proporciona una experiencia a medida que se ajusta a las demandas particulares de cada cliente. Esta mezcla de accesibilidad, calidad y sostenibilidad distingue a FitOut de las opciones disponibles hoy en día, estableciéndola como la elección favorita para aquellos que desean una experiencia de fitness integral y en sintonía con el ambiente urbano.

3. Plan de inversión inicial

3.1. Estimación de la Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto FitOut asciende a un total de 137.946 € distribuidos en diversos conceptos esenciales para el desarrollo y puesta en marcha de la actividad. A continuación, se detalla cada uno de los componentes incluidos en la inversión inicial.

3.1.1 Equipamiento Deportivo

Para desarrollar la actividad básica del negocio se necesitan materiales deportivos para colocar dentro de las taquillas electrónicas. Estos materiales serán el producto estrella que atrae a los clientes y por lo que estarán dispuestos a pagar cierta tasa por su utilización.

En primer lugar, FitOut ofrecerá al público combas. Las combas han sido escogidas como un componente indispensable por su adaptabilidad y eficacia en incrementar la resistencia cardiovascular, la coordinación y la agilidad. Son un componente económico, pero de gran influencia en los entrenamientos funcionales, facilitando a los usuarios la ejecución

de actividades de gran intensidad en sesiones³ breves. Además, su sencillez para trasladar y almacenar las hace una elección perfecta para actividades al aire libre.

La compra inicial de combas será de 200 €. Se adquieren 18 combas para cada uno de los 3 parques donde se desarrollará la actividad, con un coste unitario de 3,70 €, lo que suma un total de 200 €. Este material es fundamental para las clases de entrenamiento funcional.

En segundo lugar, la empresa de fitness pondrá a disposición de los clientes unos sets variados de mancuernas. Los sets de mancuernas se han integrado al equipo de Fitout por su habilidad para potenciar la fuerza y la tonificación muscular. En contraposición a los aparatos de musculación, las mancuernas ofrecen un espectro de movimiento más extenso y natural, fomentando el fortalecimiento de la estabilidad y la coordinación. Adicionalmente, al proporcionar variados pesos, se pueden ajustar a distintos grados de entrenamiento, desde novatos hasta usuarios de avanzada.

Se compran de primeras 18 sets de mancuernas de distintos pesos para cada parque, con un coste unitario de 22 €, resultando en un total de 1.188 €. Estas herramientas permiten una amplia variedad de ejercicios de fuerza.

Por último, las esterillas serán el último equipamiento imprescindible para el modelo de negocio de FitOut. Se han seleccionado las esterillas debido a su relevancia en la ejecución de ejercicios de suelo, estiramientos y yoga. Ofrecen una superficie confortable y antideslizante que facilita a los usuarios el entrenamiento de manera segura, previniendo lesiones por contacto directo con el suelo. Asimismo, las esterillas son un componente crucial para la recuperación y movilidad muscular, indispensables en cualquier plan de entrenamiento balanceado.

Se adquieren 18 esterillas por parque, con un precio unitario de 10,50 €. Estas esterillas se utilizan en actividades de estiramiento, yoga y ejercicios de suelo, alcanzando un total de 567 €.

³ Se entiende por “sesión” cada uso individual del servicio FitOut por parte de un usuario, desde el momento en que accede a una taquilla mediante la app hasta que finaliza su entrenamiento y libera el equipo. Cada sesión incluye el uso de una taquilla equipada con material deportivo y tiene una duración media estimada según el mes, tal como se detalla en las proyecciones financieras pgs 32-33.

3.1.2 Utensilios de Limpieza

Para asegurar la limpieza del equipo deportivo y la protección de los usuarios, cada cliente tiene la obligación de limpiar los materiales tras su utilización. En cada parque se suministrará el equipo de limpieza requerido, garantizando un entorno seguro y exento de bacterias para todos los asistentes.

Se ha calculado un almacenamiento inicial de 60 unidades de desinfectante para los 3 parques, con un precio por unidad de 8,89 €, lo que totaliza 1.600,20 €. Este material es esencial para asegurar la higiene de los materiales tras cada utilización. Los usuarios tienen la obligación de aplicar el desinfectante en las mancuernas, combas y esterillas después de su uso, garantizando que el próximo usuario encuentre los equipos en perfecto estado.

Además, se han comprado 15 paquetes de toallas de papel y 9 de guantes de plástico desechables para satisfacer las demandas iniciales de los 3 parques, con un coste de 35 € cada pack de toallas y 55,6 € los de guantes, lo que equivale a un total de 1.890 € y 1.501 € respectivamente⁴. Se anticipa que cada individuo sea responsable de la correcta utilización de estos materiales y los utilice de forma eficaz para prevenir desperdicios.

El uso adecuado de estos instrumentos de limpieza no solo asegurará un ambiente higiénico, sino que también fortalecerá la cultura de responsabilidad colectiva entre los usuarios, fomentando costumbres de higiene y consideración hacia el equipo deportivo.

3.1.3. Infraestructura Tecnológica

Se llevó a cabo la adquisición de tres ordenadores con un coste por cada uno de 2.000,00 €, lo que suma 6.000,00 € en total. Estos aparatos serán esenciales para la administración y operación de la actividad, facilitando un manejo eficaz de datos, la comunicación interna y la coordinación de las diferentes actividades de la compañía.

Adicionalmente, se ha realizado el desarrollo inicial de la aplicación a medida, cuya inversión supera los 60.000,00 €. Esta aplicación juega un rol crucial en la administración de reservas, el manejo de pagos y el monitoreo del desempeño de los usuarios. Su puesta en marcha facilitará la mejora de la experiencia del cliente, la optimización de la

⁴ Precios teniendo en cuenta que los packs de toallas incluyen 4.000 uds. y los de guantes 10.000 uds.

organización interna y simplificará el análisis de información para la toma de decisiones tácticas.

Además, se ha contemplado el precio de la licencia anual del software como servicio (SaaS) requerido para el funcionamiento de la aplicación, que asciende a 2.000,00 €. Esta inversión asegura la disponibilidad constante de instrumentos digitales esenciales para el funcionamiento del sistema, garantizando actualizaciones, asistencia técnica y un desempeño óptimo de la plataforma.

3.1.4. Infraestructura Física

La inversión de 18.000,00 € se ha destinado a la instalación de seis taquilleros, repartidos en dos unidades para cada parque. Cada taquilla tiene un valor unitario 3.000,00 € y constituye una infraestructura vital para el funcionamiento del negocio. Los taquilleros contienen 9 taquillas cada uno, sumando 18 taquillas con material por parque. Estos almacenes no solo ofrecen un lugar cómodo para que los usuarios accedan al material deportivo de FitOut, sino que también desempeñan un papel crucial a la hora de guardar de forma segura el equipo requerido para la actividad.

El sistema de almacenaje está concebido para asegurar la protección y el acceso a los materiales deportivos utilizados en la experiencia, que se almacenan en estos recipientes cuando no se utilizan. La apertura de cada compartimento se efectúa mediante un código QR creado por la aplicación de FitOut al reservar la taquilla, facilitando así un acceso veloz y regulado. Esta incorporación a la aplicación no solo potencia la experiencia del usuario, sino que también perfecciona la administración del material, garantizando un uso eficaz y ordenado del equipo existente en cada parque.

Figura 4: Boceto taquilleros FitOut



Fuente: Elaboración propia generada con IA

Para prevenir hurtos y asegurar un uso responsable de los materiales en Fitout, se pondrá en marcha un sistema de control fundamentado en tecnología y comprobación visual. Al comenzar la reserva, cada usuario debe hacer una foto del estado en que se encuentra el espacio y los materiales mediante la aplicación, y al concluir, antes de que se agote el tiempo, debe subir una nueva imagen que demuestre cómo deja el material utilizado. Estas fotografías serán guardadas y asociadas al perfil. Adicionalmente, todas las taquillas estarán bajo supervisión a través de cámaras de seguridad que cubrirán las zonas comunes y los lugares críticos de los materiales, lo que permitirá identificar conductas sospechosas y simplificar el monitoreo en caso de problemas. Este sistema, fundamentado en la confianza, la trazabilidad y la vigilancia visual, ayudará a formar una comunidad responsable y respetuosa, minimizando al máximo los peligros de sustracción o mal uso de los recursos.

3.1.5. Marketing y Promoción

Se ha invertido una suma de 30.000,00 € en la primera estrategia de marketing, con la finalidad de divulgar el servicio en la comunidad y atraer a los primeros clientes. Dentro del marco de una empresa emergente, el marketing juega un papel crucial, pues facilita la ubicación de la marca en un mercado competitivo, provoca interés en el público meta y establece una base de usuarios leales desde el comienzo de la actividad.

Para asegurar el máximo efecto de esta inversión, se ha optado por contratar a una compañía experta en marketing, la cual se ocupará de elaborar y llevar a cabo una estrategia completa ajustada a las demandas del negocio. Esta estrategia contemplará medidas en redes sociales, utilizando plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para generar contenido cautivador, campañas de publicidad personalizadas y alianzas con *influencers* que contribuyan a la creación de reconocimiento de marca. Además, la inversión contemplará la creación de una identidad visual robusta, con un diseño de marca que represente los valores de la compañía y establezca una conexión con el público objetivo.

Finalmente, se llevarán a cabo eventos de presentación con experiencias en directo, facilitando que los primeros usuarios experimenten con el servicio y produzcan sugerencias orgánicas. Con esta mezcla de tácticas digitales y físicas, la campaña de marketing aspira no solo a captar clientes desde el comienzo, sino también a fortalecer la imagen de la marca y promover el desarrollo sostenido de la *startup*.

3.1.6. Licencias Municipales

Se tiene en cuenta una inversión de 15.000,00 € para pagar los impuestos asociados a las licencias municipales para ocupar terrenos públicos en los tres parques donde se llevará a cabo la actividad, con un gasto de 5.000,00 € por cada parque. Estas licencias son esenciales para el funcionamiento del negocio, puesto que aseguran el acatamiento de la legislación local y autorizan el empleo legal de espacios públicos para la instalación y operación de la actividad.

De esta forma, la inversión inicial requerida para el inicio del proyecto FitOut se eleva a 137.946 €, que incluye la compra de equipamiento deportivo, infraestructura física y tecnológica, además de los costes iniciales en marketing, personal y licencias administrativas. Esta organización asegura un fundamento firme para el comienzo y el adecuado desempeño de la actividad deportiva al aire libre en los parques elegidos.

Tabla 1: Inversión Inicial

Materiales	Cantidad	nº Parques	Coste/u	Total
Comba	18	3	3,7 €	200 €
Mancuernas	18	3	22,0 €	1.188 €
Esterilla	18	3	10,5 €	567 €
Guantes (stock inicial)	9	3	55,6 €	1.501 €
Toallas de papel (stock inicial)	18	3	35,0 €	1.890 €
Desinfectante (stock inicial)	60	3	8,9 €	1.600 €
Taquilleros	2	3	3.000,0 €	18.000 €
Ordenador	3	n.a.	2.000,0 €	6.000 €
Aplicación (desarrollo inicial)	1	n.a.	60.000,0 €	60.000 €
SaaS (licencia anual)	1	n.a.	2.000,0 €	2.000 €
Marketing	1	n.a.	30.000,0 €	30.000 €
Licencias Municipales	1	3	5.000,0 €	15.000 €
TOTAL				137.946 €

Fuente: Elaboración propia

3.2. Fuentes de Financiación Posibles

La financiación inicial de un proyecto de negocio o tecnológico en el entorno digital puede obtenerse de varias fuentes. Para un modelo fundamentado en redes sociales y normativas digitales, es esencial analizar alternativas que potencien la sostenibilidad y la escalabilidad del proyecto.

Dentro de las posibles fuentes de financiación principales se incluyen:

- **Capital Propio:** Contribución inicial de los fundadores o inversores privados que estén interesados en el progreso de la propuesta. Esto proporciona mayor independencia en la toma de decisiones, aunque puede restringir la capacidad de crecimiento en las primeras etapas.
- **Business Angels⁵ y Venture Capital:** Inversores expertos en empresas emergentes de tecnología y digitales pueden ofrecer capital inicial o ciclos de inversión a cambio de una participación en la compañía. Este tipo de financiación es común en iniciativas con gran potencial de expansión.
- **Préstamos Bancarios y Financiación Tradicional:** Los préstamos a empresas pueden ser una alternativa para satisfacer requerimientos de inversión inicial,

⁵ Un *business ángel* es una persona que invierte capital propio en startups normalmente en sus primeras etapas, a cambio de una participación en el capital (equity).

aunque necesitan garantías y pueden conllevar elevados gastos financieros si no se administran correctamente.

- Subvenciones y Ayudas Públicas: Hay programas del gobierno y fondos europeos, tales como los del programa *Digital Europe*⁶, que respaldan la creación de plataformas digitales con un sólido componente ético y de salvaguarda de datos.
- Financiación Colectiva y *Crowdfunding*⁷: En sitios como *Kickstarter* o *Indiegogo*, los usuarios tienen la posibilidad de sufragar el proyecto a cambio de ventajas únicas o contribuciones futuras. Este modelo resulta particularmente beneficioso para confirmar la viabilidad del negocio. Una campaña de micromecenazgo podría atraer aportaciones de futuros usuarios, aprovechando el interés en iniciativas fitness sostenibles (Indiegogo, 2025).
- Corporate Venture y Aceleradoras: Las grandes corporaciones tecnológicas y aceleradoras de empresas emergentes tienen la capacidad de proporcionar financiación, mentoría y acceso a redes de contactos estratégicos para impulsar el crecimiento de la iniciativa. Un ejemplo de ello podría ser *Wayra* de Telefónica.

Una mezcla de estas fuentes será crucial para asegurar la estabilidad económica del proyecto y posibilitar su expansión sin poner en riesgo su factibilidad a largo plazo.

3.3. Calendario de Desembolso de la Inversión Inicial

El desembolso de la inversión inicial se organizará en tres etapas estratégicas para maximizar la utilización de los recursos económicos, reducir los riesgos y asegurar que los recursos se empleen de forma eficaz de acuerdo a las demandas del negocio en cada fase. Esta organización facilitará la adaptación gradual de la inversión, previniendo costes superfluos antes de confirmar la demanda y garantizando que los componentes esenciales del proyecto estén disponibles en el instante oportuno.

Fase 1 – Desarrollo y Preparación (Meses 0-6)

En esta etapa inicial, se da prioridad a la construcción de la infraestructura fundamental del proyecto, tanto en términos tecnológicos como físicos, garantizando que se cumplan las regulaciones y la disponibilidad del equipo esencial. Una porción considerable de la inversión será asignada al desarrollo de la aplicación, dado que será el pilar del modelo

⁶ Programa de la UE que ofrece financiación a empresas con infraestructura tecnológica

⁷ El *crowdfunding*, es un método de financiación colectiva en el que muchas personas aportan pequeñas cantidades de dinero, generalmente a través de plataformas en línea, para apoyar un proyecto.

de negocio y facilitará la administración de reservas, pagos y la logística del servicio. Esta inversión, calculada en 60.000 euros, resulta crucial para proporcionar una plataforma segura y funcional desde el comienzo. Además, se comprará una licencia SaaS por un precio de 2.000 euros, imprescindible para la administración digital de bases de datos, almacenamiento en la nube y otras características tecnológicas esenciales.

Además, se compran ordenadores por un coste de 6.000 euros, esenciales para la gestión de la plataforma, la administración de clientes y la supervisión de operaciones. En esta etapa, su compra es esencial, pues sin ellos no es posible administrar eficazmente el negocio ni llevar a cabo labores administrativas. Simultáneamente, se realizará el abono de licencias municipales por un total de 15.000 euros, garantizando el cumplimiento de las regulaciones y previniendo retrasos en la puesta en marcha del servicio.

Respecto al equipo físico, se llevará a cabo una adquisición inicial de materiales fundamentales, tales como combas, mancuernas, esterillas, desinfectante, guantes desechables y toallas de papel, con un gasto total de 6.946 €. Estos componentes son esenciales para el progreso del servicio y deben estar a disposición desde el inicio de las actividades. No obstante, en esta etapa no se comprará equipo en cantidades significativas para prevenir costes superfluos antes de confirmar la demanda. Con estos desembolsos, la inversión total en la primera etapa ascenderá a 89.946 €, con la finalidad de crear la infraestructura tecnológica y jurídica requerida para el comienzo de la empresa.

Fase 2 – Lanzamiento y Validación (Meses 6-12)

Una vez consolidada la base tecnológica y jurídica, la segunda etapa se centrará en la implementación de las operaciones, la captación de clientes y la consolidación de la propuesta de valor. Durante esta etapa, se llevará a cabo una inversión de 30.000 € en marketing y publicidad, con la finalidad de captar a los primeros usuarios y fomentar la confianza en el servicio.

Igualmente, se llevará a cabo la adquisición e implementación de taquilleros en los parques, con una inversión de 18.000 €. Esta resolución se aplaza hasta la segunda etapa para prevenir un desembolso excesivo si la demanda inicial no justificaba su puesta en marcha. No obstante, una vez confirmado el modelo de negocio y la cantidad de clientes, estos taquilleros serán esenciales para optimizar la experiencia del usuario y proporcionar un servicio más integral. Con estas transferencias, la inversión total en la segunda etapa

ascenderá a 48.000 €, con la finalidad de atraer clientes, validar el modelo de negocio y asegurar el funcionamiento adecuado de las operaciones en los parques.

Fase 3 – Expansión y Crecimiento (Meses 12-24)

La tercera etapa, tras la validación del modelo y los primeros clientes fieles, se centrará en la optimización del servicio y en la preparación del negocio para su expansión a largo plazo. Se asignarán fondos para la sustitución de equipo deportivo y material de acuerdo al desgaste y la demanda detectada. Esta elección se realiza en esta etapa ya que, en las etapas previas, aún no se ha establecido con exactitud el uso efectivo de los materiales ni la necesidad de su reemplazo.

Además, se llevarán a cabo modificaciones y mejoras en la aplicación, invirtiendo en avances tecnológicos fundamentados en las opiniones de los usuarios. En este momento, se podrán incorporar nuevas características si se detectan requerimientos extra que mejoren la experiencia del usuario o aumenten la eficacia en las operaciones.

En última instancia, se analizarán nuevas vías de financiación para la expansión de la empresa. Si el proyecto ha probado su factibilidad y posee una base de usuarios sólida, se contemplará la opción de llevar a cabo ciclos de inversión extra o reinvertir las ganancias obtenidas en la ampliación a nuevos parques. Aún no se ha establecido el presupuesto para esta etapa, dado que se basará en las demandas operativas y en los recursos existentes en el momento de su puesta en marcha. No obstante, la meta será mejorar el servicio y definir una estrategia de expansión sostenida que asegure la estabilidad del negocio en el largo plazo.

Tabla 2: Fases de Inversión Inicial

Fase	Periodo	Concepto	Desembolso
Fase 1 - Desarrollo y Preparación	0-6 meses	Aplicación, licencias, equipamiento esencial	89.946 €
Fase 2 - Lanzamiento y Validación	6-12 meses	Marketing, taquilleros	48,000 €
Fase 3 - Expansión y Crecimiento	12-24 meses	Expansión y mejoras operativas	Por definir

Fuente: Elaboración propia

4. Análisis de Costes Operativos

4.1. Identificación de Costes Fijos y Variables

Es esencial el estudio de los costes operativos para establecer la viabilidad económica de FitOut, un modelo de negocio que fusiona el entrenamiento al aire libre en parques públicos con una plataforma digital para la administración de reservas y servicios. Por su estructura híbrida, los gastos de FitOut se segmentan en costes fijos y costes variables, en función de su vínculo con el volumen de actividad de la empresa.

Los costes fijos son los costes que deben ser cubiertos mensualmente, sin importar la cantidad de usuarios. Estos abarcan los sueldos del equipo directivo y operativo, la inversión en marketing para captar nuevos consumidores y el arrendamiento de un almacén para la administración del inventario de equipo deportivo. En cambio, los gastos variables se determinan por la cantidad de sesiones efectuadas y la utilización de ciertos materiales, como los de limpieza, que necesitan ser sustituidos periódicamente.

4.1.1. Costes Fijos

Los costes fijos de FitOut representan la inversión mínima requerida para mantener el servicio operativo, garantizando tanto la operación digital como la logística del equipo en los parques. Se han reconocido tres clases fundamentales de costes fijos.

El primero es el gasto en sueldos, calculado en 8.000 euros al mes, que incluye la compensación de los trabajadores responsables de la administración de la plataforma digital, la coordinación de las operaciones en los parques y el servicio al usuario. Como FitOut se basa en una mezcla de tecnología y servicio en persona, el equipo humano es esencial para asegurar una experiencia de usuario eficaz, administrar reservas y solucionar problemas en tiempo real.

La inversión en marketing es el segundo gasto fijo, que llega a 2.500 euros al mes. En un esquema empresarial que se fundamenta en suscripciones y reservas en línea, la captación de clientes es esencial para lograr la rentabilidad. La estrategia de marketing de FitOut se centrará en campañas en línea mediante redes sociales, publicidad en plataformas especializadas y medidas de lealtad para incrementar la fidelidad de los clientes.

Finalmente, se ha contemplado el alquiler de un almacén de existencias, con un gasto mensual de 1000 €, para la administración y almacenaje de materiales vitales para el entrenamiento, tales como combas, mancuernas y esterillas, además de productos de consumo que necesitan su reemplazo constante.

En resumen, los gastos fijos mensuales de FitOut llegan a 11.500 €, representando el fundamento de inversión requerido para sostener el negocio operativo sin tener que depender de las variaciones de la demanda.

Tabla 3: Costes Fijos

Costes fijos mensuales	
Salarios	8.000 €
Marketing	2.500 €
Alquiler Almacén de stock	1.000 €
TOTAL	11.500,00 €

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Coste Variables

Los costes variables tienen una relación directa con la cantidad de sesiones efectuadas en los parques y la cantidad de usuarios que hacen uso del servicio. Conforme el negocio se expanda y se incremente la cantidad de clientes, estos gastos también aumentarán de manera proporcional.

Un gasto variable detectado en FitOut es la sustitución del material de limpieza, elementos cruciales para asegurar la higiene y protección de los usuarios durante las sesiones de formación. Se ha estimado que cada utilización del servicio produce un desembolso medio de 0,3 € en estos materiales.

Dentro de los gastos variables vinculados al servicio de Fitout, también se engloba el costo de reemplazo del material deportivo debido al deterioro por uso. Para elementos como mancuernas (22 €), combas (3,70 €) y esterillas (10,50 €), teniendo en cuenta una vida útil promedio de 500 a 1.500 usos, el gasto total de reposición por cada sesión en la que se empleen estos tres materiales se ubica alrededor de 0,043 € por usuario. Esta cantidad se incluye en el cálculo de los costes variables por uso, puesto que está vinculado directamente con el volumen de actividad.

Aunque el efecto de los costes variables en esta etapa inicial es relativamente reducido en comparación con los costes fijos, su progreso dependerá del aumento en la cantidad de clientes. Teniendo en cuenta ambos costes variables, el coste por sesión de uso del servicio de FitOut se estima sea de aproximadamente 0,35 €.

4.2. Cálculo del Punto de Equilibrio (Break-Even Point)

El punto de equilibrio (Break-Even Point - BEP) representa el grado de actividad requerido para sufragar los gastos operativos de FitOut sin producir ganancias ni pérdidas. Su determinación es crucial para establecer el número de sesiones que deben ser vendidas mensualmente para lograr la sostenibilidad financiera y garantizar la factibilidad del modelo de negocio.

Para determinar el punto de equilibrio, se utiliza la fórmula siguiente:

$$\text{BEP} = \text{CF} / (\text{PU} - \text{CVU})$$

Donde:

- Costes Fijos Totales (CF): 11.300 euros/mes⁸.
- Coste Variable por Sesión (CVU): 0,35 euros por sesión (correspondiente a los consumibles de limpieza y remplazo del material deportivo).
- Precio por Unidad (PU): Se calcula con base en la tarifa media de servicio. En este caso, el modelo de negocio de FitOut establece un precio promedio de 0,19 euros por minuto, con una duración media de sesión en el primer año de 48,33 minutos.

Para reforzar la viabilidad empresarial y proteger eventuales pérdidas o deterioros de equipo, FitOut ha incluido un seguro adicional del 5% sobre el coste por sesión. Este seguro constituye un ingreso adicional por cliente y facilita la administración de reemplazos de material sin que esto perjudique los márgenes de ganancia.

La forma de obtener el nuevo precio por sesión con el 5% de seguro incluido es la siguiente:

$$\text{PU} = (0,19 \times 48,33) \times 1,05 = 9,64\text{€} / \text{sesión}$$

En la fórmula del Punto de Equilibrio:

$$\text{BEP} = 11.300 / (9,64 - 0,35) = 1.216,79$$

Interpretación del resultado: El resultado señala que, para lograr el punto de equilibrio, FitOut requiere vender cerca de 1.216,79 sesiones mensuales⁹. En otras palabras, para satisfacer todos sus gastos fijos y variables sin producir pérdidas ni ganancias, FitOut

⁸ Los primeros 3 meses.

⁹ Cada sesión supone un uso medio del servicio de FitOut de 48,33 minutos.

debe lograr un BEP de 1.216,79 sesiones. Esto significa que, desde el comienzo de las operaciones, la compañía debe concentrarse en tácticas de captación de clientes que le faciliten llegar a este límite mínimo de sesiones mensuales de 48,33 minutos.

4.3. Estrategias para Optimizar la Rentabilidad y Superar el Punto de Equilibrio

Lograr y exceder el punto de equilibrio es una meta esencial para la viabilidad y la sostenibilidad de FitOut. Aunque el cálculo del punto de equilibrio ha determinado que se necesitan 1.216,79 sesiones mensuales para cubrir los gastos operativos, la rentabilidad de la empresa se basará en la habilidad para maximizar los ingresos y gestionar los costes.

Con este fin, FitOut pondrá en marcha una serie de tácticas enfocadas en incrementar los ingresos, retener a los clientes, diversificar las fuentes de ingresos y disminuir gastos superfluos. A continuación, se exponen las medidas fundamentales para incrementar la rentabilidad de la empresa.

4.3.1. Incremento del *Ticket* Medio: Motivar Sesiones Más Extensas y Servicios Extras

Uno de los elementos cruciales para potenciar la rentabilidad es aumentar el ticket medio por cliente, es decir, el desembolso medio por usuario en cada sesión. En la actualidad, el tiempo promedio de una sesión es de 48,33 minutos, costando 0,19 euros por minuto. Si se consigue prolongar la duración media de las sesiones o fomentar la utilización de servicios extra, se podrán producir más ganancias sin la necesidad de incrementar de manera significativa la captación de nuevos clientes.

Para ello, se proponen las estrategias siguientes:

- Promociones por sesiones de mayor duración: Proporcionar rebajas graduales para sesiones que excedan un tiempo establecido. Por ejemplo, una sesión de 60 minutos podría ofrecer un descuento en el precio por minuto, motivando a los usuarios a extender su tiempo de formación.
- Servicios extra: Incluir alternativas de entrenamiento dirigido, alquiler de materiales de alta calidad u orientación personalizada dentro de la aplicación. Estos servicios adicionales posibilitarían aumentar el valor de cada sesión y producir ingresos extra.

- Paquetes de sesiones disponibles: Establecer bonos anticipados con precios ventajosos para clientes habituales. No solo incrementa el ticket medio, sino que también potencia la lealtad del usuario.

4.3.2. Estrategia de Lealtad y Mantenimiento de Clientes

El desarrollo de FitOut no solo se basa en atraer a nuevos usuarios, sino también en mantener a los clientes habituales. Una elevada tasa de retención disminuye la demanda de inversión en marketing y posibilita la generación de ingresos constantes a través del tiempo.

Las tácticas fundamentales en este ámbito comprenden:

- Sistemas de socios: Proporcionar suscripciones mensuales con ventajas únicas, tales como acceso a equipos especiales, rebajas en productos relacionados o acceso privilegiado a ciertas franjas de tiempo.
- Valoraciones por uso constante: Crear un sistema de puntos o premios en la aplicación, en el que los usuarios obtengan ventajas por cada sesión asignada y puedan intercambiarlas por rebajas o servicios extra. Este sistema permitirá crear una comunidad de *Outers* fieles e incentivar la motivación el consumo.
- Comunicación a medida: Emplear la información de los clientes para transmitir recordatorios, propuestas de formación y ofertas personalizadas de acuerdo a su historial de uso.

4.3.3. Diversificación de Fuentes de Ingresos

Para disminuir la dependencia única de las sesiones como principal generador de ingresos, FitOut podría incluir líneas de negocio complementarias que incrementen su rentabilidad. Algunas alternativas comprenden:

- Comercio de artículos deportivos: La comercialización de productos deportivos como esterillas, bandas elásticas o suplementos deportivos mediante la aplicación.
- Publicidad y alianzas: Crear ganancias a través de acuerdos con marcas deportivas, gimnasios, entrenadores individuales o plataformas de bienestar que puedan publicitar sus servicios en la aplicación.

- Actividades y clases particulares: Coordinar sesiones de entrenamiento en grupo, seminarios o desafíos de fitness con precios promocionales.

4.3.4. Optimización de Costes Operativos

Además de aumentar los ingresos, es esencial perfeccionar los costes para potenciar la rentabilidad. Se llevarán a cabo medidas como:

- Perfeccionamiento del almacenamiento: Disminuir el stock de material superfluo y perfeccionar la administración del almacén para reducir los gastos de almacenaje.
- Encuentro con proveedores: Encontrar acuerdos con proveedores de materiales deportivos y consumibles para conseguir precios más competitivos por volumen o términos de pago ventajosos.
- Disminución en los gastos de marketing: Enfocar las campañas publicitarias en tácticas de marketing digital asequibles, como la utilización de redes sociales y programas de referidos, en vez de confiar en publicidad de pago.

5. Proyecciones Financieras

5.1. Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos es un aspecto clave en la planificación financiera de FitOut, ya que permite estimar la evolución del negocio a lo largo del tiempo y evaluar la rentabilidad esperada. En este análisis, se han considerado tres años de operación, teniendo en cuenta el crecimiento progresivo en el número de usuarios, el tiempo medio de uso y los ajustes en la tarifa por minuto.

La metodología aplicada en esta proyección se basa en los siguientes elementos:

- Crecimiento del número de usuarios: Se estima un crecimiento del 4% anual en el número de usuarios diarios.
- Duración media de las sesiones: En el primer año, la media de minutos de uso es de 48,33 minutos, aumentando progresivamente en función de la experiencia del usuario y la consolidación del servicio.

- Ajuste del precio por minuto: Se prevé un incremento gradual del precio por minuto, de 0,19 € en el primer año, a 0,21 € en el segundo y 0,25 € en el tercero, reflejando la mejora del servicio y la percepción de valor por parte de los clientes.
- Seguro por uso: Se mantiene un 5% adicional en el precio por sesión, correspondiente a un seguro que los clientes pagan por posibles pérdidas o deterioro del material.

5.1.1. Proyecciones de ingresos para el Año 1

En el primer año, la cantidad de usuarios diarios fluctúa de acuerdo con las condiciones climáticas, presentando picos en meses como mayo, junio, septiembre y octubre, y una disminución en agosto. La duración promedio de uso también fluctúa dependiendo de la estación, llegando a picos en meses de gran actividad.

La proyección de ingresos mensuales para el primer año varía entre 4.740,12 € en enero y diciembre, y 27.650,70 € en los meses de mayor demanda (mayo, junio y septiembre). A la conclusión del año, los ingresos totales llegan a 169.997,94 €.

Como los costes fijos mensuales llegan a 11.300€ y los costes variables varían según la cantidad de sesiones, los gastos totales anuales llegan a 138.458,85 €, produciendo un resultado neto de 31.539 € durante el primer año.

5.1.2. Proyecciones de ingresos para el Año 2

Se espera un aumento del 4% en la cantidad de usuarios para el segundo año, lo que evidencia un crecimiento constante y sostenido. Además, se modifica el precio por minuto a 0,21€, lo que incrementa el ingreso medio por sesión.

Este ajuste en la tarifa y el aumento en la cantidad de clientes permiten que los ingresos anuales se incrementen a 195.408,16€, registrando un aumento de más de 25.000€ en comparación con el año previo.

Los gastos totales también se incrementan un poco, llegando a 138.176,90€, a causa del aumento en los costes variables vinculados a la mayor cantidad de usuarios. No obstante, el resultado neto se incrementa considerablemente, llegando a 57.231,26€, fortaleciendo la rentabilidad de la empresa.

5.1.3. Proyecciones de ingresos para el Año 3

Durante el tercer año, la expansión de los usuarios se sostiene en un 5% más, mientras que el coste por minuto se eleva a 0,25€, lo que evidencia la solidificación del servicio y el valor añadido que los clientes perciben.

Estos elementos incrementan los ingresos anuales hasta 244.260,20€, mostrando un aumento del 25% en comparación con el segundo año.

A pesar de que los costes totales también se incrementan en relación al mayor volumen de actividad, se mantienen bajo control, llegando a 138.501,06 € €. Esto posibilita producir un ingreso neto anual de 105.759,13 €, fortaleciendo la rentabilidad del modelo de negocio.

Tabla 4: Proyección de Ingresos y Gastos año 1

	Usos/día	Mins	€/min	Seguro	Ingresos/día	Ingresos/mes	CF/mes	CV/mes	CTotal/mes	Resultado
Enero	66	30	0,19 €	5%	395,01 €	4.740,12 €	11.300,00 €	124,74 €	11.424,74 €	
Febrero	66	30	0,19 €	5%	395,01 €	4.740,12 €	11.300,00 €	124,74 €	11.424,74 €	
Marzo	96	40	0,19 €	5%	766,08 €	9.192,96 €	11.300,00 €	181,44 €	11.481,44 €	
Abril	87	40	0,19 €	5%	694,26 €	8.331,12 €	11.300,00 €	164,43 €	11.464,43 €	
Mayo	165	70	0,19 €	5%	2.304,23 €	27.650,70 €	11.300,00 €	311,85 €	11.611,85 €	
Junio	165	70	0,19 €	5%	2.304,23 €	27.650,70 €	11.300,00 €	311,85 €	11.611,85 €	
Julio	120	50	0,19 €	5%	1.197,00 €	14.364,00 €	11.300,00 €	226,80 €	11.526,80 €	
Agosto	30	40	0,19 €	5%	239,40 €	2.872,80 €	11.300,00 €	56,70 €	11.356,70 €	
Septiembre	165	70	0,19 €	5%	2.304,23 €	27.650,70 €	11.300,00 €	311,85 €	11.611,85 €	
Octubre	165	60	0,19 €	5%	1.975,05 €	23.700,60 €	11.300,00 €	311,85 €	11.611,85 €	
Noviembre	120	50	0,19 €	5%	1.197,00 €	14.364,00 €	11.300,00 €	226,80 €	11.526,80 €	
Diciembre	66	30	0,19 €	5%	395,01 €	4.740,12 €	11.300,00 €	124,74 €	11.424,74 €	
Al Año	1311					169.997,94 €			- 138.077,79 €	31.920,15 €

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5: Proyección de Ingresos y Gastos año 2

	Usos/día	Mins	€/min	Seguro	Ingresos/día	Ingresos/mes	CF/mes	CV/mes	CTotal/mes	Resultado
Enero	69	30	0,21 €	5%	454,05 €	5.448,64 €	11.300,00 €	129,73 €	11.429,73 €	
Febrero	69	30	0,21 €	5%	454,05 €	5.448,64 €	11.300,00 €	129,73 €	11.429,73 €	
Marzo	100	40	0,21 €	5%	880,59 €	10.567,07 €	11.300,00 €	188,70 €	11.488,70 €	
Abril	90	40	0,21 €	5%	798,03 €	9.576,40 €	11.300,00 €	171,01 €	11.471,01 €	
Mayo	172	70	0,21 €	5%	2.648,65 €	31.783,75 €	11.300,00 €	324,32 €	11.624,32 €	
Junio	172	70	0,21 €	5%	2.648,65 €	31.783,75 €	11.300,00 €	324,32 €	11.624,32 €	
Julio	125	50	0,21 €	5%	1.375,92 €	16.511,04 €	11.300,00 €	235,87 €	11.535,87 €	
Agosto	31	40	0,21 €	5%	275,18 €	3.302,21 €	11.300,00 €	58,97 €	11.358,97 €	
Septiembre	172	70	0,21 €	5%	2.648,65 €	31.783,75 €	11.300,00 €	324,32 €	11.624,32 €	
Octubre	172	60	0,21 €	5%	2.270,27 €	27.243,22 €	11.300,00 €	324,32 €	11.624,32 €	
Noviembre	125	50	0,21 €	5%	1.375,92 €	16.511,04 €	11.300,00 €	235,87 €	11.535,87 €	
Diciembre	69	30	0,21 €	5%	454,05 €	5.448,64 €	11.300,00 €	129,73 €	11.429,73 €	
Al Año						195.408,16 €			138.176,90 €	57.231,26 €

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6: Proyección de Ingresos y Gastos año 3

	Usos/día	Mins	€/min	Seguro	Ingresos/día	Ingresos/mes	CF/mes	CV/mes	CTotal/mes	Resultado
Enero	72	30	0,25 €	5%	567,57 €	6.810,80 €	11.300,00 €	136,22 €	11.436,22 €	
Febrero	72	30	0,25 €	5%	567,57 €	6.810,80 €	11.300,00 €	136,22 €	11.436,22 €	
Marzo	105	40	0,25 €	5%	1.100,74 €	13.208,83 €	11.300,00 €	198,13 €	11.498,13 €	
Abril	95	40	0,25 €	5%	997,54 €	11.970,50 €	11.300,00 €	179,56 €	11.479,56 €	
Mayo	180	70	0,25 €	5%	3.310,81 €	39.729,69 €	11.300,00 €	340,54 €	11.640,54 €	
Junio	180	70	0,25 €	5%	3.310,81 €	39.729,69 €	11.300,00 €	340,54 €	11.640,54 €	
Julio	131	50	0,25 €	5%	1.719,90 €	20.638,80 €	11.300,00 €	247,67 €	11.547,67 €	
Agosto	33	40	0,25 €	5%	343,98 €	4.127,76 €	11.300,00 €	61,92 €	11.361,92 €	
Septiembre	180	70	0,25 €	5%	3.310,81 €	39.729,69 €	11.300,00 €	340,54 €	11.640,54 €	
Octubre	180	60	0,25 €	5%	2.837,84 €	34.054,02 €	11.300,00 €	340,54 €	11.640,54 €	
Noviembre	131	50	0,25 €	5%	1.719,90 €	20.638,80 €	11.300,00 €	247,67 €	11.547,67 €	
Diciembre	72	30	0,25 €	5%	567,57 €	6.810,80 €	11.300,00 €	136,22 €	11.436,22 €	
Al Año						244.260,20 €			138.305,75 €	105.954,45 €

Fuente: Elaboración Propia

5.2. Segunda Inversión final del año 3

Se prevé una segunda inversión para el tercer año, enfocada en fortalecer y perfeccionar la capacidad de funcionamiento del servicio, evitando la necesidad de duplicar su infraestructura global. Esta ampliación implica la implementación de 4 nuevos taquilleros en 2 parques nuevos (2 taquilleros en cada parque) y 1 taquilla adicional en cada uno de los 3 parques ya existentes, lo que resulta en un total de 7 nuevas taquillas. A este avance se añade la incorporación de 3 trabajadores más para satisfacer la demanda en aumento, además de la compra de nuevos materiales y equipos requeridos para cada taquilla, que incluyen sistemas de seguridad, paneles de control y aparatos tecnológicos relacionados. El propósito de esta inversión no solo es incrementar la cantidad de servicios diarios disponibles, sino también asegurar una experiencia más eficaz y profesional para los usuarios, fortaleciendo de esta manera la posición del proyecto en el mercado y preparando el terreno para una futura expansión más audaz.

La segunda inversión prevista para el tercer año es de aproximadamente 24.520 € y se adecua a la demanda de incrementar y optimizar la capacidad operativa del servicio en un periodo crucial de consolidación del modelo empresarial. Esta inversión comprende el montaje de 7 nuevos taquilleros que representa una expansión estratégica que fortalece tanto la cobertura territorial como la disponibilidad de uso. Se ha estimado un coste por taquilla en 2.000 €, lo que supone un desembolso de 14.000 € en infraestructura. A esto se le añaden 2.280,60 € en materiales deportivos, estimados en función de 63 unidades requeridas para las 7 nuevas taquillas, con un coste medio de 36,20 € por cada unidad.¹⁰ Finalmente, se contempla la incorporación de cuatro empleados nuevos, con un gasto mensual de 2.060 €¹¹, lo que incrementa este monto a 8.240 €. Esta inversión posibilita la expansión gradual del modelo, maximizando recursos y ajustándose al aumento de la demanda sin poner en riesgo la viabilidad financiera del proyecto.

¹⁰ Calculado sumando el precio unitario de las mancuernas, comba y esterilla para hallar el precio unitario por taquilla.

¹¹ Ajustado a cambios de IPC.

Tabla 7: Reinversión Año 3

Concepto	Cantidad	Precio/u (€)	Total (€)
Nuevas taquillas en 2 parques nuevos ¹²	4	2000	8000
Nuevas taquillas en 3 parques existentes (1 c/u)	3	2000	6000
Coste total materiales	63	36,2	2280,6
Contratación de 3 empleados (anual)	4	2060	8240
Total Inversión año 3			24520,6

Fuente: Elaboración propia

5.3. Estado de Resultados a 3-5 años

El progreso del proyecto durante los cinco años estudiados muestra una tendencia positiva evidente en cuanto a rentabilidad y escalabilidad. La expansión operativa llevada a cabo a final del tercer año, que conllevó un aumento del 116% en la cantidad de taquillas¹³, ha facilitado la absorción de una demanda más amplia y la generación de flujos de efectivo más altos. Aunque los gastos fijos mensuales se incrementaron a 17.500 € por el aumento de personal, desde entonces —abarcando mantenimiento, personal y ampliación de operaciones—, el modelo de negocio consigue conservar márgenes de ganancia considerables debido a un uso intensivo del servicio y a un aumento estratégico en la tarifa por minuto, que se ha ajustado al aumento debido a un aumento del 3% anual de acuerdo al promedio del IPC.

En particular, los ingresos anuales se ubican en 543.430,09 € durante el cuarto ejercicio y llegan a 587.719,64 € en el quinto, con ganancias netas que llegan a 332.347,79 € y 376.583,23 € respectivamente, incluso cubriendo la inversión extra de 22.280,60 € efectuada al concluir el tercer ejercicio. Estos hallazgos refuerzan la robustez financiera del proyecto, que muestra una TIR ajustada del 53,43%, considerablemente superior a la media de proyectos convencionales. Esta ganancia, junto con la anticipación de los ingresos y la escalabilidad del modelo, ratifica la factibilidad y el atractivo económico de la inversión a medio y largo plazo.

¹² Se deberá llevar a cabo una nueva negociación de licencias para los nuevos parques.

¹³ Antes había 6 taquilleros distribuidas e 3 parques, ahora hay 13 taquilleros distribuidas en 5 parques.

Tabla 8: Proyección de Ingresos y Gastos Año 4

	Usos/día	Mins	€/min	Seguro	Ingresos/día	Ingresos/mes	CF/mes	CV/mes	CTotal/mes	Resultado
Enero	156	30	0,26 €	5%	1.262,72 €	15.152,68 €	17.500,00 €	54,49 €	17.554,49 €	
Febrero	156	30	0,26 €	5%	1.262,72 €	15.152,68 €	17.500,00 €	54,49 €	17.554,49 €	
Marzo	226	40	0,26 €	5%	2.448,92 €	29.387,01 €	17.500,00 €	79,25 €	17.579,25 €	
Abril	205	40	0,26 €	5%	2.219,33 €	26.631,98 €	17.500,00 €	71,82 €	17.571,82 €	
Mayo	389	70	0,26 €	5%	7.365,88 €	88.390,61 €	17.500,00 €	136,22 €	17.636,22 €	
Junio	389	70	0,26 €	5%	7.365,88 €	88.390,61 €	17.500,00 €	136,22 €	17.636,22 €	
Julio	283	50	0,26 €	5%	3.826,43 €	45.917,20 €	17.500,00 €	99,07 €	17.599,07 €	
Agosto	71	40	0,26 €	5%	765,29 €	9.183,44 €	17.500,00 €	24,77 €	17.524,77 €	
Septiembre	389	70	0,26 €	5%	7.365,88 €	88.390,61 €	17.500,00 €	136,22 €	17.636,22 €	
Octubre	389	60	0,26 €	5%	6.313,62 €	75.763,38 €	17.500,00 €	136,22 €	17.636,22 €	
Noviembre	283	50	0,26 €	5%	3.826,43 €	45.917,20 €	17.500,00 €	99,07 €	17.599,07 €	
Diciembre	156	30	0,26 €	5%	1.262,72 €	15.152,68 €	17.500,00 €	54,49 €	17.554,49 €	
Al Año						543.430,09 €			211.082,30 €	332.347,79 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Proyección de Ingresos y Gastos Año 5

	Usos/día	Mins	€/min	Seguro	Ingresos/día	Ingresos/mes	CF/mes	CV/mes	CTotal/mes	Resultado
Enero	163	30	0,27 €	5%	1.365,63 €	16.387,62 €	17.500,00 €	57,21 €	17.557,21 €	
Febrero	163	30	0,27 €	5%	1.365,63 €	16.387,62 €	17.500,00 €	57,21 €	17.557,21 €	
Marzo	238	40	0,27 €	5%	2.648,50 €	31.782,05 €	17.500,00 €	83,22 €	17.583,22 €	
Abril	215	40	0,27 €	5%	2.400,21 €	28.802,48 €	17.500,00 €	75,41 €	17.575,41 €	
Mayo	409	70	0,27 €	5%	7.966,20 €	95.594,45 €	17.500,00 €	143,03 €	17.643,03 €	
Junio	409	70	0,27 €	5%	7.966,20 €	95.594,45 €	17.500,00 €	143,03 €	17.643,03 €	
Julio	297	50	0,27 €	5%	4.138,29 €	49.659,45 €	17.500,00 €	104,02 €	17.604,02 €	
Agosto	74	40	0,27 €	5%	827,66 €	9.931,89 €	17.500,00 €	26,00 €	17.526,00 €	
Septiembre	409	70	0,27 €	5%	7.966,20 €	95.594,45 €	17.500,00 €	143,03 €	17.643,03 €	
Octubre	409	60	0,27 €	5%	6.828,17 €	81.938,10 €	17.500,00 €	143,03 €	17.643,03 €	
Noviembre	297	50	0,27 €	5%	4.138,29 €	49.659,45 €	17.500,00 €	104,02 €	17.604,02 €	
Diciembre	163	30	0,27 €	5%	1.365,63 €	16.387,62 €	17.500,00 €	57,21 €	17.557,21 €	
Al Año						587.719,64 €			211.136,41 €	376.583,23 €

Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Evaluación de la Viabilidad Económica de FitOut

Durante este estudio, se ha demostrado que FitOut es un proyecto económicamente factible, financieramente rentable y estratégicamente en sintonía con las nuevas exigencias del mercado deportivo y urbano. El modelo fusiona la tecnología, la salud y la sostenibilidad, tres elementos que determinan tanto el presente como el porvenir de los patrones de consumo. La propuesta se fundamenta en una red de parques urbanos dotados de taquillas inteligentes para la práctica al aire libre, administrados mediante una aplicación intuitiva, con precios competitivos y una estructura de costes eficaz.

En términos financieros, se ha comprobado la factibilidad del modelo con una Tasa Interna de Retorno (TIR) ajustada del 53,31%, después de tener en cuenta la inversión inicial y la segunda expansión durante el tercer año. Esta cantidad, que sobrepasa considerablemente los estándares comunes en empresas convencionales, se debe a una mezcla de factores: una inversión inicial relativamente baja, la habilidad de expandirse rápidamente sin la necesidad de duplicar los costes operativos, y una estrategia de monetización simple pero efectiva.

Tabla 10: Tasa Interna Retorno FitOut

Años	Flujos de Caja
0	- 137.946,20 €
1	31.539,09 €
2	56.930,95 €
3.1	105.759,13 €
3.2	- 24.520,60 €
4	332.347,79 €
5	376.583,23 €
TIR	53,31%

Fuente: Elaboración propia

El punto de inflexión clave del proyecto se produce en el año 3, con la incorporación de 7 nuevas taquillas, que supone un crecimiento del 116% en infraestructura operativa. Además, el ambiente seleccionado para la creación de FitOut es el idóneo. Madrid, al igual que otras grandes ciudades de España, ofrece las condiciones ideales para la implementación de este tipo de modelo. Primero, debido al clima propicio, que facilita la realización de ejercicios al aire libre durante gran parte del año. En segundo lugar,

debido a la inclinación ascendente hacia formas de vida sanas, que se ha agudizado después de la pandemia. En años recientes, ha habido un incremento en el entrenamiento funcional, el deporte en la ciudad y las rutinas no tradicionales, lo que hace que estas iniciativas sean muy atractivas para un público joven, dinámico y digital. Además, el sólido respaldo institucional a proyectos sostenibles en lugares públicos de la ciudad fortalece las oportunidades de crecimiento a través de convenios con ayuntamientos, distritos o patrocinadores relacionados con la salud.

6.2. Recomendaciones para la Sostenibilidad Financiera y Crecimiento

Para asegurar el éxito a medio y largo plazo de FitOut, se debe seguir una estrategia de crecimiento gradual, fundamentada en la consolidación de los parques actuales antes de enfrentar nuevas ampliaciones. Será crucial continuar supervisando la rentabilidad por parque y la rotación diaria de usuarios para identificar oportunidades de optimización y potenciar el rendimiento por unidad.

Además, se aconseja diversificar las vías de obtención de ingresos. En la actualidad, el modelo se fundamenta en la utilización por minuto, sin embargo, hay potencial para incorporar servicios adicionales que aporten valor adicional: entrenamientos guiados a través de la aplicación, desafíos de la comunidad, clases en directo, sistemas de suscripción o alianzas con *personal trainers* certificados. Esta variedad posibilitaría aumentar el *ticket* medio por usuario sin incrementar proporcionalmente los gastos operativos, potenciando así la lealtad.

En términos financieros, se recomienda mantener una política de ajuste de precios moderada y justificada, relacionada con el Índice de Precios al Consumidor o con el valor que el usuario percibe. En el panorama previsto, se ha implementado un incremento anual del 3%, en consonancia con la inflación promedio, lo que posibilita mantener el margen sin impactar en la competitividad. Igualmente, es necesario mantener el balance entre los costes fijos y variables para mantener la eficiencia en las operaciones, particularmente cuando se incorporan nuevos recursos humanos o tecnológicos.

Finalmente, se aconseja incrementar la notoriedad de la marca a través de campañas de marketing digital geolocalizadas y alianzas con *influencers* del sector fitness, además de indagar en acuerdos con entidades públicas para conseguir autorizaciones, subvenciones o cesiones de espacio. Si FitOut sigue ajustándose al contexto, proporcionando una

experiencia distintiva y manejando con cautela su expansión, posee un gran potencial para transformarse en un líder en el sector de soluciones inteligentes deportivas urbanas en España.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Javiera Murube Maldonado, estudiante de ADE y Relaciones Internacionales de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "FitOut: plan de negocio para una *startup* de innovación en el deporte al aire libre", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
3. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
4. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
5. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
6. **Generador de datos sintéticos de prueba:** Para la creación de conjuntos de datos ficticios.
7. **Generador de problemas de ejemplo:** Para ilustrar conceptos y técnicas.
8. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 24 Marzo 2025

Firma: Javiera Murube Maldonado

7. Bibliografía

- Área Delegada de Deporte del Ayuntamiento de Madrid. (2022). *El futuro es el deporte: Plan Director del Deporte de la Ciudad de Madrid*. Ayuntamiento de Madrid. <https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Deportes/Promocionales/Promocionales2023/04Abril/PlanDirector/Ficheros/PlanDirectorMadrid.pdf>
- Arregui, A. (2024). *La evolución del entrenador personal en la era digital: Desafíos y oportunidades*. Mercado Fitness. <https://mercadofitness.com/la-evolucion-del-entrenador-personal-en-la-era-digital-desafios-y-oportunidades/>
- Cadena SER. (2024). *La economía del fitness*. <https://cadenaser.com/nacional/2024/03/19/la-economia-del-fitness-cadena-ser/>
- CIC Construcción. (2024). *España recupera su inversión en espacios de oficinas*. <https://www.cicconstruccion.com/texto-diario/mostrar/5079915/espana-recupera-inversion-espacios-oficinas>
- Correa Lázaro, E. (2024). *Industria del deporte y el fitness*. OBS Business School. <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20Industria%20del%20deporte%20y%20el%20fitness.pdf>
- Cruz Peña, J. (2025). *Santander, BBVA, Deutsche y Unicaja financian la apertura de 80 nuevos gimnasios a la cadena Synergym*. Cinco Días. <https://cincodias.elpais.com/companias/2025-02-04/santander-bbva-deutsche-y-unicaja-financian-la-apertura-de-80-nuevos-gimnasios-a-la-cadena-synergym.html>
- CuboFit. (2024). Modelos CuboFit. <https://www.cubofit.es/modelos/>
- El País. (2024, 19 de diciembre). *La Diputación de Barcelona destina 15 millones a la reforma de equipamientos deportivos*. <https://elpais.com/espana/catalunya/2024-12-19/la-diputacion-de-barcelona-destina-15-millones-a-la-reforma-de-equipamientos-deportivos.html>
- Garijo, C. (2024, 29 de noviembre). *'Healthy Cities 2024': millones de pasos en favor del medio ambiente*. El País. <https://elpais.com/economia/especial-rsc/2024-11-29/healthy-cities-2024-millones-de-pasos-en-favor-del-medio-ambiente.html>

- GO fit. (s.f.). *Centros Deportivos GO fit*. <https://go-fit.es/>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (s.f.). Índice de Precios de Consumo (IPC). https://www.ine.es/prensa/ipc_tabla.htm (Consultado el 24 de marzo de 2025)
- Jiménez, D. (2024). *Deporte y trabajo: un tándem beneficioso para empleados y empresa*. Haz Revista. <https://hazrevista.org/rsc/2024/09/deporte-trabajo-tandem-beneficioso-empleados-empresa/>
- Latorre, M. (2024). *Puesta al día de las instalaciones deportivas de Barcelona: el Ayuntamiento invertirá 10 millones en repararlas y mejorarlas*. 20 Minutos. <https://www.20minutos.es/noticia/5662495/0/puesta-al-dia-de-las-instalaciones-deportivas-de-barcelona-el-ayuntamiento-invertira-10-millones-en-repararlas-y-mejorarlas/>
- Lidera Energía. (2024). *¿Cuántas horas de sol al año hay en cada provincia de España?* <https://www.lideraenergia.com/cuantas-horas-de-sol-al-ano-hay-en-cada-provincia-de-espana/>
- Llopis Goig, R. (2024). *La práctica deportiva en la sociedad española: Pautas, tendencias y evolución reciente*. Funcas. <https://www.funcas.es/articulos/la-practica-deportiva-en-la-sociedad-espanola-pautas-tendencias-y-evolucion-reciente/>
- Manahén García, M. (2023). *Las grandes zonas verdes de Madrid, al detalle: parques, jardines y un cinturón verde*. El Debate. https://www.eldebate.com/espana/madrid/20231008/grandes-zonas-verdes-madrid-detalle-parques-jardines-cinturon-verde_144780.html
- Mundo Posgrado. (s.f.). *Gimnasio en casa vs gimnasio tradicional: pros y contras para tu entrenamiento*. <https://www.mundoposgrado.com/gimnasio-en-casa-vs-gimnasio-tradicional/>
- Palco23. (2024). *Los gimnasios españoles prevén incrementar sus ingresos en 2024*. Mundo Deportivo. <https://www.mundodeportivo.com/palco23/fitness/los-gimnasios-espanoles-preven-incrementar-sus-ingresos-en-2024>

- Pérez Treviño, J. L. (2024). Los avances tecnológicos y el futuro del deporte. *Revista de Estudios Funcas*, (187). <https://www.funcas.es/articulos/los-avances-tecnologicos-y-el-futuro-del-deporte/>
- PwC. (2020). *La industria deportiva aporta el 3,3% del PIB español y genera 414.000 puestos de trabajo*. <https://www.pwc.es/es/sala-prensa/notas-prensa/2020/industria-deportiva-pib-espanol.html>
- The New Barcelona Post. (2021). *La Diputación de Barcelona destina cerca de 8 millones de euros a impulsar el deporte en la provincia*. <https://www.thenewbarcelonapost.com/la-diputacion-de-barcelona-destina-cerca-8-millones-euros-impulsa-deporte-provincia/>
- Unitree. (2024). Pump Max – Home fitness equipment [Campaña de crowdfunding]. Indiegogo. <https://www.indiegogo.com/projects/unitree-pump-max-home-fitness-equipment#/>
- Valgo. (2024). *Tendencias fitness en España para 2025*. <https://www.valgo.es/blog/tendencias-fitness-en-espana-para-2025?elem=343095>
- Vázquez, A. T. (2024). *La cadena malagueña de gimnasios Synergym cierra 2024 con una facturación de 50 millones y casi 800 empleados*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/andalucia/2024/12/18/la-cadena-malaguena-de-gimnasios-synergym-cierra-2024-con-una-facturacion-de-50-millones-y-casi-800-empleados-ser-malaga/>

Anexos:

Tablas:

- Tabla 1: Inversión Inicial
- Tabla 2: Fases de Inversión Inicial
- Tabla 3: Costes Fijos
- Tabla 4: Proyección de Ingresos y Gastos Año 1
- Tabla 5: Proyección de Ingresos y Gastos Año 2
- Tabla 6: Proyección de Ingresos y Gastos Año 3
- Tabla 7: Reinversión Año 3
- Tabla 8: Proyección de Ingresos y Gastos Año 4
- Tabla 9: Proyección de Ingresos y Gastos Año 5
- Tabla 10: Tasa Interna Retorno FitOut

Gráficos:

- Figura 1: Logo de la empresa
- Figura 2: Aplicación FitOut
- Figura 3: Evolución de la Práctica Deportiva en España
- Figura 4: Boceto taquilleros FitOut