



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TUCUMAN

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA UN CENTRO FITNESS EN SAN MIGUEL DE TUCUMÁN

Autor: Gramajo, Agustín Daniel; Gramajo, Virginia
Analía; Ramírez, Santiago; Reyna, Elizabeth del Valle

Director: Quinteros Fernández, María de Lourdes

2022

Trabajo de Seminario: Licenciado en Administración de
Empresas

RESUMEN

El presente trabajo evaluará la posibilidad de desarrollar un proyecto de inversión para la apertura de un centro fitness ubicado en Barrio Sur, San Miguel de Tucumán, dirigido a personas de 16 a 60 años de edad tanto hombres como mujeres, con el objetivo de ofrecer un servicio que mejore la calidad de vida y brinde soluciones a los problemas de salud de todos nuestros socios.

Como viene ocurriendo hace unos años, la tendencia de personas de diferentes rangos de edad en asistir a un centro deportivo es cada vez mayor, por ello, a través de diferentes herramientas, se expondrá un análisis detallado de las características del negocio y de los mercados.

PRÓLOGO

El objetivo de este trabajo será analizar la posibilidad de poner en marcha un centro fitness, utilizando herramientas de análisis para su estudio y factibilidad.

La preparación y evaluación de proyectos se ha transformado en una herramienta indispensable a la hora de poner en marcha un negocio o empresa, en él se plasma todo lo relacionado al negocio: costos, ingresos, riesgos, rentabilidad, entre otros.

En los primeros capítulos encontrará explicaciones sobre cómo preparar y evaluar un proyecto, que le permitirá entender la importancia que tiene la investigación antes de iniciar la puesta en marcha de un negocio o empresa.

En los siguientes capítulos encontrará un análisis detallado de los estudios a tener en cuenta para una adecuada evaluación del proyecto y su puesta en marcha.

CAPÍTULO I

EVALUACION DE PROYECTOS

Sumario: 1.- Evaluación de proyectos. 2.- Toma de decisiones asociados con un proyecto. 3.- Tipología de proyectos. 4.- Alcance del estudio de proyectos. 5.- Estudio de un proceso como un proceso cíclico. 6.- Tipos de estudios de un proyecto.-

1.- Evaluación de Proyectos:

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver necesidades humanas. Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ello conlleva necesariamente la búsqueda de propuestas coherentes para resolver las necesidades de las personas humanas.

Un proyecto surge como respuesta a una idea en busca de una solución para un tercero o de aprovechar una oportunidad de negocio.”⁽¹⁾ En el último caso, el proyecto será evaluado en términos de conveniencia, eficiencia, seguridad y

⁽¹⁾ SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, Preparación y Evaluación de proyectos, 5ª edición, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, (Bogotá D.C., 2013), pág.1.

rentabilidad. Para ello deberá contar con información suficiente para una asignación adecuada de los recursos escasos.

“La primera etapa es la preparación del proyecto donde determina la inversión, costos y beneficios, mientras que, en la segunda etapa, es la evaluación del proyecto.”⁽²⁾

Todo proyecto está expuesto a variables exógenas que no pueden ser controladas por el creador del proyecto y generan incertidumbre, sin embargo, pueden ser previstas en su evaluación. Algunas de esas variables son: economía, política, sociedad, marco legal y normativas ambientales. Según el tipo de proyecto será la magnitud de influencia de algunas de estas variables, algunas en mayor medida que otras.

2.- Toma de decisiones asociados con un proyecto:

La evaluación de proyectos es una herramienta muy importante para garantizar el éxito de una inversión, más aun teniendo en cuenta una economía tan variable como la nuestra. Con esto se busca encontrar alternativas en donde se obtenga una tasa de rentabilidad aceptable para el inversionista.

Cada proyecto es sometido a un análisis interdisciplinario antes de ser aprobado, si en uno de estos análisis el resultado sugiere rechazar el proyecto, si es que no puede subsanar y modificar esta negativa, es recomendable mirar nuevos horizontes.

3.- Tipología de proyectos:

“Existe una gran diversidad de proyectos, cada uno varía según el objetivo o finalidad de estudio, de acuerdo con lo que espera medir con la evaluación.

Los siguientes son tres tipos de proyectos que requieren tres formas de obtener los flujos de caja para lograr el resultado deseado:

- Estudio para medir la rentabilidad de un proyecto, es decir del total de la inversión, independiente de donde provengan los fondos;

⁽²⁾ Ibídem, pág. 3.

- Estudio para medir la rentabilidad del inversionista.
- Estudio para medir la capacidad del proyecto para enfrentar los compromisos de pagos asumidos en un eventual endeudamiento para su realización.

En el primer caso se analizan los costos y beneficios relacionados con la inversión, en el segundo solo se consideran los puntos relevantes para la decisión a tomar (Evaluación marginal o incremental).

Otro factor relevante en el análisis y que presentará diferencias será si el negocio está en marcha o no,

Según la finalidad o el objeto de la inversión se clasificará en:

- Proyectos que buscan crear nuevos negocios o empresas, donde evaluará los costos y beneficios de realizar la inversión.
- Proyectos que buscan evaluar un cambio, mejora o modernización de una empresa existente y su impacto en su estructura actual.”⁽³⁾

4.- Alcance del estudio de proyectos:

“La profundidad del análisis de un proyecto de inversión proveerá de cierto grado de certeza para la decisión de invertir. Se mencionan seis estudios particulares que deben realizarse para evaluar un proyecto:

- Viabilidad comercial: indica si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso.
- Viabilidad técnica: estudia las posibilidades materiales, físicas o químicas de producir el bien o servicio que desea generarse con el proyecto.
- Viabilidad legal: indicará si existen restricciones legales que puedan impedir el funcionamiento del proyecto en los términos que se pudiera haber previsto.

⁽³⁾ Ibídem, pág.5.

- Viabilidad de gestión: el objetivo es definir si existen las condiciones mínimas necesarias para garantizar la viabilidad de la implementación, tanto en lo estructural como en lo funcional.
- Viabilidad del impacto ambiental: deben incluirse consideraciones de carácter ambiental, no sólo por la conciencia creciente que la comunidad ha ido adquiriendo, sino también por los efectos económicos que introduce en un proyecto.
- Viabilidad financiera: mide la rentabilidad que retorna la inversión, en bases monetarias.”⁽⁴⁾

5.- Estudio de un proceso como un proceso cíclico:

“El proceso de un proyecto reconoce cuatro grandes etapas secuenciales: idea, pre inversión, inversión y operación.

- **Idea:** etapa en la que se realiza un diagnóstico que identifica distintas vías de solución, a la vez que identifica una oportunidad de negocio y define una estrategia y modelo de negocio por implementar.
- **Pre inversión:** etapa en la que se realizan los estudios de viabilidad que involucran diferentes niveles de profundidad en cuanto a cantidad y calidad de la información disponible para la toma de decisiones. Para ello, se elabora un perfil a partir de la información existente como del juicio común y de la opinión que da la experiencia. En términos monetarios, sólo presenta estimaciones estáticas y muy globales de las inversiones, costos o ingresos. Se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen recursos, a veces de magnitudes importantes, para calcular la rentabilidad en niveles más acabados de estudio, como la *pre factibilidad* y *factibilidad*.
 - *Pre factibilidad:* se profundiza la investigación, principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta

⁽⁴⁾ Ibídem, pág.18.

aproximación, las variables principales relativas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas, entre otras. En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto, proyectándose las cifras. Este estudio se caracteriza fundamentalmente por descartar soluciones con mayores elementos de juicio.

- *Factibilidad*: se elabora sobre la base de antecedentes precisos obteniendo mayoritariamente a través de fuentes de información primarias. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítems. Este estudio constituye el paso final de la etapa de pre inversión.

- **Inversión.**

- **Operación.**

El estudio de proyectos cualquiera sea la profundidad con la que se realice, distingue dos grandes etapas: la preparación y la evaluación.

En la etapa de formulación y preparación tiene dos objetivos: definir todas las características que tengan algún grado de efecto en el flujo de ingresos y egresos monetarios del proyecto, y calcular su magnitud. Se reconocen, a su vez, dos sub etapas: recopilación de información (o crear la no existente) y sistematización, en términos monetarios, de la información disponible. Esta sistematización se traduce en la construcción de un flujo de caja proyectado, que servirá de base para la evaluación del proyecto.

Si bien comúnmente se habla del flujo de caja, es posible distinguir tres tipos distintos en función del objeto de la evaluación. De esta manera, habrá un flujo de caja para medir la rentabilidad de toda la inversión, independientemente de sus fuentes de financiamiento; otro para calcular la rentabilidad solo de los recursos aportados por el inversionista, y otro más para medir la capacidad de pago, es decir, si

puede cumplirse con las obligaciones impuestas por las condiciones de endeudamiento independientemente de la rentabilidad que pudiera tener el proyecto.

Por otra parte, en la etapa de evaluación, con metodologías muy definidas, busca determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto. Es posible distinguir tres sub etapas: la medición de la rentabilidad del proyecto, el análisis de las variables cualitativas y la sensibilización del proyecto.”⁽⁵⁾

6.- Tipos de estudios de un proyecto:

Estudio Técnico

Éste estudio tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación.

De aquí podrá obtener información para las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

La definición del tamaño es fundamental para establecer inversiones y costos, dependiendo de la demanda actual y esperada, capacidad financiera, restricciones del proceso tecnológico, etc.

Estudio de mercado

Define la cuantía de la demanda e ingresos de operación como así también los costos y las inversiones implícitas que demandará el proyecto. Con éste estudio podrá analizar y definir la estrategia publicitaria y de promoción, política de precios, costos, entre otros, para poder obtener un estudio completo el cual pueda proveer de información confiable. Estudia cuatro tipos de mercado:

- **Consumidor:** Caracteriza consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc., para obtener un perfil que les permita desarrollar la estrategia comercial. Cuantifica el volumen de ventas y se proyecta en el tiempo, diferenciando la demanda deseada de la esperada;

⁽⁵⁾ Ibídem, pág. 21.

- Competidor: Analiza la estrategia comercial de la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Constituye una buena fuente de información para calcular las posibilidades de captar el mercado y estimar costos.
- Distribuidor: Estima reacciones y variaciones del medio;
- Proveedor: Analiza la disponibilidad de insumos requeridos.

Estudio organizacional, administrativo y legal

Su propósito es definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Define las necesidades de personal calificado, la decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran subcontratar, sistemas y procedimientos contables y de información, etc.

El estudio legal es muy importante ya que influye en forma directa sobre la organización, los procedimientos administrativos y sobre la localización del proyecto. Uno de los efectos más directos de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios.

Estudio financiero

Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores. Elabora cuadros analíticos y proporciona datos adicionales para la evaluación del proyecto. Estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios. El resultado se mide a través de distintos criterios, complementarios entre sí. Algunos incorporan directamente el efecto del riesgo en los datos del proyecto, mientras que otros determinan la variabilidad máxima que podrían experimentar algunas de las variables para que el proyecto siga siendo rentable, según el análisis de la sensibilidad. Otra variable que complementa la información para tomar una decisión se relaciona con el financiamiento. Determina la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto.

De estos flujos de fondos obtienen los indicadores de rentabilidad, que básicamente son:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN), mide la rentabilidad del proyecto en la magnitud importe, indicando cuánto quedará para el inversor luego de recuperar la inversión. El criterio de decisión es aceptar los proyectos cuyo VAN sea mayor que cero.
- ✓ Período de Recupero de la Inversión (PRI), mide la rentabilidad del proyecto en la magnitud del tiempo, indicando cuánto tardará el proyecto en recuperar la inversión. Se aceptará el proyecto en cuanto el indicador asuma un valor menor al período de análisis establecido.
- ✓ Período de Recupero de la Inversión Descontado (PRID), también mide la rentabilidad del proyecto en la magnitud del tiempo, indicando cuánto tardará el proyecto en recuperar la inversión, pero considerando los flujos de fondos descontados. En este caso el criterio utilizado será el mismo que en el cálculo del PRI.
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR), mide la rentabilidad del proyecto en la magnitud porcentaje, indicando qué porcentaje generan las utilidades sobre las inversiones. Para aceptar el proyecto la TIR debe ser mayor a la tasa de descuento establecida.
- ✓ Índice de Rentabilidad (IR), mide la rentabilidad del proyecto en magnitud índice, sugiriendo similares conclusiones al VAN. El criterio de decisión será aceptar el proyecto si el IR es mayor que uno.

Estudio de impacto ambiental

Un enfoque moderno de la gestión ambiental sugiere introducir en la evaluación de proyectos las normas ISO 14.000, las cuales consisten en una serie de procedimientos asociados a dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada a los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio

ambiente. Desde la perspectiva de la medición de la rentabilidad social de un proyecto, el evaluador debe intentar cuantificar los beneficios y costos ambientales que la inversión ocasionará. Para ello existen distintos métodos:

- ✓ Método de valoración contingente: Busca determinar la disposición a pagar de las personas por los beneficios que se espera produzca el proyecto.
- ✓ Método del costo evitado: Considera que el costo asociado a una externalidad debe ser asumido por el proyecto que ocasiona, por lo cual incorpora dentro de los costos el gasto de subsanar el daño causado o, dentro de los beneficios, el costo que la inversión evitaría al resto de la comunidad.
- ✓ Método de los precios hedónicos: Busca determinar todos los atributos de un bien que podrían explicar el precio que las personas están dispuestas a pagar por él.

Este tipo de estudio no será aplicado en el proyecto a desarrollar en esta tesis.

CAPÍTULO II

LA EMPRESA

Sumario: 1.- Misión. 2.- Visión. 3.- Valores. 4.- Modelo de las 5 fuerzas de Porter. 5.- Análisis del modelo de las 5 fuerzas de Porter. 6.- Análisis FODA.-

1.- Misión:

“La misión de una empresa es el motivo por el que existe la misma, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) que refleja la razón de ser de la empresa.”⁽⁶⁾

Es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? diferencia a la empresa de la competencia y muestra su valor y su hacer único en el mercado.

⁽⁶⁾ THOMPSON, Arthur A., GAMBLE, John E., PETERAF, Margaret A., STRICKLAND III, A.J., Administración Estratégica, 19ª Edición, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, (México D.F., 2014), pág.

La misión del proyecto es ser un centro de acondicionamiento físico de alto rendimiento para los clientes de diferentes edades tanto mujeres como para varones, ayudándolos a desarrollar su potencial físico y estético, a través de diferentes actividades para mejorar su calidad de vida.

2.- Visión:

“La visión de una empresa describe el objetivo que espera lograr en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas. Una vez establecida la visión deberá ser comunicada a través de diferentes formas como publicaciones internas, informes, cartas, entre otras.”⁽⁷⁾

La visión del proyecto consiste en posicionarnos como uno de los centros de acondicionamiento físico más reconocidos en San Miguel de Tucumán, mejorar la calidad de vida y salud de nuestros clientes y generar valor a nuestra empresa, colaboradores y comunidad.

3.- Valores:

“Los valores empresariales son el conjunto de elementos propios que definen la estructura, línea de actuación, principios éticos y cultura organizacional de una empresa.

Estos valores exteriorizan los fundamentos sobre los cuales se desempeña una empresa, se refieren al deseo, voluntad, compromiso y estrategia (según las directrices de trabajo) a fin de que los resultados sean positivos para todo el equipo de trabajo.”⁽⁸⁾

✓ **Calidad del servicio:** Es la razón primera de nuestra existencia, servir a nuestros socios de forma incondicional, poniendo a su disposición

⁽⁷⁾ Ibídem, pág.

⁽⁸⁾ Consulta en Internet: <https://cepymeemprende.es/los-7-valores-empresariales-imprescindibles/> (Agosto de 2021).

nuestras instalaciones, recursos humanos y material, con el objetivo de ayudar a la mejora de su bienestar y calidad de vida.

- ✓ **Compromiso social:** Compromiso con nuestros clientes, colaboradores y con la sociedad en la realización de un trabajo, bajo normas éticas que garanticen el logro de los objetivos individuales de cada uno de los socios, así como su desarrollo personal.
- ✓ **Trato personalizado:** Conocimiento de nuestros clientes, estableciendo un vínculo, para brindarles un servicio adecuado a sus necesidades, haciéndoles sentirse únicos y especiales.
- ✓ **Respeto:** Todas las actividades deben estar enmarcadas en el respeto a la dignidad humana, los derechos individuales, las diferencias, usos y costumbres, las leyes provinciales y las nacionales.
- ✓ **Dedicación:** Implica la realización de nuestro trabajo con una actitud de entrega y empeño para lograr el fin que perseguimos: contribuir a mejorar la calidad de vida y el bienestar físico de nuestros socios.
- ✓ **Igualdad:** Nuestra base es el principio de igualdad social.
- ✓ **Trabajo en equipo:** El gimnasio y todos sus socios deben trabajar de la mano, en constante interacción, para lograr un mejor resultado y cumplir con los objetivos de cada uno.
- ✓ **Ambiente:** Garantizamos el desarrollo de nuestro trabajo dentro de un espacio ambiental agradable, no solamente en lo físico, sino también en lo moral. Nuestro gimnasio será un lugar con las comodidades necesarias, limpio y de fácil acceso; asimismo, dentro del mismo se respirará un ambiente de sana convivencia, armonía, solidaridad, amabilidad, apoyo y respeto a las diferencias individuales.

4.- Modelo de las 5 fuerzas de Porter:

Establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio.

Este modelo deriva de la articulación de las cinco fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria y, por lo tanto, cuán atractiva es esta industria con relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.

Las cinco fuerzas son las que operan en el entorno inmediato de una organización, y afectan en la habilidad para satisfacer a sus clientes y obtener rentabilidad.

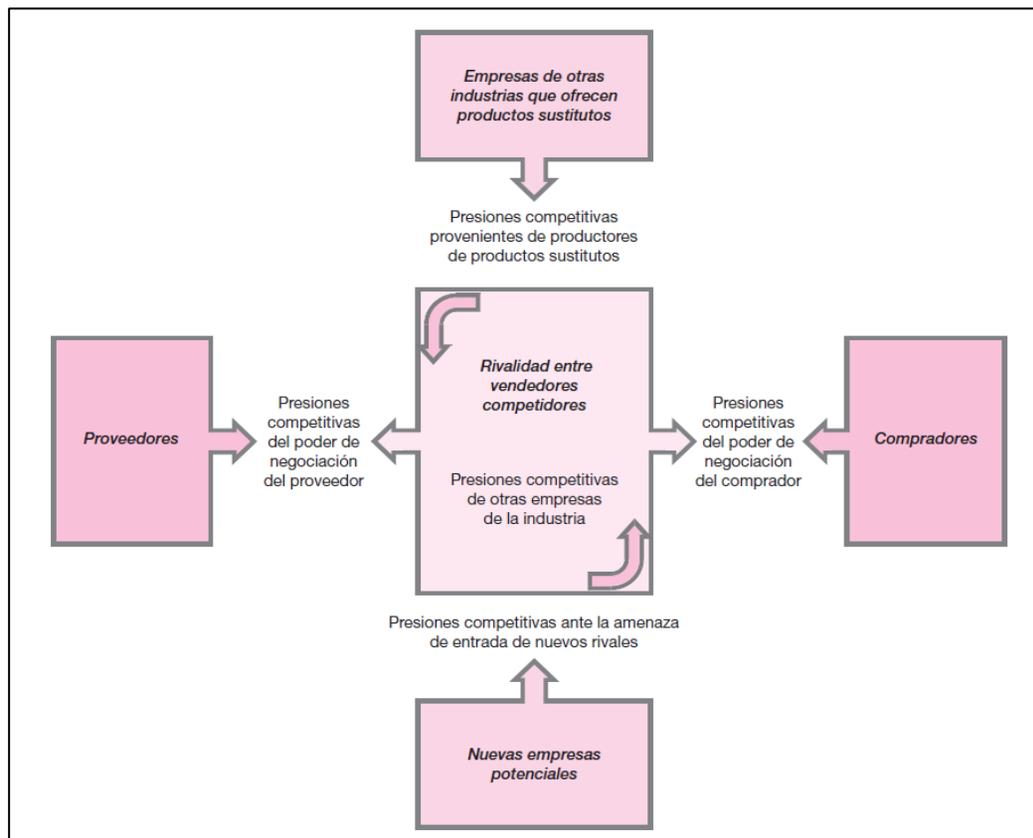


Figura N°1: Modelo de las 5 fuerzas de Porter. (9)

Con respecto a la rivalidad entre vendedores competitivos consiste en la competencia por obtener la preferencia del comprador en sus productos y servicios.

(9) THOMPSON, Arthur A., GAMBLE, John E., PETERAF, Margaret A., STRICKLAND III, A. E., *Op. Cit.*, pág. 45.

FACTORES	RIVALIDAD FUERTE	RIVALIDAD DÉBIL
DEMANDA	Crece lentamente o es baja: La competencia incrementa ventas con descuentos y promociones	Crece rápidamente: Incrementan las nuevas operaciones sin necesidad de medidas agresivas de los competidores para atraer compradores.
COSTO DE CAMBIO DE VENDEDOR	Bajo: Es más sencillo para la competencia atraer a potenciales compradores usando tácticas más agresivas	Alto: Los compradores son leales a los vendedores.
DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ENTRE VENDEDORES	Bajo: Los compradores eligen, por lo general, por los precios.	Alta: Los compradores son leales a las marcas, producto y/o servicio.
COSTOS FIJOS O DE ALMACENAMIENTO	Altos: Los vendedores ofrecen más descuentos y promociones para incrementar el volumen de ventas y poder distribuir más sus costos fijos	Bajos: Los vendedores no necesitan acudir a estas tácticas más agresivas.
CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA	Muchos competidores: Aplican descuentos y promociones para atraer a los compradores. Competidores semejantes entre sí: Generan una lucha más feroz por estar en igualdad de condiciones.	Pocos competidores: Luchan por mayor participación del mercado para no generar reacción del rival
RIVALES CON OBJETIVOS, ESTRATEGIAS O PAÍSES DE ORIGEN DISTINTOS	Resultan más atractivos para los compradores por lo que buscan a la competencia.	Los rivales son similares

BARRERAS DE SALIDAS	Altas: Las empresas con problemas financieros usan descuentos y promociones para mantenerse, incrementan los vendedores y convierte menos atractivo el mercado	Bajas
----------------------------	---	--------------

Cuando la rivalidad es fuerte, la batalla por la participación de mercado suele ser tan vigorosa que los márgenes de ganancia de la mayoría de los miembros de la industria se reducen a niveles minúsculos. Cuando la rivalidad es moderada, situación más o menos normal, la maniobrabilidad entre los miembros de la industria, si bien ágil y saludable, aún permite a la mayoría de sus miembros obtener ganancias aceptables. Cuando la rivalidad es débil, la mayoría de las compañías de la industria están relativamente satisfechas con su crecimiento de ventas y participación en el mercado, raras veces emprenden ofensivas para robarse clientes entre sí, y —gracias a la debilidad de las fuerzas de la competencia— perciben ganancias y buenos rendimientos sobre su inversión de manera constante.

Con respecto a las **presiones competitivas asociadas con la amenaza de nuevos participantes:**

FACTORES	AMENAZAS ALTAS	AMENAZAS BAJAS
BARRERAS DE ENTRADAS	Bajas	Altas: Los participantes actuales gozan: <ul style="list-style-type: none"> ● Ventajas en costos por producción a escala, costos fijos bajos. ● Diferenciación de productos y lealtad a la marca. ● Fuerte efecto en cadena, es decir, los compradores se atraen porque otros lo poseen.

		<ul style="list-style-type: none"> ● Elevado requerimiento de capital. ● Acceso preferencial a canales de distribución. ● Políticas gubernamentales restrictivas.
DECISION DE ACTUALES PARTICIPANTES	No pueden oponerse al ingreso.	Si pueden oponerse al ingreso.
NUEVOS COMPETIDORES	Cuentan con las capacidades para superar esas barreras	El panorama es incierto, arriesgado y desalienta el ingreso
AMPLIACIÓN DEL MERCADO	Los actuales participantes buscan nuevos segmentos.	
DEMANDA DEL COMPRADOR	Crece con rapidez y los nuevos participantes buscan mayores ganancias sin provocar reacciones de los competidores.	Crece lentamente.

Estos factores determinarán si los nuevos participantes tienen una fortaleza elevada, moderada o escasa en cuanto a su amenaza competitiva. Este análisis ayudará a los administradores a prepararse ante el ingreso de un nuevo competidor.

Con respecto a las **presiones competitivas por productos sustitutos**, las empresas de una industria son vulnerables a estas presiones cuando consideran que los productos de la competencia son buenos sustitutos de los suyos. Existen 3 factores que determinarán si las presiones son fuertes o débiles:

FACTORES	PRESIONES FUERTES	PRESIONES DÉBILES
ACCESIBILIDAD	Buenos productos y con precios atractivos. Crea mayor poder de	Son de difícil acceso y con precios altos.

	negociación en los precios por parte de su productor y su competencia debe ajustar sus precios y bajar costos.	
DESEMPEÑO	Es mejor que el producto y/o servicio ofrecido. Atrae a los compradores.	No es comparable o lo suficientemente bueno. Desalienta la compra de sustitutos.
COSTOS POR CAMBIOS	No implica un sacrificio para el comprador porque no hay diferenciación o los costos son bajos	Altos costos.

Antes de realizar la evaluación, el administrador, debe determinar los límites de su industria y definir qué productos y/o servicios representan un sustituto del suyo.

Algunas de las señales de que la competencia posee bienes sustitutos fuertes son que las ventas crecen rápidamente, los productores de estos productos buscan adquirir mayor capacidad de producción y que sus ganancias estén en alzas.

Con respecto al **poder de negociación de los proveedores**, serán determinados por los siguientes factores:

FACTORES	PODER DE NEGOCIACIÓN FUERTE	PODER DE NEGOCIACIÓN DÉBIL
DEMANDA DE PRODUCTOS	Alta y con escasez de productos.	La abundancia de productos y baja demanda transfiere el poder de negociación a la industria.
DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO	Alta, aportando mayor valor en la elaboración de productos o	Baja, todos los proveedores de la industria tendrán los mismos

	prestación de servicio de la industria.	productos y/o servicios, son más fáciles de conseguir.
CAMBIO DE PROVEEDOR	Costos altos, tanto monetario como en tiempo y confianza.	Costos bajos, por lo tanto, la industria cambiará más rápido de proveedor.
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE LOS PROVEEDORES	Alta participación y demanda de sus productos genera más poder de los proveedores para determinar precios y otras condiciones.	Baja participación.
INFLUENCIA DEL PRODUCTO EN LOS COSTOS DE LA INDUSTRIA	Alta, el proveedor podrá negociar más agresivamente los precios y condiciones.	La industria necesita del producto / servicio pero puede esperar o buscar otras opciones.
INTEGRACIÓN VERTICAL HACIA ATRÁS	La industria no puede o resulta antieconómico contar con integración vertical hacia atrás.	La industria puede integrar partes anteriores dentro de su cadena de suministros.
PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA EN LAS VENTAS DEL PROVEEDOR	La industria representa una porción moderada a baja sobre las ventas del proveedor.	La industria es el mejor cliente del proveedor.
PRODUCTOS / SERVICIOS SUSTITUTOS	No hay buenos sustitutos que puedan suplir al proveedor	Si hay buenos sustitutos.

Finalmente, analiza las **presiones competitivas que surgen del poder de negociación de los compradores y la sensibilidad de precios**. Los compradores con fuerte poder de negociación afectarán la rentabilidad de los miembros de la industria al demandar mejoras en los precios, financiaciones y/o servicios adicionales que eleven los costos para los miembros de la industria y, la sensibilidad en los precios, afecta las ganancias de los miembros de la industria al restringir la capacidad de elevar los precios sin perder ingresos.

Los siguientes factores afectan el poder de negociación de los compradores:

FACTORES	PODER DE NEGOCIACIÓN FUERTE DEL COMPRADOR	PODER DE NEGOCIACIÓN DÉBIL DEL COMPRADOR
DEMANDA DEL CLIENTE	Si la demanda es baja y existe mucha oferta de vendedores, el comprador gana poder de negociación.	La oferta de vendedores es baja y la demanda fuerte, el vendedor gana poder de negociación.
DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO	Si hay baja diferenciación o se trata de productos estándares, los vendedores lucharán por quien tiene el precio menor para atraer al comprador	Si hay moderada o alta diferenciación de los productos, el vendedor tendrá mayor poder que el comprador.
COSTOS DE CAMBIAR VENDEDOR	Si es bajo, el comprador puede cambiar por el vendedor que le ofrezca mejores condiciones.	Si es alto, gana poder de negociación el vendedor.
TAMAÑO Y CANTIDAD DE COMPRADORES	Cuando son pocos compradores pero grandes, sus operaciones serán más importantes.	Cuando son muchos y pequeños los compradores tienen varias opciones para elegir sus vendedores.
INFORMACIÓN DISPONIBLE DEL PRODUCTO O SERVICIO	Cuando el comprador tiene acceso a información como los costos, calidad y precios, les otorga mayor poder de negociación	Cuando la información no es fiable o está limitada, otorga mayor poder de negociación a los proveedores.
INTEGRACIÓN VERTICAL HACIA ATRÁS	El comprador puede integrarse hacia atrás	El comprador no puede integrarse hacia atrás por lo que el proveedor gana más poder de

		negociación.
DIFERIMIENTO DE LA COMPRA	El comprador puede esperar a adquirir el producto o servicio	Es esencial su adquisición para el uso o consumo del comprador.
SENSIBILIDAD AL PRECIO	El comprador tiene bajos ingresos, el producto representa una fracción importante dentro de los costos del comprador, el desempeño del producto no es importante	El comprador cuenta con buenos ingresos, el producto no es significativo en sus compras totales y el desempeño es sumamente importante.

Aplicar este modelo como análisis de la industria permite conocer cuáles serán las presiones a las que se someterá el negocio o potencial negocio y si este será rentable. Puede suceder que tenga más de un factor con presiones fuertes o uno solo que haga que la industria sea poco atractiva. Sin embargo, su aplicación también puede generar un ajuste en la estrategia a aplicar bajo las condiciones competitivas determinadas en este análisis en dos aspectos: Buscar una forma de blindar la empresa de estas presiones y emprender acciones que modifiquen las fuerzas de estos factores a favor de la empresa.

5.- Análisis del modelo de las 5 fuerzas de Porter:

Rivalidad entre vendedores competidores

Esta fuerza tiene las siguientes características en nuestro proyecto:

- Demanda de los compradores crece lentamente, es estacional y, en la situación actual, está limitada por pandemia COVID-19 por las restricciones políticas sanitarias;
- Costos de cambio de vendedor es relativamente bajo, si bien, los gimnasios cuentan con algunas diferenciaciones, los clientes no son tan leales;

- Diferenciación de productos y servicios entre competidores es moderado, puede existir diferenciación en las marcas de equipos y máquinas que cuenta el gimnasio y en el servicio brindado por sus profesionales;
- Costos fijos moderado;
- Características de la competencia son semejantes entre sí;
- Rivales con objetivos, estrategias o países de origen distintos son similares entre sí;
- Barreras de salidas relativamente bajas.

Rivalidad moderada: Cuando ya pertenece al mercado, las armas que pueden utilizarse antes esta situación son los descuentos, promociones, cupones que incrementen los volúmenes de ventas y participación en el mercado, dividiendo los costos fijos en más servicios vendidos aunque represente menor ganancia unitaria.

Nuevos competidores

Esta fuerza tiene las siguientes características en nuestro proyecto:

- Barreras de entradas moderadas: exige un capital de inversión elevado a comparación de otros proyectos de prestación de servicios y las políticas sanitarias restrictivas limitan su accionar desde un inicio;
- Decisión de actuales participantes: no pueden oponerse o limitar el ingreso de nuevos competidores;
- Nuevos competidores la restricciones aplicadas e inciertas desmotivan posibles ingresos;
- Ampliación del mercado: actualmente, los participantes buscan mantenerse y adoptar nuevas formas de prestar el servicio que respete las restricciones;

Fortaleza de nuevos competidores escasa: Con la situación actual provocada por la pandemia COVID 19, la amenaza de nuevos competidores es baja

porque hay políticas que restringen su funcionamiento y el capital, al ser elevado, es de recupero tardío. Los participantes buscarán mantenerse. Puede representar una amenaza moderada el ingreso de un gimnasio de renombre con fuerte efecto en cadena. Posible solución: ganar participación en el mercado.

Presiones competitivas por bienes sustitutos débiles

Puede representar un servicio sustituto los profesionales en educación física que por la restricción en su mercado laboral a causa de la pandemia dictan clases personalizadas con algunos elementos materiales que cuenta el gimnasio. Estos servicios pueden representar un sustituto para los potenciales clientes que están orientados a las clases más personalizadas, no así a quienes gustan de hacer pesas o utilizar máquinas para la ejercitación. Alternativa: Dictados de clases al aire libre para que potenciales clientes conozcan los servicios brindados por nuestros profesores.

Poder de negociación de proveedores

Esta fuerza tiene las siguientes características en nuestro proyecto:

- Demanda de los productos los proveedores de equipos y máquinas tienen mayor poder de negociación con respecto a los precios y financiación, mientras que, los proveedores de pesas colchonetas y otros artículos tienen menor poder de negociación por tener demanda alta pero con muchos proveedores que lo ofrecen.
- Diferenciación del producto entre proveedores puede existir diferenciación entre las marcas ofrecidas por unos y otros;
- Cambio de proveedor tiene costo moderado de tiempo de búsqueda de precios y presupuestos, de reputación y de financiación;
- Participación en el mercado: existen numerosos proveedores para la adquisición de las máquinas y equipos, por ende, este factor no influye significativamente en el poder de negociación de los proveedores.

- Influencia del producto en los costos de la industria: Los equipos y máquinas tienen una influencia alta en los costos de capital inicial, mientras que, los elementos de trabajo, tienen una influencia menor.
- Integración vertical hacia atrás: para un gimnasio no resulta conveniente la integración hacia atrás porque su volumen de demanda de equipos y maquinas no justifica económicamente tal decisión, lo que no implica mayor poder de negociación del proveedor, dado la cantidad de proveedores existentes.
- Participación de la industria en las ventas del proveedor: Hay proveedores de equipos y máquinas que venden otro tipo de equipos, por ejemplo, las casas de electrodomésticos para el hogar, en este caso, la participación de esta industria en sus ventas es menor. Sin embargo, para aquellos proveedores que hacen énfasis en este tipo de equipos y elementos, la industria tendrá mayor poder de negociación.
- Productos y/o servicios sustitutos: podrían ser servicios sustitutos otro tipo de actividad física como deportes o clases de bailes pero esto no tendrá influencia significativa ya que dependerá de los gustos de una pequeña porción de los compradores.

ATP GYM cuenta con dos tipos de proveedores vinculados a la actividad principal: Los de equipos y máquinas, al momento de la inversión inicial, mantenimiento y reparación de sus bienes de uso; y los de elementos de trabajos diarios como ser pesas, colchonetas, barras y bandas.

Los proveedores de equipos y máquinas tienen poder de negociación moderado al establecer la cantidad de compra inicial y financiación, por tratarse de equipos caros. En cambio, los proveedores de elementos de trabajos tienen poder de negociación bajo, ya que existen más cantidad de proveedores en la provincia, y también en otras, que pueden ofrecer más variedad y buenos precios si se compra por cantidad.

Poder de negociación de los compradores y la sensibilidad en los precios

Aplicada a nuestro proyecto, observamos lo siguiente:

- Demanda del cliente crece lentamente y hay bastante oferta de vendedores;
- La diferenciación del producto y/o servicio ofrecido al comprador es moderada en el caso de los equipos y máquinas, por lo que se equiparan los poderes de negociación.
- Costo de cambiar vendedor: dependerá del tipo de comprador, si son de los que utilizan los equipos y máquinas es probable que los atraiga otros gimnasios que ofrecen mejores descuentos, mientras que, los compradores con pase libre o asistencia a clases sean más leales por lo que el costo de cambiar sea mayor.
- Tamaño y cantidad de compradores: son muchos y pequeños por lo que tienen varias ofertas y tienen menor poder de negociación.
- Información disponible de los productos y servicios: si bien, hay mucha información y videos disponibles en redes y otros sitios web, no todos son fiables ni pueden garantizar un resultado de calidad, por lo que el cliente pierde poder de negociación.
- Integración vertical hacia atrás por parte de los compradores: podrán adquirir elementos de trabajo e, inclusive, equipos de ejercitación según el poder adquisitivo del comprador. Sin embargo, faltará el valor que agrega un profesional en el área.
- Diferimiento en la compra: el comprador puede esperar a contratar los servicios de un gimnasio por un tiempo determinado.
- Sensibilidad en los precios: para el tipo de servicio ofrecido por ATP GYM, dependerá del poder adquisitivo de sus clientes.

ATP GYM ofrecerá tres tipos de cuotas: Básico (equipos, máquinas y elementos de trabajo), Básico más clases y Pase libre. Para los compradores de cuota básica será mayor la sensibilidad a los precios y tienen un poder de negociación

moderado, ya que, por lo general es la cuota que mayor cantidad de compradores tienen en los gimnasios. Los compradores de cuota básica más clases tienen menor sensibilidad a los precios y poder de negociación moderado ya que, por lo general, estos compradores prefieren las clases por encima del trabajo exclusivo con equipos y máquinas. Finalmente, los compradores de pase libre no son sensibles a los precios y tienen menor poder de negociación. Se caracterizan por valorar los gimnasios por sus equipos y profesionales.

De la aplicación del modelo de las cinco fuerzas de Porter, se determinan 3 factores que generan presiones competitivas moderadas: rivalidad entre los vendedores competidores, poder de negociación de los proveedores de equipos y máquinas y poder de negociación de los compradores que acceden a cuota básica y básica más clases.

El poder de negociación de los proveedores afectará en sus inicios al momento de la inversión inicial en equipos y maquinarias, donde los emprendedores deberán contar con el capital suficiente o capacidad financiera. La rivalidad entre vendedores competidores generará un análisis exhaustivo de los costos fijos y variables para poder ofrecer descuentos y promociones iniciales que atraigan potenciales clientes y mantener una cuota estándar y similar a nuestros competidores con trabajo en promociones en épocas estacionales de bajas en la demanda de los compradores. Finalmente, respecto al poder de negociación de los compradores mencionados en el párrafo anterior, para trabajar en su lealtad el gimnasio puede brindar mayor seguimiento de sus profesionales a los asistentes de estas clases y posiblemente trabajos grupales con actividades extras fuera del gimnasio, aunque deban abonar por aparte, por ejemplo, *trekking*.

6.- Análisis FODA:

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa

Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente

Fortalezas:

- Variedad de clases
- Ubicación y amplitud de local
- Equipos y máquinas nuevas
- Instalaciones sanitarias

Oportunidades:

- Por ser un gimnasio nuevo en la zona, puede atraer potenciales clientes mediante promociones y publicidad que se retiran de otros gimnasios.
- Tendencia de las personas de mejorar su calidad de vida

Debilidades:

- Clases limitadas por capacidad restringida
- Inversión inicial alta

Amenazas:

- Rebrote de coronavirus COVID-19
- Competencia ubicada en las cercanías del centro *fitness*
- Inestabilidad económica y sanitaria del país
- Incremento en la tasa de actualización anual de alquileres inmuebles
- Demoras en las habilitaciones exigidas legalmente

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Sumario: 1.- Descripción del servicio. 2.- Mercado Proveedor. 3.- Mercado Consumidor. 4.- Mercado competidor. 5.- Mercado Distribuidor.-

1.- Descripción del servicio:

El centro Fitness ofrecerá los siguientes servicios:

- Salón de aparatos acompañado de personal profesional, quien creando rutinas de entrenamiento adaptada a los objetivos que tenga el socio, lo guiará en su entrenamiento y correcta ejecución de los ejercicios.
- Clases aeróbicas grupales, entre ellas funcional y crossfit dirigidas por personal profesional y capacitado. Para cada actividad, las clases tendrán horario de inicio y finalización y dispondrán de cupos limitados de asistentes para poder asegurar que todos los socios posean los elementos necesarios para realizar las clases y en los espacios adecuados, con el fin de evitar clases excedidas de clientes que lleven a la incomodidad del socio y puedan generar malas experiencias.

ATP GYM busca posicionarse como un gimnasio reconocido en Barrio Sur, desarrollar una imagen de gimnasio bien equipado y brindar un servicio adaptado a las necesidades de sus potenciales clientes.

2.- Mercado Proveedor:

Para la adquisición de maquinaria y equipos para gimnasio, lo haremos con un proveedor de la Provincia de Santa Fe (MC Elite Machines), otro proveedor de la Provincia de Buenos Aires (Sonnos) y el último proveedor de la Provincia de Tucumán (Muscle World).

Para el normal funcionamiento del Centro Fitness se requerirá además la provisión del servicio de electricidad (EDET), agua corriente y potable (SAT), gas, telefonía e Internet, éstos dos últimos indispensables como servicios adicionales a nuestros socios tanto para la espera dentro de nuestras instalaciones, como para ser usados durante el entrenamiento y descansos.

3.- Mercado Consumidor:

Los potenciales clientes del gimnasio serán hombres y mujeres, estudiantes, trabajadores y jubilados con un nivel socioeconómico medio, con residencia dentro de Barrio Sur de San Miguel de Tucumán y alrededores de los siguientes rangos de edad:

- 16 a 40 años: orientados a la pérdida de peso, solucionar problemas de salud, mejora de masa muscular y preparación física avanzada y específica.
- 40 a 50 años: orientados a la pérdida de peso, mejora de la masa muscular, tratamiento de patologías y lesiones, y al equilibrio alimenticio y emocional.
- 50 a 60 años: que deseen fortalecer sus músculos y cuerpos, mejorar su equilibrio, tratar problemas musculares y de sobrepeso, todo con el objetivo último de ganar calidad de vida.

La cuota básica del gimnasio será de \$2.500, ésta cuota incluye la utilización del salón de aparatos y clases aeróbicas como ser funcional y *crossfit*. El medio de pago será en efectivo al inicio de cada mes, pudiendo recibir transferencias o tarjeta de débito a través de mercado pago.

Con respecto al crecimiento del mercado esperamos que cada mes más personas se asocien al gimnasio, valorando la calidad de nuestro servicio y actividades que brinda el gimnasio.

4.- Mercado competidor:

Nuestros competidores serán los gimnasios de San Miguel de Tucumán que se encuentren en un rango no mayor a 5 cuadras y las actividades al aire libre que se puedan realizar en espacios abiertos, considerando a los gimnasios nuestros competidores directos.

Análisis de competidores directos:

- **Infinit academia:** ubicado en la calle Lamadrid 980, consideramos a este gimnasio uno de nuestros principales competidores, ya que se cuenta con un equipamiento muy completo, ofrece todas las clases que nosotros queremos ofrecer y en el precio de la cuota ya va incluido el instructor. Además, es relativamente nuevo, tiene menos de 3 años y el precio de la cuota básica es de \$2.300.
- **JB GYM:** ubicado en la calle Bernabé Aráoz 189, otro de nuestros principales competidores, se encuentra muy bien equipado y ofrece diferentes actividades, el lugar no es tan espacioso como el anterior y por lo tanto quita un poco de comodidad a la hora de hacer ejercicio, el precio de la cuota es de \$2.200 e incluye el instructor.
- **Strong gym:** ubicado en la calle Lavalle 1058, este gimnasio cuenta con un equipamiento considerable, no tiene todas las clases aeróbicas y el lugar no es muy espacioso, el precio de la cuota es \$2.300 e incluye el instructor pero solo en el horario de 17 a 21 horas.

- **BULL GYM:** ubicado en la calle General paz 1025, el local de este gimnasio es un galpón, si bien es espacioso y no genera problemas a la hora de hacer actividades, estéticamente no es el mejor lo que hace que no tenga mucha clientela, el instructor solo está en el horario de 18 a 21 horas, el precio de la cuota es de \$1.800.

5.- Mercado Distribuidor:

El local será alquilado en calle Jujuy 260, Barrio Sur, San Miguel de Tucumán. Contará con planta baja donde estará el salón de aparatos y la recepción y un primer piso donde se dictarán diferentes clases como, funcional y crossfit. El costo mensual del edificio será 60.000 pesos argentinos, este alquiler tendrá una actualización semestral del 13%, más los servicios bimestrales de luz y agua.

Las condiciones de pago serán de contado y con Mercado Pago se recibirán pagos con tarjeta de crédito/débito. Los pagos con tarjeta serán al mismo valor respecto a los efectuados en efectivo y sólo podrán hacerse en un solo pago.

En cuanto a lo que respecta a la promoción y publicidad, se utilizarán folletos y las redes sociales como medio directo para llegar al cliente, destinando mayores recursos a la publicidad por redes sociales, ya que hoy en día la mayoría de las personas utilizan estos medios de comunicación (Facebook, Twitter, Instagram, etcétera).

Durante el primer mes, para promover las adhesiones de socios. Se harán diferentes promociones por redes sociales, buscando así llegar a más personas y potenciar futuros ingresos.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Sumario: 1.- Edificios e instalaciones. 2.- Maquinarias y equipos.-

1.- Edificios e instalaciones:

El local donde funcionará el Centro Fitness será alquilado en calle Jujuy 260, Barrio Sur, San Miguel de Tucumán. El costo mensual del edificio será 60.000 pesos argentinos, este alquiler tendrá una actualización semestral del 13%, más los servicios bimestrales de luz y agua.

2.- Maquinarias y equipos:

A continuación se detalla el equipamiento y maquinaria necesarios para llevar a cabo el proyecto.

A. MAQUINARIA Y EQUIPOS	unidades	Precio contado	Precio con IVA	Total sin IVA	Total con IVA	Diferencia total	Vida útil en años	Amortización anual	Amort. Acum. 5 años	Valor recup. 5 años
A.1. Bancos										
Banco plano Standart	2	\$16.263,64	\$19.679,00	\$32.527,27	\$39.358,00	\$6.830,73	10	\$3.252,73	\$16.263,64	\$16.263,64
Banco inclinado Standart	1	\$18.163,64	\$21.978,00	\$18.163,64	\$21.978,00	\$3.814,36	10	\$1.816,36	\$9.081,82	\$9.081,82
Banco Declinado Standart	1	\$18.890,91	\$22.858,00	\$18.890,91	\$22.858,00	\$3.967,09	10	\$1.889,09	\$9.445,45	\$9.445,45
Banco Hombros Estándar	1	\$20.445,45	\$24.739,00	\$20.445,45	\$24.739,00	\$4.293,55	10	\$2.044,55	\$10.222,73	\$10.222,73
Banco Multiangular	2	\$19.081,82	\$23.089,00	\$38.163,64	\$46.178,00	\$8.014,36	10	\$3.816,36	\$19.081,82	\$19.081,82
Banco Scott sentado Sonnos línea pro	1	\$26.450,41	\$32.005,00	\$26.450,41	\$32.005,00	\$5.554,59	10	\$2.645,04	\$13.225,21	\$13.225,21
Banco Abdominales Regulable	2	\$16.872,73	\$20.416,00	\$33.745,45	\$40.832,00	\$7.086,55	10	\$3.374,55	\$16.872,73	\$16.872,73
A.2. Carga libre									0	\$0,00
Mancuerno Hexagonal	1	\$29.623,34	\$35.844,24	\$29.623,34	\$35.844,24	\$6.220,90	10	\$2.962,33	\$14.811,67	\$14.811,67
Rack barras c/ peso fijo	1	\$30.402,98	\$36.787,61	\$30.402,98	\$36.787,61	\$6.384,63	10	\$3.040,30	\$15.201,49	\$15.201,49
Prensa Hack a Discos	1	\$29.834,71	\$36.100,00	\$29.834,71	\$36.100,00	\$6.265,29	10	\$2.983,47	\$14.917,36	\$14.917,36
Multifuerza – Sentadilla Smith	1	\$45.354,55	\$54.879,00	\$45.354,55	\$54.879,00	\$9.524,45	10	\$4.535,45	\$22.677,27	\$22.677,27
Máquina Hammer Hombros a Disco	1	\$36.263,64	\$43.879,00	\$36.263,64	\$43.879,00	\$7.615,36	10	\$3.626,36	\$18.131,82	\$18.131,82
Prensa Atlético 45º	1	\$53.445,45	\$64.669,00	\$53.445,45	\$64.669,00	\$11.223,55	10	\$5.344,55	\$26.722,73	\$26.722,73
Rack sentadillas Sonnos power rack línea eco	1	\$53.475,21	\$64.705,00	\$53.475,21	\$64.705,00	\$11.229,79	10	\$5.347,52	\$26.737,60	\$26.737,60
A.3. Piernas					0	0			0	\$0,00
Máquina Aductores – Abductores a Lingotes	1	\$57.718,18	\$69.839,00	\$57.718,18	\$69.839,00	\$12.120,82	10	\$5.771,82	\$28.859,09	\$28.859,09
Camilla Femorales y Sillón de Cuádriceps a Lingotes	2	\$62.571,90	\$75.712,00	\$125.143,80	\$151.424,00	\$26.280,20	10	\$12.514,38	\$62.571,90	\$62.571,90
Máquina Pantorrillera a Lingotes	1	\$55.150,41	\$66.732,00	\$55.150,41	\$66.732,00	\$11.581,59	10	\$5.515,04	\$27.575,21	\$27.575,21
Sillón de Cuádriceps a Lingotes	1	\$48.709,09	\$58.938,00	\$48.709,09	\$58.938,00	\$10.228,91	10	\$4.870,91	\$24.354,55	\$24.354,55
A.4. Poleas									0	\$0,00

Remo Bajo Espalda a Lingotes	1	\$50.709,09	\$61.358,00	\$50.709,09	\$61.358,00	\$10.648,91	10	\$5.070,91	\$25.354,55	\$25.354,55
Poleas Enfrentadas Clásica	1	\$61.700,00	\$74.657,00	\$61.700,00	\$74.657,00	\$12.957,00	10	\$6.170,00	\$30.850,00	\$30.850,00
Dorsalera a discos	1	\$36.162,81	\$43.757,00	\$36.162,81	\$43.757,00	\$7.594,19	10	\$3.616,28	\$18.081,40	\$18.081,40
A.5. Mancuernas									0	\$0,00
Mancuerna fundición Sonnos 1kg (hexagonal)	2	\$272,73	\$330,00	\$545,45	\$660,00	\$114,55	10	\$54,55	\$272,73	\$272,73
Mancuerna fundición Sonnos 2kg (hexagonal)	2	\$544,63	\$659,00	\$1.089,26	\$1.318,00	\$228,74	10	\$108,93	\$544,63	\$544,63
Mancuerna fundición Sonnos 5kg (hexagonal)	6	\$1.363,64	\$1.650,00	\$8.181,82	\$9.900,00	\$1.718,18	10	\$818,18	\$4.090,91	\$4.090,91
Mancuerna fundición Sonnos 8kg (hexagonal)	6	\$2.181,82	\$2.640,00	\$13.090,91	\$15.840,00	\$2.749,09	10	\$1.309,09	\$6.545,45	\$6.545,45
Mancuerna fundición Sonnos 10kg (hexagonal)	6	\$2.727,27	\$3.300,00	\$16.363,64	\$19.800,00	\$3.436,36	10	\$1.636,36	\$8.181,82	\$8.181,82
Mancuerna Hexagonal Caucho 12,5kg Sonnos	6	\$7.793,39	\$9.430,00	\$46.760,33	\$56.580,00	\$9.819,67	10	\$4.676,03	\$23.380,17	\$23.380,17
Mancuerna Hexagonal Caucho 15kg Sonnos	4	\$9.355,37	\$11.320,00	\$37.421,49	\$45.280,00	\$7.858,51	10	\$3.742,15	\$18.710,74	\$18.710,74
Mancuerna fundición Sonnos 20kg	2	\$5.458,68	\$6.605,00	\$10.917,36	\$13.210,00	\$2.292,64	10	\$1.091,74	\$5.458,68	\$5.458,68
Mancuerna fundición Sonnos 25kg	2	\$6.822,31	\$8.255,00	\$13.644,63	\$16.510,00	\$2.865,37	10	\$1.364,46	\$6.822,31	\$6.822,31
Mancuerna fundición Sonnos 30kg	2	\$8.193,39	\$9.914,00	\$16.386,78	\$19.828,00	\$3.441,22	10	\$1.638,68	\$8.193,39	\$8.193,39
A.6. Barras									0	\$0,00
Barra EZ Sonnos hueca negra 1,20mts x 25mm (con topes)	2	\$1.330,58	\$1.610,00	\$2.661,16	\$3.220,00	\$558,84	10	\$266,12	\$1.330,58	\$1.330,58
Barra recta Sonnos cromada 1,10mts Ø25mm	3	\$3.458,68	\$4.185,00	\$10.376,03	\$12.555,00	\$2.178,97	10	\$1.037,60	\$5.188,02	\$5.188,02
ML Barra olímpica Sonnos 1,50mts x Ø50mm 8,5kg	3	\$13.694,21	\$16.570,00	\$41.082,64	\$49.710,00	\$8.627,36	10	\$4.108,26	\$20.541,32	\$20.541,32
A.7. Discos									0	\$0,00
Disco fundición Sonnos 2,5kg x Ø25mm negro (liso)	8	\$632,23	\$765,00	\$5.057,85	\$6.120,00	\$1.062,15	10	\$505,79	\$2.528,93	\$2.528,93
Disco fundición Sonnos 5 kg x Ø25mm negro (liso)	8	\$1.260,33	\$1.525,00	\$10.082,64	\$12.200,00	\$2.117,36	10	\$1.008,26	\$5.041,32	\$5.041,32
Disco fundición Sonnos 10kg x Ø30mm negro (liso)	6	\$2.520,66	\$3.050,00	\$15.123,97	\$18.300,00	\$3.176,03	10	\$1.512,40	\$7.561,98	\$7.561,98
Disco fundición Sonnos 15KG x Ø25	6	\$4.363,64	\$5.280,00	\$26.181,82	\$31.680,00	\$5.498,18	10	\$2.618,18	\$13.090,91	\$13.090,91
Disco fundición Sonnos 20kg x Ø50	6	\$5.793,39	\$7.010,00	\$34.760,33	\$42.060,00	\$7.299,67	10	\$3.476,03	\$17.380,17	\$17.380,17
Organizador discos Sonnos Ø30mm (500kg)	1	\$24.148,76	\$29.220,00	\$24.148,76	\$29.220,00	\$5.071,24	10	\$2.414,88	\$12.074,38	\$12.074,38

A.8 Accesorios									0	\$0,00
Accesorio polea Sonnos agarre V cerrada (hueca)	2	\$1.264,46	\$1.530,00	\$2.528,93	\$3.060,00	\$531,07	10	\$252,89	\$1.264,46	\$1.264,46
Accesorio polea Sonnos agarre casita (hueca)	2	\$1.723,14	\$2.085,00	\$3.446,28	\$4.170,00	\$723,72	10	\$344,63	\$1.723,14	\$1.723,14
Accesorio polea Sonnos Barra recta 180º (hueca)	2	\$979,34	\$1.185,00	\$1.958,68	\$2.370,00	\$411,32	10	\$195,87	\$979,34	\$979,34
Accesorio polea Sonnos dorsales (hueca)	2	\$1.780,99	\$2.155,00	\$3.561,98	\$4.310,00	\$748,02	10	\$356,20	\$1.780,99	\$1.780,99
Soga tríceps SMK TE-3003	2	\$2.772,73	\$3.355,00	\$5.545,45	\$6.710,00	\$1.164,55	10	\$554,55	\$2.772,73	\$2.772,73
A.9. Pesas Rusas						0			0	\$0,00
Pesa rusa PVC Sonnos 10kg	2	\$2.128,10	\$2.575,00	\$4.256,20	\$5.150,00	\$893,80	10	\$425,62	\$2.128,10	\$2.128,10
Pesa rusa PVC Sonnos 5kg	2	\$1.148,76	\$1.390,00	\$2.297,52	\$2.780,00	\$482,48	10	\$229,75	\$1.148,76	\$1.148,76
A.10. Colchonetas									0	\$0,00
Colchoneta Sonnos Súper ECO	10	\$1.140,50	\$1.380,01	\$11.405,04	\$13.800,10	\$2.395,06	10	\$1.140,50	\$5.702,52	\$5.702,52
A.11. Bandas									0	\$0,00
Banda elástica Sonnos en blister 6*10*1200mm	3	\$632,23	\$765,00	\$1.896,69	\$2.295,00	\$398,31	10	\$189,67	\$948,35	\$948,35
A.12. Equipo cardiovascular									0	\$0,00
Cinta correr Arg-460 S/I Electrónica	2	\$82.301,65	\$99.585,00	\$164.603,31	\$199.170,00	\$34.566,69	10	\$16.460,33	\$82.301,65	\$82.301,65
Elíptico Arg-1902	2	\$21.855,37	\$26.445,00	\$43.710,74	\$52.890,00	\$9.179,26	10	\$4.371,07	\$21.855,37	\$21.855,37
Bicicletas fijas	3	\$52.892,56	\$64.000,00	\$158.677,69	\$192.000,00	\$33.322,31	10	\$15.867,77	\$79.338,84	\$79.338,84
A.13. Otros										\$0,00
Borde piso encastrable Sonnos Gead 1mt x 1mt	20	\$4.904,96	\$5.935,00	\$98.099,17	\$118.700,00	\$20.600,83	10	\$9.809,92	\$49.049,59	\$49.049,59
Pelota fitball 75cm Sonnos (con inflador)	3	\$1.830,58	\$2.215,00	\$5.491,74	\$6.645,00	\$1.153,26	10	\$549,17	\$2.745,87	\$2.745,87
Step Junior FB (sin goma)	12	\$3.648,76	\$4.415,00	\$43.785,12	\$52.980,00	\$9.194,88	10	\$4.378,51	\$21.892,56	\$21.892,56
Cinturón de levantamiento con ganchos. MOD MD	2	\$1.048,67	\$1.268,89	\$2.097,34	\$2.537,78	\$440,44	10	\$209,73	\$1.048,67	\$1.048,67
Organizador de Bolsos	2	\$14.876,03	\$18.000,00	\$29.752,07	\$36.000,00	\$6.247,93	5	\$5.950,41	\$29.752,07	\$0,00
Balanza digital Atma BA7503	1	\$6.033,06	\$7.300,00	\$6.033,06	\$7.300,00	\$1.266,94	5	\$1.206,61	\$6.033,06	\$0,00
									0	\$0,00

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Sumario: 1.- Estudio organizacional. Definición, objetivos. 2.- Estudio organizacional aplicado a ATP GYM.-

1.- Estudio organizacional. Definición, objetivos:

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación.

El objetivo del estudio organizacional es determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operará el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. Del estudio anterior, se deben determinar los requerimientos de recursos humanos, de locación,

muebles y enseres, equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos.

2.- Estudio organizacional aplicado a ATP GYM:

La estructura formal del gimnasio inicia en el dueño como mayor nivel jerárquico. Él tendrá a su cargo tres instructores, quienes deberán tener el título de Profesor en Educación Física, y una recepcionista.

El gimnasio contará con un asesor contable que se encargará de llevar a cabo los procesos contables, financieros y tributarios.

Los profesores de educación física serán los encargados de supervisar y guiar a los socios en el uso de aparatos y pesas y estarán divididos en tres turnos entre los días lunes y viernes:

- 8:00 a 13:00
- 13:00 a 18:00
- 18:00 a 23:00

Los días sábado solo uno de ellos estará en el horario de apertura de 15 hasta las 20 horas.

La jornada laboral del recepcionista será de lunes a viernes de 17 a 23 horas y será quien controlará el acceso del instructor y clientes que asistan a las clases de crossfit y funcional.

A continuación, se expone la estructura mencionada en párrafos anteriores por medio de un organigrama:

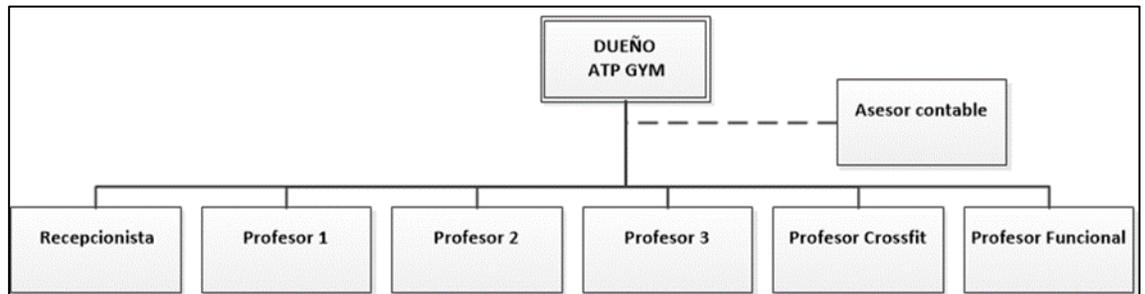


Figura N° 2: Organigrama de ATP GYM.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO LEGAL

Sumario: 1.- Organización Jurídica. 2.- Impuestos. 3.-
Otros requisitos.-

1.- Organización Jurídica:

El gimnasio será un sujeto responsable inscripto en IVA conforme a los ingresos anuales estimados.

2.- Impuestos:

Deberá cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

a. Ámbito Nacional (AFIP)

- **Impuesto al valor agregado (IVA):** Según lo establecido por la Ley del Impuesto al Valor Agregado N° 23.349, artículo 28, “el impuesto a abonar será determinado de aplicar la alícuota del 21% sobre las ventas netas del período a declarar menos el crédito fiscal de las compras realizadas menos retenciones y

percepciones efectuadas por los agentes y otras deducciones correspondientes a la actividad.”⁽¹⁰⁾

- **Autónomos:** Según lo establecido en la Ley N° 18.038, por los ingresos anuales estimados pertenece a la Categoría V “debiendo abonar mensualmente el importe de N° 20.487,57 (Veinte mil cuatrocientos ochenta y siete con 57/100 centavos).”⁽¹¹⁾
- **Impuesto a las Ganancias:** Según lo establecido por la Ley del Impuesto a las Ganancias N° 20.628, “la base imponible (resultado) para determinar el impuesto se calcula: Ganancias brutas menos los gastos necesarios para obtenerla menos las deducciones establecidas por el artículo 23 de la misma. Por tratarse de una empresa unipersonal, para determinar el impuesto, aplica a la base imponible el 35% según el inciso d del artículo 53 de la presente ley.”⁽¹²⁾
- **Sociedad Argentina de autores y compositores de música (SADAIC):** Según la ley nacional N° 17.648 decreto reglamentario N° 5146/69, “SADAIC tendrá a su cargo la percepción de los derechos de autor y la administración de la recaudación de tal arancel.”⁽¹³⁾ En nuestro caso, según los aranceles establecidos por las disposiciones legales de derecho de autor, corresponde abonar un equivalente del 5% sobre los ingresos brutos del período.

⁽¹⁰⁾ Consulta en Internet: www.servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42701/texact.htm (15 de Noviembre de 2021).

⁽¹¹⁾ Consulta en Internet: www.afip.gob.ar/autonomos/documentos/Valores-autonomos-marzo-2020.pdf (16 de Noviembre de 2021).

⁽¹²⁾ Consulta en Internet: www.servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm (16 de Noviembre de 2021).

⁽¹³⁾ Consulta en Internet: www.sadaic.org.ar/shared/cdrw/Aranceles-Usuarios-Generales.pdf (16 de Noviembre de 2021).

b. Ámbito Provincial

- **Impuestos a los Ingresos Brutos:** Según lo establecido por la Ley Impositiva N° 8.467 de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Tucumán, “el impuesto a abonar será determinado por las ventas netas del período por la alícuota del 5% conforme a la actividad N° 924.110 descripta en el nomenclador.”⁽¹⁴⁾

c. Ámbito Municipal

- **Tributo Económico Municipal (TEM):** “La base imponible para la determinación de este impuesto serán las ventas brutas menos las deducciones del período conforme lo establecido por el Código Tributario Municipal de la ciudad de San Miguel de Tucumán Ordenanza N° 4.536, Capítulo III, IV y VI. Para determinar el impuesto a esta base imponible se aplicará la alícuota del 1,25% conforme el capítulo VI, artículo 6 de la Ordenanza 5010/19 (no modificado por la ordenanza N° 5090) menos las retenciones y percepciones de los agentes de retención y percepciones, respectivamente.”⁽¹⁵⁾
- **Tributo a la publicidad y propaganda (PYP):** Según lo establecido en la ordenanza 5010/19, Capítulo V, Artículo 15, apartado b, punto 3 corresponde abonar, mensualmente, 45U (con U igual a \$3), es decir, un total de \$135.

⁽¹⁴⁾ Consulta en Internet:

www.rentastucuman.gob.ar/nomina/rentastuc2/x1ut2pa3lo/pdfs/leyimpositiva.pdf#zoom=80 (16 de Noviembre de 2021).

⁽¹⁵⁾ Consulta en Internet: www.dimsmt.gob.ar/descargas/archivos/Ord_Tarifaria_2020.pdf (16 de Noviembre de 2021).

3. Otros requisitos:

Ley provincial N° 8897: En el artículo 1° establece los requisitos mínimos con que deben contar los gimnasios en Tucumán:

- Fichero de clientes donde deberá constar los datos de identificación del cliente.
- Planificación escrita y/o tipo de la actividad física que desarrolla la persona.
- Certificado de aptitud física vigente del usuario (art. 3° Ley N° 8897).
- Contrato con empresa de emergencias médicas vigente y comprobante del último pago vigente (art. 4° Ley N° 8897).
- Legajo del director técnico, profesor de educación física: Copia autenticada del título profesional, constancia de la capacitación en RCP y primeros auxilios (los cursos deben repetirse cada 2 años por lo que la vigencia de las constancias de capacitación tendrán una duración máxima de ese lapso), horarios y días de trabajo.
- Seguro de responsabilidad civil vigente.

El profesor de educación física que cumple la dirección técnica, no puede cumplir el rol en otro gimnasio en horarios superpuestos. Durante el horario de funcionamiento, siempre debe estar disponible un profesor de educación física.

“El certificado de aptitud física debe ser extendido por un médico generalista, pediatra, deportólogo o cardiólogo debidamente matriculado y registrado en la división registros y matrículas de la Dirección General de Fiscalización Sanitaria del Sistema Provincial de Salud. Tendrá una vigencia máxima de 1 (uno) año.”⁽¹⁶⁾

⁽¹⁶⁾ Consulta en Internet: www.rig.tucuman.gov.ar/leyes/scan/scan/decretos/2018/D-1207-21-MSP-19042018.pdf (17 de Noviembre de 2021).

CAPÍTULO VII

ESTUDIO ECONÓMICO

FINANCIERO

Sumario: 1.- Función Financiera. 2.- Inversión Inicial.
3.- Ingresos. 4.- Costos. 5.- Amortizaciones. 6.-
Flujo de fondos. 7.- Análisis de Sensibilidad.-

1.- Función Financiera:

Para llevar a cabo el proyecto, es necesario disponer de una inversión inicial de \$2.189.313,22 en la cual se consideran los activos fijos y activos de trabajo.

2.- Inversión Inicial:

Activo fijo

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran para llevar a cabo el proyecto.

La suma total de los activos fijos es de \$2.133.257,63 con IVA incluido.

Nuestro activo fijo está compuesto por los bienes de uso que fueron adquiridos a los proveedores Sonnos, MC Elite Machines, G-FITNESS y Nitrex.

Para un mejor detalle de los activos fijos del gimnasio, decidimos dividirlos por rubros.

INVERSION EN ACTIVO FIJO

CONCEPTO	unidades	Precio Unitario	Total
Banco plano Standart	2	\$16.263,64	\$32.527,27
Banco inclinado Standart	1	\$18.163,64	\$18.163,64
Banco Declinado Standart	1	\$18.890,91	\$18.890,91
Banco Hombros Estándar	1	\$20.445,45	\$20.445,45
Banco Multiangular	2	\$19.081,82	\$38.163,64
Banco Scott sentado Sonnos línea pro	1	\$26.450,41	\$26.450,41
Banco Abdominales Regulable	2	\$16.872,73	\$33.745,45
Mancuenero Hexagonal	1	\$29.623,34	\$29.623,34
Rack barras c/ peso fijo	1	\$30.402,98	\$30.402,98
Prensa Hack a Discos	1	\$29.834,71	\$29.834,71
Multifuerza – Sentadilla Smith	1	\$45.354,55	\$45.354,55
Máquina Hammer Hombros a Disco	1	\$36.263,64	\$36.263,64
Prensa Atlética 45º	1	\$53.445,45	\$53.445,45
Rack sentadillas Sonnos power rack línea eco	1	\$53.475,21	\$53.475,21
Máquina Aductores – Abductores a Lingotes	1	\$57.718,18	\$57.718,18
Camilla Femorales y Sillón de Cuádriceps a Lingotes Doble Articulación	2	\$62.571,90	\$125.143,80
Máquina Pantorrillera a Lingotes	1	\$55.150,41	\$55.150,41
Sillón de Cuádriceps a Lingotes	1	\$48.709,09	\$48.709,09
Remo Bajo Espalda a Lingotes	1	\$50.709,09	\$50.709,09
Poleas Enfrentadas Clásica	1	\$61.700,00	\$61.700,00
Dorsalera a discos	1	\$36.162,81	\$36.162,81
Mancuerna fundición Sonnos 1kg (hexagonal)	2	\$272,73	\$545,45
Mancuerna fundición Sonnos 2kg (hexagonal)	2	\$544,63	\$1.089,26
Mancuerna fundición Sonnos 5kg (hexagonal)	6	\$1.363,64	\$8.181,82
Mancuerna fundición Sonnos 8kg (hexagonal)	6	\$2.181,82	\$13.090,91
Mancuerna fundición Sonnos 10kg (hexagonal)	6	\$2.727,27	\$16.363,64
Mancuerna Hexagonal Caucho 12,5kg Sonnos	6	\$7.793,39	\$46.760,33
Mancuerna Hexagonal Caucho 15kg Sonnos	4	\$9.355,37	\$37.421,49
Mancuerna fundición Sonnos 20kg	2	\$5.458,68	\$10.917,36
Mancuerna fundición Sonnos 25kg	2	\$6.822,31	\$13.644,63
Mancuerna fundición Sonnos 30kg	2	\$8.193,39	\$16.386,78
Barra EZ Sonnos hueca negra 1,20mts x 25mm	2	\$1.330,58	\$2.661,16

Barra recta Sonnos cromada 1,10mts Ø25mm	3	\$3.458,68	\$10.376,03
ML Barra olímpica Sonnos 1,50mts x Ø50mm 8,5kg (con topes)	3	\$13.694,21	\$41.082,64
Disco fundición Sonnos 2,5kg x Ø25mm negro	8	\$632,23	\$5.057,85
Disco fundición Sonnos 5 kg x Ø25mm negro	8	\$1.260,33	\$10.082,64
Disco fundición Sonnos 10kg x Ø30mm negro	6	\$2.520,66	\$15.123,97
Disco fundición Sonnos 15KG x Ø25	6	\$4.363,64	\$26.181,82
Disco fundición Sonnos 20kg x Ø50	6	\$5.793,39	\$34.760,33
Organizador discos Sonnos Ø30mm (500kg)	1	\$24.148,76	\$24.148,76
Accesorio polea Sonnos agarre V cerrada	2	\$1.264,46	\$2.528,93
Accesorio polea Sonnos agarre casita (hueca)	2	\$1.723,14	\$3.446,28
Accesorio polea Sonnos Barra recta 180º	2	\$979,34	\$1.958,68
Accesorio polea Sonnos dorsales (hueca)	2	\$1.780,99	\$3.561,98
Soga tríceps SMK TE-3003	2	\$2.772,73	\$5.545,45
Pesa rusa PVC Sonnos 10kg	2	\$2.128,10	\$4.256,20
Pesa rusa PVC Sonnos 5kg	2	\$1.148,76	\$2.297,52
Colchoneta Sonnos Súper ECO	10	\$1.140,50	\$11.405,04
Banda elástica Sonnos en blister 6*10*1200mm	3	\$632,23	\$1.896,69
Cinta correr Arg-460 S/I Electrónica	2	\$82.301,65	\$164.603,31
Elíptico Arg-1902	2	\$21.855,37	\$43.710,74
Bicicletas fijas	3	\$52.892,56	\$158.677,69
Borde piso encastrable Sonnos Gead 1mt x 1mt	20	\$4.904,96	\$98.099,17
Pelota fitball 75cm Sonnos (con inflador)	3	\$1.830,58	\$5.491,74
Step Junior FB (sin goma)	12	\$3.648,76	\$43.785,12
Cinturón de levantamiento con ganchos	2	\$1.048,67	\$2.097,34
Organizador de Bolsos	2	\$14.876,03	\$29.752,07
Balanza digital Atma BA7503	1	\$6.033,06	\$6.033,06
Notebook AIWA CA-141 Intel Celeron	1	\$33.057,02	\$33.057,02
Smart TV AOC 43 Pulgadas Full HD 43S5295/77G	2	\$35.536,36	\$71.072,73
Equipo de audio PHILCO SAP500	1	\$18.709,92	\$18.709,92
Kit Video Vigilancia 2 Cámaras Hd 720p / 1mp Hilook 500gb	1	\$1.866,94	\$1.866,94
Internet WiFi 50 Mb CLARO	1	\$1.238,84	\$1.238,84
Exhibidor INELRO Vertical MT-470	1	\$90.081,82	\$90.081,82
Termo tanque eléctrico PHILCO PHTE080B2	2	\$20.660,33	\$41.320,66
Ventiladores de pared	6	\$6.610,74	\$39.664,46
Escritorio Mosconi 80929	1	\$8.910,74	\$8.910,74
Silla Garden-Life F900001	1	\$2.230,58	\$2.230,58
FUENTE: ELABORACION PROPIA			2.133.257,63

Activo de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto.

Los métodos principales para calcular el monto de inversión en capital de trabajo son el contable, el período de desfase y el déficit acumulado máximo.

El método elegido para el cálculo del activo de trabajo es el Déficit Máximo Acumulado. El valor obtenido por éste método para el año uno es de \$-56.055,59.

El cuadro con el cálculo del capital de trabajo para el año uno se encuentra en la sección Anexo.

3.- Ingresos:

Se establecieron los ingresos según la demanda estimada, con el conocimiento previo de uno de nuestros compañeros que trabajó en un gimnasio y también en función a un sondeo realizado a gimnasios pequeños y medianos de Barrio Sur de San Miguel de Tucumán.

INGRESOS CALCULADOS PARA AÑO 1		
PROMEDIO CLIENTES x MES	VENTA MENSUAL	VENTAS ANUALES
158	\$ 395.341,03	\$ 4.744.092,35

FUENTE: ELABORACION PROPIA

INGRESOS CALCULADOS PARA AÑO 2		
PROMEDIO CLIENTES x MES	VENTA MENSUAL	VENTAS ANUALES
193	\$ 481.812,39	\$ 5.781.748,72

FUENTE: ELABORACION PROPIA

INGRESOS CALCULADOS PARA AÑO 3		
PROMEDIO CLIENTES x MES	VENTA MENSUAL	VENTAS ANUALES
216	\$ 540.149,24	\$ 6.481.790,82

FUENTE: ELABORACION PROPIA

INGRESOS CALCULADOS PARA AÑO 4		
PROMEDIO CLIENTES x MES	VENTA MENSUAL	VENTAS ANUALES
222	\$ 554.988,03	\$ 6.659.856,32

FUENTE: ELABORACION PROPIA

INGRESOS CALCULADOS PARA AÑO 5		
PROMEDIO CLIENTES x MES	VENTA MENSUAL	VENTAS ANUALES
222	\$ 556.219,90	\$ 6.674.638,75

FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.- Costos:

Para una mejor exposición de los costos, discriminamos por tipos de costos (Servicios, administración y comercialización).

Costos de Servicios

Los profesores deben estar inscriptos en AFIP como responsables monotributistas.

COSTOS SERVICIOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MO Directa	\$ 1.113.600,00	\$ 1.113.600,00	\$ 1.113.600,00	\$ 1.113.600,00	\$ 1.113.600,00
MO Indirecto	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00
Seguro de emergencias médicas	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Luz	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Costos de Administración

El Costo de Administración comprende salario básico, conceptos no remunerativos y cargas sociales de la recepcionista del gimnasio y de los profesores instructores.

El salario que se tomará para realizar el análisis, será el establecido entre la Unión de Trabajadores de Entidades Deportivas y Civiles (UTEDYC) y la Cámara de Gimnasios de Argentina (CGA), según escala salarial actualizada a Diciembre 2021.

El inmueble tiene una dimensión de 240 mts². Posee baños para los clientes y el personal. Cuenta con conexiones de luz, agua y teléfono, y con la habilitación correspondiente para este tipo de actividad.

El costo del alquiler mensual se encuentra en \$60.000.

COSTOS DE ADMINISTRACION

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA A PAGAR	\$ 160.934,03	\$ 806.488,28	\$ 927.983,19	\$ 958.887,12	\$ 961.452,66
Ingresos Brutos (5%)	\$ 196.036,87	\$ 238.915,24	\$ 267.842,60	\$ 275.200,67	\$ 275.811,52
Régimen Autónomos	\$ 78.225,12	\$ 78.225,12	\$ 78.225,12	\$ 78.225,12	\$ 78.225,12
Honorarios CPN	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Alquiler	\$ 811.600,00	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00	\$ 811.600,00	\$ 720.000,00
Art. Librería	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Art. Limpieza	\$ 43.744,80	\$ 43.744,80	\$ 43.744,80	\$ 43.744,80	\$ 43.744,80

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Costos de Comercialización

- La publicidad en redes sociales (Instagram y Facebook) es a un precio de \$19.500 por mes, el anuncio saldrá en el horario de 22 a 23 todos los días durante 6 meses, tendrá un radio de 17 kilómetros y alcanzará a personas de ambos sexos de 16 a 60 años que les guste hacer actividad física e ir a gimnasios.
- La colocación de afiches y entrega de flyers se hará en domicilios a cinco cuadras a la redonda, siendo el costo de flyers y afiches será de \$4.500,00 y se contará con dos personas encargadas de repartirlos y pegarlos, a cada una se le pagará \$1.200,00.

COSTOS DE COMERCIALIZACION

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad Instagram y facebook	\$ 90.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Folletos y reparto	\$ 13.800,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

5.- Amortizaciones:

El método que se utiliza para el cálculo de las amortizaciones es el método y contable y de información recibida de activos similares, los cuales se amortizan en 10 años si se trata de Maquinarias y Equipos e Instalaciones Industriales y, en 5 años si se trata de Muebles y Útiles.

Luego de transcurridos los 5 años del proyecto evaluado, el activo fijo será recuperado por su valor residual.

El activo de trabajo se recupera en su totalidad. El cuadro con el detalle de las amortizaciones se encuentra en la sección Anexo.

6.- Flujo de fondos:

A partir de los resultados obtenidos en flujo de fondos analizaremos los siguientes indicadores, obtenidos a partir de una tasa de descuento de 25% para medir la rentabilidad del proyecto:

- TIR: La tasa interna de retorno obtenida es del 81,75 %. Si comparamos con la tasa de corte elegida, la tasa de retorno del proyecto es mayor y más conveniente.
- VAN: el valor actual neto es de \$ 3.582.154,94 Para que el proyecto sea recomendable realizar debe poseer un VAN mayor que 0, es por ello, que el proyecto debería llevarse a cabo.
- PRI y PRID: El plazo de recuperación de la inversión es de dos años y el plazo de recuperación descontado es de dos años. Lo que nos indica que se recupera el capital de trabajo en un periodo aproximado de dos años.
- IR: el índice de rentabilidad es mayor que uno. Según este indicador es viable llevar a cabo este proyecto.

En base a la información obtenida por estos indicadores, se puede recomendar el inicio del proyecto del gimnasio.

FLUJO DE FONDOS						
CONCEPTO	MOMENTO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+Ingresos		\$ 5.581.285,12	\$ 6.802.057,32	\$ 7.625.636,26	\$ 7.835.125,09	\$ 7.852.516,18
-Egresos		\$ 3.419.833,48	\$ 3.952.213,30	\$ 4.129.180,67	\$ 4.265.794,80	\$ 4.177.931,73
-Amortizaciones		\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41
Utilidad ante de impuestos	\$ 0,00	\$ 1.943.433,23	\$ 2.631.825,61	\$ 3.278.437,18	\$ 3.351.311,88	\$ 3.456.566,04
Impuestos a las Ganancias	\$ 0,00	\$ 680.201,63	\$ 921.138,97	\$ 1.147.453,01	\$ 1.172.959,16	\$ 1.209.798,11
Utilidad Neta	\$ 0,00	\$ 1.263.231,60	\$ 1.710.686,65	\$ 2.130.984,17	\$ 2.178.352,72	\$ 2.246.767,93
Amortizaciones		\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41
Inversión en Activo de Trabajo	-\$ 56.055,59					
Inversión en Activo Fijo	-\$ 2.133.257,63					
Valor Residual del Activo de Trabajo						\$ 56.055,59
Valor Residual del Activo Fijo						\$ 1.043.165,59
Flujo de Fondos del Proyecto	-\$ 2.189.313,22	\$ 1.481.250,01	\$ 1.928.705,06	\$ 2.349.002,58	\$ 2.396.371,13	\$ 3.564.007,52

FUENTE: ELABORACION PROPIA

RESUMEN DE EGRESOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE SERVICIOS	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$1.602.433,48	\$2.238.613,30	\$2.415.580,67	\$2.552.194,80	\$2.464.331,73
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$103.800,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL COSTOS	\$3.419.833,48	\$3.952.213,30	\$4.129.180,67	\$4.265.794,80	\$4.177.931,73

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Indices de Rentabilidad

VAN	\$ 3.582.154,94
TIR	81,75%
PRI	2
PRID	2
IR	163,62%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

7.- Análisis de Sensibilidad:

El análisis de sensibilidad ilustra como varía el valor del proyecto ante cambios en algunas de sus variables claves, manteniendo constantes la cuantía de las demás variables.

Es decir, este análisis modifica una variable a la vez y supone independencia entre las distintas variables que influyen en el valor de un proyecto.

En síntesis, el primer paso consiste en identificar las principales variables que afectan al valor del proyecto y que están fuera de nuestro control o pudieron ser estimadas de forma imprecisa.

En el caso de nuestro proyecto, consideraremos como variable principal los ingresos y, en ellos nos enfocaremos para realizar el análisis de sensibilidad.

Analizaremos sólo dos escenarios aparte del escenario normal ya explicitado anteriormente, y que constituye el punto de partida. Las variaciones que propondremos, afectarán tanto al flujo de fondos del proyecto como a los indicadores obtenidos a partir de estos.

La tasa de descuento utilizada para medir la rentabilidad del proyecto en los distintos escenarios será de 25%.

Los cambios en la variable principal serán similares a las que proponen los programas especializados en análisis de inversiones.

Escenario optimista

En este supuesto, los ingresos aumentarán en un 10%, mientras que los egresos permanecerán en el mismo nivel, salvos aquellos que dependen exclusivamente de los ingresos.

Considerando este cambio, realizaremos nuevamente el flujo de fondos del proyecto y el cálculo de los indicadores.

Al sufrir un cambio en una de las variables principales, los indicadores del proyecto experimentaron una variación positiva.

Indicadores:

- TIR: La tasa interna de retorno obtenida es del 96,92%, tuvo un incremento del 15,17% ante un aumento del 10% de los ingresos.
- VAN: El valor actual neto es de \$4.545.367,89, el mismo se acrecentó en aproximadamente 26,89 % ante la misma variación.
- PRI y PRID: El plazo de recuperación de la inversión es de dos años y el plazo de recuperación descontado es de dos años.

- IR: El índice de rentabilidad es mayor que uno, según este indicador es viable llevar a cabo el proyecto.

Lo que podemos observar en este escenario optimista es que ante un incremento del 10% en la variable ingresos, aumentaron los indicadores en una proporción mayor.

FLUJO DE FONDOS						
CONCEPTO	MOMENTO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+Ingresos		\$ 6.139.413,63	\$ 7.482.263,05	\$ 8.388.199,89	\$ 8.618.637,59	\$ 8.637.767,80
-Egresos		\$ 3.539.761,92	\$ 4.098.373,21	\$ 4.293.037,32	\$ 4.434.152,86	\$ 4.346.663,48
-Amortizaciones		\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41
Utilidad ante de impuestos	\$ 0,00	\$ 2.381.633,30	\$ 3.165.871,44	\$ 3.877.144,16	\$ 3.966.466,33	\$ 4.073.085,91
Impuestos a las Ganancias	\$ 0,00	\$ 833.571,66	\$ 1.108.055,00	\$ 1.357.000,46	\$ 1.388.263,21	\$ 1.425.580,07
Utilidad Neta	\$ 0,00	\$ 1.548.061,65	\$ 2.057.816,43	\$ 2.520.143,71	\$ 2.578.203,11	\$ 2.647.505,84
Amortizaciones		\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41
Inversión en Activo de Trabajo	-\$ 28.027,80					
Inversión en Activo Fijo	-\$ 2.133.257,63					
Valor Residual del Activo de Trabajo						\$ 28.027,80
Valor Residual del Activo Fijo						\$ 1.043.165,59
Flujo de Fondos del Proyecto	-\$ 2.161.285,43	\$ 1.766.080,05	\$ 2.275.834,84	\$ 2.738.162,11	\$ 2.796.221,52	\$ 3.936.717,64

FUENTE: ELABORACION PROPIA

RESUMEN DE EGRESOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE SERVICIOS	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$1.722.361,92	\$2.384.773,21	\$2.579.437,32	\$2.720.552,86	\$2.633.063,48
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$103.800,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL COSTOS	\$3.539.761,92	\$4.098.373,21	\$4.293.037,32	\$4.434.152,86	\$4.346.663,48

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Indices de Rentabilidad

VAN	\$ 4.545.367,89
TIR	96,92%
PRI	2
PRID	2
IR	210,31%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Escenario Pesimista

Para este supuesto, los ingresos disminuyen un 15%.

Indicadores:

- TIR: La tasa interna de retorno obtenida es del 58,20%, tuvo una disminución del 23,55% ante una disminución del 15% en los ingresos.
- VAN: El valor actual neto es de \$2.112.426,58, el mismo disminuyó en aproximadamente un 41,00 % ante la misma variación.
- PRI y PRID: El plazo de recuperación de la inversión es de dos años y el plazo de recuperación descontado es de tres años.
- IR: El índice de rentabilidad es menor que uno, según este indicador no es viable llevar a cabo el proyecto.

Lo que podemos observar en este escenario pesimista es que ante una disminución del 15% en la variable ingresos, disminuyeron los indicadores en una proporción mayor.

FLUJO DE FONDOS						
CONCEPTO	MOMENTO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+Ingresos		\$ 4.744.092,35	\$ 5.781.748,72	\$ 6.481.790,82	\$ 6.659.856,32	\$ 6.674.638,75
-Egresos		\$ 3.239.940,82	\$ 3.732.973,43	\$ 3.883.395,70	\$ 4.013.257,71	\$ 3.924.834,10
-Amortizaciones		\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41
Utilidad ante de impuestos	\$ 0,00	\$ 1.286.133,12	\$ 1.830.756,88	\$ 2.380.376,71	\$ 2.428.580,20	\$ 2.531.786,24
Impuestos a las Ganancias	\$ 0,00	\$ 450.146,59	\$ 640.764,91	\$ 833.131,85	\$ 850.003,07	\$ 886.125,19
Utilidad Neta	\$ 0,00	\$ 835.986,53	\$ 1.189.991,97	\$ 1.547.244,86	\$ 1.578.577,13	\$ 1.645.661,06
Amortizaciones		\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41	\$ 218.018,41
Inversión en Activo de Trabajo	-\$ 135.146,50					
Inversión en Activo Fijo	-\$ 2.133.257,63					
Valor Residual del Activo de Trabajo						\$ 135.146,50
Valor Residual del Activo Fijo						\$ 1.043.165,59
Flujo de Fondos del Proyecto	-\$ 2.268.404,13	\$ 1.054.004,94	\$ 1.408.010,38	\$ 1.765.263,27	\$ 1.796.595,54	\$ 3.041.991,56

FUENTE: ELABORACION PROPIA

RESUMEN DE EGRESOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE SERVICIOS	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00	\$1.713.600,00
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$1.422.540,82	\$2.019.373,43	\$2.169.795,70	\$2.299.657,71	\$2.211.234,10
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$103.800,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL COSTOS	\$3.239.940,82	\$3.732.973,43	\$3.883.395,70	\$4.013.257,71	\$3.924.834,10

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Indices de Rentabilidad

VAN	\$ 2.112.426,59
TIR	58,20%
PRI	2
PRID	3
IR	93,12%

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Analizando la sensibilidad de los indicadores respecto a los cambios establecidos, debemos advertir que nos encontramos con un proyecto de inversión rentable pero sensible, puesto que, ante incrementos de los ingresos, los indicadores aumentaron en mayor proporción y ante la disminución de los ingresos hubo un decrecimiento superior de los indicadores.

CONCLUSIÓN

La realización de un análisis y planeamiento de un proyecto de inversión es una herramienta fundamental que nos permite conocer la rentabilidad y viabilidad de un negocio. El presente trabajo se enfocó en una investigación para abrir un centro fitness ubicado en el barrio sur de San Miguel de Tucumán.

En el presente trabajo se utilizaron herramientas aprendidas durante la licenciatura en administración de empresas tales como el análisis FODA, análisis de las 5 fuerzas de Porter, Investigación y Segmentación de Mercado; esto nos brindó un conocimiento sobre el mercado en cuestión, determinar el público objetivo y establecer las estrategias más adecuadas.

El objetivo del trabajo fue proveer un análisis con la mayor cantidad de información posible para facilitar la toma de decisiones y ejecución del proyecto propuesto.

Considerando que de la información obtenida pudimos verificar la factibilidad técnica y legal para llevar adelante el proyecto, así como también medir la rentabilidad del mismo apoyado en el análisis de Mercado y Económico Financiero; que establecimos distintos escenarios que nos permitieron evaluar la sensibilidad del proyecto ante cambios en las variables claves ingresos y costos; la creciente posición que ocupa el cuidado, imagen personal, actividad física y salud en las prioridades de las personas y que cada vez son más personas las que se ocupan de cuidar estos aspectos, representan una gran oportunidad para el proyecto, por lo tanto, es un proyecto que recomendamos se lleve a cabo.

ANEXO

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

AÑO 1	CONCEPTO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
	Egresos	\$ 301.994,74	\$ 304.060,85	\$ 253.840,19	\$ 256.815,40	\$ 256.815,40	\$ 255.030,28
	Ingresos	\$ 250.000,00	\$ 300.000,00	\$ 360.000,00	\$ 432.000,00	\$ 432.000,00	\$ 388.800,00
	Saldo	-\$ 51.994,74	-\$ 4.060,85	\$ 106.159,81	\$ 175.184,60	\$ 175.184,60	\$ 133.769,72
	Saldo Acumulado	-\$ 51.994,74	-\$ 56.055,59	\$ 50.104,21	\$ 225.288,81	\$ 400.473,41	\$ 534.243,14

AÑO 1	CONCEPTO	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	MAXIMO DEFICIT ACUMULADO
	Egresos	\$ 240.030,28	\$ 241.636,89	\$ 247.315,01	\$ 344.938,97	\$ 358.677,74	\$ 358.677,74	
	Ingresos	\$ 388.800,00	\$ 427.680,00	\$ 555.984,00	\$ 639.381,60	\$ 703.319,76	\$ 703.319,76	
	Saldo	\$ 148.769,72	\$ 186.043,11	\$ 308.668,99	\$ 294.442,63	\$ 344.642,02	\$ 344.642,02	
	Saldo Acumulado	\$ 683.012,86	\$ 869.055,98	\$ 1.177.724,97	\$ 1.472.167,60	\$ 1.816.809,62	\$ 2.161.451,64	-\$ 56.055,59

AMORTIZACIONES DE BIENES DE USO

CONCEPTO	unidades	Precio Unitario	Valor de Origen	Vida útil en años	Amortización anual	Amortización Acumulada	Valor Residual Contable
Banco plano Standart	2	\$16.263,64	\$32.527,27	10	\$3.252,73	\$16.263,64	\$16.263,64
Banco inclinado Standart	1	\$18.163,64	\$18.163,64	10	\$1.816,36	\$9.081,82	\$9.081,82
Banco Declinado Standart	1	\$18.890,91	\$18.890,91	10	\$1.889,09	\$9.445,45	\$9.445,45
Banco Hombros Estándar	1	\$20.445,45	\$20.445,45	10	\$2.044,55	\$10.222,73	\$10.222,73
Banco Multiangular	2	\$19.081,82	\$38.163,64	10	\$3.816,36	\$19.081,82	\$19.081,82
Banco Scott sentado Sonnos línea pro	1	\$26.450,41	\$26.450,41	10	\$2.645,04	\$13.225,21	\$13.225,21
Banco Abdominales Regulable	2	\$16.872,73	\$33.745,45	10	\$3.374,55	\$16.872,73	\$16.872,73
Mancuerno Hexagonal	1	\$29.623,34	\$29.623,34	10	\$2.962,33	\$14.811,67	\$14.811,67
Rack barras c/ peso fijo	1	\$30.402,98	\$30.402,98	10	\$3.040,30	\$15.201,49	\$15.201,49
Prensa Hack a Discos	1	\$29.834,71	\$29.834,71	10	\$2.983,47	\$14.917,36	\$14.917,36
Multifuerza – Sentadilla Smith	1	\$45.354,55	\$45.354,55	10	\$4.535,45	\$22.677,27	\$22.677,27
Máquina Hammer Hombros a Disco	1	\$36.263,64	\$36.263,64	10	\$3.626,36	\$18.131,82	\$18.131,82
Prensa Atlética 45º	1	\$53.445,45	\$53.445,45	10	\$5.344,55	\$26.722,73	\$26.722,73
Rack sentadillas Sonnos power rack línea eco	1	\$53.475,21	\$53.475,21	10	\$5.347,52	\$26.737,60	\$26.737,60
Máquina Aductores – Abductores a Lingotes	1	\$57.718,18	\$57.718,18	10	\$5.771,82	\$28.859,09	\$28.859,09
Camilla Femorales y Sillón de Cuádriceps a Lingotes	2	\$62.571,90	\$125.143,80	10	\$12.514,38	\$62.571,90	\$62.571,90
Máquina Pantorrillera a Lingotes	1	\$55.150,41	\$55.150,41	10	\$5.515,04	\$27.575,21	\$27.575,21
Sillón de Cuádriceps a Lingotes	1	\$48.709,09	\$48.709,09	10	\$4.870,91	\$24.354,55	\$24.354,55
Remo Bajo Espalda a Lingotes	1	\$50.709,09	\$50.709,09	10	\$5.070,91	\$25.354,55	\$25.354,55
Poleas Enfrentadas Clásica	1	\$61.700,00	\$61.700,00	10	\$6.170,00	\$30.850,00	\$30.850,00
Dorsalera a discos	1	\$36.162,81	\$36.162,81	10	\$3.616,28	\$18.081,40	\$18.081,40
Mancuerna fundición Sonnos 1kg (hexagonal)	2	\$272,73	\$545,45	10	\$54,55	\$272,73	\$272,73

Mancuerna fundición Sonnos 2kg (hexagonal)	2	\$544,63	\$1.089,26	10	\$108,93	\$544,63	\$544,63
Mancuerna fundición Sonnos 5kg (hexagonal)	6	\$1.363,64	\$8.181,82	10	\$818,18	\$4.090,91	\$4.090,91
Mancuerna fundición Sonnos 8kg (hexagonal)	6	\$2.181,82	\$13.090,91	10	\$1.309,09	\$6.545,45	\$6.545,45
Mancuerna fundición Sonnos 10kg (hexagonal)	6	\$2.727,27	\$16.363,64	10	\$1.636,36	\$8.181,82	\$8.181,82
Mancuerna Hexagonal Caucho 12,5kg Sonnos	6	\$7.793,39	\$46.760,33	10	\$4.676,03	\$23.380,17	\$23.380,17
Mancuerna Hexagonal Caucho 15kg Sonnos	4	\$9.355,37	\$37.421,49	10	\$3.742,15	\$18.710,74	\$18.710,74
Mancuerna fundición Sonnos 20kg	2	\$5.458,68	\$10.917,36	10	\$1.091,74	\$5.458,68	\$5.458,68
Mancuerna fundición Sonnos 25kg	2	\$6.822,31	\$13.644,63	10	\$1.364,46	\$6.822,31	\$6.822,31
Mancuerna fundición Sonnos 30kg	2	\$8.193,39	\$16.386,78	10	\$1.638,68	\$8.193,39	\$8.193,39
Barra EZ Sonnos hueca negra 1,20mts x 25mm (con topes)	2	\$1.330,58	\$2.661,16	10	\$266,12	\$1.330,58	\$1.330,58
Barra recta Sonnos cromada 1,10mts Ø25mm (sin topes)	3	\$3.458,68	\$10.376,03	10	\$1.037,60	\$5.188,02	\$5.188,02
ML Barra olímpica Sonnos 1,50mts x Ø50mm 8,5kg (con topes)	3	\$13.694,21	\$41.082,64	10	\$4.108,26	\$20.541,32	\$20.541,32
Disco fundición Sonnos 2,5kg x Ø25mm negro (liso)	8	\$632,23	\$5.057,85	10	\$505,79	\$2.528,93	\$2.528,93
Disco fundición Sonnos 5 kg x Ø25mm negro (liso)	8	\$1.260,33	\$10.082,64	10	\$1.008,26	\$5.041,32	\$5.041,32
Disco fundición Sonnos 10kg x Ø30mm negro (liso)	6	\$2.520,66	\$15.123,97	10	\$1.512,40	\$7.561,98	\$7.561,98
Disco fundición Sonnos 15KG x Ø25 (TRIGRIP PREMIUM)	6	\$4.363,64	\$26.181,82	10	\$2.618,18	\$13.090,91	\$13.090,91
Disco fundición Sonnos 20kg x Ø50 (TRIGRIP PREMIUM)	6	\$5.793,39	\$34.760,33	10	\$3.476,03	\$17.380,17	\$17.380,17
Organizador discos Sonnos Ø30mm (500kg)	1	\$24.148,76	\$24.148,76	10	\$2.414,88	\$12.074,38	\$12.074,38
Accesorio polea Sonnos agarre V cerrada (hueca)	2	\$1.264,46	\$2.528,93	10	\$252,89	\$1.264,46	\$1.264,46
Accesorio polea Sonnos agarre casita (hueca)	2	\$1.723,14	\$3.446,28	10	\$344,63	\$1.723,14	\$1.723,14
Accesorio polea Sonnos Barra recta 180º (hueca)	2	\$979,34	\$1.958,68	10	\$195,87	\$979,34	\$979,34
Accesorio polea Sonnos dorsales (hueca)	2	\$1.780,99	\$3.561,98	10	\$356,20	\$1.780,99	\$1.780,99
Soga tríceps SMK TE-3003	2	\$2.772,73	\$5.545,45	10	\$554,55	\$2.772,73	\$2.772,73
Pesa rusa PVC Sonnos 10kg	2	\$2.128,10	\$4.256,20	10	\$425,62	\$2.128,10	\$2.128,10
Pesa rusa PVC Sonnos 5kg	2	\$1.148,76	\$2.297,52	10	\$229,75	\$1.148,76	\$1.148,76

Colchoneta Sonnos Súper ECO	10	\$1.140,50	\$11.405,04	10	\$1.140,50	\$5.702,52	\$5.702,52
Banda elástica Sonnos en blister 6*10*1200mm	3	\$632,23	\$1.896,69	10	\$189,67	\$948,35	\$948,35
Cinta correr Arg-460 S/I Electrónica	2	\$82.301,65	\$164.603,31	10	\$16.460,33	\$82.301,65	\$82.301,65
Elíptico Arg-1902	2	\$21.855,37	\$43.710,74	10	\$4.371,07	\$21.855,37	\$21.855,37
Bicicletas fijas	3	\$52.892,56	\$158.677,69	10	\$15.867,77	\$79.338,84	\$79.338,84
Borde piso encastrable Sonnos Gead 1mt x 1mt x 25mm	20	\$4.904,96	\$98.099,17	10	\$9.809,92	\$49.049,59	\$49.049,59
Pelota fitball 75cm Sonnos (con inflador)	3	\$1.830,58	\$5.491,74	10	\$549,17	\$2.745,87	\$2.745,87
Step Junior FB (sin goma)	12	\$3.648,76	\$43.785,12	10	\$4.378,51	\$21.892,56	\$21.892,56
Cinturón de levantamiento con ganchos. MOD MD	2	\$1.048,67	\$2.097,34	10	\$209,73	\$1.048,67	\$1.048,67
Organizador de Bolsos	2	\$14.876,03	\$29.752,07	5	\$5.950,41	\$29.752,07	\$0,00
Balanza digital Atma BA7503	1	\$6.033,06	\$6.033,06	5	\$1.206,61	\$6.033,06	\$0,00
Notebook AIWA CA-141 Intel Celeron	1	\$33.057,02	\$33.057,02	10	\$3.305,70	\$16.528,51	\$16.528,51
Smart TV AOC 43 Pulgadas Full HD 43S5295/77G	2	\$35.536,36	\$71.072,73	10	\$7.107,27	\$35.536,36	\$35.536,36
Equipo de audio PHILCO SAP500	1	\$18.709,92	\$18.709,92	10	\$1.870,99	\$9.354,96	\$9.354,96
Kit Video Vigilancia 2 Cámaras Hd 720p / 1mp Hilook 500gb	1	\$1.866,94	\$1.866,94	10	\$186,69	\$933,47	\$933,47
Internet WiFi 50 Mb CLARO	1	\$1.238,84	\$1.238,84	10	\$123,88	\$619,42	\$619,42
Exhibidor INELRO Vertical MT-470	1	\$90.081,82	\$90.081,82	10	\$9.008,18	\$45.040,91	\$45.040,91
Termo tanque eléctrico PHILCO PHTE080B2	2	\$20.660,33	\$41.320,66	10	\$4.132,07	\$20.660,33	\$20.660,33
Ventiladores de pared	6	\$6.610,74	\$39.664,46	10	\$3.966,45	\$19.832,23	\$19.832,23
Escritorio Mosconi 80929	1	\$8.910,74	\$8.910,74	5	\$1.782,15	\$8.910,74	\$0,00
Silla Garden-Life F900001	1	\$2.230,58	\$2.230,58	5	\$446,12	\$2.230,58	\$0,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO

General

THOMPSON, Arthur A., GAMBLE, John E., PETERAF, Margaret A., STRICKLAND III, A.J., Administración Estratégica, 19° Edición, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, (México D.F., 2014).

Especial

SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, Preparación y Evaluación de proyectos, 5° Edición, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, (Bogotá D.C., 2013).

Otras Publicaciones

Consultas a bases de información, en Internet:

www.cepymeemprende.es/los-7-valores-empresariales-imprescindibles/
(Agosto de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

www.servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42701/texact.html
(15 de Noviembre de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

<https://www.afip.gob.ar/autonomos/documentos/Valores-autonomos-marzo-2020.pdf>;
(16 de Noviembre de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm>;
(16 de Noviembre de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

<http://www.rentastucuman.gob.ar/nomina/rentastuc2/x1ut2pa3lo/pdfs/leyimpositiva.pdf#zoom=80>
(16 de Noviembre de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

<https://www.sadaic.org.ar/shared/cdrw/Aranceles-Usuarios-Generales.pdf>
(16 de Noviembre de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

https://www.dimsmt.gob.ar/descargas/archivos/Ord_Tarifaria_2020.pdf
(16 de Noviembre de 2021).

Consultas a bases de información, en Internet:

<http://rig.tucuman.gov.ar/leyes/scan/scan/decretos/2018/D-1207-21-MSP-19042018.pdf>
(17 de Noviembre de 2021).

ÍNDICE

	<u>Págs.</u>
Prólogo.....	1.-

CAPÍTULO I

EVALUACION DE PROYECTOS

1.- Evaluación de proyectos.....	2.-
2.- Toma de decisiones asociados con un proyecto.....	3.-
3.- Tipología de proyectos.....	3.-
4.- Alcance del estudio de proyectos.....	4.-
5.- Estudio de un proceso como un proceso cíclico.....	5.-
6.- Tipos de estudios de un proyecto.....	7.-

CAPÍTULO II

LA EMPRESA

1.- Misión.....	11.-
2.- Visión.....	12.-
3.- Valores.....	12.-
4.- Modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	13.-
5.- Análisis del modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	21.-
6.- Análisis FODA.....	26.-

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

1.- Descripción del servicio.....	28.-
2.- Mercado Proveedor.....	29.-
3.- Mercado Consumidor.....	29.-
4.- Mercado competidor.....	30.-
5.- Mercado Distribuidor.....	31.-

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

1.- Edificios e instalaciones.....	32.-
2.- Maquinarias y equipos.....	32.-

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

1.- Estudio organizacional. Definición, objetivos.....	36.-
2.- Estudio organizacional aplicado a ATP GYM.....	37.-

CAPÍTULO VI

ESTUDIO LEGAL

1.- Organización Jurídica.....	38.-
--------------------------------	------

2.- Impuestos.....	38.-
3.- Otros requisitos.....	41.-

CAPÍTULO VII

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1.- Función Financiera.....	42.-
2.- Inversión Inicial.....	42.-
3.- Ingresos.....	45.-
4.- Costos.....	46.-
5.- Amortizaciones.....	48.-
6.- Flujo de fondos.....	48.-
7.- Análisis de Sensibilidad.....	49.-

Conclusión.....	54.-
-----------------	------

Anexo.....	55.-
------------	------

Índice Bibliográfico.....	60.-
---------------------------	------

Índice.....	62.-
-------------	------