



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

# **PLAN DE NEGOCIO: POZUELO FITNESS CENTER**

Autor: Miguel Cobo Pérez Minayo  
Director: Antonio Rúa Vieites

MADRID | Diciembre 2024



---

## Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado consiste en el modelo de negocio de Pozuelo Fitness Center, un gimnasio premium en Pozuelo de Alarcón, Madrid, que ofrece un enfoque integral combinando servicios de fitness, nutrición y fisioterapia. El proyecto busca satisfacer la creciente demanda de servicios de salud y bienestar de alta calidad en una zona caracterizada por su alto poder adquisitivo y un interés creciente por el cuidado integral de la salud.

El análisis de mercado realizado destaca un entorno demográfico favorable, con una población significativa en el rango de edad objetivo y una creciente conciencia sobre la importancia del bienestar. Este contexto refuerza la viabilidad de la propuesta, posicionando a Pozuelo Fitness Center como una solución única y diferenciada en el mercado local, especialmente por su enfoque integral de salud y bienestar.

El modelo de negocio se basa en ofrecer una experiencia personalizada respaldada por profesionales altamente cualificados y equipamiento de última generación. La estrategia de precios contempla varias opciones de suscripción adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente, con la opción de adquirir servicios de forma independiente, incluyendo una tienda de nutrición especializada.

El análisis competitivo identifica oportunidades clave de diferenciación, especialmente a través de la oferta integrada de servicios, lo que posiciona al gimnasio como una opción más completa en comparación con la competencia local. La estrategia de marketing se centra en resaltar la calidad, personalización y exclusividad de los servicios, utilizando tanto canales digitales como tradicionales para conectar con el público objetivo.

El plan financiero establece una inversión inicial bien estructurada, combinando recursos propios y financiación externa, con proyecciones que cubren escenarios favorables, moderados y desfavorables, lo que asegura la viabilidad económica y el crecimiento potencial del proyecto.

En resumen, Pozuelo Fitness Center se presenta como una propuesta innovadora y viable en el mercado de fitness premium, alineada con las tendencias actuales de salud y bienestar integral. Con un análisis de mercado detallado y una planificación financiera sólida, el proyecto tiene el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad local y de expandirse en el futuro.

### Palabras clave:

Modelo de negocio, gimnasio premium, bienestar integral, nutrición personalizada, fisioterapia, planificación financiera.

---

## Abstract

This Bachelor's Thesis focuses on the business model of Pozuelo Fitness Center, a premium gym located in Pozuelo de Alarcón, Madrid, offering an integrated approach that combines fitness, nutrition, and physiotherapy services. The project aims to meet the growing demand for high-quality health and wellness services in an area characterized by high purchasing power and an increasing interest in comprehensive health care.

The market analysis highlights a favorable demographic environment, with a significant population in the target age range and a growing awareness of the importance of well-being. This context reinforces the feasibility of the proposal, positioning Pozuelo Fitness Center as a unique and differentiated solution in the local market, particularly due to its integrated approach to health and wellness.

The business model is based on offering a personalized experience supported by highly qualified professionals and latest equipment. The pricing strategy includes various subscription options tailored to the individual needs of each client, with the possibility of purchasing services independently, including a specialized nutrition store.

The competitive analysis identifies key differentiation opportunities, particularly through the integrated service offering, positioning the gym as a more complete option compared to local competitors. The marketing strategy focuses on highlighting the quality, personalization, and exclusivity of the services, using both digital and traditional channels to connect with the target audience.

The financial plan outlines a well-structured initial investment, combining own resources and external financing, with projections covering favorable, moderate, and unfavorable scenarios, ensuring the economic viability and potential growth of the project.

In summary, Pozuelo Fitness Center presents an innovative and viable proposal in the premium fitness market, aligned with current trends in health and wellness. With a detailed market analysis and solid financial planning, the project has the potential to make a positive impact on the local community and expand in the future.

## Keywords:

Business model, premium gym, integrated wellness, personalized nutrition, physiotherapy, financial planning.

# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>8</b>
1.1. Resumen ejecutivo del proyecto . . . . .	8
1.2. Evolución del proyecto: orígenes de la idea y situación actual . . . . .	8
<b>2. Análisis del mercado</b>	<b>10</b>
2.1. Demografía y perfil del cliente . . . . .	10
2.2. Tendencias del mercado . . . . .	12
2.3. Oportunidades y amenazas . . . . .	13
<b>3. Análisis de la encuesta</b>	<b>15</b>
3.1. Introducción al análisis de la encuesta de mercado . . . . .	15
3.2. Análisis de la distribución por sexo . . . . .	16
3.3. Análisis de la distribución por edad . . . . .	17
3.4. Análisis de la distribución por nivel de estudios . . . . .	18
3.5. Análisis de la distribución por lugar de residencia . . . . .	19
3.6. Análisis de la distribución por situación laboral . . . . .	20
3.7. Análisis de la distribución por ingresos mensuales . . . . .	22
3.8. Análisis de la importancia de variables en el estudio . . . . .	23
3.9. Análisis de la dedicación semanal al ejercicio físico . . . . .	28
3.10. Análisis de las preferencias horarias para el ejercicio . . . . .	29
3.11. Distribución del gasto mensual . . . . .	30
3.12. Distribución de la disposición a pagar por un gimnasio de alta calidad . . . . .	31
3.13. Análisis de factores valorados en un gimnasio . . . . .	33
3.14. Análisis del interés en servicios complementarios . . . . .	36

---

3.15. Análisis de la disposición a pagar por servicios de fisioterapia . . . . .	38
3.16. Análisis de la disposición a pagar por asesoramiento nutricional . . . . .	40
3.17. Análisis final del estudio de mercado . . . . .	43
<b>4. Análisis de la competencia</b>	<b>45</b>
4.1. Competencia Directa: . . . . .	45
4.2. Competencia Indirecta . . . . .	48
4.3. Análisis Comparativo . . . . .	48
4.4. Oportunidades de Diferenciación . . . . .	49
<b>5. Propuesta de Valor</b>	<b>50</b>
5.1. Servicios principales (fitness, nutrición, fisioterapia) . . . . .	50
5.2. Diferenciación y ventajas competitivas . . . . .	50
<b>6. Plan de Marketing</b>	<b>52</b>
6.1. Estrategia de marketing mix . . . . .	52
6.2. Estrategia de comunicación . . . . .	53
<b>7. Marco Jurídico-Fiscal</b>	<b>55</b>
7.1. Ventajas de la Sociedad de Responsabilidad Limitada . . . . .	55
7.2. Obligaciones Fiscales y Legales . . . . .	55
7.3. Obligaciones Laborales . . . . .	56
7.4. Permisos y Licencias . . . . .	56
7.5. Cobertura de Seguros . . . . .	56
7.6. Marco Normativo Aplicable . . . . .	56
<b>8. Análisis PESTEL</b>	<b>58</b>

<b>9. Plan Operativo</b>	<b>60</b>
9.1. Recursos necesarios: . . . . .	60
9.2. Organización del equipo . . . . .	61
<b>10. Plan Financiero</b>	<b>63</b>
10.1. Inversión inicial . . . . .	63
10.2. Financiación del Proyecto . . . . .	69
10.3. Proyección de ingresos y gastos . . . . .	71
10.4. Evaluación de rentabilidad . . . . .	73
10.4.1. Escenario Favorable . . . . .	73
10.4.2. Escenario Moderado . . . . .	79
10.4.3. Escenario Desfavorable . . . . .	82
10.4.4. Análisis de Escenarios y Sensibilidad . . . . .	85
<b>11. Conclusión</b>	<b>88</b>
<b>12. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos     Fin de Grado</b>	<b>89</b>
<b>Referencias</b>	<b>90</b>
<b>Anexo I: Encuesta sobre hábitos de consumo en gimnasios y centros de bienestar en Madrid</b>	<b>91</b>

## Índice de figuras

1. Evolución de la población (Pozuelo de Alarcón) . . . . .	10
2. Pirámide población (Pozuelo de Alarcón) . . . . .	12
3. Distribución de sexos . . . . .	16
4. Distribución de edades . . . . .	17

5.	Distribución por nivel de estudios . . . . .	18
6.	Distribución por lugar de residencia . . . . .	19
7.	Distribución por situación laboral . . . . .	20
8.	Distribución por rango de ingresos mensuales . . . . .	22
9.	Importancia de mejorar la salud . . . . .	23
10.	Importancia de controlar el peso . . . . .	24
11.	Importancia de ganar fuerza o masa muscular . . . . .	24
12.	Importancia de reducir el estrés . . . . .	25
13.	Importancia de la estética (mejorar la apariencia) . . . . .	25
14.	Importancia de socializar o formar parte de un grupo . . . . .	26
15.	Importancia de variables en el estudio . . . . .	26
16.	Dedicación semanal al ejercicio físico . . . . .	28
17.	Momento del día más conveniente para hacer ejercicio . . . . .	29
18.	Distribución de cuotas mensuales de gimnasio . . . . .	30
19.	Disposición a pagar mensualmente por un gimnasio de calidad . . . . .	31
20.	Importancia de la calidad de la maquinaria en un gimnasio . . . . .	33
21.	Importancia de la variedad de clases grupales en un gimnasio . . . . .	33
22.	Importancia de la limpieza e higiene en un gimnasio . . . . .	34
23.	Importancia del trato del personal en un gimnasio . . . . .	34
24.	Importancia de la cercanía a mi domicilio en un gimnasio . . . . .	35
25.	Puntuaciones de aspectos valorados en un gimnasio . . . . .	35
26.	Distribución de precios para sesión de fisioterapia (60 min) . . . . .	38
27.	Distribución de precios para sesión de fisioterapia (10 sesiones) . . . . .	39
28.	Distribución de precios para plan mensual de asesoramiento nutricional . . . . .	40

29.	Distribución de precios para plan anual de asesoramiento nutricional . . . . .	42
30.	Interés en gimnasio integrado de fitness, nutrición y fisioterapia . . . . .	43
31.	Anuncio del local . . . . .	63
32.	Localización en Centro Comercial Monteclaro . . . . .	64
33.	Simulación de hipoteca . . . . .	70
34.	Evolución del préstamo . . . . .	77
35.	Evolución del pago mensual de intereses . . . . .	77

## Índice de tablas

1.	Pirámide de población por grupo de edad y sexo (Pozuelo de Alarcón) . . . . .	11
2.	Resumen financiación hipotecaria . . . . .	69
3.	Tabla de amortización del préstamo hipotecario . . . . .	76

# 1 Introducción

## 1.1. Resumen ejecutivo del proyecto

El proyecto desarrollado corresponde a la creación de un gimnasio premium denominado Pozuelo Fitness Center, situado en Pozuelo de Alarcón. Este gimnasio está diseñado para satisfacer las necesidades de salud, bienestar físico y recuperación de sus clientes mediante una oferta integral que combina servicios de fitness, asesoramiento nutricional, fisioterapia y suplementación deportiva, todo en un mismo espacio.

Pozuelo Fitness Center se diferencia de otros gimnasios en la zona al integrar estas áreas en una experiencia personalizada que abarca tanto la mejora del rendimiento físico como la prevención y tratamiento de lesiones. Esta propuesta está respaldada por un equipo multidisciplinar compuesto por entrenadores personales, nutricionistas, fisioterapeutas y gestores especializados, quienes aseguran un enfoque profesional y orientado a los resultados.

Además, la oferta incluye una tienda de suplementación deportiva y la posibilidad de acceder a servicios personalizados adaptados a las necesidades específicas de cada cliente. De este modo, el gimnasio busca ofrecer una experiencia de calidad, con un ambiente moderno, acogedor y exclusivo, que combine la última tecnología en equipamiento con un trato cercano y profesional.

La misión de Pozuelo Fitness Center es posicionarse como un referente en el ámbito del fitness y el bienestar físico, promoviendo estilos de vida saludables mediante programas integrales que aborden todas las dimensiones del cuidado personal. El objetivo no es solo mejorar la condición física de los clientes, sino también fomentar su salud a largo plazo, con un enfoque en la prevención de lesiones, el control nutricional y el rendimiento físico óptimo.

## 1.2. Evolución del proyecto: orígenes de la idea y situación actual

El concepto de Pozuelo Fitness Center surge como respuesta a una creciente demanda de servicios de salud y bienestar integrales. En un entorno socioeconómico como Pozuelo de Alarcón, donde los habitantes valoran la calidad, exclusividad y personalización en los servicios que consumen, se detectó una oportunidad única para crear un gimnasio que integre fitness, nutrición y fisioterapia bajo un mismo techo. Aunque existen gimnasios establecidos en la zona, ninguno ofrece una propuesta similar, lo que refuerza la diferenciación del proyecto.

El desarrollo del proyecto ha seguido un enfoque estructurado, comenzando con la identificación de las necesidades del mercado. Para ello, se ha realizado un análisis demográfico y socioeconómico de Pozuelo de Alarcón, así como un estudio exhaustivo de las tendencias del sector del fitness y del bienestar. Este análisis ha permitido establecer un perfil claro del público objetivo, destacando sus preferencias, hábitos y disposición a pagar por servicios de alta calidad.

Además, se han analizado las características de la competencia existente en la zona, tanto directa como indirecta, para identificar las fortalezas y debilidades de sus propuestas. Este análisis ha sido clave para diseñar una estrategia que maximice las oportunidades de diferenciación y destaque los valores únicos de Pozuelo Fitness Center.

En paralelo, se ha trabajado en el diseño de una propuesta de valor clara y diferenciada, orientada a ofrecer una experiencia integral y personalizada. Esta propuesta no solo incluye servicios de fitness, nutrición y fisioterapia, sino que también incorpora elementos como la suplementación deportiva y la tecnología avanzada para el seguimiento de los progresos de los clientes.

El proyecto ha avanzado también en la planificación de los aspectos operativos y financieros. Se ha definido un modelo de negocio que incluye una estructura de ingresos diversificada y una estrategia de precios competitiva, adaptada a las características del público objetivo. Del mismo modo, se han identificado los recursos necesarios, tanto materiales como humanos, para garantizar un funcionamiento eficiente del gimnasio desde su apertura.

Finalmente, se han establecido las bases legales y fiscales necesarias para el desarrollo del proyecto, asegurando el cumplimiento normativo y minimizando riesgos asociados a su operativa. Con estas bases, Pozuelo Fitness Center se encuentra en una fase avanzada de planificación, preparado para posicionarse como un líder innovador y competitivo en el mercado del fitness premium.

## 2 Análisis del mercado

El mercado de los gimnasios y centros de bienestar en Pozuelo de Alarcón ofrece un entorno favorable para la creación de un centro de fitness de alta gama como Pozuelo Fitness Center. La población de Pozuelo de Alarcón en 2023 es de 88.784 habitantes y, como podemos observar en la figura 1 los datos actuales muestran una tendencia positiva en la evolución demográfica del área.

### 2.1. Demografía y perfil del cliente

El establecimiento de un gimnasio de alta gama en Pozuelo de Alarcón se justifica plenamente por su perfil demográfico en crecimiento y su alta renta per cápita. Estos factores crean un entorno ideal para un negocio como Pozuelo Fitness Center.

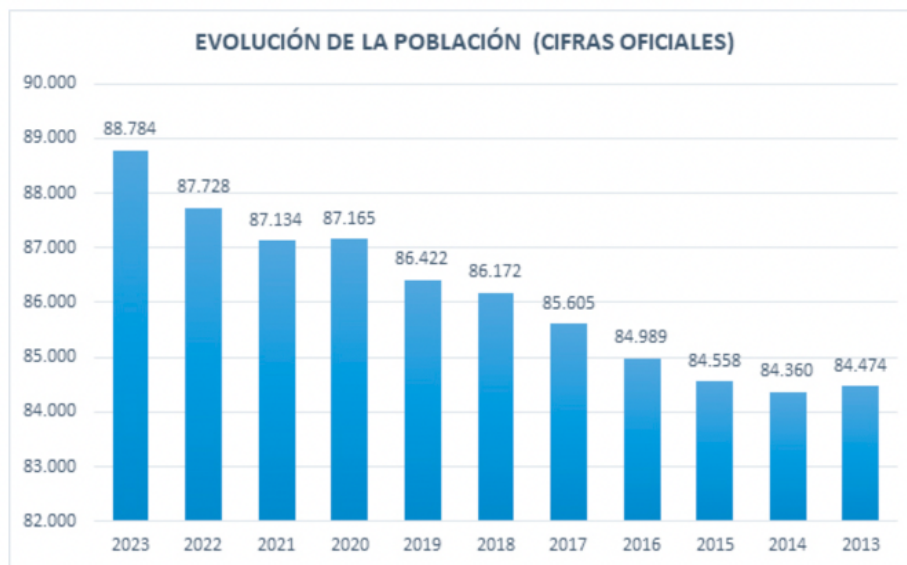


Figura 1: Evolución de la población (Pozuelo de Alarcón)

*Nota:* De “Información demográfica”, por Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, 2023, (<https://www.pozuelodealarcon.org/tu-ayuntamiento/tu-ciudad/acerca-de-pozuelo/informacion-demografica>)

La franja de edad entre 20 y 60 años es la más significativa en términos de potenciales clientes. Como podemos ver en la tabla 1 y en la figura 2, esta franja, que abarca un 65,65% de la población total, incluye:

- 20-29 años: Con 10.996 personas, este grupo está compuesto principalmente por jóvenes adultos que buscan mantenerse activos y saludables, así como desarrollar su musculatura y mejorar su rendimiento deportivo, lo que los convierte en usuarios ideales de servicios de fitness y entrenamiento personalizado.
- 30-39 años: Un segmento con 8.528 personas, donde muchos se encuentran en etapas avanzadas de sus carreras profesionales, valorando la importancia de un estilo de vida equilibrado y saludable.

- 40-49 años: Con 12.454 personas, este grupo es crucial, ya que se compone de individuos que suelen priorizar la salud física para mantener un estilo de vida activo y prevenir enfermedades, Hayes sugiere que la “crisis de los 40” motiva a muchas personas a priorizar su salud física (2019).
- 50-59 años: El grupo más numeroso, con 14.301 personas, que busca servicios de fitness para mantener la vitalidad y prevenir el envejecimiento prematuro, además de requerir frecuentemente servicios de fisioterapia y nutrición especializada.

Tabla 1: Pirámide de población por grupo de edad y sexo (Pozuelo de Alarcón)

Edades	Varones	Mujeres	Total
0 – 9	4155	4048	8203
10 – 19	6126	5878	12 004
20 – 29	5601	5395	10 996
30 – 39	4018	4510	8528
40 – 49	5751	6703	12 454
50 – 59	6724	7577	14 301
60 – 69	4824	5346	10 170
70 – 79	3440	4175	7615
80 – 89	1533	2020	3553
90 – 99	252	661	913
100 – 109	5	42	47
Totales	42 429	46 355	88 784

*Nota:* Adaptado de “Información demográfica”, por Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, 2023, (<https://www.pozuelodealarcon.org/tu-ayuntamiento/tu-ciudad/acerca-de-pozuelo/informacion-demografica>)

El rango de edad de 20 a 60 años, que representa un segmento clave para el gimnasio, junto con la proporción significativa de jóvenes (0-20 años) en Pozuelo de Alarcón, ofrece una base sólida de potenciales clientes actuales y futuros. Esta demografía es particularmente importante en el sector del fitness, ya que los adultos en edad laboral tienden a valorar más la salud y el bienestar, buscando servicios de calidad. Además, los jóvenes representan un mercado potencial a largo plazo, asegurando una clientela sostenible para el futuro.

Por otro lado, la renta bruta media de 61.643 € en Pozuelo de Alarcón (Instituto Nacional de Estadística (INE), 2023), más del doble de la media nacional, es un factor crucial para justificar un gimnasio de alta gama. Los residentes tienen la capacidad económica para invertir en servicios premium de entrenamiento y bienestar.

Las personas con ingresos más altos suelen buscar servicios exclusivos y de alta calidad y están dispuestos a pagar más por beneficios adicionales, como equipamiento de última generación, clases especializadas o entrenadores personales altamente cualificados, lo que se alinea perfectamente con la propuesta de un gimnasio de gama alta.

Estudios como el realizado por Prasad y Member (2015) han demostrado que existe una correlación entre los niveles de ingresos y el comportamiento de consumo en servicios de fitness. La investigación sobre la influencia de factores demográficos en la percepción y satisfacción de los clientes de centros de fitness reveló

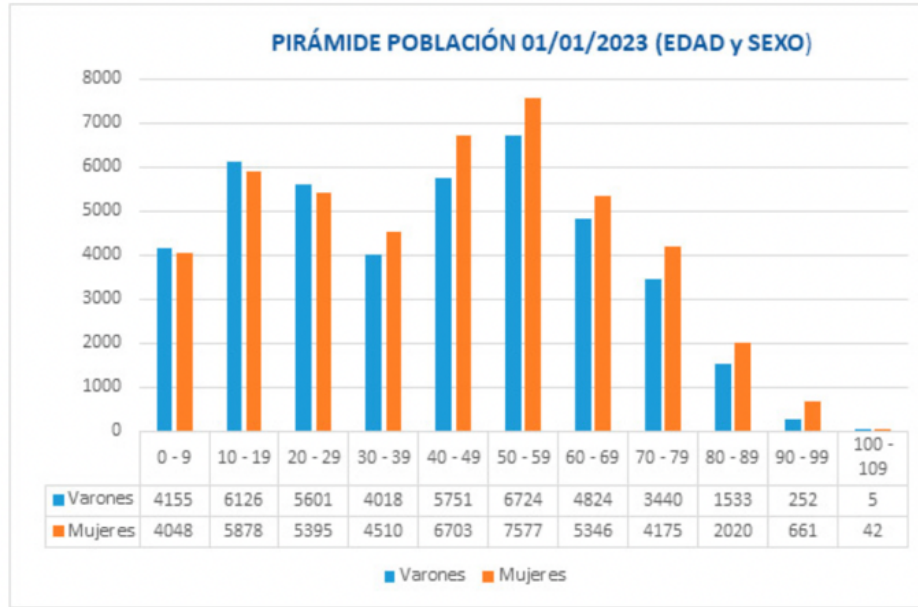


Figura 2: Pirámide población (Pozuelo de Alarcón)

*Nota:* De “Información demográfica”, por Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón, 2023, (<https://www.pozuelodealarcon.org/tu-ayuntamiento/tu-ciudad/acerca-de-pozuelo/informacion-demografica>)

que las personas con mayores ingresos tienden a tener expectativas más altas y a valorar más los servicios premium.

Adicionalmente, en un mercado de alto poder adquisitivo como Pozuelo, un gimnasio de alta gama tiene la oportunidad de crear un fuerte compromiso psicológico con sus clientes. Un estudio realizado por Efi y Anastasia (2013) demostró que la satisfacción del cliente afecta significativamente su compromiso psicológico con un centro de fitness. Al ofrecer servicios de alta calidad que satisfagan las expectativas de una clientela exigente, Pozuelo Fitness Center puede fomentar la lealtad y reducir la tasa de abandono.

## 2.2. Tendencias del mercado

Las tendencias actuales en el mercado del fitness revelan un notable aumento en el número de usuarios de gimnasios, así como en la demanda de servicios complementarios relacionados con el bienestar físico. Además de las instalaciones para ejercitarse, un porcentaje significativo de estos usuarios recurre a servicios externos como nutrición personalizada, fisioterapia y suplementación. Pozuelo Fitness Center ha sido diseñado para satisfacer estas crecientes necesidades, ofreciendo una combinación integral de servicios que permite a sus clientes alcanzar sus objetivos de fitness de manera completa y personalizada.

La Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2025 revela una clara inclinación hacia servicios personalizados en el mercado del fitness español. El entrenamiento personal se posiciona como la segunda tendencia más relevante, solo superada por “ejercicio para reducir peso”, mientras que el “entrenamiento en grupos pequeños” ocupa el tercer lugar (Veiga et al., 2024). Esta alta clasificación indica una

creciente demanda de servicios individualizados en el sector.

Completando las cinco principales tendencias se encuentran el “entrenamiento funcional de alta intensidad (HIFT)” y los “programas de fitness para adultos mayores”. Estas preferencias reflejan una evolución hacia opciones de entrenamiento más especializadas y adaptadas a las necesidades individuales, subrayando el deseo de los consumidores españoles por experiencias de fitness personalizadas y enfocadas en sus objetivos específicos.

La evolución de los centros dedicados a la práctica deportiva y la salud ha llevado a una ampliación de la oferta de actividades y productos según las necesidades de los usuarios (Masià & Cairó, 2007). Esto sugiere una tendencia hacia servicios más integrales en el sector del fitness.

Por otro lado, un estudio realizado por Carroll et al. (2020) concluye que la pandemia de COVID-19 ha aumentado la conciencia sobre la importancia de la salud y el bienestar. Esto supone una oportunidad para este proyecto, que estaría bien posicionado para responder a esta tendencia, ofreciendo servicios que se adapten a las nuevas prioridades de salud de los consumidores.

### 2.3. Oportunidades y amenazas

#### Oportunidades:

- La franja de edad entre 20 y 60 años, que representa aproximadamente el 65 % de la población, es la más propensa a utilizar los servicios del gimnasio.
- El crecimiento de la población. La cantidad de jóvenes por encima de la media nacional asegura una base sólida de futuros clientes.
- La ubicación en Pozuelo de Alarcón, con la mayor renta per cápita de España, refuerza el potencial del gimnasio para captar a un público dispuesto a invertir en servicios premium.
- La tendencia hacia un enfoque integral en salud y bienestar, que incluye el ejercicio, la nutrición y la recuperación física, está alineada con la oferta de Pozuelo Fitness Center.

#### Amenazas:

- La presencia de competencia establecida en el mercado local, tanto de gimnasios tradicionales como de otros centros de salud.
- La necesidad de mantenerse al día con las últimas innovaciones tecnológicas y tendencias en el sector del fitness para garantizar la competitividad.
- Factores económicos que puedan influir en la disposición de los clientes a invertir en servicios premium de salud y bienestar.

## Conclusión

La franja de edad de 20 a 60 años en Pozuelo de Alarcón representa el segmento más grande y potencialmente más lucrativo para Pozuelo Fitness Center. Con una población en aumento, una proporción de jóvenes significativamente mayor que la media nacional y siendo la localidad con mayor renta per cápita de España, el gimnasio está bien posicionado para captar y fidelizar a clientes en busca de un enfoque integral en su salud y bienestar. La oferta diferenciada de Pozuelo Fitness Center lo coloca en una posición única para convertirse en un líder en el mercado local.

## 3 Análisis de la encuesta

### 3.1. Introducción al análisis de la encuesta de mercado

El presente estudio analiza la viabilidad de un centro deportivo integrado en Pozuelo de Alarcón, Madrid, a través de una encuesta exhaustiva que explora múltiples dimensiones del comportamiento y preferencias de los potenciales usuarios. La investigación se ha centrado en tres áreas fundamentales: los patrones de uso y preferencias horarias, la disposición a pagar por diferentes servicios y el interés en servicios complementarios.

Los datos recopilados proporcionan una visión detallada sobre los hábitos deportivos de los encuestados, revelando patrones significativos en cuanto a la dedicación semanal al ejercicio físico y los momentos preferidos del día para realizar actividad física. Adicionalmente, el estudio profundiza en la valoración de diversos servicios complementarios, desde la nutrición personalizada hasta la suplementación deportiva, permitiendo identificar aquellos servicios con mayor potencial de éxito.

Un aspecto particularmente relevante del estudio es el análisis de la disposición a pagar por diferentes servicios, incluyendo la cuota mensual del gimnasio y servicios adicionales como fisioterapia y asesoramiento nutricional. Esta información resulta crucial para establecer una estructura de precios competitiva y sostenible.

La investigación también aborda las motivaciones principales de los usuarios potenciales, sus preferencias en cuanto a instalaciones y servicios y su interés en un concepto integrado de centro deportivo que combine fitness, nutrición y fisioterapia. Los resultados, aunque presentan cierto sesgo hacia una población joven, proporcionan una base sólida para el desarrollo del plan de negocio y la toma de decisiones estratégicas.

### 3.2. Análisis de la distribución por sexo

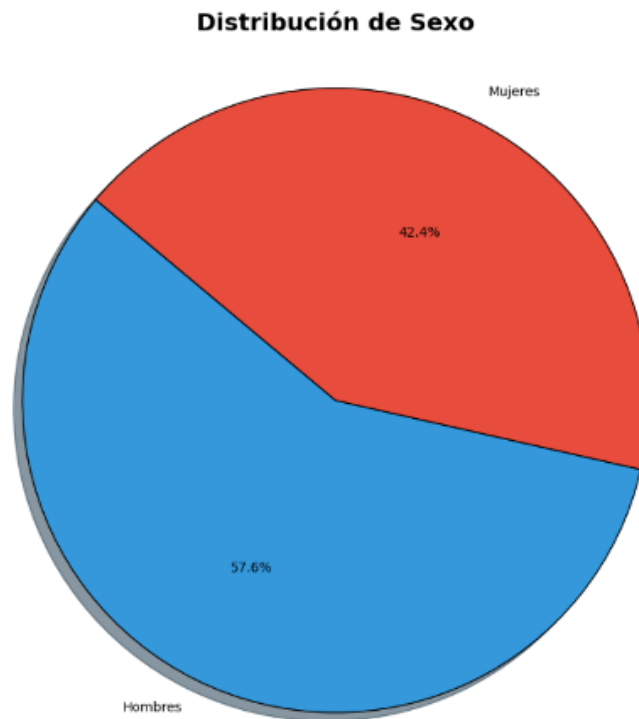


Figura 3: Distribución de sexos

La figura 3 muestra la distribución por sexo de los encuestados para el estudio de mercado del proyecto de gimnasio. Los datos revelan la siguiente composición:

- **Hombres:** 57,6% (99 individuos)
- **Mujeres:** 42,4% (73 individuos)

Esta distribución refleja una ligera predominancia masculina en la muestra, con una diferencia de 15,2 puntos porcentuales entre ambos géneros. La proporción relativamente equilibrada entre ambos géneros sugiere la necesidad de desarrollar una oferta de servicios inclusiva que atienda las preferencias y necesidades de ambos segmentos de manera equitativa.

### 3.3. Análisis de la distribución por edad

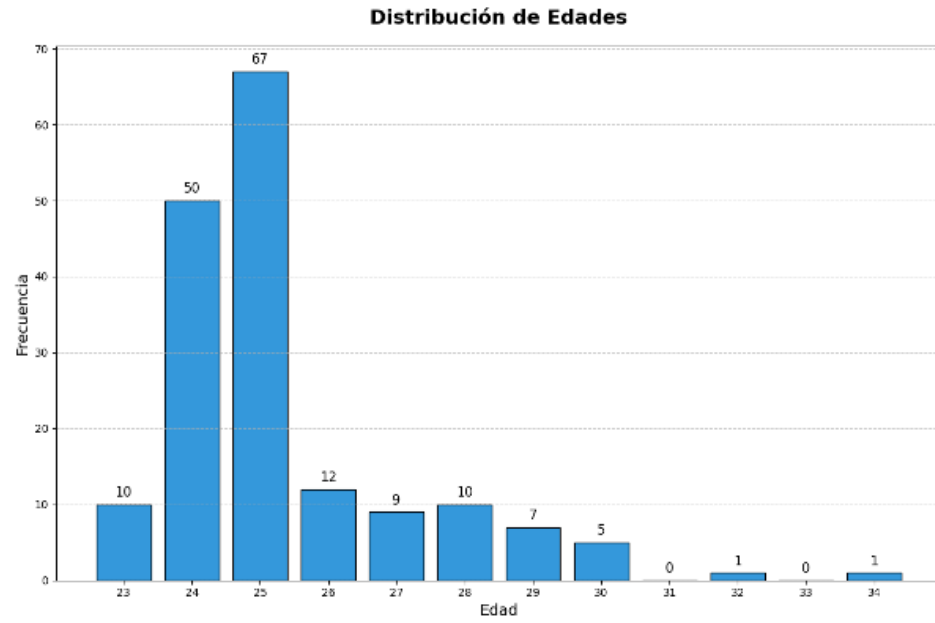


Figura 4: Distribución de edades

Los datos muestran una clara concentración en torno a los 24-25 años, con un pico significativo de 67 individuos (38,9%) en los 25 años, como se puede observar en la figura 4. Sin embargo, es importante señalar que esta distribución presenta un sesgo muestral significativo, ya que el investigador tiene 25 años, lo que probablemente ha influido en el alcance de la encuesta dentro de su círculo social cercano.

#### Consideraciones metodológicas:

- La concentración en el rango 24-25 años (117 individuos, 68% de la muestra) refleja probablemente el efecto de red del investigador.
- La disminución pronunciada en edades superiores a 26 años podría no ser representativa del mercado potencial real.
- Los resultados deben interpretarse con cautela debido a este sesgo muestral.

### 3.4. Análisis de la distribución por nivel de estudios

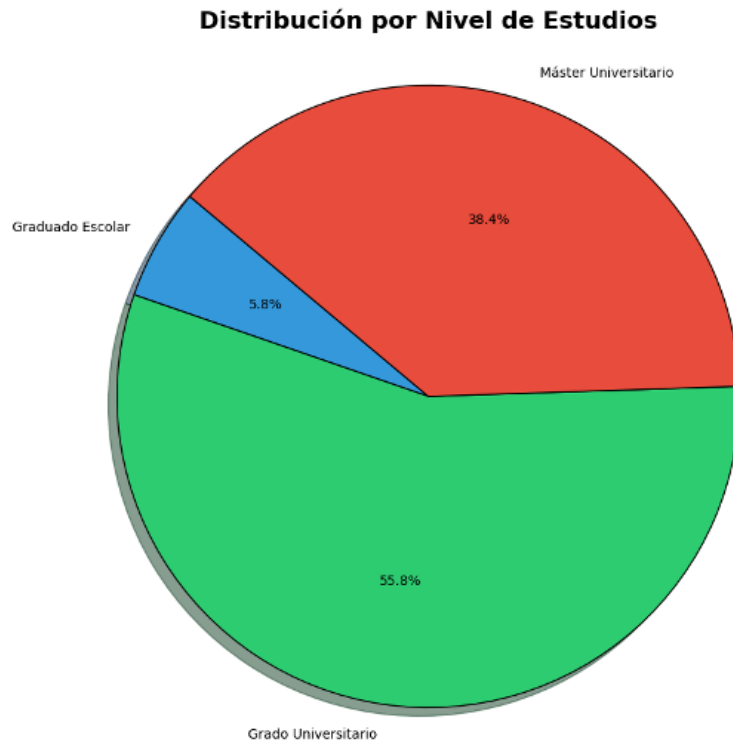


Figura 5: Distribución por nivel de estudios

Los datos revelan una clara predominancia de individuos con educación superior, como se puede ver en la figura 5, distribuyéndose de la siguiente manera:

- **Grado universitario:** 96 individuos (55,8%)
- **Máster universitario:** 66 individuos (38,4%)
- **Graduado escolar:** 10 individuos (5,8%)

#### Análisis de las implicaciones:

##### ■ Perfil educativo elevado:

- El 94,2% de los encuestados posee estudios universitarios.
- Predomina significativamente la formación superior.
- La presencia de graduados escolares es minoritaria (y se suele tratar de estudiantes que aún no han terminado los estudios universitarios).

##### ■ Consideraciones para el negocio:

- El público objetivo presenta un nivel educativo alto.
- Probable correlación con nivel socioeconómico medio-alto.

■ **Limitaciones del estudio:**

- La alta concentración de titulados universitarios podría reflejar el sesgo muestral relacionado con el entorno del investigador.
- Los resultados podrían no ser representativos de la población general del área.

### 3.5. Análisis de la distribución por lugar de residencia

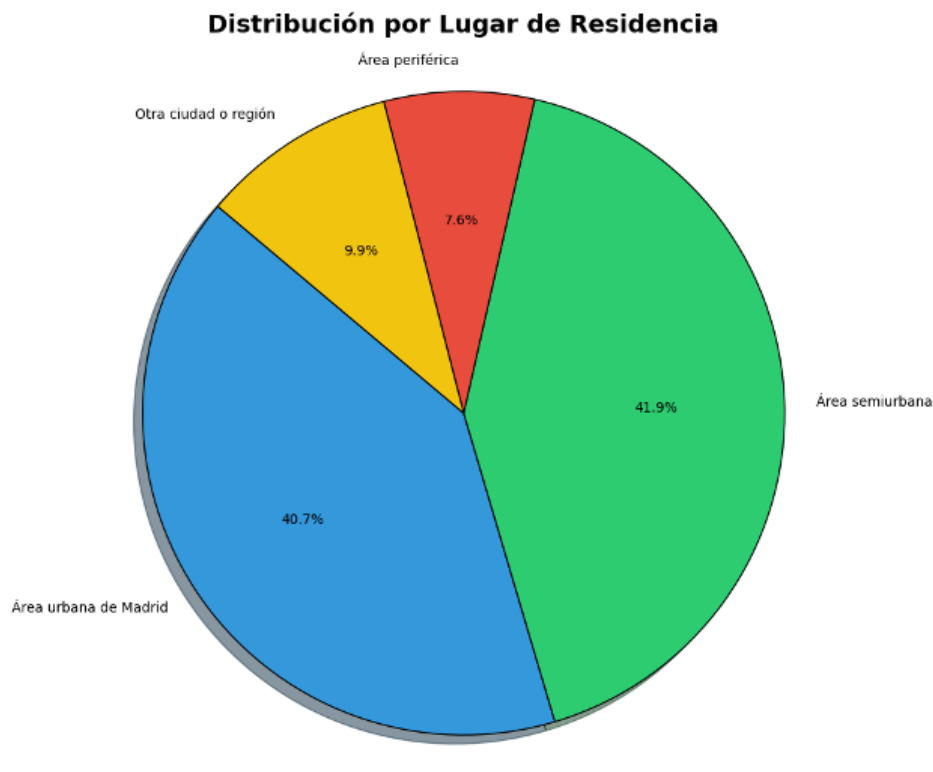


Figura 6: Distribución por lugar de residencia

La figura 6 muestra la distribución geográfica de los encuestados, con una clara concentración en el área metropolitana de Madrid:

■ **Área semiurbana (Pozuelo, Majadahonda, Aravaca): 41,9%**

- Representa la mayor proporción de la muestra.
- Particularmente relevante dado que el gimnasio se ubicará en Pozuelo de Alarcón.

- **Área urbana de Madrid (Centro): 40,7%**
  - Prácticamente igual en proporción al área semiurbana.
  - Refleja potenciales usuarios que podrían desplazarse por trabajo/estudios.
- **Grupos minoritarios:**
  - Otra ciudad o región: 9,9%.
  - Área periférica/pueblos de Madrid: 7,6%.

Esta distribución resulta especialmente favorable para el proyecto, ya que el 82,6% de los encuestados residen en el área de influencia directa del futuro gimnasio (zonas urbana y semiurbana), proporcionando una base sólida para el análisis de mercado en la ubicación seleccionada.

### 3.6. Análisis de la distribución por situación laboral

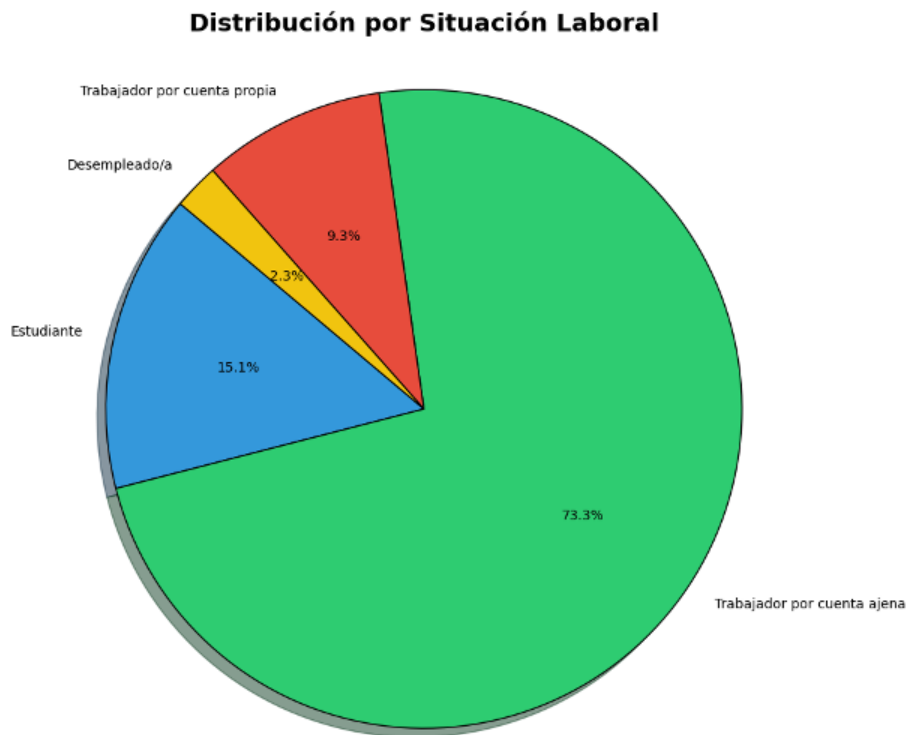


Figura 7: Distribución por situación laboral

Los datos sobre la situación laboral de los encuestados muestran una clara predominancia de trabajadores por cuenta ajena, como podemos observar en la figura 7. Presentan la siguiente distribución:

- **Trabajador por cuenta ajena:** 73,3% (126 individuos)
  - Representa la gran mayoría de la muestra.
  - Sugiere un público con ingresos estables.
- **Estudiantes:** 15,1% (26 individuos)
  - Segundo grupo más numeroso.
  - Potencial segmento para horarios específicos.
- **Trabajadores autónomos:** 9,3% (16 individuos)
  - Tercer grupo en importancia.
  - Posible interés en horarios flexibles.
- **Desempleados:** 2,3% (4 individuos)
  - Representa una proporción minoritaria.

#### **Implicaciones para el negocio:**

- La alta proporción de trabajadores sugiere capacidad económica para servicios premium.
- Necesidad de adaptar horarios a jornadas laborales típicas.
- Oportunidad para desarrollar ofertas específicas para estudiantes.
- Considerar opciones de flexibilidad horaria para autónomos.

Esta distribución indica un mercado potencial con estabilidad económica, factor favorable para un negocio de suscripción como un gimnasio.

### 3.7. Análisis de la distribución por ingresos mensuales

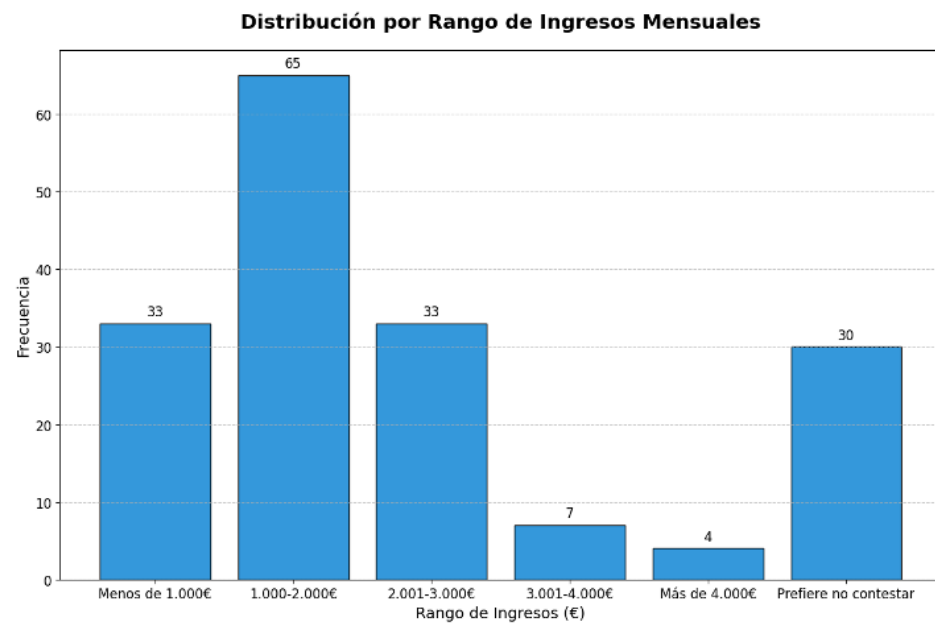


Figura 8: Distribución por rango de ingresos mensuales

Los datos sobre los ingresos netos mensuales muestran la siguiente distribución, aunque debe considerarse que existe un sesgo del entrevistador hacia población joven, lo que puede explicar la concentración en rangos salariales medios-bajos que se aprecian en la figura 8:

- **Menos de 1.000€:** 19,2 % (33 individuos)
  - Probablemente incluye estudiantes y trabajadores en prácticas.
- **1.000-2.000€:** 37,8 % (65 individuos)
  - Segmento mayoritario.
  - Típico de profesionales jóvenes y posiciones junior.
- **2.001-3.000€:** 19,2 % (33 individuos)
  - Refleja posiciones mid-level.
- **3.001-4.000€:** 4,1 % (7 individuos)
  - Representa posiciones senior.
- **Más de 4.000€:** 2,3 % (4 individuos)
  - Minoritario segmento con más ingresos.

- **Prefiere no contestar:** 17,4% (30 individuos)
  - Significativo porcentaje que no desea dar información al respecto.

#### Implicaciones para el negocio:

- La concentración en rangos inferiores y medios refleja la juventud de la muestra.
- Potencial para diferentes niveles de membresía.
- Considerar el desarrollo de opciones premium para el segmento de mayor poder adquisitivo.

Esta distribución de ingresos, aunque sesgada por la edad de los encuestados, proporciona una base útil para establecer la estrategia de precios del gimnasio.

### 3.8. Análisis de la importancia de variables en el estudio

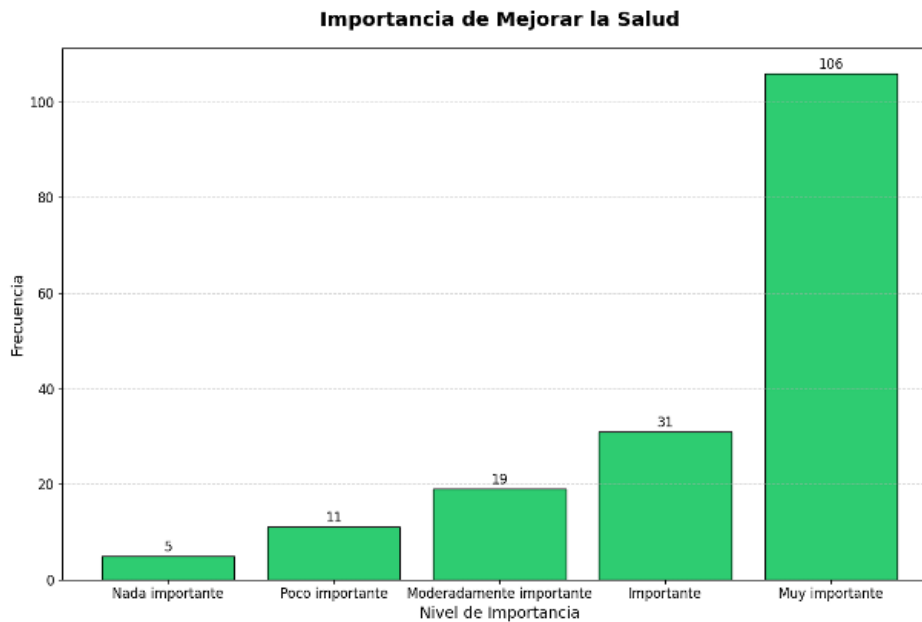


Figura 9: Importancia de mejorar la salud

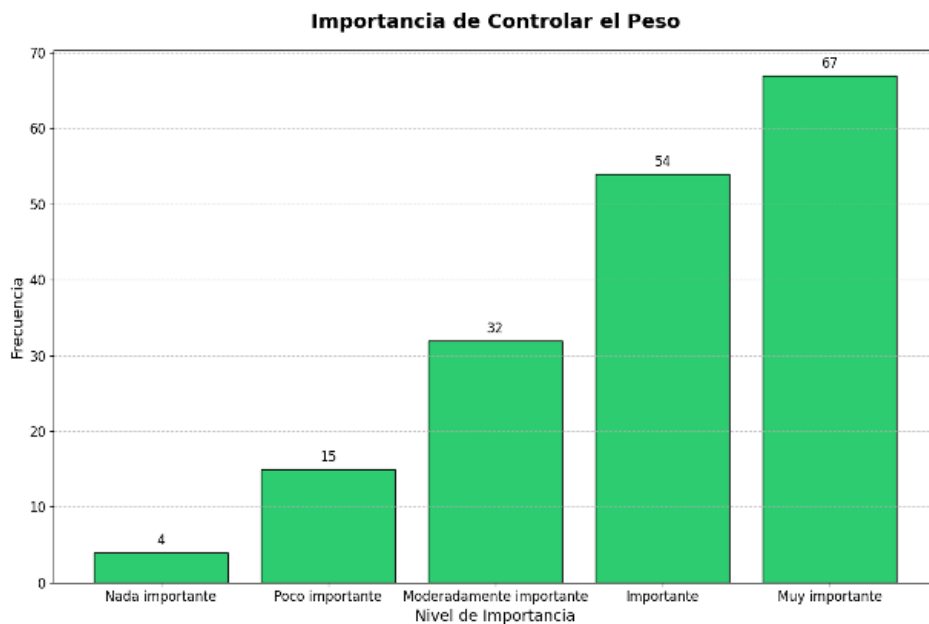


Figura 10: Importancia de controlar el peso

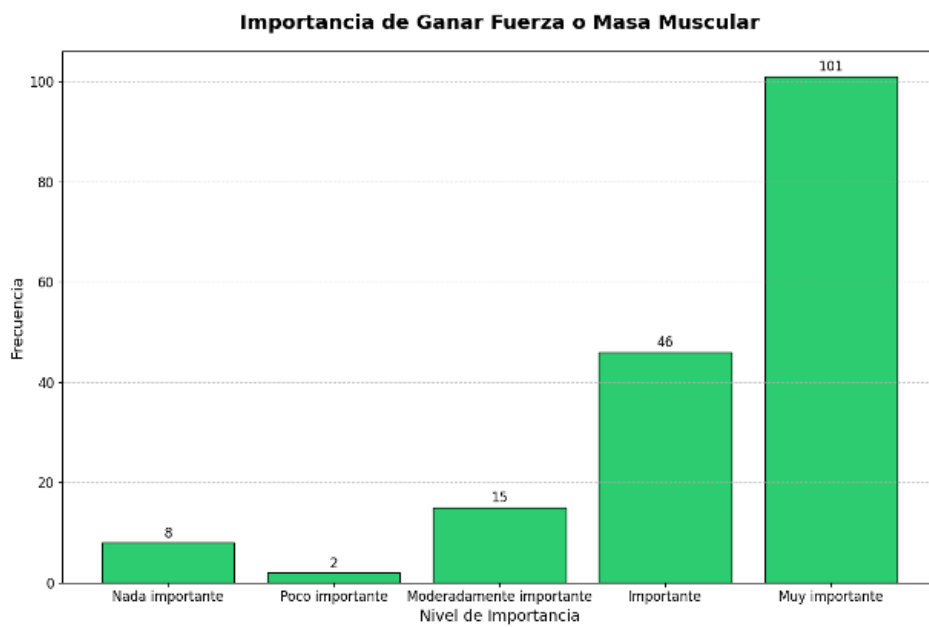


Figura 11: Importancia de ganar fuerza o masa muscular

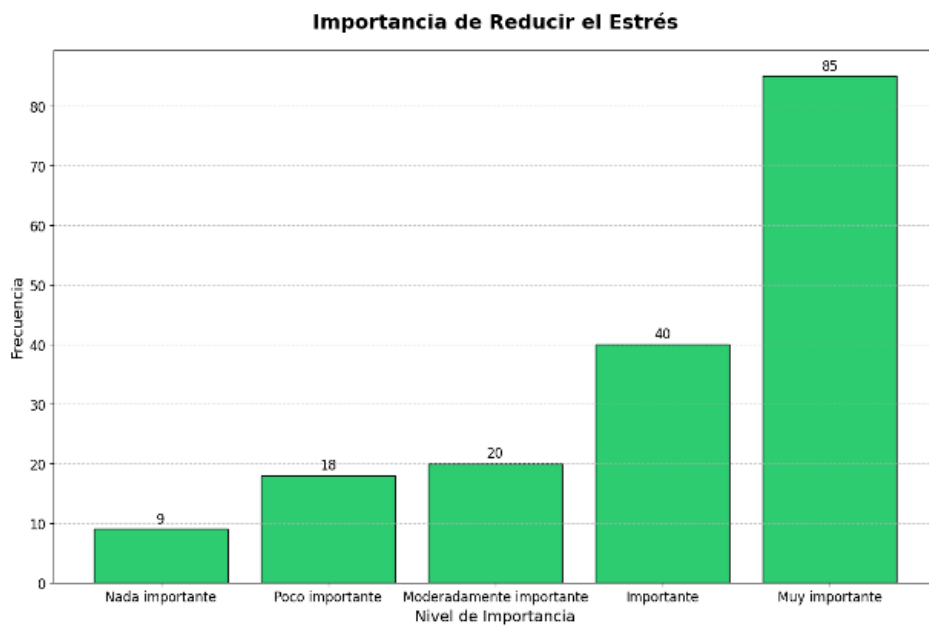


Figura 12: Importancia de reducir el estrés

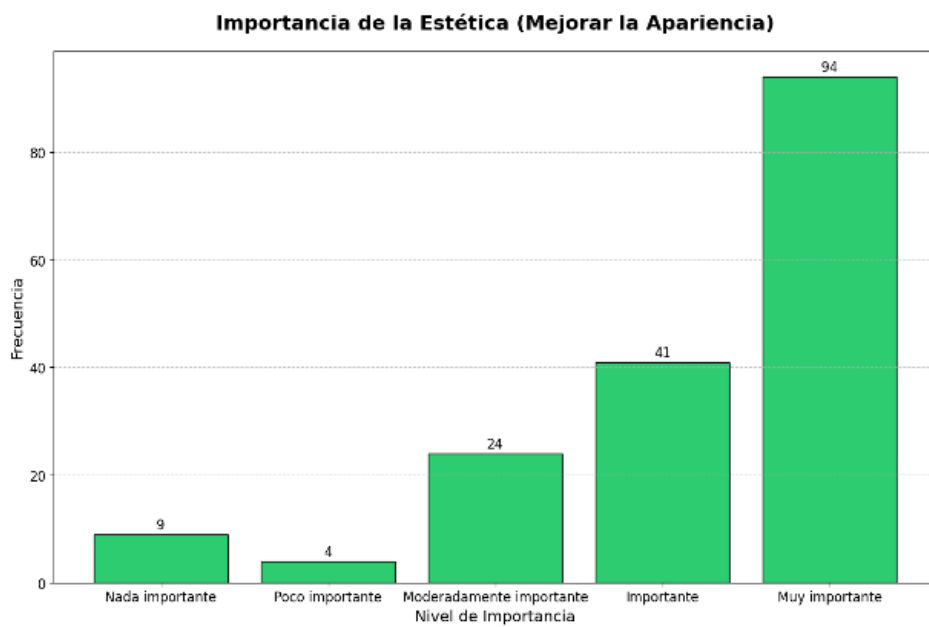


Figura 13: Importancia de la estética (mejorar la apariencia)

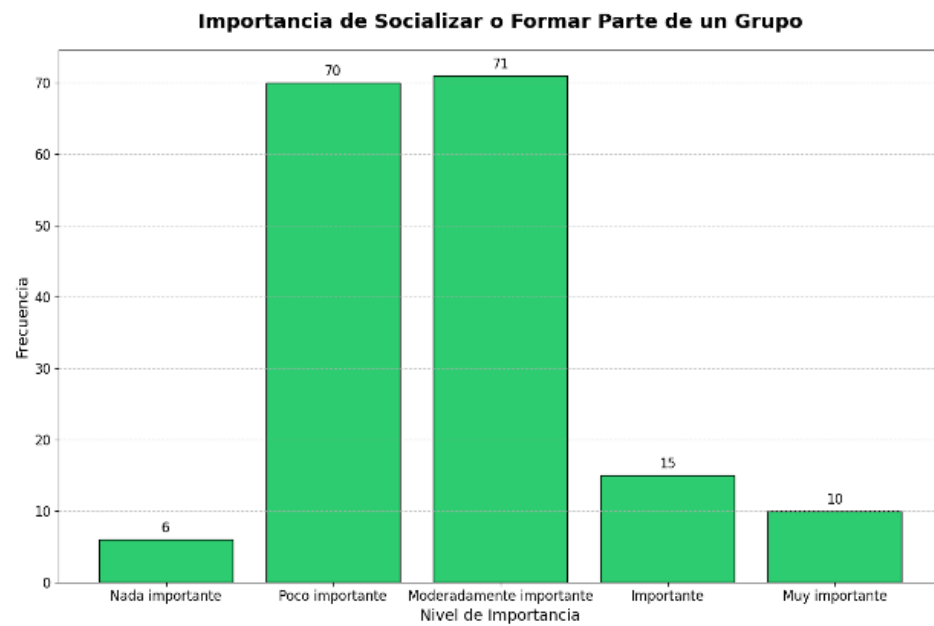


Figura 14: Importancia de socializar o formar parte de un grupo

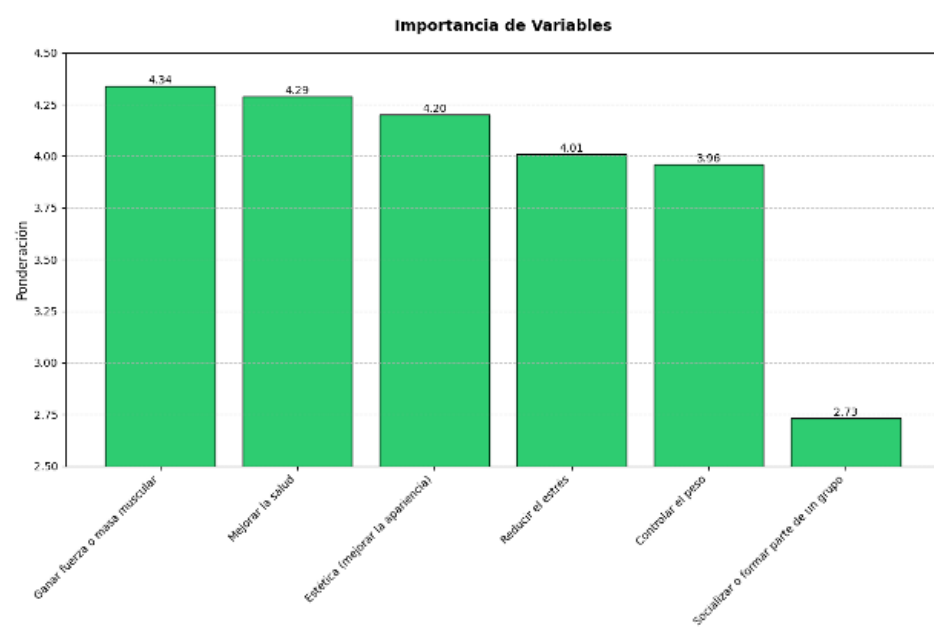


Figura 15: Importancia de variables en el estudio

El estudio evaluó seis variables clave utilizando una escala ponderada de 1 (*Nada importante*) a 5 (*Muy importante*), que se pueden observar en las figuras 9, 10, 11, 12, 13 y 14. Los resultados muestran la siguiente distribución por orden de importancia como vemos en la figura 15:

1. Ganar fuerza o masa muscular: 4,34
2. Mejorar la salud: 4,29
3. Estética (mejorar la apariencia): 4,20
4. Reducir el estrés: 4,01
5. Controlar el peso: 3,96
6. Socializar o formar parte de un grupo: 2,73

**Análisis de los resultados:**

- Se observa una clara diferenciación entre las cinco primeras variables (todas por encima de 3,96) y la última (2,73).
- Los objetivos físicos y de salud dominan las principales motivaciones.
- La socialización aparece como un factor secundario significativamente menos valorado.
- La diferencia entre la variable más valorada y la quinta es relativamente pequeña (0,38 puntos).

**Implicaciones para el negocio:**

- Priorizar equipamiento y servicios orientados al entrenamiento de fuerza.
- Enfatizar beneficios para la salud en la comunicación.
- Desarrollar programas que combinen resultados estéticos con beneficios funcionales.
- Considerar el aspecto social como un valor añadido, pero no como factor principal de atracción.

### 3.9. Análisis de la dedicación semanal al ejercicio físico

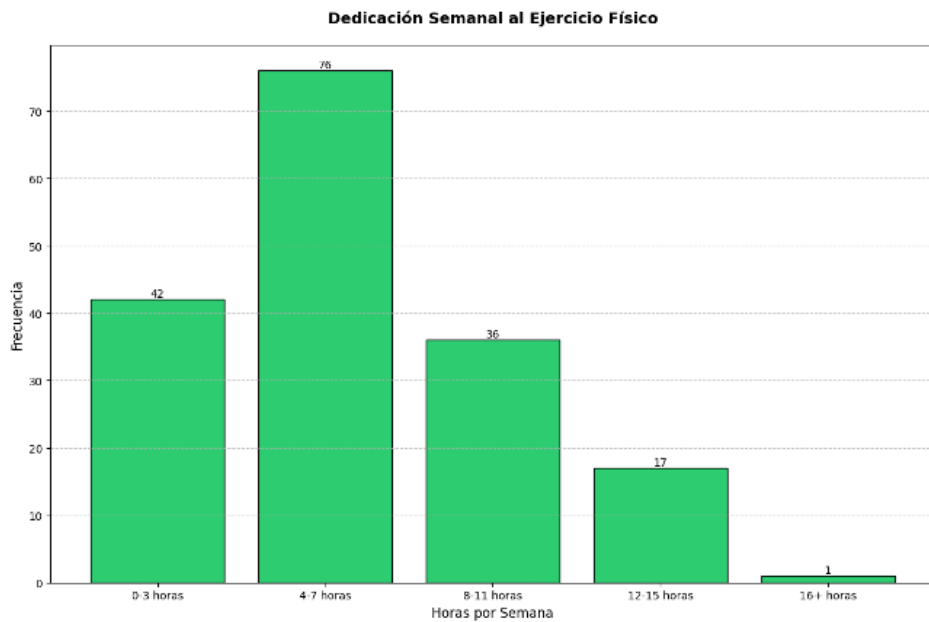


Figura 16: Dedicación semanal al ejercicio físico

La figura 16 muestra la distribución del tiempo total que los encuestados dedican semanalmente al ejercicio físico, incluyendo tanto actividades en gimnasio como fuera de él (deportes al aire libre, deportes de equipo, etc.).

#### Distribución por franjas horarias:

- 0-3 horas: 42 individuos
- 4-7 horas: 76 individuos (franja más numerosa)
- 8-11 horas: 36 individuos
- 12-15 horas: 17 individuos
- 16 horas o más: 1 individuo

#### Implicaciones para el negocio:

- La mayoría de los usuarios potenciales dedican entre 4 y 7 horas semanales al ejercicio total.
- Es importante considerar que estas horas incluyen todo tipo de actividad física, no solo tiempo en gimnasio.

### 3.10. Análisis de las preferencias horarias para el ejercicio

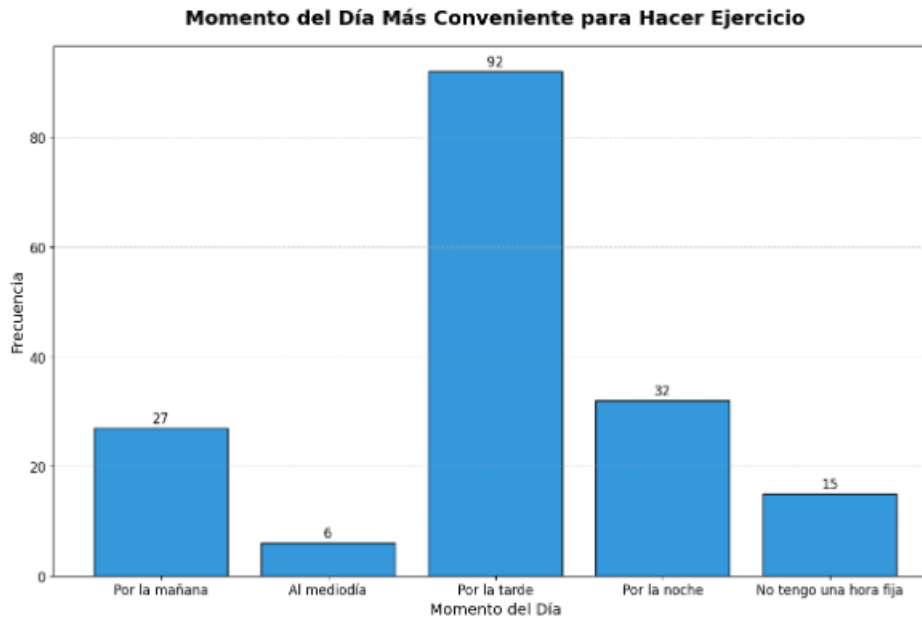


Figura 17: Momento del día más conveniente para hacer ejercicio

Los datos representados en la figura 17 muestran una clara preferencia por realizar ejercicio por la tarde y desinterés al mediodía. Más concretamente:

#### Distribución detallada:

- Por la tarde: 53,5 % (92 individuos)
- Por la noche: 18,6 % (32 individuos)
- Por la mañana: 15,7 % (27 individuos)
- Sin horario fijo: 8,7 % (15 individuos)
- Al mediodía: 3,5 % (6 individuos)

#### Implicaciones para el negocio:

- La alta concentración en horario de tarde sugiere potencial saturación en estas horas.
- Oportunidad para implementar precios dinámicos:
  - Tarifas reducidas en horario de mediodía para estimular la demanda.
  - Posibles descuentos en horario matutino.

- Esta estrategia de precios permitiría:
  - Optimizar el uso de instalaciones.
  - Distribuir la demanda de manera más uniforme.
  - Aumentar la competitividad en horarios de baja demanda.

### 3.11. Distribución del gasto mensual

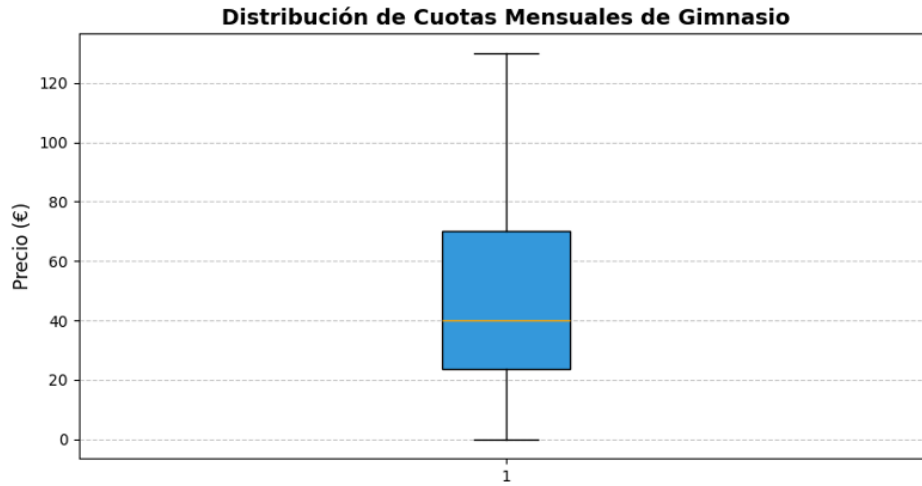


Figura 18: Distribución de cuotas mensuales de gimnasio

Los datos estadísticos sobre el gasto mensual en gimnasio representados en la figura 18 muestran la siguiente distribución:

- Primer cuartil (Q1): 25€
- Mediana: 40€
- Tercer cuartil (Q3): 70€
- Rango total: 0€ - 130€

#### **Análisis de correlación:**

El estudio revela una correlación positiva moderada entre los ingresos netos mensuales y el gasto en gimnasio, con un coeficiente de Pearson de 0,55. Este valor indica una relación significativa entre ambas variables, aunque con ciertos matices a considerar.

**Factores explicativos:**■ **Correlación positiva:**

- La tendencia indica que, a mayores ingresos, mayor disposición al gasto en servicios de gimnasio.
- Sugiere una elasticidad precio-renta positiva en servicios fitness.

■ **Moderación del coeficiente:**

- Presencia de rentas altas con bajo interés en servicios fitness.
- Sesgo muestral hacia población joven con apoyo financiero familiar.
- Variabilidad en la priorización del gasto en fitness independiente del nivel de ingresos.

**Implicaciones para el negocio:**

- Oportunidad para desarrollar servicios premium para segmentos de mayor poder adquisitivo.

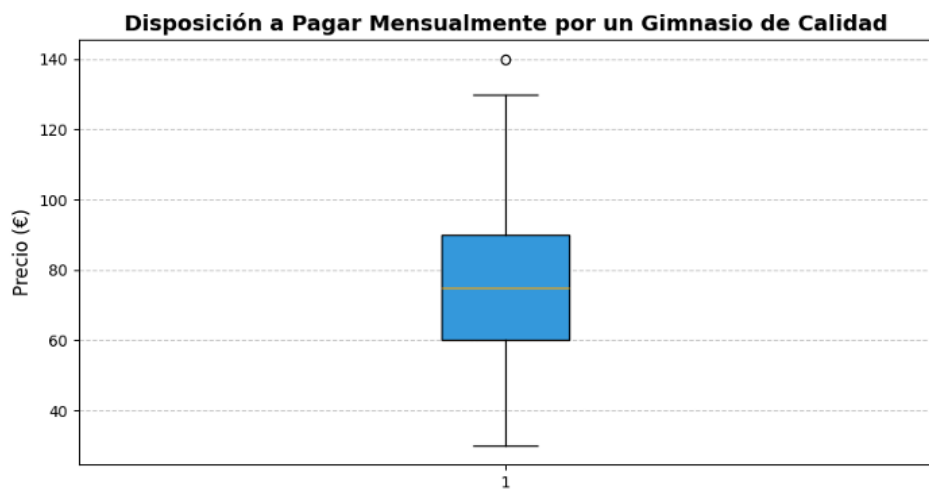
**3.12. Distribución de la disposición a pagar por un gimnasio de alta calidad**

Figura 19: Disposición a pagar mensualmente por un gimnasio de calidad

Los datos sobre la disposición a pagar por un gimnasio que incluya instalaciones de máxima calidad y maquinaria avanzada, como zonas de entrenamiento amplias, vestuarios modernos y equipos de última generación para entrenamiento de fuerza y cardio se pueden observar en la figura 19 y muestran la siguiente distribución:

- Primer cuartil ( $Q_1$ ): 30€
- Mediana: 75€
- Tercer cuartil ( $Q_3$ ): 95€
- Rango total: 0€ - 140€

**Análisis de los resultados:**

- La distribución muestra una amplia variabilidad (rango de 140€).
- El 50 % central de las respuestas se sitúa entre 30€ y 95€.
- La concentración de valores entre la mediana y  $Q_3$  (75€-95€) sugiere una disposición significativa a pagar por servicios premium.
- La diferencia relativamente pequeña entre la mediana y  $Q_3$  (20€) indica una convergencia de opiniones en el rango superior.

**Estrategia de precios:** Para establecer el precio del gimnasio, se ha considerado el rango entre la mediana (75€) y el percentil 75 (95€). Dado que la diferencia entre ambos valores es de solo 20€, se ha optado por utilizar la mediana como referencia principal por las siguientes razones:

- Permite acceder a un mercado más amplio (50 % de los encuestados).
- Representa un punto de equilibrio entre accesibilidad y premium.
- Mantiene el posicionamiento de calidad sin excluir segmentos significativos del mercado.

## 3.13. Análisis de factores valorados en un gimnasio

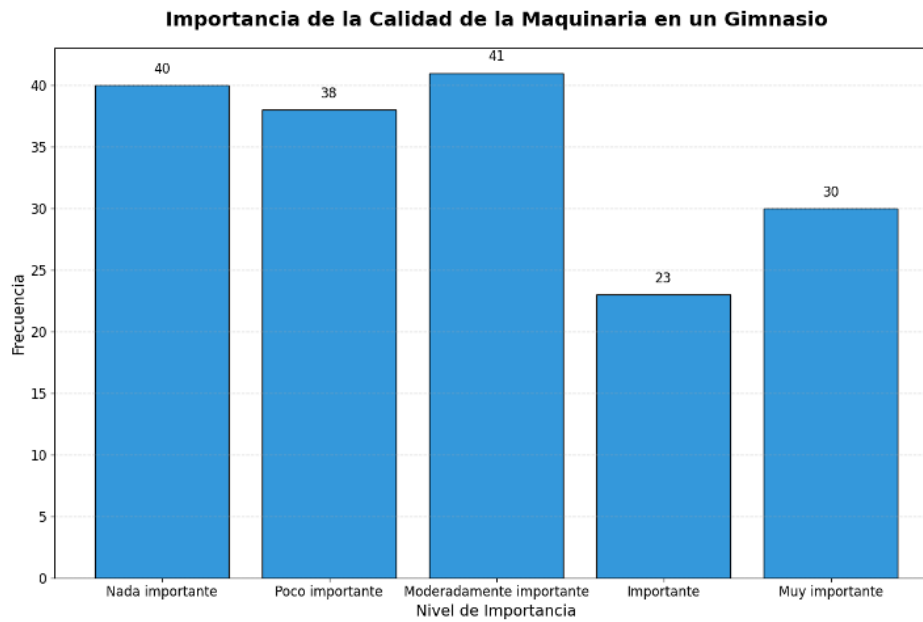


Figura 20: Importancia de la calidad de la maquinaria en un gimnasio

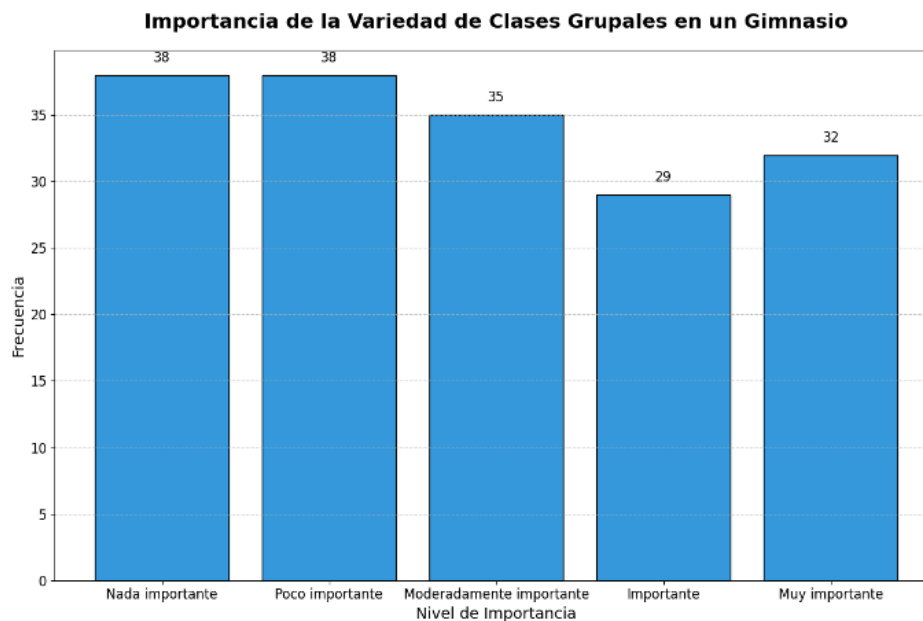


Figura 21: Importancia de la variedad de clases grupales en un gimnasio

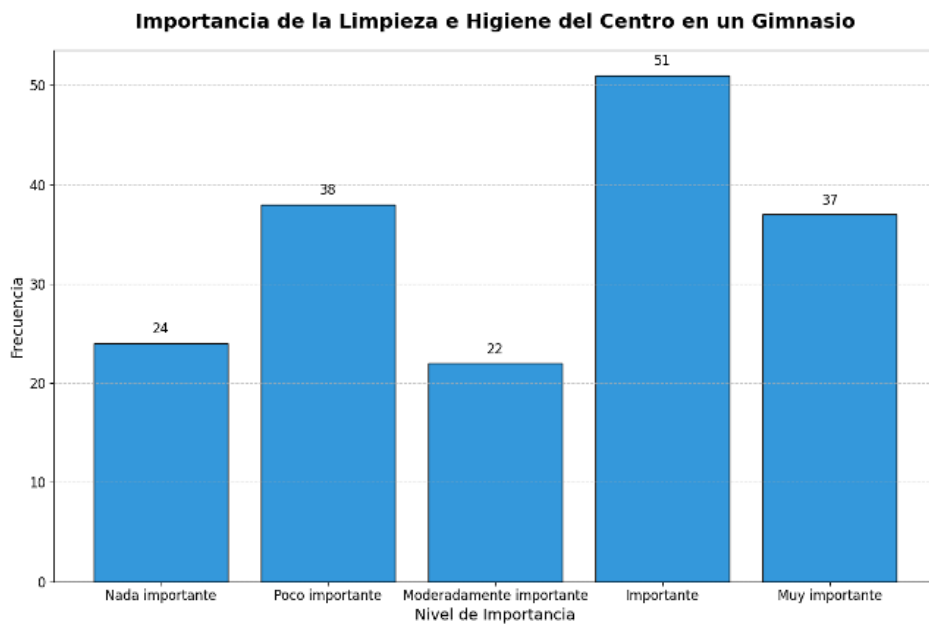


Figura 22: Importancia de la limpieza e higiene en un gimnasio

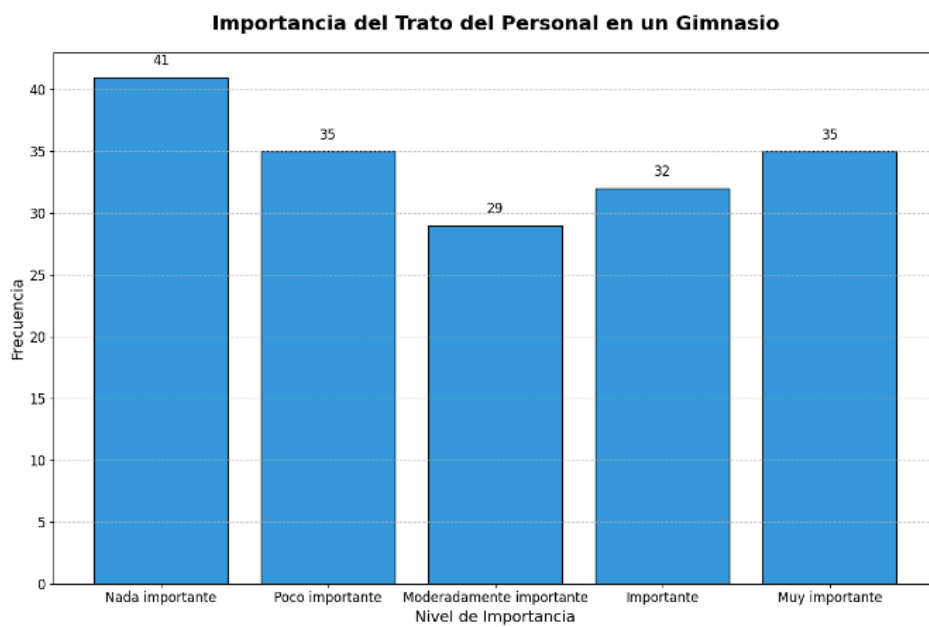


Figura 23: Importancia del trato del personal en un gimnasio

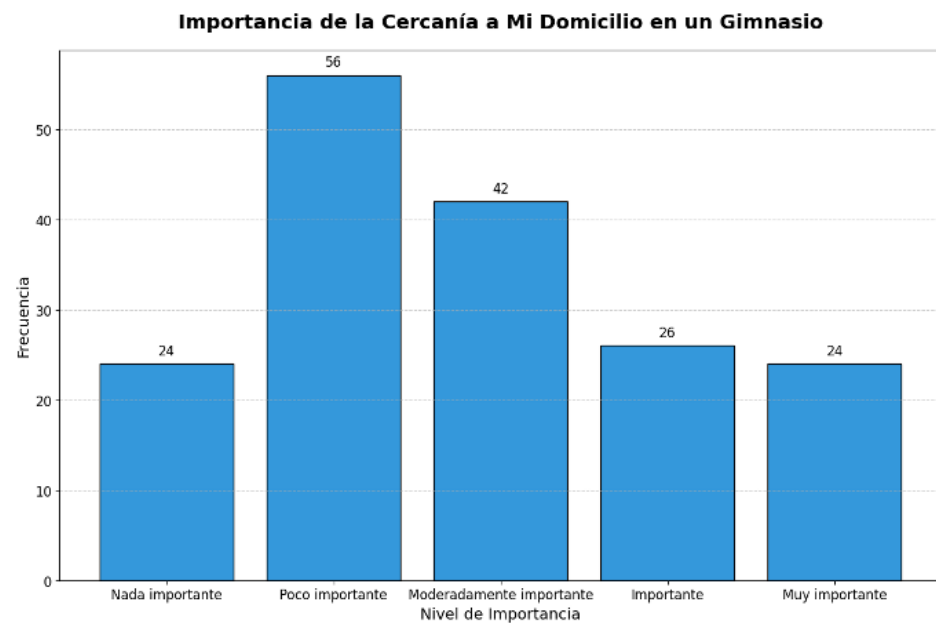


Figura 24: Importancia de la cercanía a mi domicilio en un gimnasio

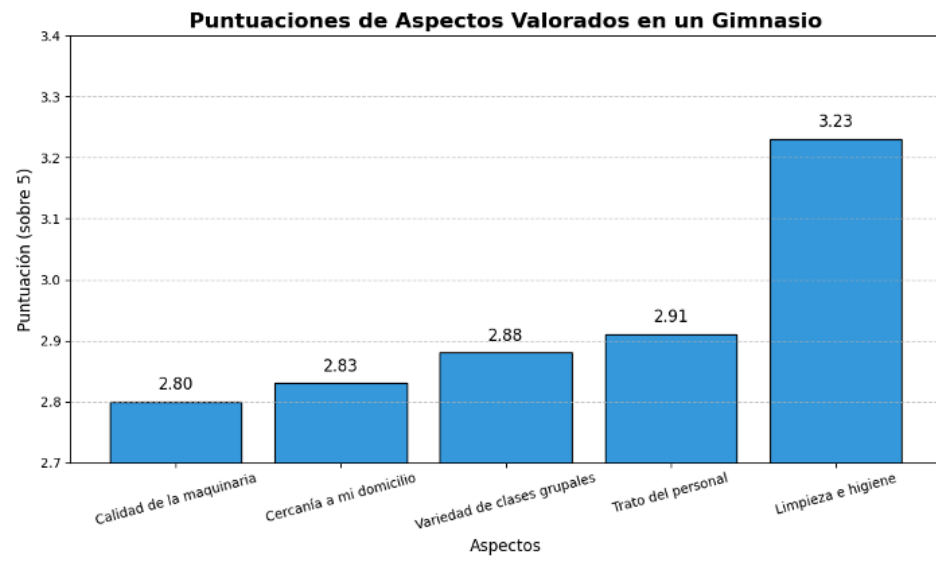


Figura 25: Puntuaciones de aspectos valorados en un gimnasio

Los datos muestran la valoración de diferentes aspectos de un gimnasio, utilizando una escala ponderada de 1 (*Nada importante*) a 5 (*Muy importante*) en las figuras 20, 21, 22, 23 y 24. Los resultados de cada variable ordenados por importancia en la figura 25 muestran la siguiente distribución:

**Ranking de variables:**

1. Limpieza e higiene del centro: 3,23
2. Trato del personal: 2,91
3. Variedad de clases grupales: 2,88
4. Cercanía a mi domicilio: 2,83
5. Calidad de la maquinaria: 2,80

**Análisis de las diferencias:**

- La diferencia entre el primer y segundo factor (0,32 puntos) es notablemente mayor que la diferencia entre el segundo y el último factor (0,11 puntos).
- Este salto significativo destaca la limpieza e higiene como un factor claramente prioritario.
- Los otros cuatro factores muestran valoraciones muy similares entre sí, con diferencias mínimas.
- Sorprende la relativamente baja puntuación de la calidad de la maquinaria (2,80) como aspecto menos importante.

**Implicaciones para el negocio:**

- Priorizar significativamente los protocolos de limpieza e higiene como factor diferencial.
- Los demás factores, al tener valoraciones tan similares, sugieren:
  - Necesidad de mantener un nivel equilibrado en todos ellos.
  - No es necesario destacar especialmente en ninguno de estos aspectos secundarios.
  - Posibilidad de distribuir recursos de manera uniforme entre estos elementos.
  - La moderada valoración de la maquinaria sugiere que no es necesario sobreinvertir en equipamiento de última generación.

**3.14. Análisis del interés en servicios complementarios**

Los datos muestran la valoración de diferentes servicios complementarios para el gimnasio, utilizando una escala ponderada de 1 (*Nada interesado*) a 5 (*Muy interesado*).

**Ranking de servicios:**

1. Nutrición personalizada: 3,14
2. Entrenamientos personales: 3,02
3. Fisioterapia: 2,90
4. Servicio de cocina saludable: 2,80
5. Suplementación deportiva: 2,66

**Análisis de los resultados:**

- Los servicios relacionados con nutrición y entrenamiento personal lideran las preferencias.
- Existe una gradación suave entre servicios, sin saltos pronunciados.
- Todos los servicios obtienen valoraciones moderadas (entre 2,66 y 3,14).
- La diferencia entre el servicio más y menos valorado es de 0,48 puntos.

**Implicaciones para el negocio:**

- Priorizar la implementación de servicios de nutrición personalizada.
- Considerar un servicio sólido de entrenamiento personal.
- La fisioterapia podría ser un servicio secundario pero valorado.
- El servicio de cocina saludable recibe una valoración relativamente baja (2,80/5) y es descartado debido a los altos costes asociados:
  - Requiere infraestructura específica (cocina, almacenamiento).
  - Necesita personal especializado.
  - Implica gestión de alimentos perecederos.
  - Requiere licencias y permisos especiales.
  - Conlleva costes fijos elevados independientemente del volumen.
- Ofrecer suplementación deportiva, pese a su baja puntuación, tiene costes reducidos y buenos márgenes, por lo que no se descarta.

### 3.15. Análisis de la disposición a pagar por servicios de fisioterapia

#### Sesiones individuales de fisioterapia

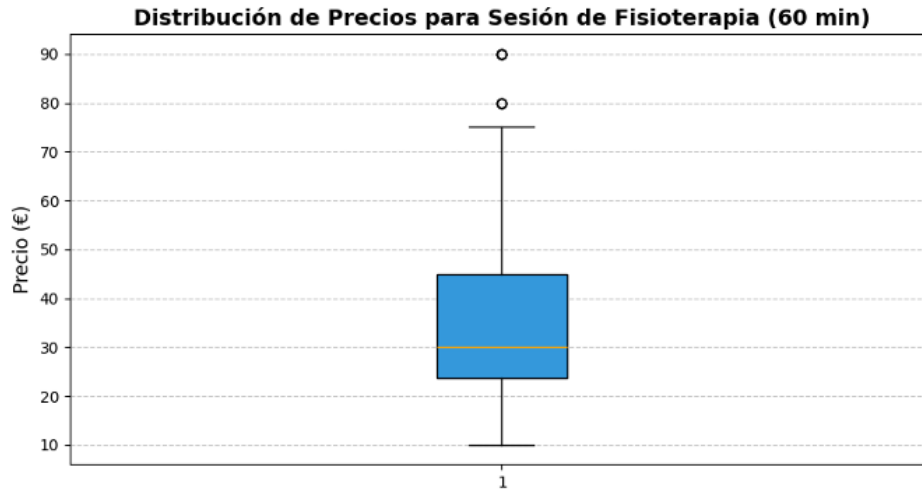


Figura 26: Distribución de precios para sesión de fisioterapia (60 min)

La distribución de precios que los encuestados están dispuestos a pagar por una sesión de fisioterapia de 60 minutos se muestra en la figura 26 y es la siguiente:

#### Distribución estadística:

- Primer cuartil ( $Q_1$ ): 25€
- Mediana: 30€
- Tercer cuartil ( $Q_3$ ): 45€
- Rango total: 10€ - 90€ (amplitud de 80€)

#### Análisis de los resultados:

- La mediana de 30€ indica un precio de referencia moderado.
- El 50% central de las respuestas se sitúa entre 25€ y 45€.
- La diferencia entre  $Q_1$  y  $Q_2$  (5€) es menor que entre  $Q_2$  y  $Q_3$  (15€), sugiriendo mayor dispersión en los valores altos.
- El rango total de 80€ indica una variabilidad significativa en las expectativas de precio.

**Implicaciones para el negocio:**

- Un precio entre 30-45€ podría ser apropiado para el servicio.
- La concentración de valores en el rango inferior sugiere sensibilidad al precio.
- Posibilidad de ofrecer diferentes opciones de precio según duración o tipo de tratamiento.
- Considerar descuentos o paquetes para socios del gimnasio para mantener precios competitivos.

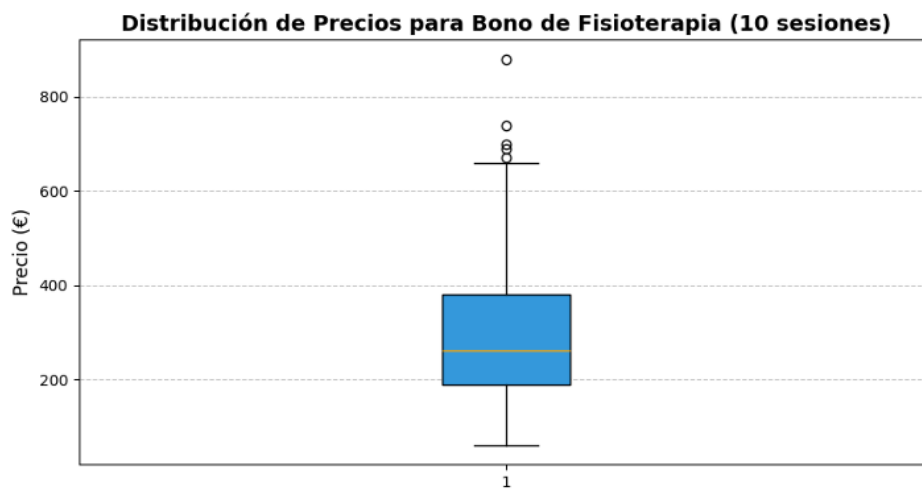
**Bonos de 10 sesiones de fisioterapia**

Figura 27: Distribución de precios para sesión de fisioterapia (10 sesiones)

La distribución de precios que los encuestados están dispuestos a pagar por un bono de 10 sesiones de fisioterapia de 60 minutos se muestra en la figura 27 y es la siguiente:

**Distribución estadística:**

- Primer cuartil ( $Q_1$ ): 180€
- Mediana: 260€
- Tercer cuartil ( $Q_3$ ): 380€
- Rango total: 60€ - 880€ (amplitud de 820€)

**Análisis de los resultados:**

- La mediana de 260€ sugiere un precio por sesión de 26€ en bono, inferior a la sesión individual (30€).
- La dispersión es significativamente mayor que en sesiones individuales.
- El rango intercuartílico ( $Q3 - Q1 = 200$ ) indica una alta variabilidad en las expectativas de precio.
- El descuento implícito por sesión en bono es aproximadamente del 13% respecto a sesiones individuales.

**Implicaciones para el negocio:**

- Oportunidad de ofrecer bonos con descuento para fidelizar clientes.
- La alta dispersión sugiere la posibilidad de diferentes tipos de bonos.
- Un precio cercano a la mediana (260€) podría ser competitivo y rentable.
- Considerar opciones de financiación o pago fraccionado dado el importe total.

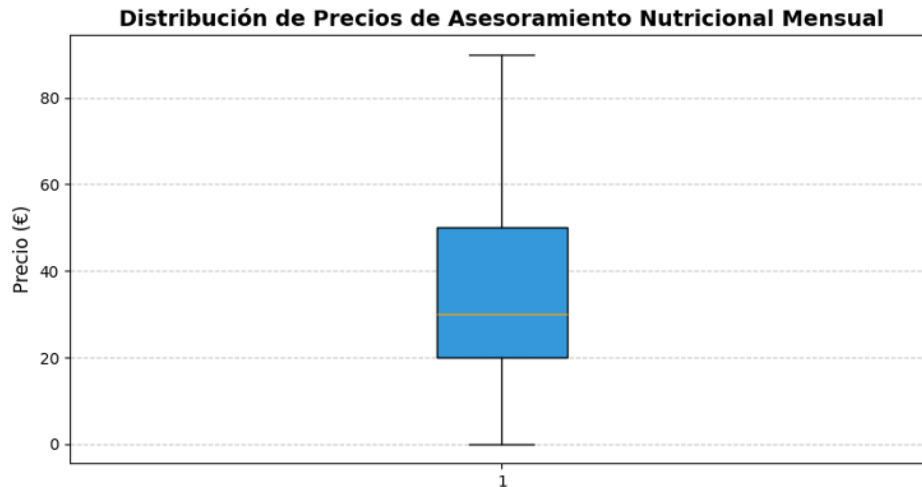
**3.16. Análisis de la disposición a pagar por asesoramiento nutricional****Plan mensual de asesoramiento nutricional**

Figura 28: Distribución de precios para plan mensual de asesoramiento nutricional

La distribución de precios que los encuestados están dispuestos a pagar por un plan mensual de asesoramiento nutricional se muestra en la figura 28 y es la siguiente:

**Distribución estadística:**

- Primer cuartil ( $Q_1$ ): 20€
- Mediana: 30€
- Tercer cuartil ( $Q_3$ ): 50€
- Rango total: 0€ - 90€ (amplitud de 90€)

**Análisis de los resultados:**

- La mediana de 30€ sugiere un precio mensual accesible.
- El 50% central de las respuestas se sitúa entre 20€ y 50€.
- La diferencia entre  $Q_2$  y  $Q_3$  (20€) es mayor que entre  $Q_1$  y  $Q_2$  (10€), indicando mayor disposición a pagar en el segmento superior.
- El rango total (90€) sugiere expectativas de precio relativamente consistentes.

**Implicaciones para el negocio:**

- Un precio base de 30 € al mes sería competitivo.
- Potencial para ofrecer diferentes niveles de servicio:
  - Plan básico cercano a  $Q_1$  (20€).
  - Plan premium cercano a  $Q_3$  (50€).
- Considerar paquetes que combinen asesoramiento nutricional con otros servicios.
- La existencia de valores mínimos en 0€ sugiere la necesidad de comunicar efectivamente el valor del servicio.

### Plan anual de asesoramiento nutricional

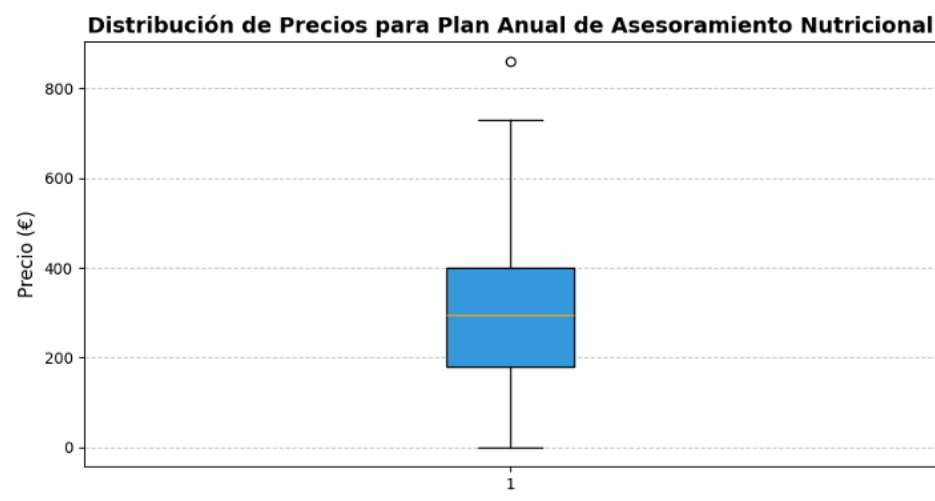


Figura 29: Distribución de precios para plan anual de asesoramiento nutricional

La distribución de precios que los encuestados están dispuestos a pagar por un plan mensual de asesoramiento nutricional se muestra en la figura 29 y es la siguiente:

#### Distribución estadística:

- Primer cuartil ( $Q_1$ ): 180€
- Mediana: 295€
- Tercer cuartil ( $Q_3$ ): 400€
- Rango total: 0€ - 860€ (amplitud de 860€)

#### Análisis de los resultados:

- La mediana de 295€ sugiere un precio anual de aproximadamente 24,6€ mensuales.
- Este precio implica un descuento significativo respecto al precio mensual (30€).
- La amplia dispersión (860€) indica gran variabilidad en la disposición a pagar.
- El rango intercuartílico (220€) sugiere diferentes percepciones de valor.

**Implicaciones para el negocio:**

- Oportunidad de ofrecer planes anuales con descuento sustancial.
- Posibilidad de diferentes niveles de servicio anual:
  - Plan básico cercano a  $Q1$  (180€).
  - Plan estándar en la mediana (290€).
  - Plan premium cercano a  $Q3$  (400€).
- Considerar opciones de pago fraccionado para facilitar el acceso.
- El compromiso anual puede mejorar la retención de clientes.

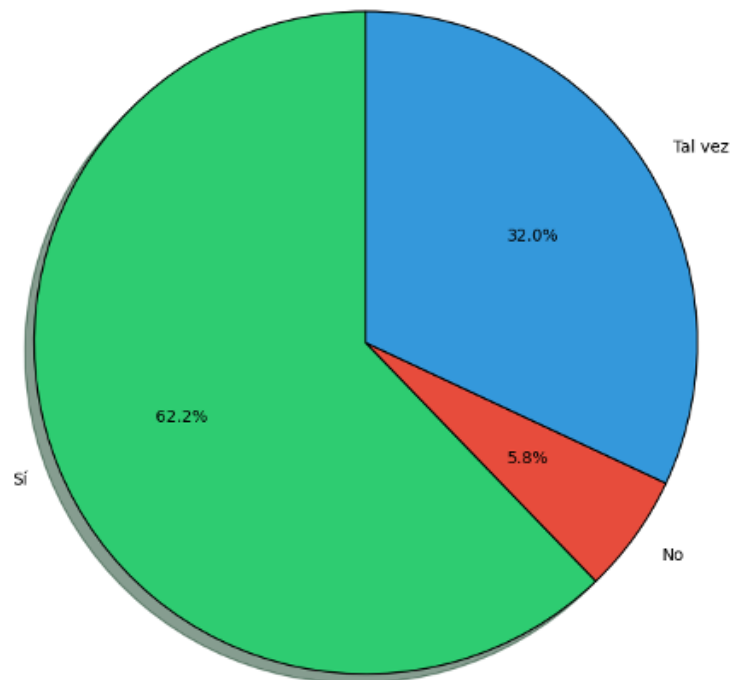
**3.17. Análisis final del estudio de mercado****Interés en Gimnasio Integrado de Fitness, Nutrición y Fisioterapia**

Figura 30: Interés en gimnasio integrado de fitness, nutrición y fisioterapia

La figura 30 muestra un claro interés por parte de los encuestados hacia un gimnasio integrado de fitness, nutrición y fisioterapia.

**Respuesta a concepto de gimnasio integrado:**

- Sí: 62,2 % (107 individuos)
- No: 5,8 % (10 individuos)
- Tal vez: 32,0 % (55 individuos)

**Conclusión:**

- **Demanda potencial:**
  - El 94,2% de los encuestados muestra interés positivo o potencial.
  - Clara aceptación del concepto de centro integrado.
- **Servicios complementarios:**
  - La nutrición personalizada (3,14/5) y entrenamientos personales (3,02/5) son los más valorados.
  - La fisioterapia (2,90/5) muestra un interés moderado pero significativo.
  - Se recomienda prescindir del servicio de cocina saludable por su baja valoración y altos costes.
- **Patrones de uso:**
  - Preferencia clara por horario de tarde (53,5 %).
  - Dedicación predominante de 3-7 horas semanales.
  - Oportunidad para tarifas diferenciadas según horario.
- **Disposición de pago:**
  - Mediana de 75€ para cuota mensual.
  - Interés en servicios premium con precios diferenciados.
  - Potencial para planes combinados de servicios.

## 4 Análisis de la competencia

El entorno competitivo en Pozuelo de Alarcón está compuesto por una amplia variedad de centros de fitness que van desde grandes cadenas internacionales hasta estudios boutique y centros deportivos municipales. A continuación, se analiza la competencia directa e indirecta más relevante para Pozuelo Fitness Center:

### 4.1. Competencia Directa:

#### David Lloyd La Finca

David Lloyd es un club deportivo premium ubicado en La Finca, enfocado en el bienestar integral. Sus instalaciones incluyen gimnasios de alta gama, spa, actividades al aire libre (tenis, pádel, fútbol), piscinas y programas personalizados. Este club está dirigido a un público con alto poder adquisitivo, que valora un entorno familiar y exclusivo.

**Coste:** La tarifa estándar tiene un coste mensual de 154 euros, no incluye acceso a servicios extra como el spa o deportes de raqueta, y requiere un compromiso anual con una matrícula inicial de 150 euros. El coste total anual asciende a 1.998 euros (David Lloyd Clubs, s.f.).

#### Fortalezas:

- Instalaciones de lujo con una amplia oferta de servicios y actividades.
- Perfecto para quienes buscan una experiencia integral, con zonas de ocio, restauración y servicios adicionales.
- Programas dirigidos a familias, incluyendo actividades para niños.

#### Debilidades:

- El precio elevado limita su alcance a un segmento muy específico.
- La ubicación en La Finca, alejada del centro de Pozuelo, puede ser un inconveniente para residentes de zonas con mayor densidad de población.

#### Fitup Pozuelo

Fitup es una cadena de gimnasios económicos que combina instalaciones modernas con precios accesibles. Sus servicios incluyen entrenamiento funcional, clases dirigidas y máquinas de gama media. Sin embargo, el acceso está limitado exclusivamente al centro donde se contrata el servicio, sin posibilidad de usar otros gimnasios Fitup. Su propuesta está orientada a un público general que busca calidad básica a un precio competitivo.

**Coste:** Ofrece una tarifa mensual de 29,90 euros, sin matrícula ni permanencia (Fitup, s.f.).

**Fortalezas:**

- Precio asequible y flexibilidad al no exigir matrícula ni compromisos de permanencia.
- Enfoque en un público amplio con un modelo simple y accesible.

**Debilidades:**

- Carece de servicios adicionales como asesoramiento nutricional, fisioterapia o programas especializados.
- No permite acceso a otros gimnasios de la cadena, limitando su flexibilidad frente a otras opciones del mercado.

### Holiday Gym Pozuelo

Holiday Gym es una cadena de gimnasios reconocida en España que combina amplias instalaciones con un enfoque en clases dirigidas, como pilates y entrenamiento convencional. Su centro en Pozuelo de Alarcón se encuentra en una ubicación céntrica (Calle Antonio Díaz, 10) con fácil acceso desde la estación de tren. Destaca por su variedad de zonas: cardio, peso libre, funcional y powerlifting, además de servicios como cafetería.

**Coste:** Holiday Gym Pozuelo ofrece dos modalidades de suscripción, adaptadas a diferentes necesidades y niveles de acceso (Holiday Gym, s.f.):

- **Tarifa Premium:** Permite acceso exclusivo al centro de Holiday Gym Pozuelo.
  - 3 meses: 99 euros
  - 6 meses: 180 euros
  - 12 meses: 299 euros
- **Tarifa VIP:** Incluye acceso a todos los centros Holiday Gym (excepto Ibiza).
  - 3 meses: 159 euros
  - 12 meses: 369 euros
- **Costes adicionales:**
  - Matrícula: 60 euros (pago único inicial).
  - Pulsera de acceso *contactless*: 10 euros.

**Fortalezas:**

- Clases dirigidas y adaptadas a diferentes niveles, como pilates y otras disciplinas.
- Amplias instalaciones (1,000 m<sup>2</sup>) con equipamiento variado y moderno.
- Tarifas accesibles en comparación con la oferta local, con modalidades que incluyen acceso a todos los centros Holiday Gym en España.
- Horarios amplios (de lunes a viernes de 7:00 a 23:00 y fines de semana adaptados).

**Debilidades:**

- Requiere el pago de matrícula inicial en cualquier suscripción.
- Falta de servicios como fisioterapia o asesoramiento nutricional, lo que podría ser un punto débil frente a gimnasios que ofrecen una experiencia más integral.

**Centro Deportivo Valle de las Cañas**

Este complejo deportivo municipal ofrece una amplia gama de servicios, que incluyen gimnasio, entrenamientos grupales y acceso a instalaciones deportivas como pistas de tenis, pádel y fútbol. Sin embargo, el uso de las instalaciones exteriores requiere reservas y pagos adicionales. Está dirigido a toda la población de Pozuelo, ofreciendo una opción accesible para quienes practican deportes variados.

**Coste:** La tarifa del gimnasio es de 58,15 euros mensuales, con permanencia anual y matrícula inicial. Esto supone un coste aproximado de 750 euros al año (Ayuntamiento de Pozuelo, s.f.).

**Fortalezas:**

- Instalaciones amplias y bien equipadas, con actividades tanto en interiores como al aire libre.
- Una opción intermedia en cuanto a costes, adecuada para quienes buscan variedad en deportes.

**Debilidades:**

- La falta de servicios especializados como fisioterapia, nutrición o suplementación limita su atractivo para quienes buscan una experiencia más integral.
- Menos atractivo para quienes buscan gimnasios modernos y programas de alta gama.

## 4.2. Competencia Indirecta

### Clínicas de fisioterapia y nutrición

- **Fisio Pozuelo y Clínica FisioWell:** Estas clínicas se especializan en la rehabilitación física y tratamientos personalizados de fisioterapia. Aunque no compiten directamente en el ámbito del fitness, captan una parte de la demanda en recuperación física. Pozuelo Fitness Center, al incluir fisioterapia como parte de su oferta, puede competir directamente con ellas al ofrecer este servicio integrado dentro de un espacio de fitness.
- **Centro Nutricional Pozuelo:** Ofrece asesoramiento nutricional especializado. Con la nutrición personalizada como parte de su propuesta, Pozuelo Fitness Center puede captar clientes que buscan un enfoque integral para alcanzar sus objetivos de salud y bienestar.

### Tiendas de suplementación y productos saludables

- **NutriSport Pozuelo y Natural Fit:** Estas tiendas se especializan en suplementación deportiva y atraen a entusiastas del fitness interesados en productos para mejorar su rendimiento. Aunque no compiten en instalaciones de entrenamiento, sí podrían captar la atención de clientes del segmento fitness. Al incorporar una tienda de suplementación dentro de sus instalaciones, Pozuelo Fitness Center ofrecerá comodidad y un valor añadido a su propuesta.

## 4.3. Análisis Comparativo

Pozuelo Fitness Center se distingue por su enfoque integral que combina fitness, fisioterapia, nutrición personalizada y suplementación. Esta propuesta completa contrasta con otros competidores que generalmente se especializan en una sola área. Según un análisis de CMD Sport (2024), el mercado está viendo una tendencia hacia la integración de servicios complementarios, lo que abre una oportunidad para el gimnasio de Pozuelo de diferenciarse en un sector con ofertas fragmentadas.

David Lloyd La Finca es el principal competidor por su posicionamiento en el segmento premium, con una oferta integral que incluye ocio, spa y actividades familiares. Sin embargo, su ubicación fuera del núcleo urbano de Pozuelo y su enfoque más amplio dejan espacio para que Pozuelo Fitness Center capte a clientes que prefieran una experiencia más exclusiva y personalizada. Además, el precio que ofrece en todas sus tarifas es mayor al que propone Pozuelo Fitness Center, que presenta una oferta más competitiva económicamente.

Otros gimnasios como Valle de las Cañas, Holiday Gym o Fitup Pozuelo se posicionan en un segmento de menor coste, lo que permite a Pozuelo Fitness Center presentarse como una alternativa premium para quienes buscan calidad superior y servicios exclusivos.

Pozuelo de Alarcón es la localidad con mayor renta per cápita de España, según datos del Instituto Nacional de Estadística (Instituto Nacional de Estadística (INE), 2023). Esto asegura que muchos de sus

residentes puedan permitirse invertir en servicios premium. Mientras que cadenas como Holiday Gym y Fitup compiten por precios bajos, Pozuelo Fitness Center tiene la oportunidad de captar a clientes que valoran calidad y personalización.

#### 4.4. Oportunidades de Diferenciación

1. **Servicios integrales en un solo lugar:** Pocos competidores ofrecen una experiencia tan completa como la proyectada para Pozuelo Fitness Center. Su enfoque en combinar entrenamiento físico, fisioterapia, nutrición y suplementación lo posiciona como líder en un segmento premium en la zona.
2. **Tienda de suplementación y gastronomía saludable:** Las tiendas de suplementación independientes no ofrecen una experiencia integral ni la conveniencia de un espacio donde se combine alimentación, suplementación y entrenamiento, lo que otorga a Pozuelo Fitness Center un diferenciador clave.
3. **Proximidad y personalización:** Aunque David Lloyd La Finca destaca en el segmento premium, la ubicación céntrica de Pozuelo Fitness Center y su enfoque personalizado podrían atraer a clientes que valoran la accesibilidad y un trato exclusivo, más local.

#### Conclusión

El análisis de la competencia indica que, aunque existen varias opciones en el sector fitness de Pozuelo de Alarcón, Pozuelo Fitness Center tiene una oportunidad única para posicionarse como líder en el segmento premium. Su propuesta integral de servicios, combinada con personalización y conveniencia, lo diferencia de competidores especializados o de bajo coste. La demografía de la zona, con alto poder adquisitivo, refuerza el potencial de éxito de esta propuesta.

## 5 Propuesta de Valor

### 5.1. Servicios principales (fitness, nutrición, fisioterapia)

Pozuelo Fitness Center ofrece una propuesta de valor única al integrar tres pilares fundamentales: fitness, nutrición y fisioterapia, todos diseñados para abordar de manera integral las necesidades de sus clientes.

En el ámbito del fitness, el gimnasio contará con amplias instalaciones equipadas con tecnología de última generación, lo que permitirá a los usuarios acceder a máquinas modernas y funcionales para sus entrenamientos. Además, se ofrecerá una variedad de clases grupales dirigidas por instructores certificados, diseñadas para adaptarse a diferentes preferencias y niveles de experiencia. Los clientes también tendrán la posibilidad de acceder a entrenamientos personales individualizados que se ajustarán a sus necesidades y objetivos específicos, ya sea mejorar su rendimiento físico, ganar fuerza, desarrollar resistencia o perder peso.

En cuanto a nutrición, el centro proporcionará un servicio de asesoramiento personalizado realizado por nutricionistas cualificados. Estos profesionales diseñarán planes de alimentación adaptados a las características y objetivos de cada cliente, asegurando un enfoque equilibrado y saludable. El seguimiento continuo permitirá ajustar los planes en función de los progresos y las necesidades individuales. Además, el gimnasio organizará talleres y charlas educativas sobre alimentación saludable, con el objetivo de fomentar buenos hábitos alimenticios entre sus miembros y promover una comprensión más profunda de la importancia de la nutrición para alcanzar un bienestar integral.

Por otro lado, el área de fisioterapia estará enfocada tanto en la prevención como en la rehabilitación de lesiones, ofreciendo evaluaciones físicas completas para identificar las necesidades específicas de cada usuario. Los tratamientos incluirán terapias manuales y el uso de equipos especializados para abordar diferentes dolencias o molestias físicas. Además, se diseñarán programas de recuperación post-entrenamiento que ayudarán a los clientes a mantener su rendimiento físico mientras previenen futuras lesiones.

La combinación de estos tres servicios bajo un mismo techo permite a Pozuelo Fitness Center ofrecer a sus clientes un cuidado integral de su salud y bienestar. Este enfoque no solo optimiza los resultados individuales, sino que también mejora significativamente la calidad de vida de los usuarios, proporcionando un entorno en el que puedan alcanzar sus metas de forma segura, eficiente y personalizada.

### 5.2. Diferenciación y ventajas competitivas

Pozuelo Fitness Center se distingue de la competencia a través de varias ventajas competitivas clave que lo posicionan como una opción única y premium en el mercado local.

En primer lugar, el enfoque integral del gimnasio es uno de sus principales diferenciadores. A diferencia de otros centros que se especializan en un solo aspecto, Pozuelo Fitness Center ofrece una experiencia completa que abarca fitness, nutrición y fisioterapia, permitiendo a los clientes abordar todas las áreas de su bienestar bajo un mismo techo.

La personalización es otro aspecto fundamental de la propuesta del gimnasio. Cada miembro recibe un plan individualizado en función de su suscripción que puede combinar entrenamiento físico, asesoramiento nutricional y fisioterapia. Este enfoque personalizado asegura que cada cliente reciba el cuidado adecuado para alcanzar sus objetivos específicos.

El gimnasio también se destaca por la implementación de tecnología avanzada. Se utilizará una app exclusiva que permitirá a los clientes realizar un seguimiento y análisis de su progreso de manera detallada, lo que les ayudará a mantener la motivación y a ajustar sus entrenamientos y dietas según sus resultados.

La calidad es otro pilar esencial de Pozuelo Fitness Center. Las instalaciones serán de alta gama, diseñadas para ofrecer un entorno exclusivo y cómodo que atraiga a un público exigente, en línea con el perfil socioeconómico de Pozuelo de Alarcón.

Además, el equipo multidisciplinar del gimnasio está compuesto por profesionales altamente cualificados, como entrenadores, nutricionistas y fisioterapeutas, quienes trabajan de manera coordinada para proporcionar un servicio integral y de máxima calidad. Esta colaboración entre expertos en distintas áreas garantiza que cada cliente reciba atención especializada en todos los aspectos de su salud y bienestar.

El gimnasio también incorporará servicios complementarios como una tienda de suplementación deportiva, lo que permite a los clientes acceder a productos recomendados para optimizar sus resultados sin tener que salir del centro.

La flexibilidad horaria es otra ventaja importante, ya que los amplios horarios de apertura del gimnasio están pensados para adaptarse a las necesidades de una clientela con agendas exigentes, lo que facilita el acceso a los servicios en cualquier momento del día.

Finalmente, Pozuelo Fitness Center crea un ambiente de comunidad y motivación. El gimnasio no solo busca ser un espacio para entrenar, sino también un lugar donde los miembros puedan sentirse parte de un grupo, lo que favorece la retención de clientes y fomenta un ambiente positivo y motivador.

Estas características diferenciadoras posicionan a Pozuelo Fitness Center como una opción premium en el mercado local, atrayendo a clientes que buscan un servicio de alta calidad y resultados tangibles en su salud y bienestar.

## 6 Plan de Marketing

### 6.1. Estrategia de marketing mix

#### Producto:

Pozuelo Fitness Center ofrecerá los siguientes planes:

- **Plan Básico:** Acceso a instalaciones de fitness y clases grupales
- **Plan Premium Nutrición:** Plan Básico + asesoramiento nutricional personalizado
- **Plan Premium Fisio:** Plan Básico + 1 sesión de fisioterapia al mes
- **Plan Gold:** Incluye todos los servicios (fitness, nutrición, fisioterapia)

#### Precio:

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta y los precios de la competencia, los precios mensuales para los diferentes planes son:

- **Plan Básico:** 84,99€
- **Plan Premium Nutrición:** 109,99€
- **Plan Premium Fisio:** 109,99€
- **Plan Gold:** 129,99€

Los precios anuales para los diferentes planes son:

- **Plan Básico:** 849,99€
- **Plan Premium Nutrición:** 1099,99€
- **Plan Premium Fisio:** 1099,99€
- **Plan Gold:** 1299,99€

Estos precios anuales representan un ahorro significativo para los clientes en comparación con el pago mensual, equivalente a dos meses gratis. Esta estructura de precios ofrece un incentivo para que los clientes se comprometan a una suscripción anual, lo que puede mejorar la retención y proporcionar una base de ingresos más estable para el gimnasio. La oferta de planes anuales con descuento se alinea con las prácticas comunes en la industria del fitness y puede ser especialmente atractiva para nuestro perfil de cliente.

Adicionalmente:

- **Sesiones de fisioterapia individuales:** 29,99€

## **Promoción:**

Se implementará una campaña de pre-apertura con descuentos especiales para atraer a los primeros clientes y generar interés en la comunidad. Además, se lanzará un programa de referidos, que incentivará a los miembros actuales a recomendar el gimnasio a nuevos usuarios, creando así un efecto de crecimiento orgánico. La estrategia de marketing digital será clave, con un enfoque en redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca, conectar con los usuarios potenciales y mantener una comunicación constante a través de contenido relevante y promociones.

## **6.2. Estrategia de comunicación**

La estrategia de comunicación de Pozuelo Fitness Center se centrará en varios pilares clave para transmitir de manera efectiva los valores y la propuesta del gimnasio. En primer lugar, se hará especial énfasis en el enfoque integral de salud y bienestar, destacando cómo los servicios de fitness, nutrición y fisioterapia se complementan para ofrecer una experiencia única y completa a los clientes. Además, se resaltarán la calidad de las instalaciones y los servicios, subrayando la exclusividad y el alto nivel que caracteriza al centro. Para reforzar la confianza y credibilidad, se utilizarán testimonios de clientes reales, quienes compartirán sus experiencias y los resultados obtenidos, demostrando la efectividad del enfoque personalizado.

Se creará contenido educativo sobre fitness, nutrición y recuperación física, posicionando al gimnasio como una fuente de conocimiento y guía para un estilo de vida saludable. Además, se organizarán eventos comunitarios de salud y bienestar, fomentando la interacción entre los miembros y promoviendo la participación activa en la vida del centro.

### **Colaboraciones con influencers fitness:**

Como parte de la estrategia de comunicación, se buscará asociarse con influencers locales y nacionales del ámbito del fitness y el bienestar. Esta colaboración permitirá crear contenido exclusivo y dinámico, incluyendo desafíos y promociones especiales, que atraerán la atención de una audiencia más amplia. Además, se organizarán sesiones de entrenamiento en vivo y eventos especiales con influencers invitados, lo que proporcionará una visibilidad adicional y generará un mayor compromiso con la marca.

### **Presencia en redes sociales:**

Instagram será la plataforma principal para mostrar las instalaciones, resaltar los servicios ofrecidos y compartir historias de éxito de los miembros. A través de contenido visual atractivo, se buscará conectar con el público objetivo y reforzar la imagen de calidad y exclusividad. Además, se creará una cuenta de TikTok, donde se compartirán rutinas de ejercicios, consejos de nutrición y tendencias de fitness en un formato más breve y atractivo. La implementación de hashtags específicos permitirá fomentar la participación de los usuarios y aumentar la visibilidad de la marca, facilitando la creación de una comunidad activa en torno al gimnasio.

### **Contenido generado por usuarios:**

Una de las estrategias más efectivas para fomentar la lealtad y el compromiso de los miembros será incentivar la creación de contenido generado por los usuarios. Se animará a los miembros a compartir sus experiencias, logros y progresos en redes sociales, lo que contribuirá a crear una comunidad auténtica y participativa. Para estimular esta participación, se organizarán desafíos mensuales con premios para los mejores resultados, generando contenido valioso y orgánico que potenciará la visibilidad de la marca.

### **Estrategia de email marketing personalizada:**

Se utilizará inteligencia artificial para segmentar y personalizar las comunicaciones por email, lo que permitirá enviar contenido relevante y adaptado a los intereses y objetivos específicos de cada miembro. Esta personalización no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también fomentará una mayor interacción y retención. Las campañas de email marketing estarán orientadas a mantener a los miembros informados sobre las novedades, promociones y consejos útiles para mejorar su bienestar.

### **Podcast de bienestar:**

Además, se lanzará un podcast semanal que incluirá entrevistas con expertos en fitness, nutrición y salud mental. Este podcast servirá como un canal adicional de comunicación para compartir conocimientos, historias inspiradoras de miembros y consejos prácticos para llevar un estilo de vida saludable. Al crear contenido valioso y accesible, se fortalecerá el vínculo con la audiencia y se aumentará el reconocimiento de Pozuelo Fitness Center como un referente en el bienestar integral.

Esta estrategia de comunicación aprovecha las últimas tendencias en marketing digital y redes sociales, lo que permite conectar con un público más joven y tecnológicamente avanzado, mientras se mantiene el enfoque en la calidad y el bienestar integral que define a Pozuelo Fitness Center.

## 7 Marco Jurídico-Fiscal

La elección de la forma jurídica para Pozuelo Fitness Center se ha realizado tras un análisis exhaustivo de las opciones disponibles, optando por la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.) (Rivero, 2019). Esta decisión se fundamenta en las ventajas significativas que ofrece esta estructura empresarial, particularmente adecuada para el proyecto en cuestión.

### 7.1. Ventajas de la Sociedad de Responsabilidad Limitada

La S.L. proporciona una protección crucial para los socios al limitar su responsabilidad al capital social aportado, salvaguardando así su patrimonio personal de los riesgos inherentes a la actividad empresarial (Rivero, 2019). Además, esta forma jurídica facilita un control riguroso sobre la entrada de nuevos socios, lo que permite mantener la integridad de la visión empresarial original y evitar la dilución no deseada del capital. La flexibilidad que caracteriza a la S.L. se adapta perfectamente al número proyectado de socios para Pozuelo Fitness Center, permitiendo una gestión ágil y eficiente del negocio.

### 7.2. Obligaciones Fiscales y Legales

Para operar dentro del marco legal establecido, Pozuelo Fitness Center deberá cumplir con una serie de obligaciones fiscales y legales:

- Registro formal del nombre de la empresa
- Apertura de una cuenta bancaria corporativa
- Elaboración y firma de los estatutos sociales
- Formalización de escritura pública ante notario
- Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Obtención del Número de Identificación Fiscal (NIF) provisional y definitivo
- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE)
- Declaración censal ante la Agencia Tributaria

### **7.3. Obligaciones Laborales**

En el ámbito laboral, Pozuelo Fitness Center deberá:

- Inscribir la sociedad en la Tesorería General de la Seguridad Social
- Afiliar y dar de alta a los trabajadores en el sistema de Seguridad Social
- Comunicar los contratos laborales al Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)
- Asegurar el cumplimiento riguroso de las normativas de prevención de riesgos laborales

### **7.4. Permisos y Licencias**

La operatividad del gimnasio está sujeta a la obtención de diversos permisos y licencias:

- Licencia de actividad y apertura
- Licencia de obras (si se requieren reformas)
- Certificación técnica de cumplimiento de normativas contra incendios, higiene y accesibilidad
- Certificados de conexión a servicios públicos (agua y saneamiento)

### **7.5. Cobertura de Seguros**

Para mitigar los riesgos asociados a la operación del gimnasio, es fundamental contar con:

- Seguro de responsabilidad civil
- Seguro de daños materiales
- Seguro de interrupción del negocio
- Seguro de accidentes laborales

### **7.6. Marco Normativo Aplicable**

Pozuelo Fitness Center deberá adherirse a un marco normativo específico que incluye:

1. Ley de Sociedades de Capital
2. Normativa municipal relativa a licencias de actividad y control urbanístico

3. Ley del Impuesto sobre Sociedades
4. Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPDGDD)
5. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSI-CE)

Este marco jurídico-fiscal integral asegura que Pozuelo Fitness Center opere de manera legal y ética, cumpliendo con todas las normativas vigentes y protegiendo los intereses tanto de los socios como de los clientes.

## 8 Análisis PESTEL

### Factores Políticos

El entorno político en Pozuelo de Alarcón se muestra propicio para la apertura del Pozuelo Fitness Center. Las regulaciones locales facilitan la instalación del gimnasio en el Centro Comercial Monteclaro, ya que el local cumple con las normativas de edificación, accesibilidad y seguridad. Además, el apoyo gubernamental al bienestar y la promoción de programas de salud y deporte en España se alinean con la misión del gimnasio, creando un ambiente favorable para su desarrollo y pudiendo llegar a recibir alguna ayuda como fondos Next Generation de la UE (Gutiérrez Sánchez, 2022). También es importante asegurarse de cumplir con las políticas laborales españolas, que exigen el cumplimiento de condiciones específicas de contratación, salarios mínimos y derechos de los empleados.

### Factores Económicos

Pozuelo de Alarcón presenta un escenario económico altamente favorable para el establecimiento de un gimnasio premium. La localidad ostenta la renta per cápita más alta de España, con 61.643 €/año, lo que refuerza la viabilidad de un centro fitness de alta gama. No obstante, es crucial considerar el elevado coste inicial, con una inversión importante para el local y su respectiva financiación, así como de las máquinas, reformas, etc. Además, factores como la inflación y el incremento anual en gastos operativos pueden afectar la rentabilidad en escenarios desfavorables. Sin embargo, la segmentación económica de la población ofrece oportunidades para captar clientes de manera rápida y efectiva.

### Factores Sociales

El panorama social en Pozuelo de Alarcón es particularmente favorable para Pozuelo Fitness Center. La demografía local muestra que un 65,65 % de la población tiene entre 20 y 60 años, constituyendo el segmento clave para el gimnasio. Además, las tendencias actuales de salud y bienestar, especialmente tras la pandemia (Carroll et al., 2020), han incrementado el interés en servicios de fitness, nutrición y fisioterapia. La encuesta realizada nos muestra que los clientes potenciales valoran factores como la limpieza, el personal capacitado y los servicios integrados, aspectos que el centro planea ofrecer. Sin embargo, es importante considerar la preferencia de la mayoría de los usuarios por horarios de tarde, lo que podría requerir una gestión estratégica para evitar la saturación en ciertos períodos.

### Factores Tecnológicos

En el ámbito tecnológico, Pozuelo Fitness Center se posiciona a la vanguardia. La propuesta incluye máquinas avanzadas y sistemas digitales de gestión para reservas y seguimiento, lo que mejorará significativamente la experiencia del usuario. Las estrategias de marketing digital, incluyendo promoción en redes

sociales y colaboraciones con influencers, están alineadas con las tendencias modernas de comunicación y captación de clientes. Además, la implementación de sistemas automatizados para la gestión de membresías no solo optimizará la experiencia del cliente, sino que también contribuirá a reducir los costes administrativos, mejorando la eficiencia operativa del gimnasio.

## **Factores Legales**

Como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.), el gimnasio debe cumplir con una serie de obligaciones fiscales y legales, incluyendo el registro del nombre, la apertura de una cuenta bancaria corporativa, la redacción de estatutos sociales y la inscripción en el Registro Mercantil. Además, es crucial obtener las licencias necesarias, como la licencia de actividad y apertura, y cumplir con las normativas de prevención de riesgos laborales. La oferta de servicios especializados como fisioterapia y nutrición requerirá adherirse a regulaciones específicas, como la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPDGDD) para el manejo de información personal de los clientes. Aunque estas obligaciones legales representan un desafío, su cumplimiento es esencial para asegurar la operación legal y ética del gimnasio.

## **Factores Medioambientales**

Los factores medioambientales son cada vez más relevantes en el sector del fitness. La ubicación estratégica de Pozuelo Fitness Center en un centro comercial permite aprovechar el transporte público, lo que podría contribuir a minimizar la huella de carbono asociada al desplazamiento de los clientes. Además, la incorporación de sistemas de climatización eficientes podría no solo reducir los costes operativos, sino también alinearse con prácticas sostenibles. La implementación de programas de reciclaje o la oferta de productos ecológicos en la tienda de suplementación podría atraer a un público más consciente del medio ambiente, diferenciando al gimnasio en un mercado cada vez más competitivo.

## 9 Plan Operativo

### 9.1. Recursos necesarios:

#### Local:

- Ubicación en Pozuelo de Alarcón, con fácil acceso desde transporte público y áreas residenciales.
- Espacio aproximado de entre 1.000 y 2.000 m<sup>2</sup>.

#### Equipamiento de fitness:

- 4 bancos planos
- 6 bancos ajustables (inclinado/declinado)
- 2 bancos de uso específico (press de hombros y abdominales)
- Área de peso libre con mancuernas ligeras (1-10 kg), medianas (12-30 kg) y pesadas (32-50 kg)
- 30 máquinas guiadas de musculación
- 4 power racks y 2 half racks
- Zona de entrenamiento funcional con barras olímpicas, discos y suelo protector
- Equipamiento de cardio:
  - 10 cintas de correr
  - 6 bicicletas estáticas
  - 4 elípticas
  - 4 remos

#### Áreas especializadas:

- Zona de fisioterapia con 3 camas de tratamiento
- Área de clases grupales y estiramiento
- Espacio reservado para entrenamiento funcional

**Instalaciones complementarias:**

- Vestuarios con duchas y taquillas (150 m<sup>2</sup>)
- Recepción y área de espera
- Oficina administrativa
- Almacén

**Tecnología:**

- Sistema de gestión de miembros y reservas
- Equipos con pantallas integradas y conectividad
- Sistema de sonido para clases grupales
- Sistemas de climatización y ventilación

**9.2. Organización del equipo****Estructura organizativa:**

- **Director General (1):** Responsable de la gestión global y estrategia del negocio
- **Gerente de Operaciones (1):** Supervisa las operaciones diarias y coordina los diferentes departamentos
- **Entrenadores personales (10):** Proporcionan entrenamiento personalizado y asesoramiento a los miembros
- **Instructores de clases grupales (6):** Imparten clases de fitness, yoga, pilates, etc.
- **Fisioterapeutas (3):** Ofrecen servicios de rehabilitación y prevención de lesiones
- **Nutricionistas (2):** Proporciona asesoramiento nutricional y planes de alimentación
- **Personal de recepción (5):** Atienden a los miembros, gestionan inscripciones y reservas
- **Personal de mantenimiento y limpieza (3):** Mantienen las instalaciones limpias y en buen estado
- **Asistente administrativo (1):** Apoya en tareas administrativas y contables

**Horarios de operación:**

- Lunes a viernes: 6:00 a 23:00
- Sábados y domingos: 8:00 a 20:00

Este plan operativo está diseñado para ofrecer un servicio de alta calidad a los miembros de Pozuelo Fitness Center, asegurando una experiencia integral de fitness y bienestar.

## 10 Plan Financiero

### 10.1. Inversión inicial

Como se puede observar en la figura 31, el local seleccionado tiene un precio de 1.300.000 € y está ubicado en el Centro Comercial Monteclaro, una zona privilegiada de Pozuelo de Alarcón. Se puede observar con más detalle su localización en la figura 32 Esta localización hará que el gimnasio se beneficie del tráfico de clientes generado por otros negocios, aumentando su visibilidad y atractivo para potenciales miembros.

**milanuncios** Publicar Iniciar sesión

Explora Milanuncios ▾ Inmobiliaria en Pozuelo de Alarcón / Locales comerciales en Pozuelo de Alarcón / Venta de locales en Pozuelo de Alarcón

**BAFRE**

**DISPONIBLE**

**Oferta de**

**BAFRE GESTION Y S...**  
PROFESIONAL

Mensaje

Llamar

Comparte este anuncio

**MADRID**

**1.300.000 €**

© Pozuelo de Alarcón (Madrid)

**Detalles**

Metros cuadrados	€/m²
1688 m²	770 €/m²

**Descripción**  
Ref: 481078743

**¡Descubre nuestro blog!**  
Novedades, consejos, comparativas y los artículos más deseados.

**¡Aquí hay de todo!**

Figura 31: Anuncio del local

*Nota:* De milanuncios, 2024

(<https://www.milanuncios.com/venta-de-locales-comerciales-en-pozuelo-de-alarcon-madrid/madrid-481078743.htm>)

Cuenta con una extensa superficie de 1.688 m<sup>2</sup>, que permite diseñar diversas áreas especializadas. Además, el local ya cuenta con una obra integral de acondicionamiento realizada en 2019, lo que reduce significativamente los costes de adaptación. También cumple con todas las normativas de edificación en cuanto a accesibilidad y seguridad, aspectos cruciales para un gimnasio.

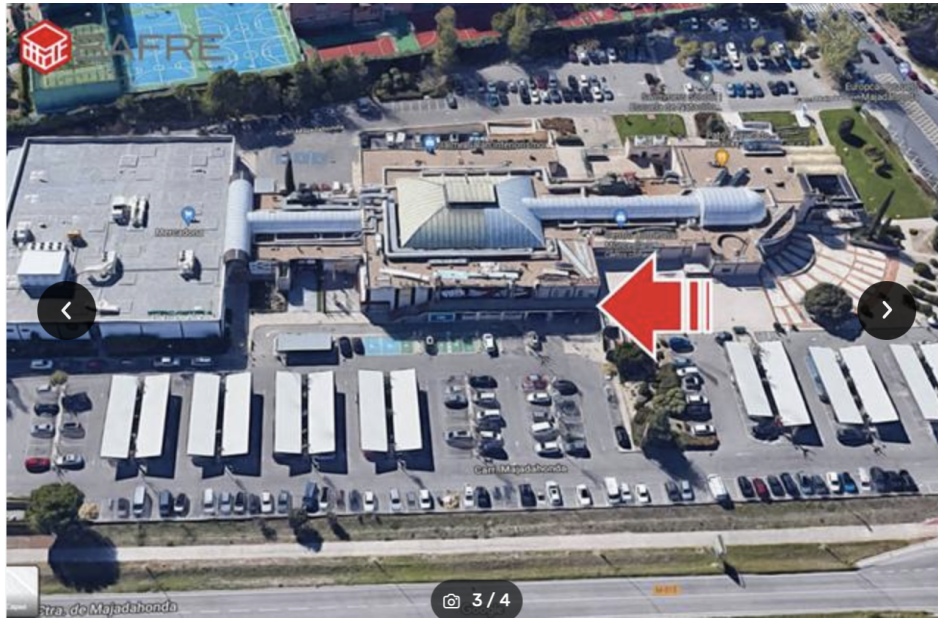


Figura 32: Localización en Centro Comercial Monteclaro

*Nota:* De milanuncios, 2024

(<https://www.milanuncios.com/venta-de-locales-comerciales-en-pozuelo-de-alarcon-madrid/madrid-481078743.htm>)

Otro gran punto a favor es que el centro comercial dispone de un amplio aparcamiento gratuito con capacidad para 250 vehículos. Esta facilidad de estacionamiento es un valor añadido significativo para los clientes, que valoran la comodidad y la accesibilidad. También cuenta con un acceso conveniente mediante transporte público, estando bien conectado con el centro de Madrid y otras áreas de Pozuelo y alrededores a través de varias líneas de autobuses que tienen paradas cercanas al centro comercial.

En el contexto de una compra inmobiliaria comercial, es común que los precios ofertados inicialmente tengan cierto margen de negociación. Para un local ofertado en 1.300.000 euros, sería razonable estimar un precio de compra final más bajo, considerando las prácticas habituales del mercado inmobiliario.

Generalmente, los vendedores suelen inflar el precio inicial entre un 5% y un 10% para tener margen de negociación. Aplicando este principio, podríamos estimar un rango de precios más realista:

- Con un margen del 5%: 1.235.000 €
- Con un margen del 10%: 1.170.000 €

Por lo tanto, sería razonable aspirar a conseguir el local por un precio entre 1.170.000 € y 1.235.000 €. Se estimará un precio final de 1.200.000 €

En conclusión, este local en el Centro Comercial Monteclaro ofrece una combinación ideal de ubicación, espacio, infraestructura y accesibilidad para establecer un gimnasio premium exitoso en Pozuelo de Alarcón,

aprovechando el alto poder adquisitivo de la zona y la creciente demanda de servicios de fitness de alta calidad.

Basándonos en los recursos seleccionados en el punto 6 y los datos de las fuentes consultadas como Bodytone (2024) o webs de venta de equipamiento, se presenta a continuación un desglose detallado de la inversión inicial requerida para Pozuelo Fitness Center:

### Adecuación del local

- **Demolición y limpieza:**

Superficie: 1.688 m<sup>2</sup>

Precio mínimo - máximo: 20 - 50 €/m<sup>2</sup>

Precio total mínimo - máximo: 33.760 - 84.400 €

- **Reforma y construcción:**

Superficie: 1.688 m<sup>2</sup>

Precio mínimo - máximo: 150 - 300 €/m<sup>2</sup>

Precio total mínimo - máximo: 253.200 - 506.400 €

- **Subtotal adecuación:**

Precio total mínimo: **286.960 €**

Precio total máximo: **590.800 €**

### Equipamiento deportivo

- **Tipo de banco:**

- **Bancos planos:**

Cantidad: 4 unidades

Precio mínimo - máximo: 300 - 500 €/unidad

Precio total mínimo - máximo: 1.200 - 2.000 €

- **Bancos ajustables (inclinado/declinado):**

Cantidad: 6 unidades

Precio mínimo - máximo: 600 - 1.000 €/unidad

Precio total mínimo - máximo: 3.600 - 6.000 €

- **Bancos de uso específico (press hombros, abdominales):**

Cantidad: 2 unidades

Precio mínimo - máximo: 500 - 800 €/unidad

Precio total mínimo - máximo: 1.000 - 1.600 €

- **Subtotal bancos:**
  - Precio total mínimo: **5.800 €**
  - Precio total máximo: **9.600 €**
  
- **Tipo de mancuerna:**
  - **Mancuernas ligeras (1-10 kg):**
    - Cantidad: 10 pares
    - Precio mínimo - máximo: 40 - 80 €/par
    - Precio total mínimo - máximo: 400 - 800 €
  - **Mancuernas medianas (12-30 kg):**
    - Cantidad: 10 pares
    - Precio mínimo - máximo: 100 - 200 €/par
    - Precio total mínimo - máximo: 1.000 - 2.000 €
  - **Mancuernas pesadas (32-50 kg):**
    - Cantidad: 8 pares
    - Precio mínimo - máximo: 250 - 400 €/par
    - Precio total mínimo - máximo: 2.000 - 3.200 €
  - **Soportes para mancuernas:**
    - Cantidad: 2 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 500 - 1.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 1.000 - 2.000 €
  - **Subtotal mancuernas:**
    - Precio total mínimo: **4.400 €**
    - Precio total máximo: **8.000 €**
  
- **Máquinas guiadas de musculación:**
  - Cantidad: 30 unidades
  - Precio mínimo - máximo: 2.500 - 3.500 €/unidad
  - Precio total mínimo - máximo: 75.000 - 105.000 €
  
- **Racks y peso libre:**
  - **Power racks:**
    - Cantidad: 4 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 1.500 - 3.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 6.000 - 12.000 €
  - **Half racks:**
    - Cantidad: 2 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 1.000 - 2.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 2.000 - 4.000 €

- **Barras olímpicas (20 kg):**
  - Cantidad: 6 unidades
  - Precio mínimo - máximo: 300 - 600 €/unidad
  - Precio total mínimo - máximo: 1.800 - 3.600 €
- **Discos de pesas (200 kg por rack €/kg):**
  - Cantidad: 1.200 kg
  - Precio mínimo - máximo: 4 - 6 €/kg
  - Precio total mínimo - máximo: 4.800 - 7.200 €
- **Suelo protector para racks:**
  - Cantidad: 6 unidades
  - Precio mínimo - máximo: 300 - 500 €/unidad
  - Precio total mínimo - máximo: 1.800 - 3.000 €
- **Subtotal racks y peso libre:**
  - Precio total mínimo: **16.400 €**
  - Precio total máximo: **29.800 €**
- **Equipamiento de cardio:**
  - **Cintas de correr:**
    - Cantidad: 10 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 2.000 - 3.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 20.000 - 30.000 €
  - **Bicicletas estáticas:**
    - Cantidad: 6 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 1.000 - 2.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 6.000 - 12.000 €
  - **Elípticas:**
    - Cantidad: 4 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 1.000 - 2.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 4.000 - 8.000 €
  - **Remos:**
    - Cantidad: 4 unidades
    - Precio mínimo - máximo: 1.000 - 2.000 €/unidad
    - Precio total mínimo - máximo: 4.000 - 8.000 €
  - **Subtotal cardio:**
    - Precio total mínimo: **34.000 €**
    - Precio total máximo: **58.000 €**

**Otros costes****■ Vestuario y baños:**

Superficie: 150 m<sup>2</sup>

Precio mínimo - máximo: 300 - 600 €/m<sup>2</sup>

Precio total mínimo - máximo: 45.000 - 90.000 €

**■ Sistemas de climatización y ventilación:**

Superficie: 1.688 m<sup>2</sup>

Precio mínimo - máximo: 30 - 60 €/m<sup>2</sup>

Precio total mínimo - máximo: 50.640 - 101.280 €

**■ Camas de fisioterapia:**

Cantidad: 3 unidades

Precio mínimo - máximo: 500 - 1.000 €/unidad

Precio total mínimo - máximo: 1.500 - 3.000 €

**■ Licencias y permisos:**

Precio mínimo - máximo: 5.000 - 15.000 €

**■ Marketing y diseño de marca:**

Precio mínimo - máximo: 5.000 - 10.000 €

**■ Otros gastos iniciales:****● Mobiliario:**

Precio mínimo - máximo: 10.000 - 20.000 €

**● Sistemas tecnológicos:**

Precio mínimo - máximo: 10.000 - 25.000 €

**Total:**

Precio total mínimo: **548.200 €**

Precio total máximo: **1.062.480 €**

Precio medio estimado: **805.340 €**

Esta inversión inicial cubre todos los aspectos necesarios para poner en marcha Pozuelo Fitness Center con un alto estándar de calidad, acorde con su posicionamiento premium en el mercado.

## 10.2. Financiación del Proyecto

Para llevar a cabo la adquisición del local de 1.200.000 € y 73.993 € adicionales de impuestos y gastos de la compra (según simulador), se propone un plan de financiación que combina fondos propios, apoyo familiar y financiación bancaria. En la tabla 2 se puede observar cómo se desglosa la hipoteca. A continuación se muestra en más detalle:

Tabla 2: Resumen financiación hipotecaria

Concepto	Importe
Precio del inmueble	1.200.000 €
Impuestos y gastos	73.993 €
Coste total del inmueble	1.273.993 €
Ahorro aportado	360.000 €
Importe hipoteca	913.993 €
Interés hipoteca	202.467 €
Coste total con hipoteca	1.476.460 €

*Nota:* Adaptado de “Simulador de hipotecas” por Idealista, 2024 (<https://www.idealista.com>)

### Fondos propios (15 %)

El dueño aportará el 15% del coste del local mediante sus propios recursos económicos, lo que asciende a 180.000€. Este aporte inicial refuerza la implicación directa en el proyecto y reduce la dependencia de la financiación externa.

### Préstamo familiar (15 %)

Se recurrirá a familiares para financiar otro 15% del coste del local, equivalente a 180.000€, bajo la forma de un préstamo sin intereses (0%). Este acuerdo proporciona flexibilidad en los plazos de devolución, aligerando la carga financiera del negocio durante los primeros años. La devolución se hará con el resultado operativo de los primeros años.

### Hipoteca comercial (70 %)

El 70% del coste del local, equivalente a 840.000€, será financiado mediante una hipoteca comercial ofrecida por BBVA, denominada “Hipoteca Local Comercial y Empresas BBVA” («Hipoteca Local Comercial para Negocios y Empresas», s.f.). Esta opción proporciona condiciones específicas para negocios y empresas.

### Condiciones de la hipoteca:

- Tipo de interés: TIN bonificado del 2,75 % (Grigoryan, 2024)
- TAE: 3,71 % (bonificada)
- Plazo: 15 años

- Financiación máxima: 70 % del valor de tasación del inmueble
- Cuota mensual: 6.202€

#### Características adicionales:

- Flexibilidad: Permite elegir entre tipo fijo o variable.
- Destino de la financiación: Además de la compra, puede usarse para sustitución, reforma o rehabilitación.
- Requisitos del solicitante: Debe ser una persona física con actividad empresarial o una persona jurídica.

Es crucial negociar directamente con BBVA para obtener una oferta personalizada y comprender completamente las condiciones a largo plazo, especialmente cualquier coste adicional incluido en la cuota mensual. Esto permitirá evaluar con precisión cómo estas condiciones afectarán a la viabilidad financiera del proyecto. La estimación inicial de la hipoteca se puede observar en la figura 33.

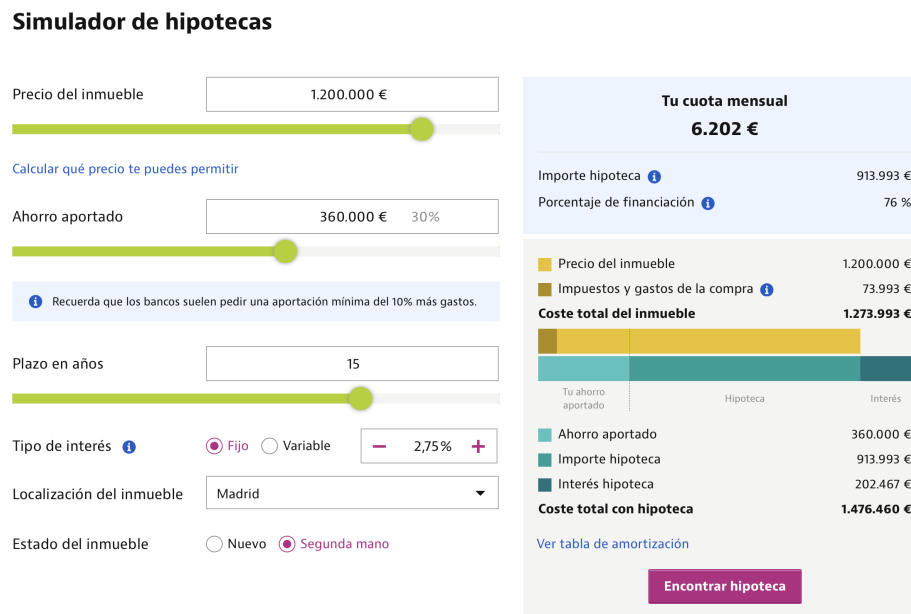


Figura 33: Simulación de hipoteca

*Nota:* Simulador de hipotecas de Idealista, 2024 (<https://www.idealista.com>)

#### Resto de inversión inicial y gastos operativos:

El resto de la inversión inicial se cubrirá con fondos propios. Esto asegura que el proyecto comience con una base financiera sólida y minimiza la necesidad de financiación externa adicional.

Los gastos operativos del gimnasio se cubrirán con los ingresos generados desde el segundo mes de operación. Esta estrategia se basa en un análisis de las proyecciones financieras, que anticipan un flujo de caja positivo a partir del segundo mes gracias a las inscripciones y cuotas mensuales de los socios.

### 10.3. Proyección de ingresos y gastos

#### Ingresos proyectados:

Basándonos en los planes de membresía ofrecidos y considerando una estimación conservadora de miembros para el primer año, proyectamos los siguientes ingresos mensuales:

- Plan Básico (84,99€/mes): 300 miembros = 25.497 €
- Plan Premium Nutrición (109,99€/mes): 200 miembros = 21.998 €
- Plan Premium Fisio (109,99€/mes): 200 miembros = 21.998 €
- Plan Gold (129,99€/mes): 100 miembros = 12.999 €

Adicionalmente, se proyectan ingresos por:

- Sesiones de fisioterapia individuales: 5.000 €/mes
- Venta de suplementos y otros: 2.000 €/mes

**Total ingresos mensuales estimados: 89.492 €**

**Total ingresos anuales estimados: 1.073.904 €**

#### Gastos proyectados:

Basándonos en los datos de la industria y considerando las particularidades de Pozuelo Fitness Center, estimamos los siguientes gastos mensuales:

##### **Proyección de gastos mensuales de personal:**

A continuación, se presenta la estructura organizativa del gimnasio junto con la proyección de gastos mensuales del personal:

- **Director General (1):** 3.500 - 4.500 €
- **Gerente de Operaciones (1):** 2.800 - 3.500 €
- **Entrenadores Personales (10):** 15.000 - 20.000 €
- **Instructores de Clases Grupales (6):** 7.200 - 9.000 €
- **Fisioterapeutas (3):** 5.400 - 6.600 €

- **Nutricionistas (2):** 3.600 - 4.400 €
- **Personal de Recepción (5):** 6.000 - 7.000 €
- **Personal de Mantenimiento y Limpieza (3):** 3.300 - 3.900 €
- **Asistente Administrativo (1):** 1.400 - 1.700 €

**Total personal mensual:** 48.200 - 60.600 €

**Media personal mensual:** 54.400 €

**Media personal anual:** 652.800 €

**Hipoteca mensual:** 6.202 €

**Total hipoteca anual:** 74.424 €

**Otros gastos:**

- **Mantenimiento y reparaciones del equipo:** 4.500€
- **Primas de seguro:** 3.000€
- **Marketing y publicidad:** 6.500€
- **Licencias y tarifas de cumplimiento:** 1.000€
- **Educación continua para entrenadores:** 1.500€
- **Suscripciones de tecnología y software:** 1.750€
- **Servicios públicos (electricidad, agua, calefacción/AC):** 3.500 €
- **Suministros (toallas, productos de limpieza, artículos de cortesía):** 2.000 €
- **Música y entretenimiento (licencias y sistemas):** 500 €

**Total otros gastos mensual:** 24.250 €

**Total otros gastos anual:** 291.000 €

**Total gastos mensuales estimados:** 84.852 €

**Total gastos anuales estimados:** 1.018.224 €

## 10.4. Evaluación de rentabilidad

Para evaluar la rentabilidad del proyecto Pozuelo Fitness Center, analizaremos los resultados financieros proyectados para los primeros años de operación, considerando tres posibles escenarios: favorable, moderado y desfavorable.

### 10.4.1. Escenario Favorable

#### Proyecciones de Ingresos y Gastos:

##### ■ Año 1:

- Ingresos totales: 1.073.904 €
- Gastos totales: 1.018.224 €
- Resultado operativo: 55.680 €
- Pago préstamo familiar: 55.680 €
- Resultado neto: 0 €

##### ■ Crecimiento anual:

- **Ingresos:** 10 % anual.

El crecimiento en los ingresos se fundamenta en dos factores principales. En primer lugar, se prevé un aumento en el número de miembros y un mayor reconocimiento de la marca como resultado de estrategias de marketing efectivas, recomendaciones de clientes satisfechos y una creciente presencia en Pozuelo de Alarcón, lo que contribuirá significativamente a la atracción de nuevos clientes. Por otro lado, se anticipa un incremento en la demanda de servicios premium de fitness y bienestar, lo que permitirá al centro capitalizar esta tendencia del mercado.

- **Gastos:** 5 % anual

El aumento en los gastos se atribuye a tres elementos clave. Primero, se proyecta un incremento en los costes de personal para atender adecuadamente al creciente número de miembros y mantener la calidad del servicio. Segundo, se prevé un aumento en los gastos de mantenimiento debido al mayor uso de las instalaciones, lo que requerirá una atención más frecuente y exhaustiva de los equipos e infraestructura. Finalmente, se considera el impacto de la inflación general en los costes de servicios y suministros, lo que inevitablemente afectará a los gastos operativos del centro.

##### ■ Año 2:

- Ingresos totales: 1.181.294,4 €
- Gastos totales: 1.069.135,2 €
- Resultado operativo: 112.159,20 €
- Pago préstamo familiar: 112.159,20 €
- Resultado neto: 0 €

- **Año 3:**
  - Ingresos totales: 1.299.423,84 €
  - Gastos totales: 1.122.591,96 €
  - Resultado operativo: 176.831,88 €
  - Pago préstamo familiar: 12.160,80 €
  - Resultado neto: 164.671,08 €

#### Proyecciones:

- **Año 4:** Ingresos: 1.429.366,22 €, Gastos: 1.178.721,56 €, Resultado operativo: 250.644,67 €
- **Año 5:** Ingresos: 1.572.302,85 €, Gastos: 1.237.657,64 €, Resultado operativo: 334.645,21 €
- **Año 6:** Ingresos: 1.729.533,13 €, Gastos: 1.299.540,52 €, Resultado operativo: 429.992,61 €
- **Año 7:** Ingresos: 1.902.486,44 €, Gastos: 1.364.517,54 €, Resultado operativo: 537.968,90 €
- **Año 8:** Ingresos: 2.092.735,09 €, Gastos: 1.432.743,42 €, Resultado operativo: 659.991,67 €
- **Año 9:** Ingresos: 2.302.008,60 €, Gastos: 1.504.380,59 €, Resultado operativo: 797.628,01 €
- **Año 10:** Ingresos: 2.532.209,46 €, Gastos: 1.579.599,62 €, Resultado operativo: 952.609,84 €

#### ROI

El ROI mide la rentabilidad de la inversión inicial. Para calcular el ROI en el primer año:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Resultado operativo}}{\text{Inversión inicial}} = \frac{55,680}{2,096,397} = 2,66\%$$

#### Payback Period

El Payback Period es el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial de 2.096.397 €. A continuación, calculamos el resultado operativo acumulado para cada año, considerando el pago del préstamo familiar:

- **Año 1:** Resultado neto = 0 €
- **Año 2:** Resultado neto acumulado = 0 €
- **Año 3:** Resultado neto acumulado = 164.671,08 €
- **Año 4:** Resultado neto acumulado = 164.671,08 € + 250.644,67 € = 415.315,75 €
- **Año 5:** Resultado neto acumulado = 415.315,75 € + 334.645,21 € = 749.960,96 €
- **Año 6:** Resultado neto acumulado = 749.960,96 € + 429.992,61 € = 1.179.953,57 €

- **Año 7:** Resultado neto acumulado = 1.179.953,57 € + 537.968,90 € = 1.717.922,47 €
- **Año 8:** Resultado neto acumulado = 1.717.922,47 € + 659.991,67 € = 2.377.914,14 €

La inversión inicial de 2.096.397 € se recupera entre el **Año 7** y el **Año 8**. La fracción del Año 8 necesaria para recuperar la inversión restante de 378.474,53 € es:

$$\text{Fracción del año 8} = \frac{378,474,53}{659,991,67} \approx 0,57$$

Por lo tanto, el **Payback Period** estimado es de aproximadamente **7 años y 7 meses**.

### Margen Bruto

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ingresos Totales} - \text{Coste de Ventas}}{\text{Ingresos Totales}}$$

$$\text{Coste de Ventas} = \text{Gastos Totales} - 74,424 \text{ €}$$

- **Año 1:** Margen bruto =  $\frac{1,073,904 \text{ €} - 943,800 \text{ €}}{1,073,904 \text{ €}} \times 100 = 12,12 \%$
- **Año 2:** Margen bruto =  $\frac{1,181,294,40 \text{ €} - 994,711,20 \text{ €}}{1,181,294,40 \text{ €}} \times 100 = 15,79 \%$
- **Año 3:** Margen bruto =  $\frac{1,299,423,84 \text{ €} - 1,048,167,96 \text{ €}}{1,299,423,84 \text{ €}} \times 100 = 19,34 \%$
- **Año 4:** Margen bruto =  $\frac{1,429,366,22 \text{ €} - 1,104,297,56 \text{ €}}{1,429,366,22 \text{ €}} \times 100 = 22,74 \%$
- **Año 5:** Margen bruto =  $\frac{1,572,302,85 \text{ €} - 1,163,233,64 \text{ €}}{1,572,302,85 \text{ €}} \times 100 = 26,02 \%$
- **Año 6:** Margen bruto =  $\frac{1,729,533,13 \text{ €} - 1,225,116,52 \text{ €}}{1,729,533,13 \text{ €}} \times 100 = 29,16 \%$
- **Año 7:** Margen bruto =  $\frac{1,902,486,44 \text{ €} - 1,290,093,54 \text{ €}}{1,902,486,44 \text{ €}} \times 100 = 32,19 \%$
- **Año 8:** Margen bruto =  $\frac{2,092,735,09 \text{ €} - 1,358,319,42 \text{ €}}{2,092,735,09 \text{ €}} \times 100 = 35,09 \%$
- **Año 9:** Margen bruto =  $\frac{2,302,008,60 \text{ €} - 1,429,956,59 \text{ €}}{2,302,008,60 \text{ €}} \times 100 = 37,88 \%$
- **Año 10:** Margen bruto =  $\frac{2,532,209,46 \text{ €} - 1,505,175,62 \text{ €}}{2,532,209,46 \text{ €}} \times 100 = 40,56 \%$

### EBITDA

El EBITDA no tiene en cuenta los intereses, impuestos, depreciación y amortización. Para calcularlo, debemos sumar a nuestro resultado los intereses pagados cada año por el préstamo bancario. En las figuras 34, 30 y en la tabla 3 podemos observar cómo evolucionan los intereses y el préstamo a lo largo de los 15 años.

Tabla 3: Tabla de amortización del préstamo hipotecario

Año	Interés	Amortizado	Total pagado	Pendiente de pago
1	24.509	49.927	74.436	864.066
2	47.627	101.245	148.872	812.748
3	69.318	153.990	223.308	760.003
4	89.538	208.206	297.744	705.787
5	108.248	263.932	372.180	650.061
6	125.409	321.207	446.616	592.786
7	140.973	380.079	521.052	533.914
8	154.898	440.590	595.488	473.403
9	167.136	502.788	669.924	411.205
10	177.642	566.718	744.360	347.275
11	186.370	632.426	818.796	281.567
12	193.269	699.963	893.232	214.030
13	198.286	769.382	967.668	144.611
14	201.371	840.733	1.042.104	73.260
15	202.468	914.073	1.116.541	0

- **Año 1:** Resultado Operativo: 55.680 €, Intereses: 24.509 €, EBITDA: 80.189 €
- **Año 2:** Resultado Operativo: 112.159,20 €, Intereses: 23.118 €, EBITDA: 135.277,20 €
- **Año 3:** Resultado Operativo: 176.831,88 €, Intereses: 21.691 €, EBITDA: 198.522,88 €
- **Año 4:** Resultado Operativo: 250.644,67 €, Intereses: 20.220 €, EBITDA: 270.864,67 €
- **Año 5:** Resultado Operativo: 334.645,21 €, Intereses: 18.710 €, EBITDA: 353.355,21 €
- **Año 6:** Resultado Operativo: 429.992,61 €, Intereses: 17.161 €, EBITDA: 447.153,61 €
- **Año 7:** Resultado Operativo: 537.968,90 €, Intereses: 15.564 €, EBITDA: 553.532,90 €
- **Año 8:** Resultado Operativo: 659.991,67 €, Intereses: 13.925 €, EBITDA: 673.916,67 €
- **Año 9:** Resultado Operativo: 797.628,01 €, Intereses: 12.238 €, EBITDA: 809.866,01 €
- **Año 10:** Resultado Operativo: 952.609,84 €, Intereses: 10.506 €, EBITDA: 963.115,84 €

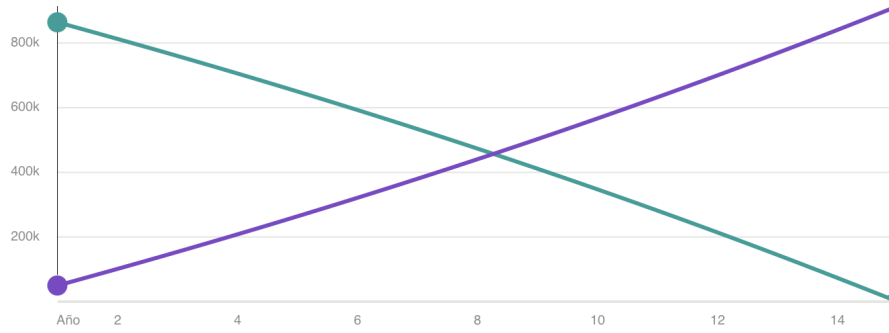
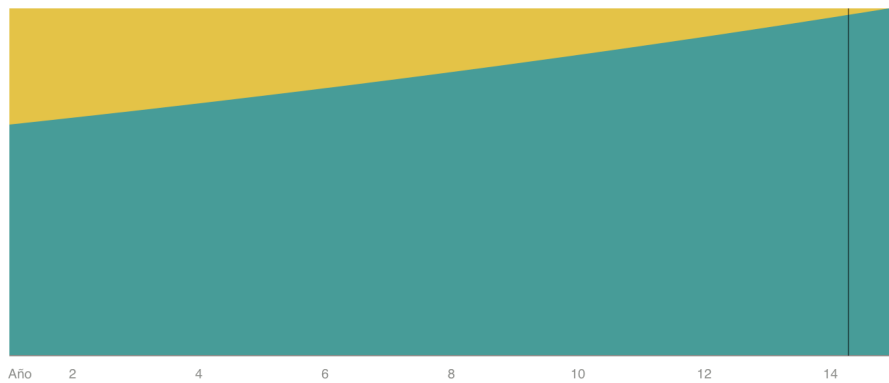


Figura 34: Evolución del préstamo

Nota: Simulador de hipotecas de Idealista, 2024 (<https://www.idealista.com>)



Mes 171 (Año 15)

- Destinado a principal 6063 €
- Destinado a interés 140 €

Figura 35: Evolución del pago mensual de intereses

Nota: Simulador de hipotecas de Idealista, 2024 (<https://www.idealista.com>)

### EBIT

Para calcular el EBIT debemos restarle al EBITDA la depreciación y amortización.

### Cálculo de Depreciación

Basándonos en prácticas comunes de la industria, hemos estimado las siguientes vidas útiles para los diferentes componentes del gimnasio:

- Adecuación del local (renovaciones y construcciones): 20 años

■ **Equipamiento deportivo:**

- Máquinas de cardio y musculación: 10 años
- Pesas libres y racks: 15 años

■ **Sistemas de climatización y ventilación (HVAC): 20 años**

■ **Mobiliario y otros elementos no estructurales: 10 años**

Con estas estimaciones, calculamos la depreciación anual de la siguiente manera:

**Adecuación del local**

Coste medio:

$$\frac{286,960 + 590,800}{2} = 438,880$$

Vida útil estimada: 20 años

Depreciación anual:

$$\frac{438,880}{20} = 21,944$$

**Equipamiento deportivo**

Coste medio total:

$$\frac{135,600 + 210,400}{2} = 173,000$$

Vida útil estimada: 10 años

Depreciación anual:

$$\frac{173,000}{10} = 17,300$$

**Otros costes (incluyendo HVAC)**

Coste medio de elementos depreciables:

$$\frac{45,000 + 90,000 + 50,640 + 101,280}{2} = 143,460$$

Vida útil estimada: 20 años

Depreciación anual:

$$\frac{143,460}{20} = 7,173$$

**Depreciación total anual**

$$\begin{aligned} \text{Depreciación total anual} &= 21,944 + 17,300 + 7,173 \\ &= 46,417 \end{aligned}$$

Por lo tanto, la depreciación y amortización anual total estimada para Pozuelo Fitness Center durante los primeros 10 años es de **46.417 €**. Para obtener el EBIT se lo restamos al EBITDA.

- **Año 1:** EBITDA = 80.189 €, EBIT = 80.189 € - 46.417 € = 33.772 €
- **Año 2:** EBITDA = 135.277,20 €, EBIT = 135.277,20 € - 46.417 € = 88.860,20 €
- **Año 3:** EBITDA = 198.522,88 €, EBIT = 198.522,88 € - 46.417 € = 152.105,88 €
- **Año 4:** EBITDA = 270.864,67 €, EBIT = 270.864,67 € - 46.417 € = 224.447,67 €
- **Año 5:** EBITDA = 353.355,21 €, EBIT = 353.355,21 € - 46.417 € = 306.938,21 €
- **Año 6:** EBITDA = 447.153,61 €, EBIT = 447.153,61 € - 46.417 € = 400.736,61 €
- **Año 7:** EBITDA = 553.532,90 €, EBIT = 553.532,90 € - 46.417 € = 507.115,90 €
- **Año 8:** EBITDA = 673.916,67 €, EBIT = 673.916,67 € - 46.417 € = 627.499,67 €
- **Año 9:** EBITDA = 809.866,01 €, EBIT = 809.866,01 € - 46.417 € = 763.449,01 €
- **Año 10:** EBITDA = 963.115,84 €, EBIT = 963.115,84 € - 46.417 € = 916.698,84 €

**10.4.2. Escenario Moderado**

En este escenario, mantendremos las mismas condiciones que en el escenario favorable, pero reduciremos el crecimiento anual de los ingresos al 5%. El crecimiento de los gastos se mantiene en el 5% anual.

**Proyecciones de Ingresos y Gastos:**

- **Año 1:**
  - Ingresos totales: 1.073.904 €
  - Gastos totales: 1.018.224 €
  - Resultado operativo: 55.680 €
  - Pago préstamo familiar: 55.680 €
  - Resultado neto: 0 €

■ **Crecimiento anual:**

- **Ingresos:** 5 % anual
- **Gastos:** 5 % anual

**Proyecciones para los siguientes años:**

- **Año 2:** Ingresos: 1.127.599,20 €, Gastos: 1.069.135,20 €, Resultado operativo: 58.464,00 €
- **Año 3:** Ingresos: 1.183.979,16 €, Gastos: 1.122.591,96 €, Resultado operativo: 61.387,20 €
- **Año 4:** Ingresos: 1.243.178,12 €, Gastos: 1.178.721,56 €, Resultado operativo: 64.456,56 €
- **Año 5:** Ingresos: 1.305.337,03 €, Gastos: 1.237.657,64 €, Resultado operativo: 67.679,39 €
- **Año 6:** Ingresos: 1.370.603,88 €, Gastos: 1.299.540,52 €, Resultado operativo: 71.063,36 €
- **Año 7:** Ingresos: 1.439.134,07 €, Gastos: 1.364.517,54 €, Resultado operativo: 74.616,53 €
- **Año 8:** Ingresos: 1.511.090,77 €, Gastos: 1.432.743,42 €, Resultado operativo: 78.347,35 €
- **Año 9:** Ingresos: 1.586.645,31 €, Gastos: 1.504.380,59 €, Resultado operativo: 82.264,72 €
- **Año 10:** Ingresos: 1.665.977,58 €, Gastos: 1.579.599,62 €, Resultado operativo: 86.377,96 €

**ROI:**

El ROI se mantiene igual que en el escenario favorable, ya que el primer año no cambia en este escenario moderado.

**Payback Period:**

El Payback Period es el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial de 2.096.397 €. A continuación, calculamos el resultado operativo acumulado para cada año:

- **Año 1:** Resultado neto = 0 €
- **Año 2:** Resultado neto acumulado = 0 €
- **Año 3:** Resultado neto acumulado = 61.387,20 €
- **Año 4:** Resultado neto acumulado = 61.387,20 € + 64.456,56 € = 125.843,76 €
- **Año 5:** Resultado neto acumulado = 125.843,76 € + 67.679,39 € = 193.523,15 €
- **Año 6:** Resultado neto acumulado = 193.523,15 € + 71.063,36 € = 264.586,51 €
- **Año 7:** Resultado neto acumulado = 264.586,51 € + 74.616,53 € = 339.203,04 €
- **Año 8:** Resultado neto acumulado = 339.203,04 € + 78.347,35 € = 417.550,39 €

- **Año 9:** Resultado neto acumulado = 417.550,39 € + 82.264,72 € = 499.815,11 €
- **Año 10:** Resultado neto acumulado = 499.815,11 € + 86.377,96 € = 586.193,07 €

Dado que después de 10 años aún no se ha recuperado la inversión inicial, el Payback Period para el escenario moderado es superior a 10 años. Para calcular el tiempo exacto, necesitaríamos proyectar más años o utilizar una estimación lineal.

Utilizando una estimación lineal basada en el crecimiento del último año, pese a que el crecimiento es creciente:

$$\text{Años adicionales} = \frac{2,096,397 - 586,193,07}{86,377,96} \approx 17,48 \text{ años}$$

Por lo tanto, el **Payback Period** estimado para el escenario moderado será menor de **27,48 años**.

#### Margen Bruto:

- **Año 1:** Margen bruto =  $\frac{1,073,904 \text{ €} - 943,800 \text{ €}}{1,073,904 \text{ €}} \times 100 = 12,12 \%$
- **Año 2:** Margen bruto =  $\frac{1,127,599,20 \text{ €} - 994,711,20 \text{ €}}{1,127,599,20 \text{ €}} \times 100 = 11,78 \%$
- **Año 3:** Margen bruto =  $\frac{1,183,979,16 \text{ €} - 1,048,167,96 \text{ €}}{1,183,979,16 \text{ €}} \times 100 = 11,47 \%$
- **Año 4:** Margen bruto =  $\frac{1,243,178,12 \text{ €} - 1,104,297,56 \text{ €}}{1,243,178,12 \text{ €}} \times 100 = 11,17 \%$
- **Año 5:** Margen bruto =  $\frac{1,305,337,03 \text{ €} - 1,163,233,64 \text{ €}}{1,305,337,03 \text{ €}} \times 100 = 10,89 \%$
- **Año 6:** Margen bruto =  $\frac{1,370,603,88 \text{ €} - 1,225,116,52 \text{ €}}{1,370,603,88 \text{ €}} \times 100 = 10,61 \%$
- **Año 7:** Margen bruto =  $\frac{1,439,134,07 \text{ €} - 1,290,093,54 \text{ €}}{1,439,134,07 \text{ €}} \times 100 = 10,35 \%$
- **Año 8:** Margen bruto =  $\frac{1,511,090,77 \text{ €} - 1,358,319,42 \text{ €}}{1,511,090,77 \text{ €}} \times 100 = 10,11 \%$
- **Año 9:** Margen bruto =  $\frac{1,586,645,31 \text{ €} - 1,429,956,59 \text{ €}}{1,586,645,31 \text{ €}} \times 100 = 9,87 \%$
- **Año 10:** Margen bruto =  $\frac{1,665,977,58 \text{ €} - 1,505,175,62 \text{ €}}{1,665,977,58 \text{ €}} \times 100 = 9,65 \%$

#### EBITDA:

- **Año 1:** EBITDA = 55.680 € + 24.509 € = 80.189 €
- **Año 2:** EBITDA = 58.464,00 € + 23.118 € = 81.582,00 €
- **Año 3:** EBITDA = 61.387,20 € + 21.691 € = 83.078,20 €
- **Año 4:** EBITDA = 64.456,56 € + 20.220 € = 84.676,56 €
- **Año 5:** EBITDA = 67.679,39 € + 18.710 € = 86.389,39 €

- **Año 6:** EBITDA = 71.063,36 € + 17.161 € = 88.224,36 €
- **Año 7:** EBITDA = 74.616,53 € + 15.564 € = 90.180,53 €
- **Año 8:** EBITDA = 78.347,35 € + 13.925 € = 92.272,35 €
- **Año 9:** EBITDA = 82.264,72 € + 12.238 € = 94.502,72 €
- **Año 10:** EBITDA = 86.377,96 € + 10.506 € = 96.883,96 €

**EBIT:**

- **Año 1:** EBIT = 80.189 € - 46.417 € = 33.772 €
- **Año 2:** EBIT = 81.582,00 € - 46.417 € = 35.165,00 €
- **Año 3:** EBIT = 83.078,20 € - 46.417 € = 36.661,20 €
- **Año 4:** EBIT = 84.676,56 € - 46.417 € = 38.259,56 €
- **Año 5:** EBIT = 86.389,39 € - 46.417 € = 39.972,39 €
- **Año 6:** EBIT = 88.224,36 € - 46.417 € = 41.807,36 €
- **Año 7:** EBIT = 90.180,53 € - 46.417 € = 43.763,53 €
- **Año 8:** EBIT = 92.272,35 € - 46.417 € = 45.855,35 €
- **Año 9:** EBIT = 94.502,72 € - 46.417 € = 48.085,72 €
- **Año 10:** EBIT = 96.883,96 € - 46.417 € = 50.466,96 €

**10.4.3. Escenario Desfavorable**

En este escenario, mantendremos las mismas condiciones que en el escenario favorable, pero reduciremos los ingresos iniciales un 5% y el crecimiento anual de los ingresos al 5%. El crecimiento de los gastos se mantiene en el 5% anual.

**Proyecciones de Ingresos y Gastos:**

- **Año 1:**
  - Ingresos totales: 1.020.208,80 €
  - Gastos totales: 1.018.224 €
  - Resultado operativo: 1.984,80 €
  - Pago préstamo familiar: 1.984,80 €
  - Resultado neto: 0 €

■ **Crecimiento anual:**

- **Ingresos:** 5 % anual
- **Gastos:** 5 % anual

**Proyecciones para los siguientes años:**

- **Año 2:** Ingresos: 1.071.219,24 €, Gastos: 1.069.135,20 €, Resultado operativo: 2.084,04 €
- **Año 3:** Ingresos: 1.124.780,20 €, Gastos: 1.122.591,96 €, Resultado operativo: 2.188,24 €
- **Año 4:** Ingresos: 1.181.019,21 €, Gastos: 1.178.721,56 €, Resultado operativo: 2.297,65 €
- **Año 5:** Ingresos: 1.240.070,17 €, Gastos: 1.237.657,64 €, Resultado operativo: 2.412,53 €
- **Año 6:** Ingresos: 1.302.073,68 €, Gastos: 1.299.540,52 €, Resultado operativo: 2.533,16 €
- **Año 7:** Ingresos: 1.367.177,36 €, Gastos: 1.364.517,54 €, Resultado operativo: 2.659,82 €
- **Año 8:** Ingresos: 1.435.536,23 €, Gastos: 1.432.743,42 €, Resultado operativo: 2.792,81 €
- **Año 9:** Ingresos: 1.507.313,04 €, Gastos: 1.504.380,59 €, Resultado operativo: 2.932,45 €
- **Año 10:** Ingresos: 1.582.678,69 €, Gastos: 1.579.599,62 €, Resultado operativo: 3.079,07 €

**ROI:**

El ROI para el primer año en este escenario desfavorable es:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Resultado operativo}}{\text{Inversión inicial}} = \frac{1,984,80}{2,096,397} = 0,09\%$$

**Payback Period:**

El Payback Period es el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial de 2.096.397 €. A continuación, calculamos el resultado operativo acumulado para cada año:

- **Año 1:** Resultado neto = 0 €
- **Año 2:** Resultado neto acumulado = 0 €
- **Año 3:** Resultado neto acumulado = 2.188,24 €
- **Año 4:** Resultado neto acumulado = 2.188,24 € + 2.297,65 € = 4.485,89 €
- **Año 5:** Resultado neto acumulado = 4.485,89 € + 2.412,53 € = 6.898,42 €
- **Año 6:** Resultado neto acumulado = 6.898,42 € + 2.533,16 € = 9.431,58 €
- **Año 7:** Resultado neto acumulado = 9.431,58 € + 2.659,82 € = 12.091,40 €

- **Año 8:** Resultado neto acumulado = 12.091,40 € + 2.792,81 € = 14.884,21 €
- **Año 9:** Resultado neto acumulado = 14.884,21 € + 2.932,45 € = 17.816,66 €
- **Año 10:** Resultado neto acumulado = 17.816,66 € + 3.079,07 € = 20.895,73 €

Dado que después de 10 años aún no se ha recuperado la inversión inicial, el Payback Period para el escenario desfavorable es muy superior a 10 años. Utilizando una estimación lineal basada en el crecimiento del último año:

$$\text{Años adicionales} = \frac{2,096,397 - 20,895,73}{3,079,07} \approx 674,72 \text{ años}$$

Por lo tanto, el **Payback Period** estimado para el escenario desfavorable es superior a 684 años, lo que indica que la inversión no se recuperaría en un plazo razonable.

#### Margen Bruto:

- **Año 1:** Margen bruto =  $\frac{1,020,208,80 \text{ €} - 943,800 \text{ €}}{1,020,208,80 \text{ €}} \times 100 \% = 7,49 \%$
- **Año 2:** Margen bruto =  $\frac{1,071,219,24 \text{ €} - 994,711,20 \text{ €}}{1,071,219,24 \text{ €}} \times 100 \% = 7,14 \%$
- **Año 3:** Margen bruto =  $\frac{1,124,780,20 \text{ €} - 1,048,167,96 \text{ €}}{1,124,780,20 \text{ €}} \times 100 \% = 6,81 \%$
- **Año 4:** Margen bruto =  $\frac{1,181,019,21 \text{ €} - 1,104,297,56 \text{ €}}{1,181,019,21 \text{ €}} \times 100 \% = 6,50 \%$
- **Año 5:** Margen bruto =  $\frac{1,240,070,17 \text{ €} - 1,163,233,64 \text{ €}}{1,240,070,17 \text{ €}} \times 100 \% = 6,20 \%$
- **Año 6:** Margen bruto =  $\frac{1,302,073,68 \text{ €} - 1,225,116,52 \text{ €}}{1,302,073,68 \text{ €}} \times 100 \% = 5,91 \%$
- **Año 7:** Margen bruto =  $\frac{1,367,177,36 \text{ €} - 1,290,093,54 \text{ €}}{1,367,177,36 \text{ €}} \times 100 \% = 5,64 \%$
- **Año 8:** Margen bruto =  $\frac{1,435,536,23 \text{ €} - 1,358,319,42 \text{ €}}{1,435,536,23 \text{ €}} \times 100 \% = 5,38 \%$
- **Año 9:** Margen bruto =  $\frac{1,507,313,04 \text{ €} - 1,429,956,59 \text{ €}}{1,507,313,04 \text{ €}} \times 100 \% = 5,13 \%$
- **Año 10:** Margen bruto =  $\frac{1,582,678,69 \text{ €} - 1,505,175,62 \text{ €}}{1,582,678,69 \text{ €}} \times 100 \% = 4,90 \%$

#### EBITDA:

- **Año 1:** EBITDA = 1.984,80 € + 24.509 € = 26.493,80 €
- **Año 2:** EBITDA = 2.084,04 € + 23.118 € = 25.202,04 €
- **Año 3:** EBITDA = 2.188,24 € + 21.691 € = 23.879,24 €
- **Año 4:** EBITDA = 2.297,65 € + 20.220 € = 22.517,65 €
- **Año 5:** EBITDA = 2.412,53 € + 18.710 € = 21.122,53 €

- **Año 6:** EBITDA = 2.533,16 € + 17.161 € = 19.694,16 €
- **Año 7:** EBITDA = 2.659,82 € + 15.564 € = 18.223,82 €
- **Año 8:** EBITDA = 2.792,81 € + 13.925 € = 16.717,81 €
- **Año 9:** EBITDA = 2.932,45 € + 12.238 € = 15.170,45 €
- **Año 10:** EBITDA = 3.079,07 € + 10.506 € = 13.585,07 €

**EBIT:**

- **Año 1:** EBIT = 26.493,80 € - 46.417 € = -19.923,20 €
- **Año 2:** EBIT = 25.202,04 € - 46.417 € = -21.214,96 €
- **Año 3:** EBIT = 23.879,24 € - 46.417 € = -22.537,76 €
- **Año 4:** EBIT = 22.517,65 € - 46.417 € = -23.899,35 €
- **Año 5:** EBIT = 21.122,53 € - 46.417 € = -25.294,47 €
- **Año 6:** EBIT = 19.694,16 € - 46.417 € = -26.722,84 €
- **Año 7:** EBIT = 18.223,82 € - 46.417 € = -28.193,18 €
- **Año 8:** EBIT = 16.717,81 € - 46.417 € = -29.699,19 €
- **Año 9:** EBIT = 15.170,45 € - 46.417 € = -31.246,55 €
- **Año 10:** EBIT = 13.585,07 € - 46.417 € = -32.831,93 €

**10.4.4. Análisis de Escenarios y Sensibilidad****Escenario Favorable:**

- Crecimiento anual de ingresos: 10 %
- Crecimiento anual de gastos: 5 %
- ROI primer año: 2,66 %
- Payback Period: 7 años y 7 meses
- EBITDA año 10: 1.130.251,84 €
- EBIT año 10: 1.083.834,84 €
- Margen bruto año 10: 40,56 %

**Escenario Moderado:**

- Crecimiento anual de ingresos: 5 %
- Crecimiento anual de gastos: 5 %
- ROI primer año: 2,66 % (igual al favorable)
- Payback Period: Menor a 27 años y medio
- EBITDA año 10: 264.019,96 €
- EBIT año 10: 217.602,96 €
- Margen bruto año 10: 9,65 %

**Escenario Desfavorable:**

- Ingresos iniciales reducidos un 5 %
- Crecimiento anual de ingresos: 5 %
- Crecimiento anual de gastos: 5 %
- ROI primer año: 0,09 %
- Payback Period: Superior a 684 años (no viable)
- EBITDA año 10: 13.585,07 €
- EBIT año 10: -32.831,93 €
- Margen bruto año 10: 4,90 %

Es crucial destacar la extrema sensibilidad de los resultados a los cambios en las proyecciones. La diferencia entre el escenario favorable y el desfavorable es drástica, pasando de un negocio rentable a uno inviable. Esto subraya la importancia crítica de realizar una previsión lo más exacta posible para asegurar que se cumpla el escenario favorable. Para garantizar el éxito y la rentabilidad del proyecto, es necesario monitorizar y gestionar cuidadosamente varios factores clave.

En primer lugar, el crecimiento de los ingresos debe mantenerse consistentemente por encima del crecimiento de los gastos, lo que requiere una estrategia de expansión bien planificada y una gestión financiera prudente.

En segundo lugar, es fundamental implementar un control estricto de los gastos para mantener y potencialmente mejorar el margen bruto a lo largo del tiempo. Esto implica una revisión constante de los costes operativos y la búsqueda de eficiencias sin comprometer la calidad del servicio.

Además, la captación y retención de clientes juega un papel crucial en el cumplimiento de los objetivos de ingresos. Esto requiere estrategias de marketing efectivas y un enfoque en la satisfacción del cliente y la mejora continua de los servicios ofrecidos.

Por último, la gestión eficiente de los recursos es esencial para maximizar el EBITDA y el EBIT. Esto incluye la optimización del uso de las instalaciones, la gestión efectiva del personal y la inversión estratégica en equipamiento y tecnología que mejore la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

Es importante destacar que la previsión de gastos ha sido generosa en todos los escenarios, lo que proporciona un margen de maniobra si fuera necesario reducirlos. Sin embargo, la estrategia principal se centra en maximizar los ingresos sin exceder esta previsión de gastos.

La viabilidad del proyecto depende en gran medida de alcanzar y mantener el escenario favorable. Cualquier desviación hacia los escenarios moderado o desfavorable podría comprometer seriamente la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio a largo plazo. La atención meticulosa a estos factores clave permitirá al centro navegar con éxito los desafíos del mercado y alcanzar sus objetivos financieros a largo plazo.

## 11 Conclusión

El proyecto Pozuelo Fitness Center se presenta como una propuesta prometedora para el desarrollo de un gimnasio de alta gama en Pozuelo de Alarcón. El análisis de mercado realizado revela un entorno demográfico favorable, con una población significativa en el rango de edad objetiva y una población con alto poder adquisitivo y un creciente interés por servicios de salud y bienestar. Este contexto refuerza la viabilidad de una oferta diferencial centrada en un enfoque integral que combina fitness, nutrición y fisioterapia, posicionando al centro como una solución única en el mercado local.

La encuesta de mercado proporciona información valiosa sobre las preferencias de los potenciales clientes. Los resultados muestran las prioridades de los potenciales clientes, así como su disposición a pagar por cada servicio y sus hábitos en lo relativo al gimnasio y el deporte en general. El análisis de la competencia sugiere que existe una oportunidad para este proyecto, diferenciándose de las opciones existentes en el mercado local por su oferta integral.

Desde el punto de vista financiero, el plan elaborado incluye una inversión inicial cuidadosamente estructurada, con una combinación de recursos propios y financiación externa a través de un préstamo hipotecario. Se presentan proyecciones financieras para diferentes escenarios (favorable, moderado y desfavorable). Los resultados demuestran que el proyecto es rentable para el escenario favorable, pero se muestra muy sensible a los cambios en los ingresos, por lo que es de vital importancia cumplir con las expectativas en cuanto a número de socios y crecimiento para garantizar la viabilidad del mismo.

En resumen, Pozuelo Fitness Center se presenta como un proyecto con potencial, respaldado por un análisis de mercado detallado y una planificación financiera cuidadosa. Su enfoque integral en fitness, nutrición y fisioterapia podría diferenciarlo en el mercado local de Pozuelo de Alarcón, aunque el éxito dependerá de la ejecución efectiva del plan y la capacidad de atraer y retener a la clientela objetivo.

## 12 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, Miguel Cobo Pérez Minayo, estudiante de ADE-MUII de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Plan de negocio: Pozuelo Fitness Center ", 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. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
2. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
3. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
4. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
5. **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 productos 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 qué 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: 4 de diciembre de 2024

Firma:



## Referencias

- Ayuntamiento de Pozuelo. (s.f.). Centro Deportivo Valle de las Cañas: información y tarifas. <https://www.pozuelodelearcon.org>
- Bodytone. (2024). *¿Cuánto cuesta montar un gimnasio?* <https://www.bodytone.eu/blog/cuanto-cuesta-montar-gimnasio/>
- Carroll, N., Sadowski, A., Laila, A., Hruska, V., Nixon, M., Ma, D. W. L., Haines, J., & On Behalf Of The Guelph Family Health Study. (2020). The Impact of COVID-19 on Health Behavior, Stress, Financial and Food Security among Middle to High Income Canadian Families with Young Children. *Nutrients*, 12(8), 2352. <https://doi.org/10.3390/nu12082352>
- David Lloyd Clubs. (s.f.). Tarifas y servicios del David Lloyd La Finca. <https://www.davidlloyd.es>
- Efi, T., & Anastasia, T. (2013). Does Satisfaction Affect a Member's Psychological Commitment to a Fitness Center? *Journal of physical education and sport*, 13, 522-527. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:140513970>
- Fitup. (s.f.). Tarifas y servicios de Fitup. <https://fitupweb.es/tarifas/>
- Grigoryan, H. (2024). *Mejores hipotecas para locales comerciales y naves industriales*. Rankia. <https://www.rankia.com/blog/mejores-hipotecas/2186974-mejores-hipotecas-para-locales-comerciales-naves-industriales>
- Gutiérrez Sánchez, C. B. (2022). Fondos Next Generation: Oportunidad de inversión en el sector de la actividad física y del deporte. *GymFactory*. <https://gymfactory.net/2022/10/18/fondos-next-generation-oportunidad-de-inversion-en-el-sector-de-la-actividad-fisica-y-del-deporte/>
- Hayes, A. (2019, 17 de noviembre). *¿Te has vuelto vegano? ¿Quieres correr una maratón? No será que sufres la crisis de los 40...* <https://www.menshealth.com/es/salud-bienestar/a29797841/crisis-40-sintomas-inseguridad-depresion/>
- Hipoteca Local Comercial para Negocios y Empresas*. (s.f.). BBVA. <https://www.bbva.es/empresas/productos/financiacion/hipoteca-negocios-y-locales-comerciales.html>
- Holiday Gym. (s.f.). Servicios y características del centro en Pozuelo. <https://holidaygym.es>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). Renta per cápita por municipios. <https://www.ine.es>
- Masià, J. R., & Cairó, J. R. B. (2007). Del gimnasio al ocio-salud Centros de Fitness, Fitness Center, Fitness & Wellness, Spa, Balnearios, Centros de Talasoterapia, Curhotel. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 4, 59-68. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:191248312>
- Prasad, R. S. R., & Member, F. (2015). INFLUENCE OF DEMOGRAPHIC FACTORS ON CUSTOMER'S PERCEPTION & SATISFACTION- A STUDY ON FITNESS CENTRE CLIENTS IN NORTH COASTAL REGION OF ANDHRA PRADESH. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:167807121>
- Rivero, C. (2019, octubre). Ejemplos de Sociedad de Responsabilidad Limitada [Derecho Virtual]. <https://derechovirtual.org/sociedad-limitada-ejemplos/>
- Veiga, O. L., Palos, J. J., & Valcarce-Torrente, M. (2024). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en España para 2025. *Retos*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:273974988>

## Anexo I: Encuesta sobre hábitos de consumo en gimnasios y centros de bienestar en Madrid

Estimado amigo,

Me gustaría contar con tu opinión para una investigación de mercados sobre hábitos de consumo en gimnasios y centros de bienestar en Madrid. Tu respuesta es totalmente anónima y me servirá de gran ayuda para la realización de un plan de negocios sobre la posible apertura de un gimnasio en la zona.

Muchísimas gracias por tu colaboración.

1. **Sexo:**

- 1: Hombre
- 2: Mujer

2. **Edad:** \_\_\_\_\_

3. **Nivel de estudios:**

- 1: Sin estudios
- 2: Graduado Escolar
- 3: Grado Universitario
- 4: Máster Universitario

4. **¿Dónde resides actualmente?**

- 1: Área urbana de Madrid (Centro de Madrid)
- 2: Área semiurbana (Pozuelo, Majadahonda, Aravaca, etc.)
- 3: Área periférica o pueblos de la Comunidad de Madrid
- 4: Otra ciudad o región

5. **¿Cuál es tu situación laboral actual?**

- 1: Trabajador por cuenta propia (autónomo/freelance)
- 2: Trabajador por cuenta ajena
- 3: Estudiante
- 4: Jubilado/a
- 5: Desempleado/a

6. **¿Cuál es tu rango de ingresos netos mensuales?**

- 1: Menos de 1.000€
- 2: 1.000-2.000€

- 3: 2.001-3.000€
  - 4: 3.001-4.000€
  - 5: Más de 4.000€
  - 6: Prefiere no contestar
7. Indica cómo de importantes son para ti los siguientes factores a la hora de hacer ejercicio:(Nada importante, Poco importante, Moderadamente importante, Importante, Muy importante)
- Mejorar la salud
  - Controlar el peso
  - Ganar fuerza o masa muscular
  - Reducir el estrés
  - Estética (mejorar la apariencia)
  - Socializar o formar parte de un grupo
8. ¿Cuántas horas a la semana sueles dedicar al ejercicio físico? \_\_\_\_\_
9. ¿En qué momento del día te resulta más conveniente hacer ejercicio?
- 1: Por la mañana
  - 2: Al mediodía
  - 3: Por la tarde
  - 4: Por la noche
  - 5: No tengo una hora fija
10. ¿Qué tipo de actividades realizas habitualmente? (Nunca, Una vez al mes, Entre 2 y 3 veces al mes, Una vez a la semana, Varias veces a la semana)
- Entrenamiento de fuerza
  - Cardio (correr, bicicleta, etc.)
  - Clases grupales (yoga, pilates, etc.)
  - Deportes de equipo (fútbol, baloncesto, etc.)
  - Deportes de raqueta (tenis, pádel, etc.)
  - Deportes de contacto (boxeo, artes marciales, etc.)
  - Otros: Indica cuál \_\_\_\_\_
11. ¿A qué tipo de centros sueles acudir principalmente para realizar ejercicio?
- 1: Cadenas de gimnasios (como GO fit, AltaFit, etc.)
  - 2: Gimnasios boutique especializados (CrossFit, yoga, pilates, etc.)
  - 3: Gimnasios independientes
  - 4: Centros deportivos municipales

- 5: No voy a ningún centro
12. ¿Cuánto pagas mensualmente por tu gimnasio? En caso de no estar apuntado, no responder:  
\_\_\_\_\_ €
13. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente por un gimnasio que incluya instalaciones de máxima calidad y maquinaria avanzada, como zonas de entrenamiento amplias, vestuarios modernos, equipos de última generación para entrenamiento de fuerza y cardio, con posibilidad de adquirir servicios adicionales como nutrición o fisioterapia? \_\_\_\_\_  
€
14. ¿Qué valoras más en un gimnasio? (Nada importante, Poco importante, Moderadamente importante, Importante, Muy importante)
- La calidad de la maquinaria
  - La variedad de clases grupales
  - La limpieza e higiene del centro
  - El trato del personal
  - La cercanía a mi domicilio
15. Indica tu grado de interés en los siguientes servicios complementarios a los entrenamientos: (Nada interesado, Poco interesado, Moderadamente interesado, Interesado, Muy interesado)
- Nutrición personalizada
  - Fisioterapia
  - Entrenamientos personales
  - Suplementación deportiva
  - Servicio de cocina saludable
16. Indica cuánto estarías dispuesto a pagar por los siguientes servicios adicionales en un gimnasio:
- P17.1: Sesión de fisioterapia de 60 minutos: \_\_\_\_\_ €
  - P17.2: Asesoramiento nutricional mensual: \_\_\_\_\_ €
  - P17.3: Bono de 12 sesiones de fisioterapia (60 minutos cada una): \_\_\_\_\_ €
  - P17.4: Plan anual de asesoramiento nutricional: \_\_\_\_\_ €
17. ¿Te interesaría acudir a un gimnasio en Madrid que combine fitness, nutrición y fisioterapia en un solo lugar?
- 1: Sí
  - 2: No
  - 3: Tal vez