



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

“ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA SALA DE REALIDAD VIRTUAL: VALLPLAY”

JAVIER DOMÍNGUEZ FERNÁNDEZ

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID, JULIO 2021



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TRABAJO FIN DE GRADO

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA
SALA DE REALIDAD VIRTUAL:
VALLPLAY”**

Trabajo presentado por: Javier Domínguez Fernández

Firma:

Tutor: María del Amor Cumbreño Barreales

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, julio 2021

Índice

1. Resumen / Abstract	7
2. Introducción	8
3. Metodología	9
4. Objetivos.....	9
5. Promotor	10
6. Descripción de la actividad	10
6.1. Descripción de las características técnicas	10
6.2. Elementos innovadores, caracteres diferenciales respecto a los de la competencia ..	11
7. Análisis del mercado.....	12
7.1. Análisis externo	12
7.1.1. Macro-entorno	12
7.1.2. Micro-entorno.....	20
7.2. Análisis interno	22
7.3. Análisis DAFO	23
8. Plan de Marketing. Política comercial	25
8.1. Fijación de los objetivos de marketing	25
8.2. Definición de las estrategias de marketing	26
8.3. Desarrollo de las políticas comerciales.....	27
8.3.1. Servicio	27
8.3.2. Precio	30
8.3.3. Distribución	30
8.3.4. Comunicación	31
8.4. Previsión de ventas	32
9. Plan de producción	34
9.1. Fases de la prestación del servicio.....	34
9.2. Capacidad productiva de la empresa	35
10. Recursos materiales para la puesta en marcha	36
10.1. Localización y justificación.....	36
10.2. Instalaciones	37
10.3. Equipamiento e inversiones materiales	39
11. Aspectos formales. Legislación a tener en cuenta	41
11.1. Forma jurídica	41
11.2. Trámites de constitución y puesta en marcha.....	42

11.3. Normas y disposiciones legales	43
11.3.1. Normativa del sector en Castilla y León	43
11.3.2. Normativa aplicable por el municipio de Valladolid.....	44
11.3.3. Normativa de prevención de riesgos	45
11.3.4. Normativa medioambiental.....	45
11.3.5. Normativa sobre salud pública	45
12. Organización y recursos humanos	45
12.1. Organigrama	45
12.2. Descripción de los puestos de trabajo	46
12.3. Política de remuneraciones	48
12.4. Contratación.....	50
13. Calendario de puesta en marcha	50
14. Plan Económico-Financiero	52
14.1. Plan de Inversiones	52
14.2. Plan de Financiación	53
14.2.1. Política de dividendos	54
14.3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional	54
14.4. Previsión de tesorería.....	55
14.5. Balance previsional	57
14.6. Análisis de ratios	58
14.7. Análisis de viabilidad	60
15. Plan de Contingencias	61
16. Conclusiones	62
17. Fuentes de información.....	64
18. Anexos.....	66
Anexo 1 – Escenario macroeconómico	66
Anexo 2 – Precios de la competencia a nivel nacional	67
Anexo 3 – Previsión de ventas del primer año.....	68
Anexo 4 – Presupuesto detallado de la reforma	69
Anexo 5 – Cuadro resumen de la forma jurídica escogida.....	71
Anexo 6 – Previsión tesorería inicial.....	72
Anexo 7 – Tabla de amortización	73
Anexo 8 – Cuenta de Pérdidas y Ganancias del primer año.....	74
Anexo 9 – Cuenta de Pérdidas y Ganancias 5 años.....	77

Anexo 10 – Tesorería primer año	79
Anexo 11 – Tesorería de los cinco primeros años	82
Anexo 12 – Balance previsional primer año	84
Anexo 13 – Balance previsional cinco años	85

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 - Valor añadido bruto por secciones de actividad, según grado de afectación por COVID-19	13
Ilustración 2 - Variación interanual PIB.....	14
Ilustración 3 - Variación del consumo privado	15
Ilustración 4 - Variación interanual de la inversión.....	15
Ilustración 5 - Variación interanual de las exportaciones e importaciones	16
Ilustración 6 - Población de Valladolid	16
Ilustración 7 - Evolución de la población de la provincia de Valladolid.....	17
Ilustración 8 - Principales variables	18
Ilustración 9 - Empresas que realizan comercio electrónico	19
Ilustración 10 - Simulador de vuelo	28
Ilustración 11 - Batalla por equipos	28
Ilustración 12 - Simulador de F1.....	28
Ilustración 13 - Montaña rusa	29
Ilustración 14 - Invasión zombie	29
Ilustración 15 - Viaje por el mundo	29
Ilustración 16 - Estructura del canal de distribución.....	31
Ilustración 17 - Exterior del local.....	37
Ilustración 18 - Primera planta.....	35
Ilustración 19 - Planta baja	37
Ilustración 20 - Plano primera planta	38
Ilustración 21 - Plano planta baja	39
Ilustración 22 - Organigrama	46
Ilustración 23 - Bases de cotización de contingencias comunes.....	49
Ilustración 24 - Resultados primer año	54
Ilustración 25 - Resultado 5 años	55
Ilustración 26 - Cash flow acumulado primer año	56
Ilustración 27 - Tesorería.....	56
Ilustración 28 - Cash flow acumulado cinco años	57
Ilustración 29 - Balance previsional cinco años	58

Índice de tablas

Tabla 1 - Análisis DAFO	24
Tabla 2 - Precios.....	30
Tabla 3 - Previsión ventas primer año.....	33
Tabla 4 - Previsión ventas primeros 4 años	33
Tabla 5 - Aprovisionamiento primera planta.....	39
Tabla 6 - Aprovisionamiento segunda planta	40
Tabla 7 - Presupuesto de la reforma.....	41
Tabla 8 - Remuneración empleados	50
Tabla 9 - Calendario de puesta en marcha	51
Tabla 10 - Inversión inicial de la empresa	52
Tabla 11 - Plan de financiación	53
Tabla 12 - Ratio de rentabilidad	58
Tabla 13 - Ratio de solvencia.....	59
Tabla 14 - Ratio de liquidez	59
Tabla 15 - Fondo de maniobra.....	60
Tabla 16 - Ratio de endeudamiento	60

Agradecimientos

La realización de un Trabajo de Fin de Grado no es sencilla, requiere de mucha dedicación y esfuerzo. Constantemente surgen problemas y dudas y, en los peores momentos, he tenido la gran suerte de tener gente a mi lado que me ha ayudado a seguir adelante y darme la confianza necesaria.

Es por esto que quería agradecer, en primer lugar, a toda mi familia, especialmente a mi madre M^a Ángeles y mi hermana Noelia, que son mi gran apoyo, siempre están ahí cuando más lo necesito y me aguantan día tras día.

También a mis amigos, los cuales están continuamente a mi lado ayudando y haciendo que me olvide de cualquier preocupación que pueda tener, así como a Paola, ya que sin ella todo hubiera sido más complicado, muchas gracias por confiar en mí siempre.

Por último, agradecer a todos los profesionales de la Facultad de Comercio que se han encargado de mi formación y, de manera especial, a mi tutora Amor, que me ha ayudado en todo lo que he necesitado para conseguir finalizar este trabajo.

1. Resumen / Abstract

Este Trabajo de Fin de Grado plantea la creación de un modelo de negocio novedoso y poco conocido todavía en el mundo del ocio, pero con gran proyección. Se trata de una sala de entretenimiento basada en simulación mediante realidad virtual, situada en la ciudad de Valladolid. En ella, los usuarios podrán olvidarse del estrés del día a día viviendo una experiencia de juego única y muy realista, gracias a las gafas de realidad virtual, los auriculares y los sensores que llevarán equipados. Contaremos con dos salas de diferentes temáticas para jugar por equipos, una sala para conocer cualquier rincón del mundo, así como cuatro simuladores de Fórmula 1, uno de montaña rusa y otro de vuelo.

This Final Degree Project proposes the creation of a new business model that is still little known in the world of leisure, but with great projection. It is an entertainment room based on virtual reality simulation, located in the city of Valladolid. In it, users can forget the stress of day to day living a unique and very realistic gaming experience, thanks to the virtual reality glasses, headphones and sensors that they will have equipped. We will have two rooms with different themes to play in teams, a room to get to know any corner of the world, as well as four Formula 1 simulators, a roller coaster and a flight simulator.

Palabras Clave/ Key-Words

Plan de viabilidad, simulación, realidad virtual, ocio, Valladolid

Feasibility plan, simulation, virtual reality, leisure, Valladolid

2. Introducción

En este Trabajo de Fin de Grado se pretende demostrar la viabilidad económica y financiera de una sala de entretenimiento basada en simulación mediante realidad virtual en la ciudad de Valladolid, llamada Vallplay.

Se trata de una idea de negocio novedosa en el mundo del ocio, con una tecnología que permite a aquel que quiere disfrutar de ella sentir en primera persona unas sensaciones únicas y que de otra manera sería muy difícil de conseguir, a través de un entorno de escenas y objetos aparentemente reales generados mediante tecnología informática. La prestación del servicio se lleva a cabo mediante unas gafas o casco de realidad virtual, unos auriculares y unos sensores que captan cada movimiento del cuerpo.

El motivo de la elección de este plan de empresa se debe a dos razones: la pasión e interés por el mundo tecnológico y los videojuegos por parte del promotor y la intención de introducir en nuestra ciudad un nuevo modelo de ocio que atraiga a la gente y que suponga la vuelta definitiva a una normalidad perdida tras la crisis provocada por el COVID-19.

Para explicar toda esta idea se realizará, en primer lugar, una descripción de la actividad y de los elementos innovadores que nos diferencian de la competencia. Para la toma de decisiones estratégicas continuaremos por la realización de un análisis externo donde se llevará a cabo un análisis PESTEL y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, un análisis interno donde se expondrán las capacidades del promotor y un análisis DAFO.

Después realizaremos el Plan de Marketing, donde definiremos nuestras estrategias de marketing y expondremos las estrategias de políticas comerciales. A continuación, en el Plan de Producción, se explicarán las fases de prestación de servicios y la capacidad productiva de la empresa y, posteriormente, se mostrará la localización, instalaciones y aprovisionamiento de nuestra nueva empresa, los aspectos formales y la organización interna y la descripción de los puestos de trabajo que necesitaremos.

Para finalizar llevaremos a cabo el Plan Económico-Financiero, donde detallaremos el Plan de inversiones, el Plan de Financiación, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, la previsión de tesorería y el balance previsional. Además, tendremos un Plan de Contingencias que recogerá las soluciones antes cualquier situación inesperada y fuera de nuestro control que pueda surgir y unas conclusiones donde se reflejan algunas reflexiones finales acerca del trabajo realizado.

3. Metodología

A continuación, se presentará el procedimiento utilizado en la investigación y realización del plan de empresa. A la hora de elaborar este trabajo se utilizarán gran parte de los conocimientos adquiridos a lo largo de todos los años cursados en el Grado en Comercio, ya que serán de gran utilidad en muchas ocasiones.

La metodología utilizada, por tanto, para la realización del presente trabajo será la siguiente:

- Consulta de referencias bibliográficas relacionadas.
- Realización de un estudio o análisis de mercado.
- Elaboración de un análisis DAFO y PESTEL.
- Estudio de los recursos humanos necesarios.
- Plan Económico Financiero para determinar la inversión y financiación necesarias, además de un estudio de viabilidad.

4. Objetivos

El objetivo general es la elaboración de un plan de empresa con el fin de determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de una sala de entretenimiento basada en simulación mediante realidad virtual en la ciudad de Valladolid.

Dentro de los objetivos específicos están:

- Determinar la viabilidad de la entrada en el sector del ocio mediante un estudio del entorno a través de herramientas de análisis como PESTEL, DAFO y PORTER.
- Conocer los gustos y necesidades de nuestros potenciales clientes.
- Implementar una estrategia de marketing adecuada con el propósito de que nuestra empresa sea reconocida y competitiva a nivel regional y nacional.
- Definir el número de trabajadores que necesitamos, cuál es el perfil que queremos de ellos, sus funciones y su salario.
- Llevar a cabo un análisis económico y financiero con la ayuda de diferentes indicadores económicos que garanticen la viabilidad de nuestro proyecto en el futuro.

5. Promotor

El promotor y creador de este plan de empresa es Javier Domínguez Fernández, nacido en Valladolid el 13 de Julio de 1996, con domicilio en C/ Tirso de Molina 34, 3ºC, Valladolid y DNI 71184433P.

Tiene dos años de experiencia en el sector servicios como camarero en el bar “New Gurú” situado en la Plaza de la Antigua de Valladolid. Además, el promotor cuenta con el Bachillerato de Ciencias Sociales, es Técnico Superior en Administración y Finanzas y posee los conocimientos adquiridos durante los cuatro años que lleva cursados en el Grado de Comercio de la Universidad de Valladolid.

Este proyecto es de especial ilusión para él, pues siente entusiasmo por el mundo de los videojuegos y la tecnología, dos de los pilares en los que se basará el servicio en esta nueva empresa. En ella será el encargado de la dirección, además de realizar las labores necesarias como empleado.

6. Descripción de la actividad

Uno de los primeros pasos a la hora de desarrollar un plan de empresa es tener claro el producto o servicio que se pretende ofrecer. Será necesario, por tanto, explicar con claridad las características técnicas de nuestra actividad, así como los elementos que nos diferenciarán de nuestra competencia y que nos harán ser percibidos como únicos.

6.1. Descripción de las características técnicas

En Vallplay ofreceremos las siguientes actividades, con el fin de que el cliente tenga variedad y pueda disfrutar al completo de todas nuestras instalaciones:

- Simulador de vuelo: En él los usuarios podrán ponerse en la piel de un auténtico piloto de aviones y comprobar con total realismo que se siente al dirigir estos increíbles aparatos. El usuario podrá pilotar desde pequeñas avionetas hasta aviones de fuselaje ancho, creando un plan de vuelo personalizado que permita visitar cualquier punto del mundo de día o noche y bajo cualquier condición meteorológica. Esta actividad está limitada a 2 personas.
- Batalla por equipos: En un escenario futurista dos equipos lucharán por conseguir llegar antes a la nave espacial y escapar del dominio de los robots. Cada equipo estará formado por un máximo de 3 participantes, contarán con fusiles y subfusiles y ganará aquel que consiga atravesar antes la ciudad y llegar a la nave.

- Simulador de Fórmula 1: Con este simulador los usuarios podrán pilotar los bólidos más rápidos del mundo con total realismo. Disponemos de hasta 4 monoplazas equipados con volante, pedales y gafas de realidad virtual para competir con amigos en todos los circuitos oficiales de la Fórmula 1.
- Montaña rusa: Este simulador es el adecuado para aquellas personas que aman las montañas rusas. La realidad virtual es muy real e, inconscientemente, querrán agarrarse a la barra frontal de soporte. Esta simulación incluye el sonido del viento y de las ruedas pasando por los raíles para disfrutar al 100%. Se podrá elegir entre las montañas rusas más famosas del mundo.
- Invasión zombie: Un virus mortal ha creado hordas de zombies que han tomado el país. Un equipo formado por un máximo de 6 personas tendrá que luchar contra estos muertos vivientes a lo largo del camino, combatiendo en común, para encontrar la vacuna. Para ello se dispondrá de rifles de asalto, escopetas y francotiradores.
- Viaje por el mundo: Gracias a Google Maps y a nuestras gafas de realidad virtual los usuarios podrán conocer el mundo sin moverse del sitio. Permite un total realismo y sensación de inmersión.

6.2. Elementos innovadores, caracteres diferenciales respecto a los de la competencia

En nuestra sala de realidad virtual se ofrecerá a los clientes una experiencia sensorial nunca vista en la ciudad, a través de la última tecnología.

En primer lugar, tenemos que destacar que es la única sala de ocio dedicada exclusivamente a la simulación en realidad virtual en Valladolid, por lo que somos únicos en este sentido.

También será importante nuestra ubicación, pues estará situada en pleno centro, permitiendo un acceso más fácil y cómodo a todas las personas que quieran experimentar este servicio. Estaremos cerca de la Plaza España y justo al lado de la Calle de la Mantería (una de las principales vías comerciales de Valladolid).

Contaremos con tecnología en simulación puntera, la cual reduce al máximo el lag (tiempo de retraso desde que el jugador realiza una acción en el juego hasta que se procesa la acción) lo que evita los posibles mareos que puedan sufrir algunas personas. Incluiremos simuladores de conducción y pilotaje, gafas de realidad virtual, auriculares y pantallas, todo ello para que el usuario tenga una experiencia lo más real posible.

Todas nuestras salas estarán personalizadas para cada actividad y perfectamente equipadas, al igual que los simuladores. En todos los casos se respetará la distancia de seguridad entre los jugadores, además de desinfectar todos los aparatos y estancias al finalizar la actividad, con la finalidad de cumplir el protocolo ante la COVID-19 actual.

7. Análisis del mercado

Antes de llevar a cabo nuestra idea será necesario analizar la oferta y demanda existente en el sector de actividad. Para ello, se tendrán en cuenta tanto aspectos internos como externos que influyan a la organización. A partir de los resultados obtenidos se tomará la decisión de entrar o no en el sector.

7.1. Análisis externo

El análisis externo es aquel que ayudará a la organización a identificar y evaluar todos los factores ajenos, como acontecimientos o situaciones que afectan a su desempeño y que no posee control sobre ellos, con el fin de detectar posibles amenazas y oportunidades.

7.1.1. Macro-entorno

En este apartado conoceremos las fuerzas del entorno general que afectan de forma directa o indirecta a la empresa y que son difícilmente controlables por la misma.

Para ello utilizaremos el análisis PESTEL, una herramienta utilizada para identificar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y legales que afectan a la organización y no puede controlar.

Factores políticos

Después de las elecciones de noviembre de 2019, el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) de Pedro Sánchez y el partido Unidas Podemos, encabezado por Pablo Iglesias, alcanzaron un acuerdo de coalición. El Partido Popular (PP) de Pablo Casado logró 89 escaños, consiguiendo 23 en comparación con las elecciones anteriores de abril de 2019, obteniendo también casi la mitad de los escaños del Senado que había perdido. Por otro lado, el partido de derecha populista Vox, liderado por Santiago Abascal, duplicó sus escaños en la Cámara (en total obtuvo 58) y consiguió sus dos primeros escaños de elección directa en el Senado. (Banco Santander, 2020)

La legislación establecida por el sistema político español influye en decisiones importantes de nuestra empresa como pueden ser la forma jurídica, la localización o los recursos humanos. A pesar de ello, una vez creada la empresa, este es un factor que no influirá de manera excesiva a la organización.

Se trata de un factor que tendrá más incidencia en nuestro público objetivo, ya que los cambios políticos pueden hacer que su gasto en ocio se vea reducida, afectando de manera directa a la demanda de nuestro servicio.

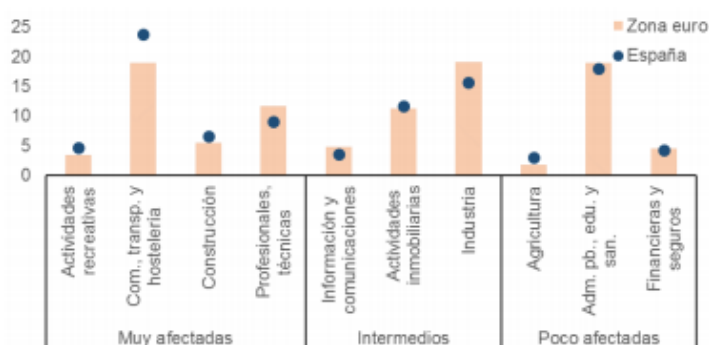
Además, la crisis provocada por el COVID-19 ha obligado al Gobierno Central y a Castilla y León ha adoptar medidas con el fin de impedir la propagación del virus. Decisiones como el acondicionamiento y desinfección diaria de las instalaciones, reducción del aforo, el toque de queda, el confinamiento por ciudades o regiones y el cierre de todas las actividades no esenciales también afecta de manera notable a nuestra actividad.

Factores económicos

A principios de 2020, la economía española se encontraba en una etapa de desarrollo activo que duraba más de un lustro y cuyos fundamentos eran más estables que en anteriores ciclos. Debido a la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 y las medidas necesarias para contenerlo, el escenario económico ha sufrido un cambio radical. La intensidad de las restricciones impuestas y la estructura productiva de nuestro país, en la que tiene una gran importancia el sector servicios, han provocado que la economía española se haya visto especialmente afectada.

A pesar de que las políticas de distanciamiento social y aislamiento han resultado indispensables para controlar los contagios y la transmisión del virus, estas conllevan un coste económico muy alto, haciendo especial daño en determinados sectores tractores de nuestra economía (hostelería, restauración, ocio, cultura, turismo y transporte de pasajeros), como puede verse en la Ilustración 1.

Ilustración 1 - Valor añadido bruto por secciones de actividad, según grado de afectación por COVID-19



Fuente: Ministerio de Hacienda

Ya superado el Estado de Alarma y comenzada la etapa de convivencia con el virus a finales de junio del año pasado, el pulso económico continúa recuperándose de forma paulatina. Como manifiestan los indicadores de coyuntura, junto a la recuperación de la

movilidad se ha ido recuperando el terreno perdido tras el impacto del virus. Por ejemplo, los indicadores del mercado laboral han mostrado mejoras significativas en los últimos meses, con una reincorporación importante de los trabajadores en situación de ERTE, en torno al 80% de los 3,4 millones registrados a finales de abril, y una dinámica al alza de personas afiliadas a la Seguridad Social ya que, entre los 950.000 trabajadores perdidos desde mediados de marzo hasta finales de abril, se restablecieron más de medio millón. Otros indicadores de actividad, como el gasto realizado con tarjeta de crédito por terminal en punto de venta, el consumo de electricidad o las ventas facturadas mediante el sistema de información inmediata del IVA apuntan, de la misma manera, hacia una recuperación progresiva.

En esta situación de extremada dificultad e incertidumbre, la respuesta de la política económica ha sido de gran utilidad para fortalecer la resistencia de nuestra economía, mermar el impacto social y facilitar que la actividad se recuperara a la mayor brevedad posible. Así, en marzo del año 2020 se presentó un Plan de Choque, seguido por un Plan de Reactivación desplegado en junio, para acompañar la desescalada en el segundo semestre.

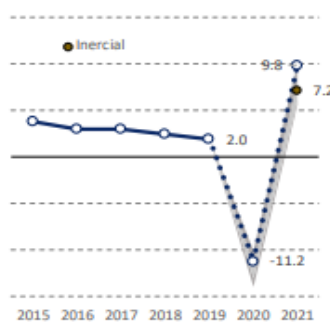
Escenario macroeconómico 2020-2021

Teniendo en cuenta la última información coyuntural de alta frecuencia respectiva al tercer trimestre y la revisión de la Contabilidad Nacional llevada a cabo por el INE, se espera que el PIB caiga un 11,2% en 2020. Los datos recogidos en el segundo trimestre manifiestan la débil situación en la que se encuentra el consumo privado y la inversión, que será parcialmente compensado por un incremento mayor al esperado en el tercer trimestre, según apuntan los datos disponibles. A medida que el impulso inicial de la reactivación se modera, le evolución del cuarto trimestre indica una ralentización relativa de la recuperación.

Se estima que para el año 2021 el crecimiento inercial del PIB alcance el 7.2%, el cual se verá reforzado por el Plan de Reactivación, pudiendo alcanzar un crecimiento del 9,8%.

(Ilustración 2)

Ilustración 2 - Variación interanual PIB

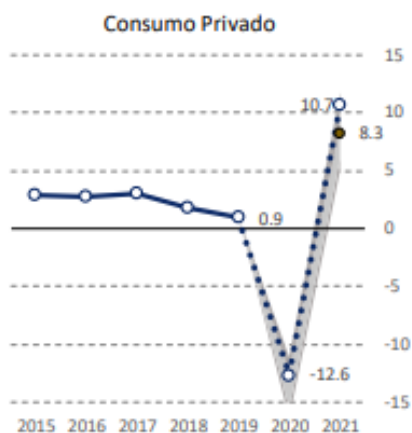


Fuente: Ministerio de Hacienda

La demanda interna liderará la contracción en 2020 (- 9,7 puntos porcentuales) y la recuperación en el 2021 (+9,3 p.p.). Por su parte, en el bienio 2020-2021 el sector exterior contribuirá, de una forma más contenida, en el mismo sentido que la demanda interna, colaborando al crecimiento del PIB -1,5 p.p. y 0,5 p.p. respectivamente.

La revitalización del empleo permitirá un aumento de la renta disponible de los hogares en el año 2021. Igualmente, la tasa de ahorro se moderará debido a la previsible reducción de la incertidumbre y la relajación de las restricciones de movilidad respecto a la situación de ahorro forzoso de 2020, fomentando el consumo privado, que aumentará por encima del 10% en 2021, como se refleja en la Ilustración 3.

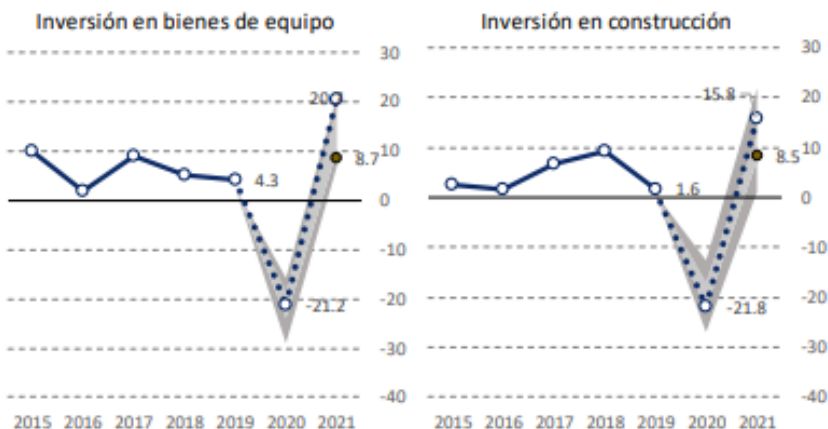
Ilustración 3 - Variación del consumo privado



Fuente: Ministerio de Hacienda

El impacto del Plan se verá reflejado en un importante aumento de la inversión en el año 2021, principalmente en bienes de equipo, lo que provocará que la formación bruta de capital fijo aumente un 15% tras una caída del 18,3% en 2020. (Ilustración 4)

Ilustración 4 - Variación interanual de la inversión

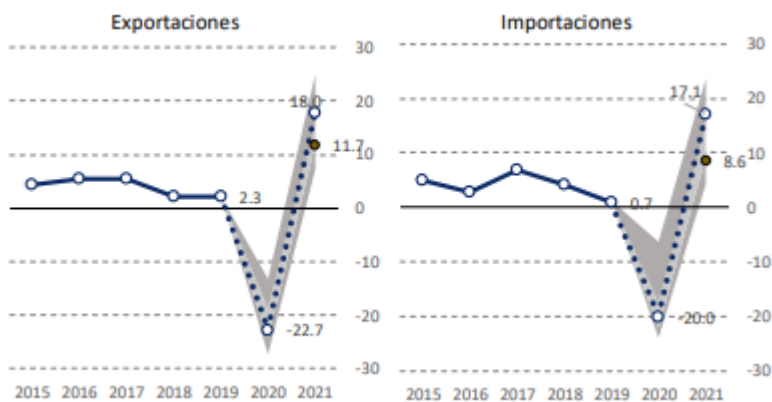


Fuente: Ministerio de Hacienda

Una vez finalizada la adquisición de material sanitario y la contratación extraordinaria de personal en hospitales y residencias para hacer frente al COVID-19 en 2020, el consumo público tenderá a ralentizar su crecimiento en 2021.

Como vemos en la Ilustración 5, está previsto que las exportaciones registren un crecimiento del 18% en 2021 tras una caída superior al 20% en 2020. Por otro lado, las importaciones se recuperan de forma acompasada con la evolución del consumo privado y de la inversión, logrando un aumento del 17% en 2021. (Ministerio de Hacienda, 2020)

Ilustración 5 - Variación interanual de las exportaciones e importaciones



Fuente: Ministerio de Hacienda

En el Anexo 1 se adjunta la tabla resumen del escenario macroeconómico para los años 2020-2021, con todos los datos expuestos anteriormente.

Factores sociales

En este apartado haremos referencia a la evolución demográfica y los hábitos de consumo de la población de Valladolid.

Datos de población en el ámbito de la actividad

La información más reciente acerca de la población actual de nuestra ciudad y provincia nos refleja los datos recogidos en la Ilustración 6. (Ayuntamiento de Valladolid, 2020)

Ilustración 6 - Población de Valladolid

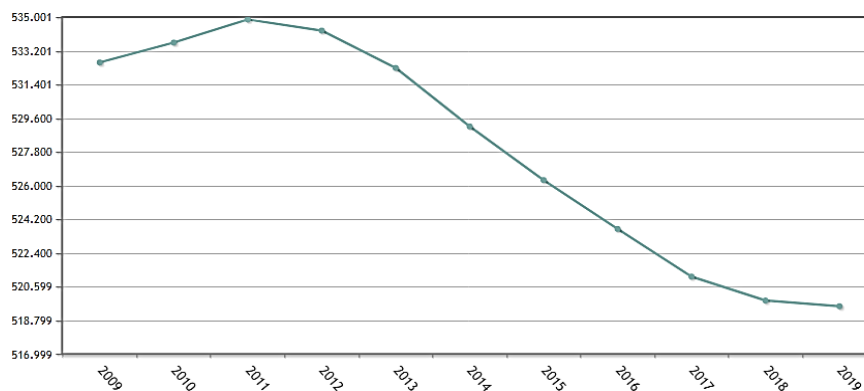
	Población	%
Valladolid	298.412	0,635
Provincia de Valladolid	519.546	1,105
Castilla y León	2.399.548	5,103
España	47.026.208	100,000

Fuente: Ayuntamiento de Valladolid

La provincia de Valladolid ha ido perdiendo habitantes a lo largo de la última década, como se refleja en la Ilustración 7, debido a una dinámica migratoria hacia las principales

ciudades de España, especialmente a Madrid, con el fin de estar cerca de los centros de actividad económica. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Ilustración 7 - Evolución de la población de la provincia de Valladolid



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Hábitos de consumo de ocio de la población española desde la aparición del COVID-19

Debido a la actual situación de pandemia en la que nos encontramos, los españoles han disminuido la frecuencia con la que utilizan servicios y realizan algunas actividades, como se refleja en la encuesta realizada por la Organización de Consumidores y Usuarios. El 53% ya no asiste a eventos culturales, el 51% ha dejado totalmente de practicar deporte en espacios cubiertos, el 31% no utiliza el transporte público y el 44 % ha reducido la frecuencia de su uso. El 32% de los que solían ir a comer o cenar a restaurantes han dejado de hacerlo y el 55% ha reducido su frecuencia. Por último, acudir a centros comerciales es una práctica que han abandonado el 33% de las personas encuestadas, mientras que el 49% ha reducido la frecuencia con la que lo hacía. (OCU Ediciones, S.A., 2020)

En cuanto al ocio nocturno, la crisis del coronavirus hará que 3 de cada 10 jóvenes con una edad comprendida entre 18 y 35 años no acudan a discotecas y bares de copas y casi 4 de cada 10 disminuyan la frecuencia. (Rodríguez, E. y Ballesteros, J.C., 2019)

Por último, cabe destacar que la asistencia a salas de cine (modelo de negocio similar al nuestro) se verá también afectada por el COVID-19. El 25,9% de los españoles manifiesta que cuando finalicen las actuales medidas restrictivas no irán al cine y un 43,6% irá con una frecuencia menor que antes del inicio de la pandemia. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019)

La percepción del riesgo de contagio en este tipo de servicios es muy alta y refleja los cambios en los comportamientos. El transporte público es el lugar percibido como más peligroso (31% de las personas lo considera muy inseguro), seguido de las actividades deportivas realizadas en espacios cubiertos (28%) y los eventos culturales (25%).

A pesar de estos datos tan pesimistas, muchos expertos creen que es posible volver a vivir los felices años 20 que sucedieron a la pandemia de 1918, teniendo en cuenta como se comportó la sociedad en aquel momento.

Nicholas Christakis, médico sociólogo y profesor de la Universidad de Yale, afirma lo siguiente: “*Se han activado muchas respuestas psicosociales y económicas para evitar la propagación del virus, son reacciones muy típicas de la población humana. Pero cuando todo esto termine querremos quitarnos estas imposiciones de encima*”. (Christakis, 2021)

Según esta teoría, se espera que exista una continua búsqueda de interacciones sociales en restaurantes, discotecas, bares o eventos deportivos donde la gente empezará a gastar el dinero ahorrado durante estos meses de confinamiento y restricciones. (Axel Springer España, S.A., 2021)

Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos nos muestran el desarrollo de la actividad comercial en las empresas españolas a través de la utilización de las TIC, con la finalidad de incrementar su productividad y eficacia.

El 81,9% de las empresas de menos de 10 empleados en España dispone de ordenadores en el primer trimestre de 2020, lo que supone un aumento de dos puntos respecto al mismo periodo del año 2019. Las características que más se han incrementado son el uso de firma digital, el personal que usa ordenadores y el que está conectado a internet. Por el contrario, las que más han disminuido son el uso de banda ancha fija y la compra de servicios en la nube. (Ilustración 8)

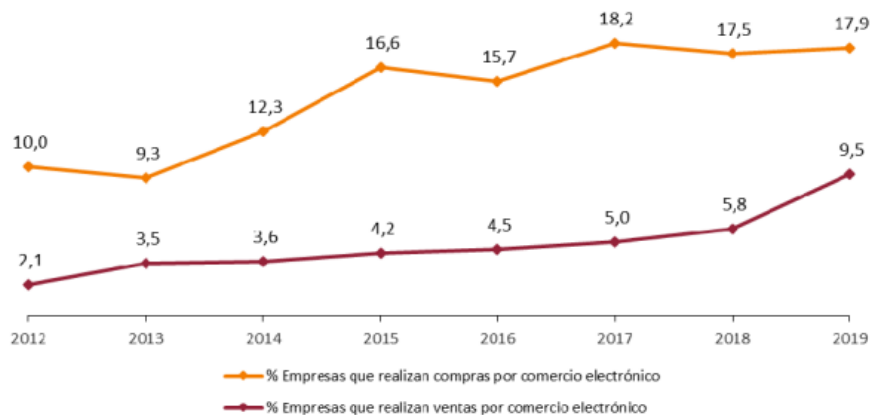
Ilustración 8 - Principales variables

	1er trimestre de 2020	1er trimestre de 2019
Ordenadores	81,9	79,9
Personal que usa ordenadores con fines empresariales	73,5	69,4
Personal que usa ordenadores conectados a internet con fines empresariales	68,9	65,9
Empresas que emplearon especialistas TIC	2,5	3,0
Empresas con conexión a Internet, de las cuales:	78,2	76,3
- Banda ancha fija	78,3	83,1
- Conexión a Internet y sitio/página web	28,8	30,2
- Usan medios sociales	35,2	32,7
- Compran servicios en la nube	8,6	10,4
- Usan firma digital	58,9	54,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

En cuanto al uso de comercio electrónico, como vemos en la Ilustración 9, el 9,5% de las empresas con menos de 10 empleados realizaron ventas por este medio y el 17,9% compras. (Instituto Nacional de Estadística, 2020)

Ilustración 9 - Empresas que realizan comercio electrónico



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Factores ecológicos

En principio, este es un factor que no afectará significativamente a nuestra empresa. En cualquier caso, estamos concienciados con el medio ambiente, por lo que cualquier residuo generado será reciclado en función a su composición, se adquirirán aparatos y equipos tecnológicos cuyo consumo sea eficiente y se utilizarán luces y bombillas de bajo consumo.

Además, cabe destacar que la organización seguirá la Ley 11/2003, de 8 abril, de Prevención Ambiental de Castilla y León. (BOE nº 103, 2003)

Factores legales

Las leyes que tendremos que cumplir son las propias de las empresas y del sector de actividad en el que se encuadra nuestra organización. A continuación, destacamos algunas de las más importantes:

- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (BOE nº 294, 2018)
- Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales. (BOE nº 269, 1995)
- Real Decreto-ley 2/2018, de 13 de abril, por el que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/26/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, y la

Directiva (UE) 2017/1564 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de septiembre de 2017. (BOE nº 91, 2018)

- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. (BOE nº 166, 2002)

7.1.2. Micro-entorno

En este apartado analizaremos los factores que la empresa puede controlar y procederemos a conocer nuestras fortalezas y debilidades. Para realizar este análisis utilizaremos las cinco fuerzas de Porter, una metodología con la que conoceremos nuestro poder competitivo.

Este modelo contiene cinco fuerzas, las cuales iremos analizando una a una:

Competidores en el sector

Los competidores directos serán aquellos que prestan servicios de entretenimiento virtuales similares con un precio prácticamente igual que el nuestro.

En Valladolid no encontramos ninguna empresa que se dedique únicamente al entretenimiento mediante realidad virtual, pero podemos localizar por el centro de la ciudad el “Unreal e-Sport Bar”, una sala de videojuegos que ofrece servicios similares.

Poder de negociación de clientes

En este tipo de actividad el cliente suele ser el consumidor del servicio, excepto en las ocasiones en las que las empresas ofrezcan la posibilidad de regalar la actividad a otra persona. La edad comprendida que hemos estimado para disfrutar de nuestro servicio es la comprendida entre 15 y 65 años, de cualquier sexo y correspondiente a una clase media-alta de la sociedad.

Los diferentes tipos de clientes potenciales son:

- Familias que quieran pasar un rato agradable y divertido.
- Grupos de amigos que quieran disfrutar de una nueva forma de ocio y entretenimiento.
- Empresas, cuyos Departamentos de Recursos Humanos deciden realizar este tipo de actividades para fomentar y reforzar las relaciones entre ellos y el trabajo en equipo.

Aunque estos cuentan con una gran oferta de actividades recreativas, somos la única sala que puede ofrecer el servicio de la realidad virtual en la ciudad y en la región. Nuestra propuesta va dirigida a consumidores que quieren vivir experiencias novedosas, seguras y

divertidas, por lo que su mejor opción será recurrir a nuestros servicios. Además, somos una opción ideal para la celebración de fiestas de cumpleaños, aniversarios o eventos especiales.

Poder de negociación de proveedores

Los proveedores más importantes que tendremos en Vallplay serán los siguientes:

- Alquiler del local: Dado que en la zona centro de Valladolid no existen muchos locales que cumplan las necesidades de espacio que necesitamos, el propietario del local tendrá un importante poder a la hora de negociar.
- Gafas de realidad virtual y cascos: Podemos encontrar una variada oferta de estos elementos, por lo que estos proveedores poseen un poder de negociación bajo.
- Simuladores de vuelo, F1 y montaña rusa: Aunque cada vez hay más empresas que se dedican a la comercialización de estos productos, nos podemos encontrar en una situación de poder de negociación alto por su parte, ya que necesitamos unos modelos muy concretos y con un precio asequible para nosotros.
- Reforma y diseño del local: Existe una gran cantidad de compañías que se dedican a la instalación de los elementos que necesitamos, por lo que tienen un poder de negociación bajo.

Además de todos estos, nos encontramos con proveedores de menor importancia como pueden ser las empresas dedicadas a la venta de mobiliario, material de oficina, ordenadores y complementos o servicios de limpieza. Todos estos tendrán un poder de negociación bajo sobre nosotros, pues pueden ser sustituidos fácilmente por otras sin que la calidad del servicio ofrecido se vea alterada.

Barreras de entrada. Competidores potenciales

El sector del ocio y entretenimiento resulta muy atractivo para cualquier inversor, pero también hay que tener en cuenta que es muy amplio. La amenaza de competidores potenciales hace que nos tengamos que mantener en continua renovación del software y hardware y de las actividades que ofrecemos. El poder de la empresa de manejar la amenaza de nueva competencia es bajo.

Las barreras de entrada al sector son aquellos obstáculos e impedimentos que impiden la entrada de una empresa a un sector determinado. Las barreras más importantes que nos podemos encontrar son:

- Mayor experiencia y consolidación de la competencia
- Clientes fidelizados por estas empresas

- Dificultad de acceder a financiación
- Demanda sensible a la calidad del servicio prestado

A pesar de todo ello y de tratarse de un sector muy asentado, la oportunidad de hacer un modelo de negocio novedoso en el mundo del ocio nos permite tener más posibilidades de rentabilidad en el corto plazo.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

Los productos y servicios sustitutos son aquellos que satisfacen la misma necesidad y que lo venden en el mismo mercado en el que operamos nosotros, es decir, buscan captar los mismos clientes. En nuestro caso se tratará de empresas dedicadas al ocio y entretenimiento.

Entre estos servicios sustitutos podemos encontrar los videojuegos tradicionales, parques de atracciones, salas de cine, boleras y salas de escapismo.

7.2. Análisis interno

Con el fin de determinar las fortalezas y debilidades con las que contará este proyecto se procederá a realizar un análisis interno del promotor, donde serán examinadas las capacidades personales, técnicas, de gestión y financieras.

Capacidades personales

El promotor es una persona enérgica que busca sacar el máximo potencial posible a sus cualidades. Trata de mejorar y aprender de los nuevos intentos para lograr encontrar un mayor número de opciones. Además, es un entusiasta de la tecnología y los videojuegos por lo que se volcará con ello para conseguir el final deseado.

En cuanto a su personalidad, es una persona con carácter moderado y tranquilo. Afronta los problemas con serenidad y con fuerza, intentando buscar una rápida solución. En caso de tener que liderar el grupo, lo hará basándose en una previa consulta para conocer la opinión de sus compañeros.

Capacidades técnicas

Tiene experiencia con las nuevas tecnologías, necesarias para nuestro negocio y posee conocimientos en ordenadores, videojuegos, consolas, apps para móviles, páginas webs, etc.

Por el contrario, no tiene gran experiencia en este tipo de negocio, aunque si está acostumbrado a tratar con grupos de personas, gracias a sus años trabajando como camarero.

Capacidades de gestión

No tiene experiencia a la hora de dirigir equipos humanos, pero se considera perfectamente capacitado para ello.

Posee formación básica en gestión de empresas, adquirida en el Bachillerato de Ciencias Sociales, en el Grado Superior de Administración y Finanzas y en el Grado en Comercio que está realizando en la actualidad.

Capacidades financieras

El promotor podrá conseguir crédito trabajando, además de contar con el apoyo de sus padres, los cuales podrían ayudarle con una aportación económica. En caso de que fuera necesario podría buscar ayudas y subvenciones para emprendedores.

7.3. Análisis DAFO

El DAFO es una sencilla herramienta de análisis de una organización que ayudará en la toma de decisiones. Una vez realizados los análisis interno y externo se procederá a explicar las debilidades y fortalezas (características internas) y las amenazas y oportunidades (características externas) de la empresa.

Debilidades

- Nuestra empresa, al ser de nueva creación, será desconocida para los clientes y al principio no tendremos su confianza.
- Falta de financiación.
- Falta de experiencia por parte del promotor para dirigir un negocio.
- Activos tecnológicos con una rápida obsolescencia.

Fortalezas

- Mecánicas de juego fáciles: Nuestros juegos están pensados para todo tipo de público, por lo que las mecánicas serán sencillas, reduciendo el tiempo y la dificultad de aprendizaje y aumentando el tiempo de juego.
- Realización de bonos y ofertas para fomentar la asistencia a nuestros diferentes simuladores.
- Personal en la empresa motivado y satisfecho, con ganas de trabajar.
- Instalaciones grandes con medidas de seguridad y decoradas con un diseño creativo y vanguardista.
- Aplicaremos software y hardware de última generación para ofrecer una experiencia única.

Oportunidades

- Nuevos hábitos del consumidor de ocio, impulsado especialmente por la generación más joven.
- Ganas de recuperar las interacciones y relaciones sociales por parte de la gente después de meses de confinamiento y restricciones.
- Crecimiento del mercado: El mercado de los videojuegos está en auge, lo que nos garantiza una buena posición en el futuro cercano.
- Realidad virtual como futuro: El mundo de los videojuegos y la simulación pasa por la realidad virtual, por lo que nos estamos adelantando a la competencia.

Amenazas

- La elevada competencia en el sector del ocio, como son boleras, salas de juegos, juegos de paintball, salas de escapismo, etc.
- La crisis económica provocada por la pandemia de COVID-19.
- Percepción del riesgo de contagio por parte de la gente.

De forma resumida se puede ver el Análisis DAFO en la Tabla 1.

Tabla 1 - Análisis DAFO

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fáciles mecánicas de juego ▪ Realización de bonos y ofertas ▪ Instalaciones grandes y seguras ▪ Software y hardware de última generación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconfianza por parte de los clientes al principio ▪ Falta de financiación ▪ Falta de experiencia para dirigir un negocio y un equipo de trabajo ▪ Activos tecnológicos con rápida obsolescencia

ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuevos hábitos de ocio por parte del consumidor ▪ Ganas de recuperar las interacciones sociales ▪ Crecimiento del mercado del videojuego ▪ Realidad virtual como futuro 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elevada competencia en el sector del ocio ▪ Crisis económica provocada por el COVID-19 ▪ Percepción del riesgo de contagio por parte de la gente

Fuente: *Elaboración propia*

8. Plan de Marketing. Política comercial

El marketing es un aspecto fundamental para cualquier empresa, pues es la principal vía para establecer un contacto con los clientes y generar una relación de confianza que permita mantener estas relaciones durante el tiempo

Por tanto, será necesario desarrollar una planificación detallada en la que se determinen los objetivos comerciales a conseguir, explicando las estrategias y acciones que se van a llevar a cabo para alcanzar estos objetivos.

8.1. Fijación de los objetivos de marketing

Los objetivos del marketing son resultados concretos que nos fijamos como organización para alcanzarlos en un plazo fijo. Estos dependerán del presupuesto del que dispongamos, nuestra situación actual y la cantidad de recursos humanos y materiales con los que contemos.

Las características de nuestros objetivos se ajustarán al Modelo SMART; siendo específicos, medibles, alcanzables, realistas y en un periodo de tiempo limitado.

Además, debemos diferenciar entre objetivos cuantitativos, aquellos relacionados con conseguir una mejor imagen y posicionamiento en el mercado, y cualitativos, referidos a la obtención de resultados económicos medibles por la empresa. (Instasent Mobile Advertising, S.L., 2019)

Por lo tanto, en cuanto al término cualitativo, el objetivo principal que busca la empresa es darse a conocer en la zona de actuación y posicionarse en el mercado a corto plazo como

una empresa de ocio alternativo y conseguir ser una referencia en el sector del ocio y entretenimiento de la provincia y la comunidad a largo plazo.

Al tratarse de un tipo de negocio totalmente nuevo en la provincia utilizaremos una fuerte estrategia de marketing que pretende informar de la existencia de la empresa y de la novedad del servicio que ofrece a todo el que lo desee.

La idea es posicionar a Vallplay en el mercado como una empresa profesional, seria y responsable, que garantiza la diversión combinada con la capacidad de comunicación y el trabajo en equipo.

Por último, en términos cuantitativos, el objetivo de la empresa es alcanzar el anterior objetivo en un periodo de un año desde el inicio de la actividad haciendo que mes a mes aumente la afluencia de nuestra sala de realidad virtual. Además, debemos conseguir que el 100% de los clientes queden satisfechos con la prestación del servicio, con el fin de que puedan volver en otra ocasión y recomienden a sus familiares y amigos nuestra actividad.

8.2. Definición de las estrategias de marketing

La estrategia que llevará a cabo nuestra organización será la de diferenciación del servicio. Esta estrategia persigue que la empresa en general, o alguno de sus elementos en particular, sean percibidos como únicos y originales por parte de los usuarios. Esta situación nos confiere gran ventaja, pues los clientes estarán dispuestos a pagar precios altos que son percibidos como algo que les ofrece un valor superior, además de generarse una lealtad de marca. (Economipedia, S.L., 2020)

Nuestra empresa tiene como punto clave para alcanzar una ventaja competitiva el ser prácticamente los únicos en la zona de actuación. Por esta razón, este tipo de estrategia es la que más favorece el cumplimiento de nuestros objetivos y la que posee una mayor relación con la misión y visión de la empresa: convertirse en la referencia de la realidad virtual y simulación a través de la profesionalidad y satisfacción de sus participantes.

Además, al ser los únicos que se dedican íntegramente a la realidad virtual dentro del sector del ocio de la región, la lealtad por parte de los clientes debería ser menos compleja y difícil de conseguir.

En cuanto a la estrategia de segmentación, al principio de nuestro negocio nos vamos a enfocar en una estrategia concentrada, tratando de agrupar los esfuerzos de la empresa en unos segmentos determinados, adaptando nuestra oferta a sus necesidades específicas.

La estrategia de posicionamiento nos va a ayudar a que nuestros clientes nos vean como los mejores del mercado, haciendo referencia a la calidad de nuestros servicios y la variedad de juegos y simuladores que poseemos.

8.3. Desarrollo de las políticas comerciales

A continuación, mostraremos el conjunto de decisiones adoptadas por Vallplay para alcanzar nuestros objetivos.

8.3.1. Servicio

El servicio que ofrecemos es una sala recreativa de realidad virtual donde brindaremos a nuestros clientes diferentes experiencias mediante diversos juegos y simuladores con el fin de que experimenten sensaciones lo más parecidas posibles a la vida real.

Nuestro principal objetivo será satisfacer las necesidades de ocio y diversión de nuestros usuarios, utilizando para ello equipos de software y hardware de última generación con un personal capacitado y preparado, ofreciendo la posibilidad de estimular sus sentidos y sensaciones a través del novedoso mundo de la realidad virtual.

Los principales beneficios con los que contará nuestro servicio serán los siguientes:

- Una experiencia realista basada en latencia visual muy baja que reducen los posibles mareos que pueden sufrir algunas personas.
- Todos los aparatos son totalmente inalámbricos, no habrá ningún cable que pueda entorpecer la experiencia del usuario.
- Gracias a la tecnología del movimiento predictivo equipada en las gafas y los sensores y cámaras de infrarrojos se ofrecerá una respuesta suave y realista al movimiento del cuerpo.
- Habrá espacio suficiente para cada usuario y, en caso de aproximarse a una pared o a otro usuario, en las gafas de realidad virtual aparecerá una señal de aviso.

A continuación, detallaremos todos los juegos y simuladores que ofreceremos en nuestra empresa:

- **Simulador de vuelo:** En él los usuarios podrán ponerse en la piel de un auténtico piloto de aviones y comprobar con total realismo que se siente al dirigir estos increíbles aparatos. El usuario podrá pilotar desde pequeñas avionetas hasta aviones de fuselaje ancho, creando un plan de vuelo personalizado que permita visitar cualquier punto del mundo de día o noche y bajo cualquier condición meteorológica. Esta actividad está limitada a 2 personas.

Ilustración 10 - Simulador de vuelo



Fuente: Aladinia Networks S.L.

- **Batalla por equipos:** En un escenario futurista dos equipos lucharán por conseguir llegar antes a la nave espacial y escapar del dominio de los robots. Cada equipo estará formado por un máximo de 3 participantes, contarán con fusiles y subfusiles y ganará aquel que consiga atravesar antes la ciudad y llegar a la nave.

Ilustración 11 - Batalla por equipos



Fuente: Epic Games, Inc.

- **Simulador de Fórmula 1:** Con este simulador los usuarios podrán pilotar los bólidos más rápidos del mundo con total realismo. Disponemos de hasta 4 monoplazas equipados con volante, pedales y gafas de realidad virtual para competir con amigos en todos los circuitos oficiales de la Fórmula 1.

Ilustración 12 - Simulador de F1



Fuente: Autodescuento, S.L.

- **Montaña rusa:** Este simulador es el adecuado para aquellas personas que aman las montañas rusas. La realidad virtual es muy real e, inconscientemente, querrán

agarrarse a la barra frontal de soporte. Esta simulación incluye el sonido del viento y de las ruedas pasando por los raíles para disfrutar al 100%. Se podrá elegir entre las montañas rusas más famosas del mundo.

Ilustración 13 - Montaña rusa



Fuente: Hitec Simulators Park, S.L.

- **Invasión zombie:** Un virus mortal ha creado hordas de zombies que han tomado el país. Un equipo formado por un máximo de 6 personas tendrá que luchar contra estos muertos vivientes a lo largo del camino, combatiendo en común, para hallar la vacuna. Para ello se dispondrá de rifles de asalto, escopetas y francotiradores.

Ilustración 14 - Invasión zombie



Fuente: dezombies

- **Viaje por el mundo:** Gracias a Google Maps y a nuestras gafas de realidad virtual los usuarios podrán conocer el mundo sin moverse del sitio. Permite un total realismo y sensación de inmersión.

Ilustración 15 - Viaje por el mundo



Fuente: Inmagine Lab Pte Ltd

8.3.2. Precio

Para la empresa será de suma importancia decidir un buen valor para nuestro servicio, pues es el elemento en el que más suelen fijarse los consumidores y la única variable dentro del marketing mix que se encarga de la generación de ingresos.

Existen diversas alternativas para la su elección, como pueden ser en función de la demanda, el valor percibido, los costes o la competencia. En nuestro caso optaremos por la última opción, elección del precio en base a la competencia, pues al existir tanta competencia en el sector del ocio será necesario adaptarse a los precios vigentes de las empresas existentes.

Para ello será hemos realizado un análisis de la competencia a nivel nacional y analizado sus precios con el fin de decidir cuál será el más adecuado para nuestra empresa. Los resultados de esta búsqueda se adjuntan en el Anexo 2, gracias a los cuales hemos adoptado los precios para disfrutar de nuestros servicios indicados en la Tabla 2:

Tabla 2 - Precios

SERVICIO	PRECIO/ PERSONA	TIEMPO	CAPACIDAD
Batalla por equipos	12€	60 min	1 – 6 personas
Invasión zombie	12€	60 min	1 – 6 personas
Simulador de F1	10€	60 min	1 – 4 personas
Simulador de vuelo	10€	60 min	1 – 2 personas
Viaje por el mundo	3€	30 min	1 – 4 personas
Simulador de montaña rusa	3€	15 min	1 – 2 personas

Fuente: Elaboración propia

8.3.3. Distribución

Respecto a la longitud del canal nos caracterizamos por utilizar un canal directo de distribución, pues no dependemos de ningún intermediario. Los clientes accederán a nuestro establecimiento y podrán disfrutar del servicio de manera directa. Una vez allí, se les explicará la oferta de juegos y simuladores que tenemos y su funcionamiento. (Ilustración 16)

Esto tendrá numerosas ventajas, como el control del precio final, la promoción autónoma o el control directo de los clientes.

Ilustración 16 - Estructura del canal de distribución



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la forma de comercialización nos vamos a fijar en la ya implantada por las empresas del sector, ya que consideramos que es un mecanismo útil y eficaz.

8.3.4. Comunicación

El alcance de la promoción será provincial y regional, con un amplio público potencial. En primer lugar, pretendemos consolidarnos en Valladolid y afianzar clientes para, posteriormente, poder expandirnos por la comunidad e, incluso, nacionalmente.

La comunicación se producirá principalmente mediante propaganda, publicidad en redes sociales, en nuestro punto de venta y en la página web.

Propaganda

La propaganda es un medio de promoción muy barato y que nos permite una amplia difusión.

En nuestro caso, crearemos dípticos, trípticos y anuncios o “flyers” donde se mostrarán los servicios que ofrecemos, precios y promociones, localización y contacto, que serán repartidos en buzones y tiendas.

El formato y cantidad de todos ellos será la siguiente:

- Díptico: 500 unidades en papel brillo, con formato A3 abierto
- Tríptico: 1000 unidades en papel brillo, con formato A3
- Anuncio o “flyer”: 10000 unidades en papel brillo, con formato 10×21 cm

Además de todo esto, regalaremos llaveros y bolígrafos con nuestro logotipo para tener un detalle con nuestros clientes y promocionar Vallplay.

Punto de venta

En el local donde prestaremos el servicio instalaremos un rótulo en la puerta de entrada donde se muestra nuestro logotipo, con la idea de que sea la cara de nuestro negocio. Este rótulo será atractivo, grande y luminoso con el que se nos podrá identificar fácilmente.

Además, en el interior del establecimiento, incluiremos numerosos carteles con nuestro nombre, logotipo y eslogan.

Página web

En nuestra web los clientes podrán encontrar todos los servicios de realidad virtual y simulación que ofrecemos, así como sus precios y las posibles ofertas que realicemos en épocas del año concretas.

Además, se recogerá toda la información acerca de cómo llegar a nuestro establecimiento, cómo contactar con nosotros y las formas de pago de las que disponemos.

También se podrá ver la disponibilidad de las salas y simuladores y realizar reservas desde nuestra web, para así ofrecer las máximas comodidades a nuestros clientes.

Redes sociales

Nuestra empresa tendrá un perfil creado en las siguientes plataformas:

- *Twitter*: Una de las plataformas más importantes del mundo, permite conocer lo que está pasando en cualquier parte del mundo al momento. Sencilla y muy útil. Nuestro usuario será @vallplayVR.
- *Instagram*: Red social que permite compartir fotografías y videos con otros usuarios, en la que podremos mostrar nuestros anuncios, promociones y las fotos de los clientes que realizan nuestras actividades. El nombre será @vallplayVR.
- *Facebook*: La red social más importante y la que más gente tiene, especialmente entre las personas de más edad. Nuestro perfil será Vallplay VR.
- *YouTube*: Sitio web donde podemos subir videos promocionales y las actividades que realizamos. El nombre de nuestro canal es Vallplay VR.

Este tipo de promoción no supone coste alguno para la empresa, ya que la creación de todos estos perfiles es gratuita.

8.4. Previsión de ventas

Atendiendo a los datos recogidos en el Análisis del mercado y a los datos facilitados por otras empresas podemos realizar una estimación de las ventas para los primeros 4 años.

Es importante tener en cuenta que ofrecemos diferentes servicios, ya que disponemos de distintas salas y simuladores, que tendrán una afluencia diferente en función de los gustos de la gente. De esta manera, esperamos tener una mayor ocupación en los simuladores de F1 y vuelo, ya que son actividades de menor duración y precio y que puede realizar únicamente una persona.

Además, se espera que los fines de semana (viernes, sábados y domingos) recibamos más clientes que los días de diario, habiendo estimado un aumento de ocupación en estos días de entre un 15 y un 20%.

De la misma manera, en los meses veraniegos de julio y agosto esperamos un incremento del porcentaje de ocupación del 10% gracias al periodo de vacaciones escolares y laborales coincidiendo con el buen tiempo, así como en el mes de diciembre, aprovechando la campaña navideña.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto anteriormente, en la Tabla 3 se recoge la previsión de ventas para el primer año de actividad.

Tabla 3 - Previsión ventas primer año

AÑO 1	TOTAL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR
Clientes	18.415	1.131	1.131	1.767	1.562	1.420	1.502	1.420	1.460	1.696	1.696	1.882	1.748
Venta Bruta	139.580	8.874	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621

Fuente: Elaboración propia

En el Anexo 3 se adjunta esta misma estimación con más detalle.

Para el cálculo de la estimación de ventas de los próximos años se ha aumentado la previsión de ocupación un 10% en 2023, un 5% en 2024 y un 2% en 2026, debido a dos factores principales: el aumento de notoriedad por parte de la empresa y la más que probable desaparición de la pandemia provocada por la COVID-19 actual. (Tabla 4)

Tabla 4 - Previsión ventas primeros 4 años

AÑO	2023	2024	2025	2026
VENTA BRUTA	139.580	153.538	161.215	164.439

Fuente: Elaboración propia

9. Plan de producción

El objetivo del Plan de producción será detallar como se va a llevar a cabo el servicio que vamos a ofrecer, explicando las distintas operaciones ejecutadas desde que los clientes se ponen en contacto con nosotros hasta que finalice la actividad, así como la capacidad productiva de la que dispondrá Vallplay.

9.1. Fases de la prestación del servicio

Para comenzar la prestación del servicio será necesario que los clientes se pongan en contacto con nuestra empresa, a través de las diversas opciones que ofrecemos: Vía telefónica, e-mail, redes sociales, mediante la página web o en el propio establecimiento. Una vez se realiza el contacto, los pasos a seguir por nuestra parte serán los siguientes:

- Se le resolverá al cliente cualquier duda que tenga acerca de nuestros servicios.
- Le informaremos de los horarios disponibles, precio y métodos de pago.
- Se hará efectiva la reserva, informando al personal de la empresa para que todo esté a punto y perfectamente desinfectado en el momento que lleguen los clientes.

Una vez los clientes se encuentran en el local, nuestro personal se encargará de realizar una pequeña presentación del juego o simulador que han escogido, así como unas normas de funcionamiento y seguridad básica. Siguiendo el protocolo COVID-19, cada uno de los usuarios pasarán por una zona de desinfección donde limpiarán sus zapatos y lavarán sus manos con gel hidroalcohólico.

- Si el juego elegido es “Invasión zombie” o “Batalla por equipos”, todos los integrantes del grupo verán un pequeño video introductorio donde se cuenta la historia para, una vez terminado, comenzar la experiencia. El encargado de la sala procederá a colocar y explicar el funcionamiento y correcto uso de las gafas de realidad virtual y sensores de movimiento.
- Si por el contrario los clientes han optado por el simulador de vuelo, de Fórmula 1, de montaña rusa o “Viaje por el mundo”, se les explicará su funcionamiento y las opciones de juego que tienen. Después el encargado de simuladores les colocará las gafas de realidad virtual y el usuario podrá empezar la actividad.

Cuando el tiempo haya concluido, el encargado informará a los usuarios de que deben finalizar la actividad que estén realizando y, posteriormente, dejar los aparatos utilizados en los lugares habilitados para su posterior desinfección.

Posteriormente se tendrá una conversación para conocer las impresiones de los clientes, así como conocer cualquier sugerencia que nos quieran trasladar. Además, el que lo desee tiene la opción de hacerse una foto de recuerdo que nosotros nos encargaremos de subir a nuestras redes sociales.

Para finalizar, se procederá al cobro del servicio en los casos en los que no se haya pagado a través de la web y se les obsequiará con bonos y cupones descuento para posteriores experiencias, además de agradecerles el haber confiado en nosotros.

9.2. Capacidad productiva de la empresa

Para conocer el volumen de negocio de nuestra empresa hemos contactado VR AIRSOFT, VIRTUAL RECALL e IMMERSIA, quienes nos dijeron que actualmente la ocupación total los días de diario es alrededor del 30%, y los fines de semana es del 50% aproximadamente, aunque hay que matizar que esto era antes de darse la actual situación de pandemia por el COVID-19.

En la actualidad, su ocupación se ha reducido a un 20% los días de diario y a un 40% los fines de semana aproximadamente. Para realizar nuestras previsiones, en los primeros meses de actividad utilizaremos unos porcentajes de ocupación basados en la situación de pandemia que vivimos actualmente.

Capacidad punta

Teniendo en cuenta que nuestro local abrirá de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 20:00, nos da un total de 8 horas/día disponible. Si las salas y simuladores estuvieran ocupados todos al mismo tiempo nos daría que el volumen de negocio que puede lograr Vallplay es de 24 personas, mientras que la capacidad punta que podemos alcanzar en un día es de 272 personas.

Esta capacidad punta se podrá cumplir más fácilmente en épocas navideñas, ya que es un período de tiempo muy propicio a los regalos originales de este tipo, y en el periodo veraniego, donde nuestro público joven tiene más tiempo libre.

Capacidad sostenida

Para explicar la capacidad sostenida nos hemos puesto en contacto con VR AIRSOFT, VIRTUAL RECALL e IMMERSIA vía telefónica y e-mail, como hemos explicado anteriormente, y tras realizar una serie de preguntas nos has contestado que en la actualidad los días de

diario el aforo se encuentra al 20% y los fines de semana suele aumentar hasta el 40% de ocupación.

Aunque la capacidad sostenida que nuestro negocio puede atender es similar, utilizaremos unos porcentajes más bajos (10% los días de diario y un 30% los fines de semana) para calcular nuestra capacidad sostenida, ya que durante los primeros meses de actividad todavía no seremos muy conocidos entre el público. Teniendo en cuenta esto, hemos previsto un aforo de 27 clientes/día los días de diario y 82 clientes/día los fines de semana.

Capacidad ociosa

La capacidad ociosa de nuestra empresa es la diferencia entre la capacidad punta y la capacidad sostenida. Por tanto, si el máximo número de clientes que podemos atender en un día es de 272 personas/ día y la demanda real son aproximadamente unos 27 clientes/día los días de diario y unos 82 clientes/día los fines de semana, la diferencia entre estos valores nos da unos resultados de 245 clientes/día y 190 clientes/día de capacidad ociosa respectivamente.

10. Recursos materiales para la puesta en marcha

Para brindar la mayor calidad posible en el servicio será necesario ofrecer unas instalaciones amplias, seguras y cómodas, con elementos de simulación de última generación, en un local fácilmente accesible para todo el mundo.

10.1. Localización y justificación

Con la idea de dar la máxima accesibilidad y comodidad a nuestros clientes necesitaremos un local que sea amplio y que se situé en la zona centro de nuestra ciudad, permitiendo así una fácil comunicación con otros comercios y medios de transporte.

La opción que manejamos es el alquiler con opción a compra en un futuro, ya que al comienzo de nuestra actividad necesitaremos adquirir gran cantidad de inmovilizado y la inversión inicial será alta.

Tras realizar una búsqueda de locales comerciales en alquiler en el centro de Valladolid, nos hemos decantado por el situado en la Calle Vega, 15. Esta elección se debe principalmente a que se encuentra cerca de Plaza de España y justo al lado de la Calle de Mantería (una de las principales vías comerciales de la capital), además de ser amplio y sin columnas ni grandes obstáculos en su interior que dificulten el movimiento de nuestros clientes (anteriormente era un gimnasio).

Ilustración 17 - Exterior del local



Fuente: Idealista, S.A.U.

El local consta de dos plantas y cuenta con 727 m², distribuidos en 221 m² de planta de calle y 506 m² de sótano. Tiene 21 metros de fachada y cuenta con insonorización (importante para nuestro servicio), agua caliente, calefacción de gas natural, aire acondicionado, extintores, alarmas, tres aseos y teléfono. (Idealista, S.A.U., 2021)

Ilustración 18 - Primera planta



Fuente: Idealista, S.A.U.

Ilustración 19 - Planta baja



Fuente: Idealista, S.A.U.

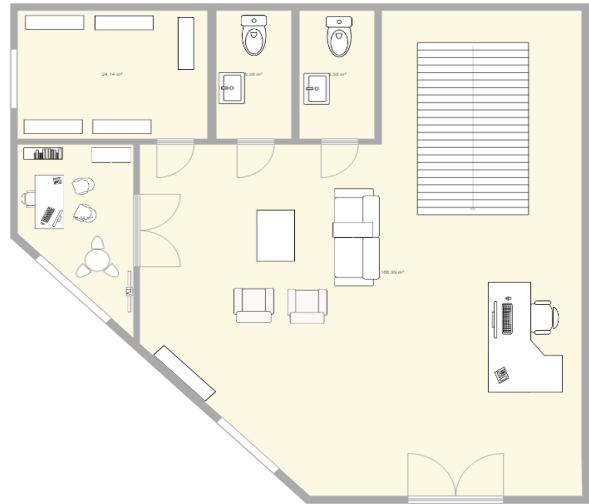
10.2. Instalaciones

La distribución de las instalaciones en nuestra empresa será la que se muestra a continuación:

Primera planta

- Nada más entrar al local encontramos a mano derecha la recepción.
- A mano izquierda tenemos una sala de espera para hacer tiempo hasta que llegue la hora de la reserva.
- También hay un perchero donde los clientes pueden dejar las prendas que deseen.
- Tenemos una oficina y un almacén para uso exclusivo de los empleados.
- Al final de la planta, al lado de las escaleras, encontramos los baños.

Ilustración 20 - Plano primera planta



Fuente: Elaboración propia

Planta baja

- Esta será la planta principal de nuestra empresa donde se desarrollará la prestación del servicio.
- Según bajamos las escaleras encontramos a mano izquierda las salas de “Batalla por equipos” e “Invasión zombie”.
- Justo enfrente tenemos el simulador de vuelo, y a su lado los cuatro simuladores de Fórmula 1.
- A la derecha contamos con el simulador de Montaña rusa y en la sala del fondo la sala de “Viaje por el mundo”.
- Por último, encontramos otros baños y, junto a ellos, unas taquillas donde los clientes pueden dejar sus objetos personales.

Ilustración 21 - Plano planta baja



Fuente: Elaboración propia

10.3. Equipamiento e inversiones materiales

En la Tabla 5 viene reflejado el precio estimado de las inversiones materiales necesarias en la primera planta, que incluye la recepción, la oficina y el almacén.

Tabla 5 - Aprovisionamiento primera planta

1ª PLANTA	INSTALACIONES	PROVEEDOR	PRECIO TOTAL
ZONA DE RECEPCIÓN Y ESPERA	Mostrador de recepción	3C Equipamentos	159,72 €
	Silla de oficina	Conforama	59,99 €
	Perchero	Leroy Merlin	7,99 €
	Sofá	IKEA	279 €
	Sillones x2	IKEA	70 €
	Mesa baja	SKLUM	26,99 €
	Ordenador	Carrefour	473 €
	Impresora	Carrefour	69,90 €
	Caja registradora	Registradoras.es	139,15 €
OFICINA	Mesa de oficina	FACTORY oficina	107,69 €
	Silla de oficina	Conforama	59,99 €
	Sillas x4	IKEA	116 €
	Mesa reunión	IKEA	129 €
	Armario	Mobiocasión	177,02 €
	Estantería	IKEA	49 €
	Ordenador	Carrefour	473 €

	Programa contabilidad	Holded	25 €/mes
	Microsoft Office	Blitzhandel24	199,99 €
	Impresora	Carrefour	69,90 €
ALMACÉN	Estanterías x4	IKEA	196 €
	Armarios	Mobiocasión	177,02 €

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 6 vemos el aprovisionamiento correspondiente a la segunda planta, la cual consta de las salas “Batalla por equipos”, “Invasión zombie” y “Viaje por el mundo”, los simuladores de vuelo, F1 y montaña rusa y las taquillas.

Tabla 6 - Aprovisionamiento segunda planta

2ª PLANTA	INSTALACIONES	PROVEEDOR	PRECIO TOTAL
SALA “BATALLA POR EQUIPOS	Gafas RV + sensores x6	Oculus	2.094 €
	Pantallas x2	Carrefour	418 €
	Juego	Oculus	29,99 €
SALA “INVASIÓN ZOMBIE”	Gafas RV + sensores x6	Oculus	2.094 €
	Pantallas x2	Carrefour	418 €
	Juego	Oculus	40 €
SALA “VIAJE POR EL MUNDO”	Gafas RV x4	Oculus	1.396 €
	Pantalla	Carrefour	209 €
	Sillones x4	IKEA	276 €
SIMULADOR DE VUELO	Soporte simulador	MODAUTO	255 €
	Control y mandos	LOGITECH	223,98 €
	Gafas RV x2	Oculus	698 €
	Juego	Instant Gaming	47,99 €
SIMULADORES DE MONTAÑA RUSA	Simulador montaña rusa	Grupo Add	799,99 €
	Gafas RV x2	Oculus	698 €
	Juego	Instant Gaming	7,99 €
SIMULADORES DE FÓRMULA 1	Simuladores F1 x4	MediaMarkt	1.399,96 €
	Gafas RV x4	Oculus	1396 €
	Juego	GAME	44,95 €
TAQUILLAS	Taquillas	Seton.es	81,43 €

Fuente: Elaboración propia

En los meses previos a la adquisición de todo el mobiliario, equipos informáticos y aplicaciones informáticas que necesitamos procederemos a hacer la reforma para adaptar el local a nuestra idea de sala de realidad virtual y simulación. Para ello, se llevarán a cabo actividades de albañilería, electricidad, fontanería, calefacción y pintura.

Por lo tanto, para esta reforma del local comercial hemos supuesto las actuaciones o partidas presentadas en la Tabla 7. (LicenciaAperturaActividad.info, 2020)

Tabla 7 - Presupuesto de la reforma

Concepto	Precio
Acabados (suelo, paredes y baños)	6.150 €
Carpintería (puertas y ventanas)	3.050 €
Instalación eléctrica y telecomunicaciones	3.100 €
Instalación de ventilación y climatización	3.025 €
Instalación de fontanería y saneamiento	1.200 €
Total	16.525 €

Fuente: Elaboración propia

En el Anexo 4 se muestra el coste detallado de cada uno de los anteriores conceptos.

11. Aspectos formales. Legislación a tener en cuenta

Para la apertura del negocio será necesario escoger, en primer lugar, la forma jurídica que más se adapte a nuestras circunstancias y, después, realizar una serie de trámites para la constitución y puesta en marcha de nuestra actividad.

11.1. Forma jurídica

Tras barajar diversas formas jurídicas para nuestra empresa, finalmente nos hemos decantado por la Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE).

Esta forma jurídica limita a cinco el número máximo de socios, aunque en este caso solamente existirá uno. El capital mínimo será de 3.000 euros, dividido en participaciones sociales y quedando limitada la responsabilidad de los socios frente a terceros.

Además de esto, cuenta con las siguientes características:

- El objeto social es genérico.
- La denominación social está compuesta por los apellidos y el nombre de uno de los socios junto con un código alfanumérico, más la coletilla “Sociedad Limitada Nueva Empresa” o “SLNE”.
- La contabilidad será llevada con el principio de simplificación de los registros contables de forma que, mediante un único registro, se permita el cumplimiento de las obligaciones que el ordenamiento jurídico exige en materia de información fiscal y contable.
- Este tipo de sociedades tributan por el Impuesto de Sociedades al tipo del 35%.

Pero si nos hemos decidido por esta forma jurídica es por las razones que vamos a exponer a continuación:

- El objeto social es genérico, lo que nos permitirá más flexibilidad en el desarrollo de diferentes actividades empresariales, sin que sea necesario modificar los estatutos de la sociedad para poder ejercerlas.
- La SLNE está pensada para facilitar la constitución a los emprendedores. Si se realiza la tramitación telemática con unos estatutos sociales orientativos la sociedad puede estar constituida en apenas 48 horas. El trámite del Registro Mercantil se reduce a 24 horas como máximo, frente a los tres días hábiles para otros tipos de sociedades.
- El libro de registro de socios no es obligatorio y durante los tres meses posteriores a la constitución se puede modificar la denominación social sin coste alguno.
- En cuanto a las ventajas fiscales, cabe destacar que tenemos la posibilidad de formalizar un aplazamiento sin tener que aportar garantías sobre las posibles deudas tributarias derivadas del pago del Impuesto de Sociedades de los dos primeros períodos impositivos concluidos desde la constitución y podremos aplazar sin garantías el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- Se puede aplazar o fraccionar, con garantías o sin ellas, las cantidades procedentes de retenciones o ingresos a cuenta del IRPF que se devenguen en el primer año desde su constitución y no se tiene la obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto de Sociedades, a cuenta de las liquidaciones correspondientes a los dos primeros períodos impositivos desde su creación. (Autónomos y emprendedores, S.L., 2019)

En el Anexo 5 se incluye un cuadro resumen donde se recogen las características de la Sociedad Limitada Nueva Empresa expuestas anteriormente.

11.2. Trámites de constitución y puesta en marcha

Será necesario realizar los trámites expuestos a continuación para constituir la nueva empresa:

I. Trámites previos

- Certificación negativa del Registro Mercantil Central
- Firma de la Escritura de Constitución de la Sociedad

II. Trámites generales

- Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados
- Solicitud del Número de Identificación Fiscal
- Registro mercantil

III. Trámites para la puesta en funcionamiento de la empresa

- **Concesión de licencias**
 - Licencia municipal de obras
 - Licencia municipal de apertura
- **Registros**
 - Registro de la Propiedad Inmobiliaria
 - Registro Industrial (sólo empresas industriales)
- **Trámites en materia fiscal**
 - Impuesto sobre Bienes Inmuebles
 - Impuesto sobre Actividades Económicas
 - Declaración censal
- **Trámites en materia laboral**
 - Inscripción de la empresa en la Seguridad Social
 - Afiliación y número de la Seguridad Social
 - Alta en el Régimen General de la Seguridad Social
 - Comunicación de apertura del centro de trabajo
 - Libros de Visitas
 - Calendario laboral

11.3. Normas y disposiciones legales

Todas las empresas deben cumplir una serie de normativas para poder vender sus productos y servicios. Si una empresa no cumple una de estas leyes puede ser sancionada con multas económicas o, incluso, ser obligadas a dejar de prestar su actividad.

11.3.1. Normativa del sector en Castilla y León

A continuación, detallaremos la normativa que regula el sector y el tipo de negocio en particular en nuestra Comunidad Autónoma. (BOCYL nº 227, 2010)

- Ley 7/2006, de 2 de octubre, de espectáculos públicos y actividades recreativas de la comunidad de Castilla y León.

- Decreto 50/2010, de 18 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento Regulator del Derecho de Admisión en espectáculos públicos y actividades recreativas de la Comunidad de Castilla y León.
- Orden IYJ/689/2010, de 12 de mayo, por la que se determina el horario de los espectáculos públicos y actividades recreativas que se desarrollen en los establecimientos públicos, instalaciones y espacios abiertos de la Comunidad de Castilla y León.

11.3.2. Normativa aplicable por el municipio de Valladolid

El Ayuntamiento de Valladolid concede un gran número de licencias: (Ayuntamiento de Valladolid, 2020)

- Obras mayores de nueva construcción y rehabilitación (viviendas, naves industriales, etc.) y primera ocupación.
- Obras mayores de reforma, adaptación o ampliación de locales y primera utilización de locales
 - Parcelación de terrenos
 - Ambiental
 - Comunicación Ambiental
 - Apertura
 - Obras menores
- Información y asesoramiento en relación con aspectos concretos de los expedientes que se tramitan o van a ser objeto de solicitud por los ciudadanos
- Emisión de informes a solicitud de ciudadanos.
- La normativa reguladora es la siguiente:
- Ley 7/1985 de 2 de abril reguladora de las Bases de Régimen Local
- Ley 5/99 de 8 de abril de Urbanismo de Castilla y León

En cuanto a la normativa fiscal, hemos recopilado la siguiente información: (Gábilos Software, 2020)

- Antes de comenzar la actividad:
 - Presentar la declaración censal (modelo 036).
- Durante la actividad:

- Presentar las declaraciones del IVA trimestralmente (modelo 303) y un resumen anual (modelo 390). Además, declarar los ingresos a través del Impuesto de Sociedades (modelo 202).
- En el caso de finalizar la actividad:
 - Darse de baja presentando la declaración censal (modelo 036) en el plazo de un mes.

11.3.3. Normativa de prevención de riesgos

La normativa de seguridad e higiene de riesgos laborales viene dictada por la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de riesgos laborales. (BOE nº 97, 1997).

11.3.4. Normativa medioambiental

La normativa que regula el aspecto medioambiental de la empresa será la Ley 11/2003, de 8 abril de Prevención Ambiental de Castilla y León. (BOE nº 103, 2003)

11.3.5. Normativa sobre salud pública

En este caso la Ley 33/2011, de 4 de octubre, es la que regula este apartado. (BOE nº 240, 2011).

12. Organización y recursos humanos

El plan de recursos humanos tendrá como objetivo planificar el personal necesario y definir cada puesto de trabajo, analizando qué tipo de profesionales necesitaremos.

Para ello será necesario definir nuestro organigrama, detallando los niveles jerárquicos dentro de la organización, para después identificar y definir los puestos de trabajo, explicar la política de remuneraciones y, por último, el proceso de contratación que tendrá la empresa.

12.1. Organigrama

En este apartado presentaremos la organización que tendremos y el personal que necesitamos en nuestra empresa. Nuestro organigrama será funcional, existiendo una división por departamentos con un responsable al frente. Los empleados tendrán las funciones bien definidas. (Ilustración 22)

Al comienzo de nuestra actividad optaremos por contratar únicamente a dos empleados. Esta decisión se debe en primer lugar a la simplicidad de las tareas, ya que las funciones a realizar las puede realizar con facilidad una persona, y en segundo lugar a que, al ser una empresa de nueva creación, tenemos un gran desembolso inicial y una incertidumbre en la viabilidad en el futuro, por lo que consideramos que esta es la mejor opción.

Es importante destacar que, gracias a los conocimientos adquiridos en el Grado en Comercio, el promotor posee los conocimientos necesarios para realizar las funciones de gerencia y finanzas, permitiendo a la empresa un importante ahorro en costes de personal.

Ilustración 22 - Organigrama



Fuente: Elaboración propia

12.2. Descripción de los puestos de trabajo

Para un correcto funcionamiento de la organización será necesario que cada empleado conozca sus funciones perfectamente. Por ello, a continuación, mostraremos una descripción de cada uno de los puestos de trabajo con las funciones a realizar y los conocimientos necesarios para realizarlas.

Gerente

En este caso el propio promotor será el encargado de la gerencia de la empresa, teniendo la máxima responsabilidad de la misma. Será necesario que realice las siguientes funciones:

- Planificar, organizar y evaluar la actividad de la empresa
- Definir los objetivos a corto y largo plazo
- Comunicación con proveedores, acreedores y clientes
- Resolver cualquier tipo de problema surgido con los clientes
- Decidir los puestos de trabajo necesarios
- Supervisión, motivación y remuneración de los empleados
- Organizar los recursos de la organización
- Trámites burocráticos propios de la empresa

Para ello, tendrá que poseer altos conocimientos en Microsoft Office y contabilidad y finanzas, además de una gran capacidad de liderazgo y de gestión.

Responsable de marketing y recepción

Para este puesto es necesario una persona dinámica, con capacidad de trabajo en equipo, líder, que sea proactivo y creativo y con facultades interpersonales y de comunicación. Las funciones que tendrá que realizar en la empresa son las siguientes:

- Conocer las necesidades de nuestros clientes y como satisfacerlas
- Informar a los clientes de las características de nuestros servicios, precios, promociones y horarios
- Llevar a cabo campañas de publicidad para la captación de nuevos clientes
- Recibir cualquier sugerencia o queja de los clientes, así como comprobar su satisfacción con el servicio prestado
- Uso de las redes sociales para darnos a conocer

Será necesario que el empleado tenga altos conocimientos acerca de publicidad y marketing y sepa utilizar con soltura las redes sociales, pues estas serán su mayor herramienta de trabajo a la hora de comunicarse con los clientes.

Responsable de las salas y simuladores

El empleado responsable de las salas y simuladores de nuestro local deberá conocer perfectamente cómo se desarrolla la prestación del servicio. Para ello tendrá que poseer capacidad de trabajo en equipo, capacidad de improvisación, liderazgo, don de gentes, optimismo y facultades interpersonales y de comunicación. Entre sus funciones se encuentran las siguientes:

- Enseñar el funcionamiento de todos los aparatos de realidad virtual y simulación a los clientes
- Atender a los clientes en caso de ocurra cualquier incidencia
- Controlar el tiempo de cada una de las actividades
- Comprobar el correcto funcionamiento de todos los aparatos y simuladores
- Velar por la seguridad de los clientes
- Hacer cumplir el protocolo COVID-19, explicando a los clientes la necesidad de la distancia interpersonal y el uso de geles hidroalcohólico antes de comenzar la actividad

Tendrá que poseer, por tanto, titulación y experiencia como monitor de ocio y tiempo libre, con experiencia haciendo que todos los miembros de la actividad realizan las actividades

programadas, potenciando sus habilidades, fomentando la cooperación y el trabajo en equipo. Cabe destacar que contará con el apoyo del promotor de la empresa en caso de que fuera necesario.

Responsable de finanzas y contabilidad

El responsable de finanzas y contabilidad será el encargado de administrar los recursos financieros de la organización. Se encargará del flujo de dinero y los activos que entran y salen de la empresa. En este caso, el propio gerente será el encargado de este departamento, tendiendo que realizar las funciones que se presentan a continuación:

- Coordinar las tareas contables, financieras y administrativas
- Realizar una previsión adecuada de pagos y cobros
- Administrar informes financieros y la contabilidad de la empresa
- Lograr financiación con bancos, proveedores o clientes
- Coordinar la política de inversiones
- Realizar un control presupuestario, comprobando que no hay desviaciones importantes
- Gestión de impuestos, presentación de cuentas anuales o libros
- Control de compras y ventas
- Análisis de los resultados obtenidos

Para realizar todas estas funciones que el responsable tenga conocimientos acerca de contabilidad y finanzas, estar familiarizado con las leyes y normativas aplicables a su ámbito y tener experiencia en el uso de programas informáticos de contabilidad.

12.3. Política de remuneraciones

A la hora de asignar un salario a nuestros trabajadores será necesario, en primer lugar, conocer las bases de cotización de contingencias comunes. Estas bases serán las cantidades mínimas de dinero que cada empleado puede recibir en función de su categoría profesional, medido en 12 mensualidades, las cuales vemos en la Ilustración 23. (Seguridad Social, 2021)

Ilustración 23 - Bases de cotización de contingencias comunes

BASES DE COTIZACIÓN CONTINGENCIAS COMUNES			
Grupo de Cotización	Categorías Profesionales	Bases mínimas euros/mes	Bases máximas euros /mes
1	Ingenieros y Licenciados. Personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3.c) del Estatuto de los Trabajadores	1.466,40	4.070,10
2	Ingenieros Técnicos, Peritos y Ayudantes Titulados	1.215,90	4.070,10
3	Jefes Administrativos y de Taller	1.057,80	4.070,10
4	Ayudantes no Titulados	1.050,00	4.070,10
5	Oficiales Administrativos	1.050,00	4.070,10
6	Subalternos	1.050,00	4.070,10
7	Auxiliares Administrativos	1.050,00	4.070,10
		Bases mínimas euros/día	Bases máximas euros /día
8	Oficiales de primera y segunda	35,00	135,67
9	Oficiales de tercera y Especialistas	35,00	135,67
10	Peones	35,00	135,67
11	Trabajadores menores de dieciocho años, cualquiera que sea su categoría profesional	35,00	135,67

Fuente: Seguridad Social

Teniendo esto en cuenta, a continuación, mostraremos las remuneraciones que considera la empresa apropiadas para cada uno de los puestos de trabajo, resumido en la Tabla 8.

Gerente y responsable de finanzas y contabilidad

Estos dos puestos de trabajo serán cubiertos por el promotor, el cual, como contraprestación a la inversión inicial realizada para la puesta en marcha de la empresa y el pago periódico que tiene que hacer a proveedores, clientes y empleados, obtendrá para él los beneficios generados por la empresa y tendrá un sueldo de 1.500 € mensuales o 18.000 € anuales.

Responsable de marketing y recepción

El empleado encargado del marketing y la recepción tendrá un sueldo de 1.108,33 € mensuales (con pagas extras prorrateadas mensualmente) o 13.300 € anuales, lo que corresponde al Salario Mínimo Interprofesional. El contrato será indefinido a jornada completa. (BOE nº 31, 2020)

Responsable de las salas y simuladores

El responsable de la prestación del servicio en las salas y simuladores por su parte también percibirá el Salario Mínimo Interprofesional, por lo que le corresponde 1.108,33€ mensuales o 13.300 € anualmente. Su contrato será indefinido a jornada completa. (BOE nº 31, 2020)

Tabla 8 - Remuneración empleados

EMPLEADO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
Gerente y responsable de finanzas	1.500 €	18.000 €
Responsable de marketing y recepción	1.108,33 €	13.300 €
Responsable de salas y simuladores	1.108,33 €	13.300 €
TOTAL	3.716,66 €	44.600 €

Fuente: Elaboración propia

12.4. Contratación

A continuación, explicaremos el proceso de contratación que llevará a cabo la empresa para la contratación de nuevos empleados en la empresa:

- En primer lugar, el gerente hará una valoración de las necesidades de la empresa y, posteriormente, realizará un informe donde se reflejará el perfil de empleado que se buscará.
- A continuación, publicaremos un anuncio en diferentes webs de búsqueda de empleo (Job Today, InfoJobs e Indeed) donde expondremos las funciones que tendrán que realizar y las capacidades que deben tener los candidatos, así como el horario y el salario que percibirán.
- Cuando el plazo de envío de currículos por parte de los candidatos finalice se procederá a realizar una selección de los que más se adecuen a lo que estamos buscando.
- Posteriormente, el gerente realizará una entrevista a los seleccionados donde preguntará tanto cuestiones personales como profesionales, eligiendo al que considere ideal para el puesto a cubrir.
- Por último, se le comunicará al candidato elegido la decisión por nuestra parte de contratarle y se procederá a la firma del contrato. El empleado tendrá un periodo de prueba en el que tendrá que demostrar que es válido para el puesto.

13. Calendario de puesta en marcha

Con el objetivo de que este proyecto llegue a buen puerto es necesario que se cumpla cada uno de los pasos a seguir en los plazos previstos. Por ello, en la Tabla 9 exponemos

nuestro calendario de ejecución y puesta en marcha, donde mostraremos las 11 actividades a llevar a cabo y el tiempo que nos llevará realizar cada una de ellas.

Tabla 9 - Calendario de puesta en marcha

Acción \ Mes	Mes											
	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO
Análisis del mercado	■	■										
Estudio del proyecto	■	■										
Constitución de la empresa			■									
Tramitación financiera			■									
Alquiler del local				■								
Acondicionamiento y reforma				■	■							
Compra equipamiento					■							
Montaje						■	■					
Creación página web								■				
Acciones publicitarias								■				
Puesta en marcha									■	■	■	■

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, será necesario llevar a cabo un análisis del mercado y un estudio del proyecto para comprobar su viabilidad y su acogida entre el público objetivo. Como vemos en el calendario, está previsto comenzar estas actividades en el mes de septiembre y finalizar en octubre.

Una vez comprobada su viabilidad, procederemos a realizar los trámites correspondientes a la constitución de la empresa durante el mes de noviembre para, en ese mismo mes, realizar la tramitación financiera necesaria para la adquisición del inmovilizado y gestión de los primeros pagos.

Durante los meses de diciembre y enero llevaremos a cabo las gestiones relativas al alquiler del local y la reforma necesaria para su puesta a punto. Una vez finalizadas estas actividades, en febrero y marzo realizaremos el montaje de todas las máquinas y simuladores, así como la colocación de todos los muebles, equipos informáticos y material de oficina.

Para finalizar, en el mes de abril procederemos a la creación de nuestra página web y a llevar a cabo las acciones publicitarias para empezar a darnos a conocer entre la gente, con la finalidad de que la puesta en marcha de nuestra actividad sea un éxito. Esta será en mayo, aprovechando el inicio del buen tiempo y el verano y coincidiendo con la época de vacaciones entre la gente más joven.

14. Plan Económico-Financiero

Gracias al Plan Económico-Financiero podremos evaluar el potencial de nuestro proyecto, permitiendo conocer si la empresa crecerá con el paso de los años y se afianzará en el sector, así como analizar su viabilidad económica y financiera.

14.1. Plan de Inversiones

A la hora de calcular la inversión inicial que necesitará nuestra organización será necesario, en primer lugar, calcular los gastos iniciales que tendremos. En ellos incluiremos los gastos de constitución, gastos de primer establecimiento y los gastos corrientes a financiar al inicio, para los cuales tendremos en cuenta el pago de gastos de personal, suministros y alquileres de los tres primeros meses de actividad y, así, poseer un margen suficiente. Además, a esta cantidad total le sumaremos un 10% en concepto de gastos diversos que puedan surgir. (Anexo 6).

Una vez obtenidos los gastos iniciales realizaremos el cálculo de la inversión inicial. Para ello tendremos en cuenta el inmovilizado material, formado por las reformas llevadas a cabo en el local (instalaciones), el mobiliario y los equipos informáticos adquiridos; el inmovilizado inmaterial formado por las aplicaciones informáticas y todos los juegos digitales que necesitamos y el inmovilizado financiero correspondiente a la fianza del local. A esto habrá que sumarle el total circulante, formado por la tesorería inicial antes calculada, y obtendremos el activo total que necesitará nuestra organización. (Tabla 10)

Tabla 10 - Inversión inicial de la empresa

Concepto	Importe
Total Inmovilizado	36.868,63 €
Inmovilizado Material	31.822,72 €
Instalaciones	16.525 €
Mobiliario	1.972,84 €

Equipos informáticos	13.324,88 €
Inmovilizado Inmaterial	445,91 €
Aplicaciones Informáticas	445,91 €
Inmovilizado financiero	4.600 €
Fianza del local	4.600 €
Total Circulante	24.939,24 €
Tesorería inicial / Disponible	24.939,24 €
Total Activo	61.807,87 €

Fuente: Elaboración propia

En el Anexo 7 incluimos la Tabla de Amortizaciones, que muestra la cuota anual de amortización del inmovilizado material e inmaterial de nuestra empresa, además de los años que tardará en amortizarse.

14.2. Plan de Financiación

Como hemos visto anteriormente, la inversión necesaria para el inicio de nuestra actividad será de 61.807,87 €. Esta inversión será financiada con la aportación de capital realizada por el promotor (21.807,87 €) y con financiación ajena. (Tabla 11)

Tabla 11 - Plan de financiación

	Total	Porcentaje
Total financiación	61.807,87 €	100%
Aportación promotor	21.807,87 €	35,3%
Préstamo a largo plazo	20.000 €	32,35%
Póliza de crédito	20.000 €	32,35%

Fuente: Elaboración propia

La financiación ajena la vamos a realizar mediante un préstamo bancario con el Banco Santander. La cantidad total será de 20.000 €, con un tipo de interés fijo de 6,75%, una duración de 15 años, gastos de apertura de 450 € y pago de cuota mensual, sin carencia.

Además, recurriremos a una póliza de crédito por valor de 20.000 €, también con el Banco Santander, la cual tendrá un coste anual de 300 € y un interés del 4%, que recibiremos en el primer mes de constitución de la empresa.

14.2.1. Política de dividendos

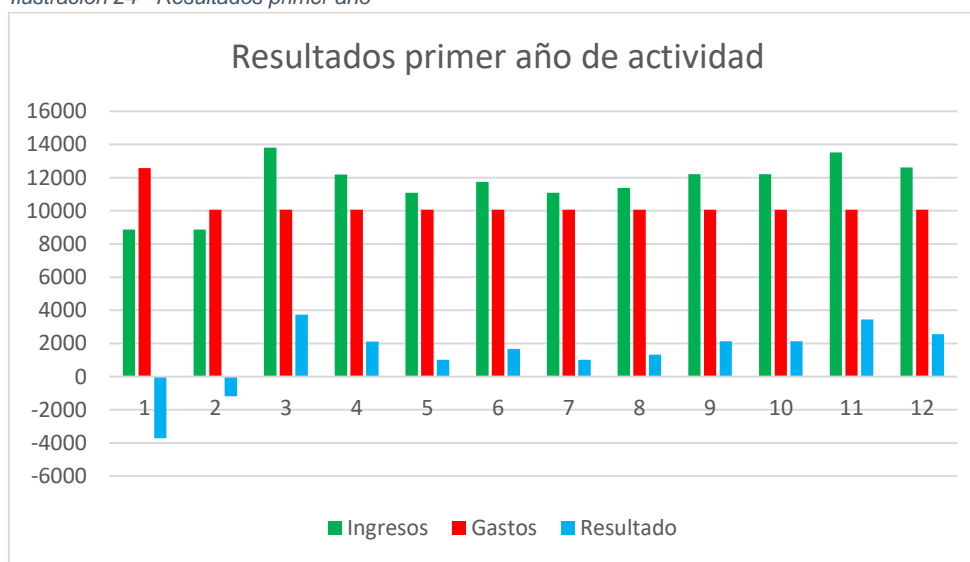
Dado que el Resultado Neto del primer año de actividad ya nos permite cubrir la Reserva Legal mínima establecida (10% del beneficio del ejercicio hasta que alcance, al menos, el 20% del capital social), la cantidad restante irá destinada íntegramente al pago de dividendos a los socios de la empresa.

14.3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional es de vital importancia para la creación de la empresa, pues nos permitirá conocer todos los ingresos y gastos de la organización con el fin de determinar el resultado económico y conocer así si hemos obtenido beneficios o pérdidas.

En la Ilustración 24 se muestran las pérdidas y ganancias que dan lugar al resultado previsional de la empresa generadas en el primer año de actividad.

Ilustración 24 - Resultados primer año

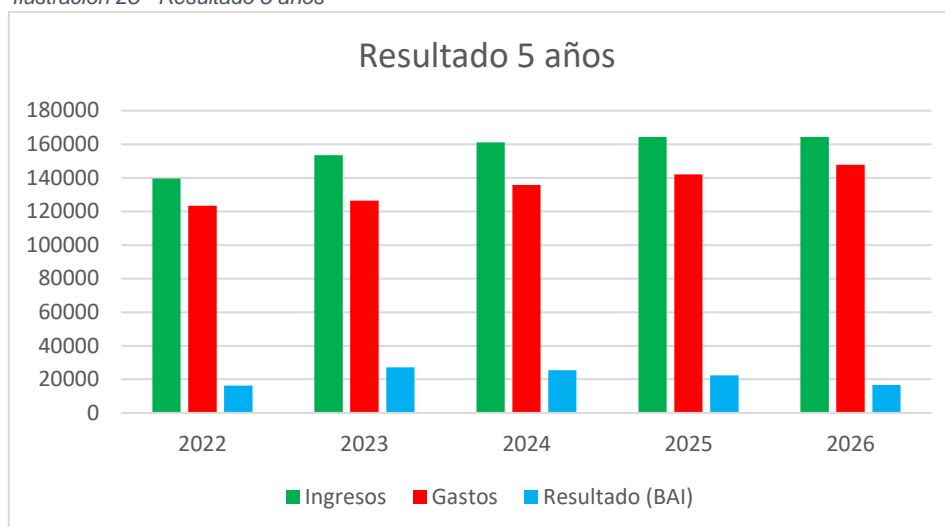


Fuente: Elaboración propia

Como se observa, en los dos primeros meses de actividad obtendremos un resultado negativo debido principalmente a los gastos adicionales que tenemos que afrontar el primer mes para la puesta a punto de nuestra actividad, así como la poca notoriedad que tendremos al tratarse de una empresa nueva y de un servicio nunca antes visto en nuestra ciudad. A partir del tercer mes comenzaremos a obtener un resultado positivo, coincidiendo con el aumento de clientes gracias a la época veraniega y al mayor conocimiento de nuestra organización por parte de la gente.

Además, para completar esta información, en la Ilustración 25 observamos el Resultado Previsional de los cinco primeros años de actividad.

Ilustración 25 - Resultado 5 años



Fuente: Elaboración propia

Podemos ver como los ingresos van aumentando cada año poco a poco gracias al aumento de nuestra notoriedad, mientras que los gastos crecen también a un ritmo parecido. Esta situación nos permitirá obtener un Resultado Neto cada año positivo, alcanzando su punto máximo en el año 2023.

En los Anexos 8 y 9 se muestran al detalle las Cuentas de Pérdidas y Ganancias expuestas anteriormente.

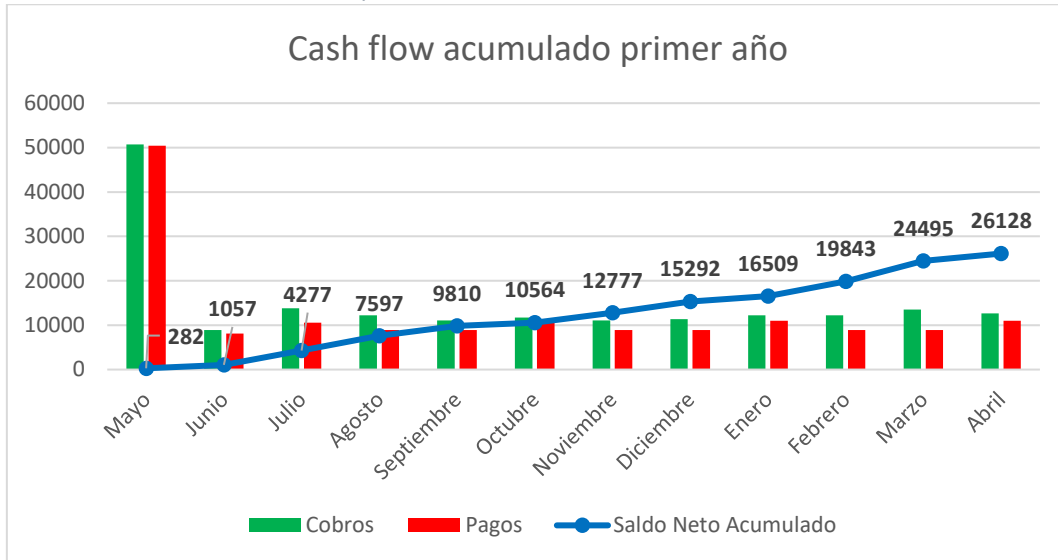
14.4. Previsión de tesorería

La previsión de tesorería será una herramienta fundamental para nosotros, pues nos permitirá obtener diversos fines como no quedarnos en números rojos, prever si podremos atender unos pagos y en qué momento o estimar cuándo se llevarán a cabo una serie de cobros. En definitiva, saber el dinero del que disponemos en nuestra caja.

Todo ello nos ayudará a tener una visión general de nuestras finanzas y saber si nuestra empresa tendrá continuidad a lo largo de los años.

A continuación, en la Ilustración 26, mostraremos la tesorería de los doce primeros meses de nuestra actividad, correspondientes al primer ejercicio.

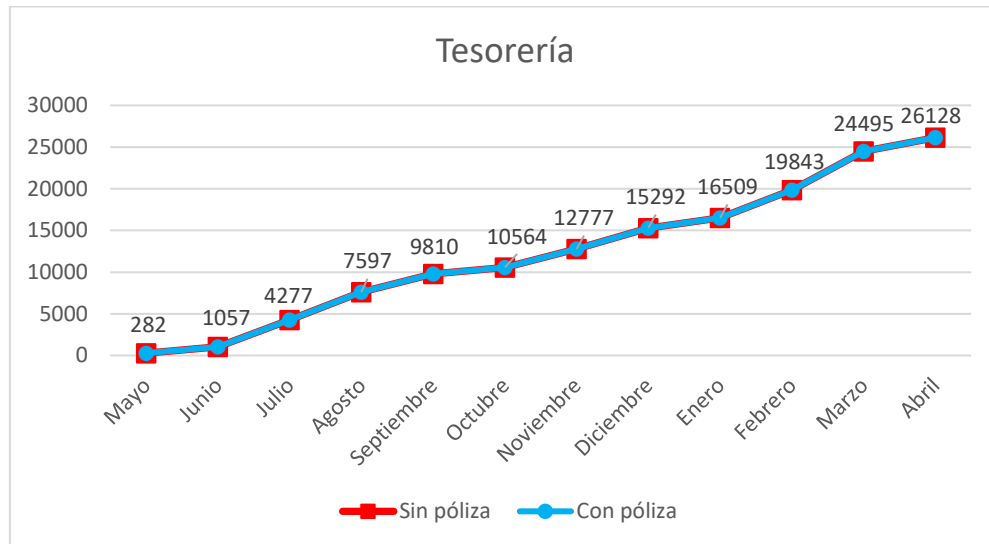
Ilustración 26 - Cash flow acumulado primer año



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar tenemos un saldo neto que va en aumento y, además, se mantiene positivo durante todo el primer ejercicio, lo que quiere decir que los cobros han sido mayores que los pagos en todos los meses iniciales de nuestra empresa. Gracias a esto podremos hacer frente sin problema alguno a cualquier deuda que podamos contraer.

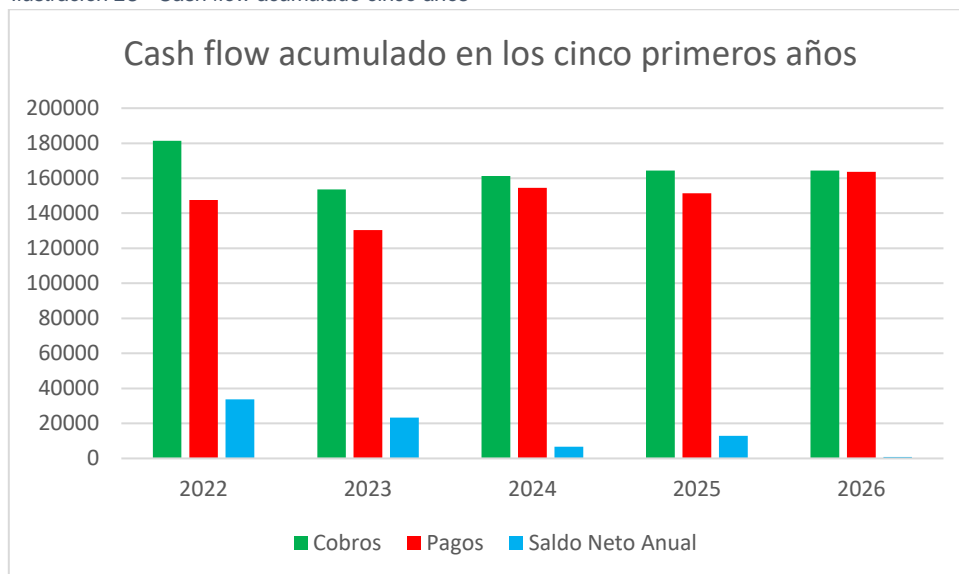
Ilustración 27 - Tesorería



Fuente: Elaboración propia

En la Ilustración 27 se detalla la tesorería prevista en el primer año tanto con póliza como sin ella. Podemos observar como durante todo este periodo no será necesaria ninguna póliza, ya que nuestra tesorería siempre se encuentra en positivo y va aumentando mes a mes.

Ilustración 28 - Cash flow acumulado cinco años



Fuente: Elaboración propia

Por último, en la Ilustración 28 donde se muestra la tesorería que tendremos en el primer lustro de actividad vemos como los cobros y los pagos del primer año son especialmente elevados debido a la inversión realizada como consecuencia de la puesta en marcha de la empresa. En los años posteriores, debido al aumento de algunos pagos operativos y las inversiones previstas en los años 2023, 2025 y 2026 para mejorar la calidad de nuestras instalaciones los pagos aumentan considerablemente, reduciendo así el Saldo Neto Anual.

La tesorería del primer año viene reflejada en el Anexo 10 y la correspondiente a los cinco primeros años se encuentra en el Anexo 11.

14.5. Balance previsional

El balance previsional nos ayudará a prever cuál será el patrimonio de la organización y como se estructurará, lo que nos permitirá saber si existe equilibrio entre los recursos y la utilización de los mismos.

Ilustración 29 - Balance previsional cinco años

BALANCES PREVISIONALES	2022	2023	2024	2025	2026
Activo no corriente	35.306	35.270	25.235	24.799	29.197
Activo corriente	26.128	40.184	52.241	53.273	46.952
Total activo	61.434	75.454	77.475	78.072	76.149
Patrimonio neto	38.064	53.361	55.959	57.230	55.944
Pasivo no corriente	19.202	18.348	17.435	16.458	15.413
Pasivo corriente	4.168	3.745	4.082	4.385	4.792
Total pasivo	23.370	22.093	21.516	20.843	20.205
Total PN y pasivo	61.434	75.454	77.475	78.072	76.149
Fondo de maniobra	21.960	36.439	48.159	48.889	42.160

Fuente: Elaboración propia

Vemos en la Ilustración 29 como con el paso de los años el total de activo va en aumento gracias principalmente al incremento del Disponible y vamos reduciendo las deudas con entidades de crédito, lo que nos permite tener un beneficio mayor.

Por otro lado, el aumento que se va produciendo año tras año de la cuantía total del patrimonio neto nos indica que cada vez utilizamos en mayor proporción los recursos propios por delante de los ajenos.

En el Anexo 12 encontramos detallado el balance previsional correspondiente al primer ejercicio y en el Anexo 13 el relativo a los cinco primeros años de actividad.

14.6. Análisis de ratios

Ratio de rentabilidad

En este ratio, el ROE (Return on Equity) hace referencia a la capacidad que tiene cada euro de capital invertido para proporcionar un rendimiento dentro de la organización, mientras que el ROA (Return on Assets) calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa, midiendo el beneficio que genera la inversión.

Tabla 12 - Ratio de rentabilidad

Rentabilidad	2022	2023	2024	2025	2026
Beneficio Neto vs. Ingresos	11,6%	17,7%	15,8%	13,6%	10,1%
R.O.A. – Return on Assets	29,1%	38,1%	34,8%	30,5%	23,7%
R.O.E. – Return on Equity	42,7%	51,0%	45,4%	39,0%	29,8%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 12 se muestra como los porcentajes obtenidos en ambos ratios son positivos durante los cinco primeros años de actividad, lo que indica que la empresa será viable desde el principio. Además, ambos porcentajes se van acercando con el paso de los años, lo

que nos dice que el total del activo se financiará con fondos propios, es decir, no existirá deuda en la empresa.

Ratio de solvencia

El ratio de solvencia mide la capacidad de una empresa para hacer frente a sus deudas y obligaciones de pago, independientemente de cuando tenga que afrontarlas. El valor ideal que supondría una situación de equilibrio para la organización es de 1,5.

Tabla 13 - Ratio de solvencia

Solvencia	2022	2023	2024	2025	2026
Capitalización	62,0%	70,7%	72,2%	73,3%	73,5%
Garantía	2,6	3,4	3,6	3,7	3,8
Consistencia	1,8	1,9	1,4	1,5	1,9

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 13 muestra como los resultados obtenidos sobrepasan este valor óptimo y ascienden ligeramente a lo largo de los años, lo que nos muestra que el capital de la empresa se volverá improductivo al ser excesivo. Esta situación de exceso deberá ser corregida con una disminución del activo de la organización.

Ratio de liquidez

El ratio de liquidez nos medirá si nuestra empresa es capaz de generar tesorería, es decir, si tenemos capacidad de convertir nuestros activos en liquidez a corto plazo.

Tabla 14 - Ratio de liquidez

Liquidez	2022	2023	2024	2025	2026
Liquidez	6,3	10,7	12,8	12,1	9,8
Tesorería	6,3	10,7	12,8	12,1	9,8
Disponibilidad	6,3	10,7	12,8	12,1	9,8

Fuente: Elaboración propia

Como vemos en la Tabla 14, superamos el valor óptimo fijado en 1 en cada uno de los cinco próximos años. Esto significará que tendremos capacidad para hacer frente al pago de las deudas que vencen a corto plazo.

A pesar de ello, el hecho de que sea superior a 1 nos indica que hay un exceso de recursos activos que no están siendo explotados, por lo que será necesario corregir esta situación en el futuro.

Fondo de maniobra

El fondo de maniobra son los recursos financieros a largo plazo que una empresa necesita para realizar su actividad en el corto plazo. Si es negativo, no podrá hacer frente a

sus deudas a corto plazo, por lo que la situación ideal es que estos valores sean positivos y vayan aumentando cada uno de los cinco primeros años de actividad.

Tabla 15 - Fondo de maniobra

Fondo de maniobra	2022	2023	2024	2025	2026
Importe	21.960	36.439	48.159	48.889	42.160
% variación anual		65,9%	32,2%	1,5%	-13,8%
% sobre activo	35,7%	48,3%	62,2%	62,6%	55,4%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 15 se muestra como se da esta situación idónea: el fondo de maniobra se incrementa a lo largo de los años, lo que nos va a permitir hacer frente al pago de nuestras deudas que vencen a corto plazo y también realizar inversiones, como se observa en el año 2026, donde está prevista la compra de nuevos equipos informáticos con el fin de mejorar nuestros servicios.

Ratio de endeudamiento

El ratio de endeudamiento indica la proporción de financiación ajena que posee la organización frente a su patrimonio. Los valores ideales para este ratio se encuentran entre 0,4 y 0,6.

Tabla 16 - Ratio de endeudamiento

Endeudamiento	2022	2023	2024	2025	2026
Endeudamiento	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4
% Gastos financieros	1,2%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%

Fuente: Elaboración propia

Podemos ver, en la Tabla 16, como el endeudamiento de nuestra empresa se encuentra entre los valores óptimos, reduciendo poco a poco nuestra dependencia de la financiación ajena. Esta situación nos permite mantener una proporción equilibrada y asegurar la capacidad de pago.

14.7. Análisis de viabilidad

Los datos analizados en el Plan Económico Financiero señalan un importante desembolso de capital en el inicio de nuestra actividad para poder hacer frente al alquiler del local, reforma, suministros, compra de mobiliario, equipos informáticos, elementos de simulación, etc. Esta cantidad estará formada por la aportación del socio en concepto de capital mínimo de la sociedad, un préstamo a devolver en 15 años con un interés del 6,75% y una póliza de crédito de 20.000 € con un coste anual de 300 € y un interés del 4%.

A pesar de este desembolso inicial, fijándonos en los datos recogidos en la cuenta de resultados previsual observamos como desde el primer año de actividad está planeado recuperar la inversión y obtener beneficios que irán creciendo en los próximos 5 años.

Las ventas irán creciendo anualmente a medida que la empresa adquiere notoriedad y la situación actual de pandemia cesa, permitiendo a la gente volver a disfrutar del ocio con total normalidad.

El análisis de los ratios confirman lo explicado anteriormente. La empresa aumentará su liquidez y disponibilidad en los próximos años, así como su fondo de maniobra y su solvencia. Además, disponemos de una situación de endeudamiento ideal en la que estamos optimizando bien los recursos propios.

En conclusión, podemos decir que Vallplay podrá convertirse en los próximos años en una empresa rentable, fuerte y asentada en el sector del ocio de la ciudad.

15. Plan de Contingencias

Como todas las empresas en el mundo podemos sufrir imprevistos que afecten a nuestra actividad, por lo que estableceremos un plan de contingencias para anticipar y actuar ante cualquier emergencia que pueda suceder.

En primer lugar, cabe destacar que disponemos de un seguro que cubrirá posibles pérdidas y daños del equipamiento del local en caso de incendios, inundaciones o apagones eléctricos, entre otros.

A continuación, vamos a enumerar las alternativas a cualquiera de los siguientes sucesos:

Captación de los clientes

Como se explica en el punto *8.3.4 Comunicación*, nuestra comunicación y captación la llevaremos a cabo mediante buzoneo, publicidad en redes sociales, acciones en el punto de venta y anuncios en páginas web. En el caso de que alguno de estos canales en el plazo de 12 meses no cumpla con las expectativas tendremos que prescindir de él y centrarnos en los demás o realizar las oportunas modificaciones para aumentar su cuota.

Mantenimiento de la web

Es uno de los problemas más importantes que pueden sucederle a nuestra empresa, pues toda la información relativa a las reservas como son los precios y los horarios disponibles se hacen desde nuestra página web.

En caso de posible caída del servidor, fallos de seguridad o cualquier otro error nos pondremos en contacto con el encargado de mantenimiento de la web, responsables de la realización de copias de seguridad, para que solucione el problema en el menor tiempo posible. Una vez resuelto el imprevisto, se nos comunicará su origen para intentar evitar que se repita en el futuro.

Prestación del servicio

Durante el transcurso de la experiencia los clientes pueden romper algún objeto de las salas y simuladores o sufrir algún tipo de daño.

Al comenzar el día y antes de cada juego se realizará una revisión para comprobar el buen funcionamiento de todos los objetos y elementos de simulación. En el supuesto de que alguno de ellos falle durante el servicio el responsable de salas y simuladores, será el encargado de sustituir la pieza u objeto afectado sin interrumpir el juego o, si fuera necesario, detener la experiencia e invitar a los jugadores a volver otro día de forma totalmente gratuita.

En el caso de que alguno de los jugadores sufra cualquier tipo de daño, en primer lugar, se le preguntará si puede y quiere continuar con la experiencia o si, por el contrario, desea abandonar el juego sin afectar a la partida de sus compañeros. Si se trata de una lesión de mayor gravedad se procederá a preguntar si es necesaria asistencia médica y, si así es, llamar de forma inmediata a los servicios de emergencias. De forma inmediata se intercambiarán los datos del seguro para cubrir cualquier daño personal ocasionado.

Pagos > cobros

En esta situación será necesario aumentar el importe generado de las ventas incrementando el precio de las entradas. Otra opción para solucionar este problema sería solicitar un préstamo de mayor cantidad o contratar una nueva póliza de crédito con la finalidad de hacer frente al pago de deudas los meses en los que nuestra tesorería se encuentre en negativo.

16. Conclusiones

El concepto de realidad virtual es relativamente nuevo, aunque es cierto que en los últimos años ha ido ganando protagonismo, especialmente entre el público más joven. Esto brinda la oportunidad a Vallplay de ser pionero en este modelo de entretenimiento en nuestra ciudad, haciendo que nuestro servicio sea percibido por los clientes como único.

Nuestras salas y simuladores estarán equipados con la última tecnología, permitiendo una sensación de auténtica realidad gracias a las gafas de realidad virtual, los cascos y los sensores con los que estarán equipados los usuarios. Además, nuestra localización en pleno centro de Valladolid nos permitirá poder llegar a un mayor público gracias a su fácil acceso y visibilidad.

Estas actividades y juegos están pensados para cualquier edad, pudiendo disfrutar de ellas de forma individual, en familia, con amigos o con compañeros del trabajo.

Dentro del sector del ocio encontramos gran competencia debido a la enorme cantidad de actividades que se pueden realizar por un precio muy similar al nuestro, como pueden ser las boleras, salas de cine, salas de escapismo o pistas de karts, aunque nuestro modelo de negocio permite diferenciarnos con claridad de todas ellas.

A pesar de que la situación actual de crisis provocada por la pandemia de COVID-19 ha sido un duro golpe para el sector del ocio se espera que, en el año 2022 (fecha prevista para la apertura de Vallplay), el escenario sea otro mucho más optimista gracias a la vacunación masiva que se está llevando a cabo y a la recuperación económica que se prevé.

Según los datos recogidos en el Plan Económico-Financiero, será necesaria una inversión inicial importante debido especialmente al alto precio de los simuladores y elementos tecnológicos de calidad necesarios, la cual será financiada con la aportación de capital realizada por el promotor y con financiación ajena.

A pesar de esta alta inversión, desde el primer año se observa que el modelo de negocio es rentable y que se consolidará con el paso de los años gracias al aumento de notoriedad y el fin de la pandemia, generando beneficios y convirtiéndose así en un referente en el mundo del ocio vallisoletano.

17. Fuentes de información

- Autónomos y emprendedores, S.L. (05 de febrero de 2019). *Sociedad Limitada de Nueva Empresa nació para quitar trabas*. Recuperado el 26 de enero de 2021, de <https://n9.cl/29p89>
- Axel Springer España, S.A. (01 de marzo de 2021). *¿Regresarán los locos años 20? Así será tu vida después de la pandemia en todos sus ámbitos, según los expertos*. Recuperado el 18 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/z0r6>
- Ayuntamiento de Valladolid. (07 de enero de 2020). *Cifras de población*. Recuperado el 30 de diciembre de 2020, de <https://n9.cl/o8ye>
- Ayuntamiento de Valladolid. (2020). *Ordenanzas fiscales 2020*. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/1punv>
- Banco Santander, S. (septiembre de 2020). *España: Política y economía*. Recuperado el 28 de diciembre de 2020, de <https://n9.cl/ijr1o>
- BOCYL nº 227. (24 de noviembre de 2010). *Decreto 49/2010, de 18 de noviembre, por el que se regula la organización y funcionamiento de los centros integrados de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León*. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/nzm1>
- BOE nº 103. (08 de abril de 2003). *Ley 11/2003, de 8 de abril, de Prevención Ambiental de Castilla y León*. Recuperado el 09 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/ppak5>
- BOE nº 166. (11 de julio de 2002). *Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico*. Recuperado el 09 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/3u5n2>
- BOE nº 240. (04 de octubre de 2011). *Ley 33/2011, de 4 de octubre, General de Salud Pública*. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de <https://n9.cl/eima9>
- BOE nº 269. (08 de Noviembre de 1995). *Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales*. Recuperado el 09 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/5rmib>
- BOE nº 294. (05 de diciembre de 2018). *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales*. Recuperado el 09 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/tlzm>
- BOE nº 31. (04 de febrero de 2020). *Real Decreto 231/2020, de 4 de febrero, por el que se fija el salario mínimo interprofesional para 2020*. Recuperado el 10 de febrero de 2021, de <https://n9.cl/pray>
- BOE nº 91. (13 de abril de 2018). *Real Decreto-ley 2/2018, de 13 de abril, por el que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril*. Recuperado el 09 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/n7b5j>
- BOE nº 97. (14 de abril de 1997). *Real Decreto 488/1997, de 14 de abril, sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas al trabajo con equipos que incluyen pantallas de visualización*. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/tg1cr>

- Christakis, N. (01 de marzo de 2021). *¿Regresarán los locos años 20? Así será tu vida después de la pandemia en todos sus ámbitos, según los expertos*. Recuperado el 18 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/z0r6>
- Economipedia, S.L. (07 de agosto de 2020). *Estrategia de diferenciación*. Recuperado el 23 de febrero de 2021, de <https://n9.cl/l4vw>
- Gábilos Software, S. (2020). *Formas jurídicas de empresas. Sociedad Limitada Laboral*. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/t65d5>
- Idealista, S.A.U. (enero de 2021). *Alquiler de viviendas y locales*. Recuperado el 11 de enero de 2021, de <https://n9.cl/ojm03t>
- Instasent Mobile Advertising, S.L. (27 de julio de 2019). *¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS DE MARKETING DE UNA EMPRESA?*. Recuperado el 22 de febrero de 2021, de <https://n9.cl/we5k6>
- Instituto Nacional de Estadística. (21 de octubre de 2020). *Indicadores sobre uso TIC en las empresas - Años 2019-2020*. Recuperado el 02 de enero de 2021, de <https://n9.cl/m23wm>
- Instituto Nacional de Estadística. (01 de enero de 2020). *Valladolid: Población por municipios y sexo*. Recuperado el 30 de diciembre de 2020, de <https://n9.cl/kyj6t>
- LicenciaAperturaActividad.info. (2020). *Cuánto cuesta reformar un local comercial*. Recuperado el 24 de octubre de 2020, de <https://n9.cl/i065a>
- Ministerio de Cultura y Deporte. (septiembre de 2019). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018-2019*. Recuperado el 17 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/738q>
- Ministerio de Hacienda. (octubre de 2020). *Informe de situación de la economía española*. Recuperado el 29 de diciembre de 2020, de <https://n9.cl/bk9zq>
- OCU Ediciones, S.A. (28 de julio de 2020). *Hábitos de los españoles tras la pandemia: menos ocio, menos gasto en vacaciones y menos inversiones*. Recuperado el 15 de marzo de 2021, de <https://n9.cl/7407s>
- Rodríguez, E. y Ballesteros, J.C. (2019). *JÓVENES, OCIO Y TIC. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías*. Recuperado el 17 de marzo de 2021, de [codajic.org: https://n9.cl/t7283](https://n9.cl/t7283)
- Seguridad Social. (2021). *Bases y tipos de cotización 2021*. Recuperado el 09 de febrero de 2021, de <https://n9.cl/qzbg>

18. Anexos

Anexo 1 – Escenario macroeconómico

Variación anual en %, salvo indicación en contrario				
	2019	2020	2021 Inercial	2021 Con Plan de Recuperación
Gasto en consumo final nacional privado (a)	0,9	-12,6	8,3	10,7
Gasto en consumo final de las AAPP	2,3	6,3	0,5	2,6
Formación bruta de capital fijo	2,7	-18,3	7,2	15,0
Bienes de equipo y activos cultivados	4,3	-21,2	8,7	20,7
Construcción	1,6	-21,8	8,5	15,8
Demanda Nacional (contribución al crecimiento del PIB)	1,4	-9,7	6,1	9,3
Exportación de bienes y servicios	2,3	-22,7	11,7	18,0
Importación de bienes y servicios	0,7	-20,0	8,6	17,1
Saldo exterior (contribución al crecimiento del PIB)	0,6	-1,5	1,1	0,5
PIB real	2,0	-11,2	7,2	9,8
Deflactor del PIB	1,4	0,0	0,9	0,9
Deflactor del consumo privado	1,0	0,0	0,9	0,9
Empleo total (b)	2,3	-8,4	5,6	7,2
Tasa de paro (% población activa)	14,1	17,1	16,9	16,3
Cap(+)/Nec.(-) financiación frente al Resto del Mundo (% PIB)	2,5	1,4	2,2	1,1
(a) Hogares e ISFLSH.				
(b) Empleo equivalente a tiempo completo.				
Fuentes: INE y Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital				

Anexo 2 – Precios de la competencia a nivel nacional

Sala de realidad virtual

EMPRESA	LOCALIDAD	PRECIO/PERSONA	PÁGINA WEB
INMERSIA	Vigo	18€	www.inmersia.es
VIRTUALBILBAO	Bilbao	15€	www.virtualbilbao.com
VIRTUALXPERIENCE	Almería	14€	www.virtualexperience.es
VR AIRSOFT	Leganés, Madrid	15€	www.vrairsoft.es
OASIS VR EXPERIENCE	San Sebastián de los Reyes, Madrid	35€	www.oasisvrexperience.es
VIRTUAL RECALL	Arganda del Rey, Madrid Guipúzcoa Barcelona Ibiza	20€	www.virtualrecall.es
RED HELMET VR	Madrid Barcelona	20€	www.redhelmetvr.com
eSPORTS CENTER	Barcelona	25€	www.esportscenter.es

Simulador Fórmula 1

EMPRESA	LOCALIDAD	PRECIO/PERSONA	PÁGINA WEB
IMMERSIA	Vigo	18€	www.inmersia.es
VIRTUAL RECALL	Arganda del Rey, Madrid Guipúzcoa Barcelona Ibiza	10€	www.virtualrecall.es
eSPORTS CENTER	Barcelona	15€	www.esportscenter.es
MEGA GAME	Cornellá de Llobregat, Barcelona	18,50€	www.megagamecornella.com

Simulador montaña rusa

EMPRESA	LOCALIDAD	PRECIO/PERSONA	PÁGINA WEB
IMMERSIA	Vigo	2,50€	www.inmersia.es
ONLY VR STORE	Valdemoro, Madrid	5,80€	www.njoyexperiences.com

Simulador de vuelo

EMPRESA	LOCALIDAD	PRECIO/PERSONA	PÁGINA WEB
MEGA GAME	Cornellá de Llobregat, Barcelona	15€	www.megagamecornella.com
SALTING GIRONA	Girona	15€	www.saltinggirona.com

Anexo 3 – Previsión de ventas del primer año

	PRECIO	MAYO			JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE		
		11	9	TOTAL	13	8	TOTAL	13	10	TOTAL	13	8	TOTAL	13	8	TOTAL	11	10	TOTAL
		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D	
Sala "Batalla por equipos"	12,00 €	77	126	2.436 €	91	112	2.436 €	129	187	3.788 €	129	150	3.340 €	117	136	3.036 €	99	170	3.228 €
Sala "Invasión Zombie"	12,00 €	77	126	2.436 €	91	112	2.436 €	129	187	3.788 €	129	150	3.340 €	117	136	3.036 €	99	170	3.228 €
Simulador F1	10,00 €	66	108	1.740 €	78	96	1.740 €	114	154	2.684 €	114	123	2.376 €	104	112	2.160 €	88	140	2.280 €
Simulador vuelo	10,00 €	33	54	870 €	39	48	870 €	57	77	1.342 €	57	62	1.188 €	52	56	1.080 €	44	70	1.140 €
Viaje por el mundo	3,00 €	66	108	522 €	78	96	522 €	129	176	914 €	129	141	809 €	117	128	735 €	99	160	777 €
Simulador montaña rusa	3,00 €	110	180	870 €	130	160	870 €	186	242	1.284 €	186	194	1.139 €	169	176	1.035 €	143	220	1.089 €
TOTAL		8.874 €			8.874 €			13.801 €			12.190 €			11.082 €			11.742 €		

NOVIEMBRE			DICIEMBRE			ENERO			FEBRERO			MARZO			ABRIL			TOTAL AÑO	
13	8	TOTAL	13	7	TOTAL	12	8	TOTAL	12	8	TOTAL	15	8	TOTAL	9	10	TOTAL	INGRESOS	CLIENTES
M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D		M-J-V	S-D			
117	136	3.036 €	129	131	3.115 €	108	152	3.120 €	108	152	3.120 €	135	152	3.444 €	81	190	3.252 €	37.351 €	3.113
117	136	3.036 €	129	131	3.115 €	108	152	3.120 €	108	152	3.120 €	135	152	3.444 €	81	190	3.252 €	37.351 €	3.113
104	112	2.160 €	114	108	2.222 €	108	128	2.360 €	108	128	2.360 €	135	128	2.630 €	81	160	2.410 €	27.122 €	2.712
52	56	1.080 €	57	54	1.111 €	48	64	1.120 €	48	64	1.120 €	60	64	1.240 €	36	80	1.160 €	13.321 €	1.332
117	128	735 €	129	123	756 €	144	200	1.032 €	144	200	1.032 €	180	200	1.140 €	108	250	1.074 €	10.047 €	3.349
169	176	1.035 €	186	169	1.066 €	228	256	1.452 €	228	256	1.452 €	285	256	1.623 €	171	320	1.473 €	14.387 €	4.796
11.082 €		11.385 €			12.204 €			12.204 €			13.521 €			12.621 €			139.580 €	18.415	

Anexo 4 – Presupuesto detallado de la reforma

- **Acabados (suelo, paredes y baños):**
 - Solado mediante baldosa de gres de 25 x 25 cm, recibido con mortero de cemento incluido rodapié:
 - Total superficie a ejecutar = 220 m²
 - Precio solado = 20 €/m²
 - Total: 220 m² x 20 €/m² = 4.400 €
 - Pintura paredes temple liso:
 - Total superficie a ejecutar = 200m²
 - Precio pintura temple liso = 2 €/m²
 - Total: 200 m² x 2 €/m² = 400 €
 - Alicatado de baños:
 - Total superficie a alicatar = 30 m²
 - Precio alicatado = 45 €/m²
 - Total: 30 m² x 45 €/m² = 1.350 €

Así el precio de los acabados y pintura y el alicatado de los baños de nuestro local será de 6.150 euros.

- **Carpintería**
 - Carpintería de madera, puerta de paso ciega lisa:
 - Unidades: 5 unidades
 - Precio: 200 €/u
 - Total: 5 u x 200 €/u = 1.000 €
 - Carpintería de aluminio anodizado en color para ventanas:
 - Total superficie a ejecutar = 10 m²
 - Precio carpintería aluminio = 120 €/m²
 - Total: 10 m² x 120 €/m² = 1.200 €
 - Carpintería de aluminio anodizado en color para puerta de entrada:
 - Unidades: 1 unidades
 - Precio: 350 €/u
 - Total: 1 u x 350 €/u = 350 €
 - Doble acristalamiento para puertas y ventanas de fachada:
 - Total superficie a acristalar = 10 m²
 - Precio acristalamiento = 50 €/m²
 - Total: 10 m² x 50 €/m² = 500 €

Así el precio de la partida de carpintería de nuestro local será de 3.050 euros

- **Instalación eléctrica y telecomunicaciones**

- La instalación eléctrica consta de cuadro general con 5 líneas (luz, enchufes, cámaras, auxiliar 1, auxiliar 2) con sus correspondientes protecciones
- Los puntos de luz en cada una de las estancias serán de downlight, mecanismos de interruptores y enchufes de gama media. Incluidas tomas de teléfono y televisión en cada una de las estancias.

El precio de la partida de la instalación de electricidad y telecomunicaciones de nuestro local será de 3.100 euros.

- **Instalaciones de ventilación y climatización**

- Instalación de ventilación, conductos de aluminio, rejillas, extractor de aire.
 - Total metros de conductos = 20 m
 - Precio acristalamiento = 10 €/m
 - Total: $20 \text{ m}^2 \times 10 \text{ €/m}^2 = 200 \text{ €}$
 - Número de difusores = 5 m
 - Precio difusor = 20 €/m
 - Total: $5 \text{ u} \times 20 \text{ €/u} = 100 \text{ €}$
 - Precio extractor = 325 €
- Instalación de climatizan consistente en consolas de techo.
 - Nº consolas de techo = 2 m
 - Precio consola techo = 1.200 €
 - Total: $2 \text{ m}^2 \times 1.200 \text{ €/m}^2 = 2.400 \text{ €}$

Así el precio de la partida de la instalación de ventilación y climatización de nuestro local es de 3.025 euros.

- **Instalación de fontanería y saneamiento**

- Instalación de fontanería y saneamiento para dos aseos consistentes en uno inodoro y un lavabo en cada uno de ellos:
 - Instalación para agua fría y caliente y saneamiento = 350 €
 - Precio de sanitarios, lavabos e inodoros = 500 €
 - Calentador eléctrico de agua = 350 €

Por lo tanto, el precio de la partida de la instalación de fontanería y saneamiento es de 1.200 euros.

Anexo 5 – Cuadro resumen de la forma jurídica escogida

Forma jurídica	Sociedad Limitada Nueva Empresa
Definición	Empresa de nueva creación. Es una especialidad de la Sociedad Limitada existente.
Legislación	Ley 7/2003, de 1 de abril, de la Sociedad Limitada De Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
Capital Social mínimo	3.012€. Máximo 120.202€
Número de socios	Mínimo uno. En el momento de constitución el máximo será cinco.
Personalidad	Jurídica
Responsabilidad	Limitada al capital aportado
Denominación Social	Estará formada por los apellidos y el nombre de uno de los socios fundadores seguidos de un código alfanumérico de manera única e inequívoca. Figurará necesariamente la indicación "Sociedad Limitada Nueva Empresa" o su abreviatura "SLNE".
Constitución	Escritura Pública que podrá realizarse a través de técnicas telemáticas.
Registro Mercantil	Inscripción obligatoria. Si la remisión de la copia autorizada de la Escritura de Constitución de la sociedad es telemática, sólo podrá realizarse por el notario.
Régimen Fiscal	Impuesto de sociedades
Órganos de Administración	Órgano unipersonal o pluripersonal formado por socios

Anexo 6 – Previsión tesorería inicial

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Honorarios de notarios	300,00 €
Gastos de registro	100,00 €
Gastos de gestoría	150,00 €
Certificación negativa del nombre	13,52 €
Total	563,52 €
GASTOS DE PRIMER ESTABLECIMIENTO	
Gastos en publicidad	1.200,00 €
Formación del personal	150,00 €
Otros gastos establecimiento	2.387,60 €
Total	3.737,60 €
GASTOS CORRIENTES A FINANCIAR AL INICIO	
Gastos de personal pagados	11.149,98 €
Suministros pagados	320,94 €
Alquileres	6.900 €
Total	18.370,92 €
Total gastos pagados	22.672,04 €
Total + % en concepto de gastos diversos	24.939,24 €

Anexo 7 – Tabla de amortización

Concepto	Valor inicial	% amortización	Cuota año
Inmovilizado Material	31.822,72 €		6.300,64 €
Instalaciones	16.525,00 €	12%	1.983,00 €
Mobiliario	1.972,84 €	50%	986,42 €
Equipos informáticos	13.324,88 €	25%	3.331,22 €
Inmovilizado Inmaterial	445,91 €		222,96 €
Aplicaciones Informáticas	445,91 €	50%	222,96 €
Total Anual	32.268,63 €		6.523,60 €

Anexo 8 – Cuenta de Pérdidas y Ganancias del primer año

INGRESOS	Total	%	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Venta neta total	139.580	100,0%	8.874	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621
Venta bruta	139.580	100%	8.874	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621
Menos venta	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros ingresos	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos netos total	139.580		8.874	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621
GASTOS	Total	%	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Consumo	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
iniciales	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
compras	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
finales	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coste de las ventas	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
variables	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
fijos	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Personal	57.970	41,5%	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831	4.831
comisiones	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
salarios previos	0	0%	0											

producción/servicio	17.285	12%	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
marketing/ventas	17.285	12%	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
administración/DG	23.400	17%	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950	1.950
Marketing y ventas	7.749	5,6%	2.021	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521
Publicidad y pr.	6.549	5%	821	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521
Otros market.	1.200	1%	1.200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos ventas variables	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Generales y adm	49.278	35,3%	4.761	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047	4.047
Gastos I+D	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arrendamientos	27.600	20%	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300
Conservación	3.000	2%	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
S. Profesionales	2.520	2%	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210
Tributos	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguros	9.360	7%	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780
Otros servicios	3.714	3%	964	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Suministros	1.284	1%	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
Viajes, dietas...	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material Oficina	1.800	1%	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Transportes	0	0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Excepcionales	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Insolvencias	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Total gastos	114.996	82,4%	11.613	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399	9.399
E.B.I.T.D.A.	24.584	17,6%	-2.739	-525	4.402	2.791	1.683	2.343	1.683	1.986	2.805	2.805	4.122	3.222
Amortizaciones	6.702	4,8%	559	559	559	559	559	559	559	559	559	559	559	559
Res. Explotación	17.881	12,8%	-3.297	-1.083	3.844	2.233	1.125	1.785	1.125	1.428	2.247	2.247	3.564	2.664
FINANCIEROS	Total	%	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Ingresos	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos	1.626	1,2%	410	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Intereses	1.326		110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Otros gastos financ.	300		300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESULTADO	Total	%	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Enero	Febrero	Marzo	Abril
antes de impuestos	16.256	11,6%	-3.708	-1.194	3.733	2.122	1.014	1.674	1.014	1.317	2.136	2.136	3.453	2.553
Impuestos	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESULTADO NETO	16.256	11,6%	-3.708	-1.194	3.733	2.122	1.014	1.674	1.014	1.317	2.136	2.136	3.453	2.553

Anexo 9 – Cuenta de Pérdidas y Ganancias 5 años

INGRESOS	2022	2023	2024	2025	2026
Venta neta total	139.580	153.538	161.215	164.439	164.439
Venta bruta anual	139.580	153.538	161.215	164.439	164.439
menos venta	0	0	0	0	0
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Ingresos netos total	139.580	153.538	161.215	164.439	164.439
GASTOS	2022	2023	2024	2025	2026
Consumo	0	0	0	0	0
Coste de las ventas	0	0	0	0	0
Personal	57.970	57.970	63.767	63.767	66.955
comisiones	0	0	0	0	0
salarios previos	0	0	0	0	0
producción/servicio	17.285	17.285	19.013	19.013	19.964
marketing/ventas	17.285	17.285	19.013	19.013	19.964
administración/DG	23.400	23.400	25.740	25.740	27.027
Marketing y ventas	7.749	6.876	7.220	7.942	8.737
Publicidad y pr.	6.549	6.876	7.220	7.942	8.737
Otros market.	1.200	0	0	0	0
Gastos ventas	0	0	0	0	0
variables	0	0	0	0	0
Generales y adm	49.278	49.896	53.256	56.513	60.079
Gastos I+D	0	0	0	0	0
Arrendamientos	27.600	27.600	28.980	28.980	28.980
Conservación	3.000	3.600	4.320	5.400	6.750
S. Profesionales	2.520	2.772	3.049	3.507	4.033
Tributos	0	0	0	0	0
Seguros	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360
Otros servicios	3.714	3.300	3.630	4.175	4.801
Suministros	1.284	1.284	1.541	2.003	2.603
Viajes, dietas...	0	0	0	0	0
Material Oficina	1.800	1.980	2.376	3.089	3.552
Transportes	0	0	0	0	0

Excepcionales	0	0	0	0	0
Insolvencias	0	0	0	0	0
Total gastos	114.996	114.742	124.243	128.221	135.770
E.B.I.T.D.A.	24.584	38.796	36.972	36.218	28.669
amortizaciones	6.702	10.036	10.036	12.436	10.602
RESULTADO Explotación	17.881	28.761	26.937	23.782	18.067
Resultado FINANCIERO	2022	2023	2024	2025	2026
ingresos financieros	0	0	0	0	0
gastos financieros	1.626	1.570	1.511	1.447	1.379
Intereses	1.326	1.270	1.211	1.147	1.079
Otros gastos financ.	300	300	300	300	300
RESULTADO del EJERCICIO	2022	2023	2024	2025	2026
Resultado antes de impuestos	16.256	27.191	25.426	22.335	16.688
impuestos	0	0	0	0	0
RESULTADO NETO	16.256	27.191	25.426	22.335	16.688

Anexo 10 – Tesorería primer año

TESORERÍA previsional	Total	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Saldo acumulado al inicio del mes			282	1.057	4.277	7.597	9.810	10.564	12.777	15.292	16.509	19.843	24.495
Cobros por ventas													
Ventas - gestión cobro	139.580	8.874	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621
Ventas - descuento efectos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
% impagados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
% cobro impagados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total cobros netos por ventas	139.580	8.874	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621
Otros ingresos													
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Socios	21.808	21.808	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstamos	20.000	20.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvenciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
I.V.A. y otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total otros ingresos	41.808	41.808	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL COBROS	181.388	50.682	8.874	13.801	12.190	11.082	11.742	11.082	11.385	12.204	12.204	13.521	12.621
Pagos operativos													
Salarios e incentivos	36.120	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010	3.010

Comisiones	en el MES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras	60 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos prod/servicio	30 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Variables prod/servicio	30 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Publicidad y promoción	60 días	5.508	0	821	521	521	521	521	521	521	521	521	521	521
Otros marketing	60 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de Ventas	60 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Variables de Ventas	30 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos I+D	en el MES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arrendamientos	en el MES	27.600	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300
Conservación	en el MES	3.000	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	0
S. Profesionales	30 días	2.310	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	0
Tributos	30 días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguros	en el MES	9.360	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780	780
Otros servicios	60 días	2.500	0	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	0
Suministros	en el MES	1.284	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	107
Viajes, dietas...	en el MES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material Oficina	30 días	1.650	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	0
Transportes	en el MES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liq. costes salariales	MENSUAL	12.263	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115	1.115

Gastos excepcionales (extraordinarios)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pagos anteriores proveedores		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total pagos operativos		101.594	6.447	7.922	8.992	8.692	8.692	8.692	8.692	8.692	8.692	8.692	8.692	8.692
Otros pagos														
Amortización préstamos (principal)		798	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	240
Gastos financieros e intereses		1.626	410	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	90
Leasings (pal.)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compra activos sin financiación		39.174	39.174	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos establecimiento		2.388	2.388	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidación I.V.A.	TRIMESTRAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Retenciones salariales	TRIMESTRAL	7.766	0	0	1.412	0	0	2.118	0	0	2.118	0	0	2.118
Impuesto sociedades		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dividendos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
total otros pagos		51.752	42.039	177	1.589	177	177	2.295	177	177	2.295	177	177	2.295
Pagos anteriores (preparación)		1.914	1.914											
TOTAL PAGOS		155.260	50.400	8.099	10.582	8.869	8.869	10.988	8.869	8.869	10.988	8.869	8.869	10.988
Saldo neto mensual		282	775	3.219	3.321	2.213	754	2.213	2.516	1.216	3.335	4.652	1.633	
Saldo acumulado a final de mes		282	1.057	4.277	7.597	9.810	10.564	12.777	15.292	16.509	19.843	24.495	26.128	

Anexo 11 – Tesorería de los cinco primeros años

CASH FLOW previsual	2022	2023	2024	2025	2026
Saldo acumulado al inicio	0	26.128	40.184	52.241	53.273
Cobros por ventas					
Ventas - gestión cobro	139.580	153.538	161.215	164.439	164.439
Ventas - descuento efectos	0	0	0	0	0
Impagados	0	0	0	0	0
Cobro impagados	0	0	0	0	0
Total cobros netos por ventas	139.580	153.538	161.215	164.439	164.439
Otros ingresos					
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Socios	21.808	0	0	0	0
Préstamos	20.000	0	0	0	0
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
Subvenciones	0	0	0	0	0
I.V.A. y otros	0	0	0	0	0
Total otros ingresos	41.808	0	0	0	0
Total cobros	181.388	153.538	161.215	164.939	164.439
Pagos operativos					
Salarios e incentivos	36.120	37.501	41.251	41.251	43.314
Comisiones	0	0	0	0	0
Compras	0	0	0	0	0
Gastos prod/servicio	0	0	0	0	0
Variables prod/servicio	0	0	0	0	0
Publicidad y promoción	5.508	6.824	7.166	7.827	8.610
Otros marketing	0	0	0	0	0
Gastos de Ventas	0	0	0	0	0
Variables de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos I+D	0	0	0	0	0
Arrendamientos	27.600	27.600	28.980	28.980	28.980
Conservación	3.000	3.600	4.320	5.400	6.750
S. Profesionales	2.310	2.751	3.026	3.468	3.989
Tributos	0	0	0	0	0
Seguros	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360

Otros servicios	2.500	3.250	3.575	4.084	4.696
Suministros	1.284	1.284	1.541	2.003	2.603
Viajes, dietas...	0	0	0	0	0
Material Oficina	1.650	1.965	2.343	3.029	3.514
Transportes	0	0	0	0	0
Liq. costes salariales	12.263	11.814	12.742	12.839	13.427
Gastos extraordinarios	0	0	0	0	0
Pagos anteriores	0				
Total pagos operativos	101.594	105.949	114.303	118.242	125.244
Otros pagos					
Amortización préstamos	798	854	913	977	1.045
Gastos financieros	1.626	1.570	1.511	1.447	1.379
Leasings (pal.)	0	0	0	0	0
Compra activos	39.174	10.446	0	12.000	15.000
Gastos establecimiento	2.388				
Liquidación I.V.A.	0	0	0	0	0
Retenciones salariales	7.766	8.770	9.603	9.676	10.120
Impuesto sociedades	0	0	0	0	0
Dividendos	0	11.893	22.828	21.064	17.973
Otros pagos	0				
Total otros pagos	51.752	33.533	34.855	45.164	45.517
Pagos anteriores (preparación)	1.914				
Total Pagos	155.260	139.482	149.158	163.406	170.761
Saldo neto ejercicio	26.128	14.056	12.057	1.033	-6.321
Saldo acumulado al final	26.128	40.184	52.241	53.273	46.952

Anexo 12 – Balance previsional primer año

ACTIVO												
NO CORRIENTE	41.449	40.891	40.332	39.774	39.215	38.657	38.098	37.540	36.981	36.423	35.864	35.306
Inmoviliz. INTANGIBLE	2.787	2.739	2.692	2.645	2.598	2.551	2.503	2.456	2.409	2.362	2.314	2.267
Inmovilizado MATERIAL	36.363	35.851	35.340	34.829	34.317	33.806	33.295	32.784	32.272	31.761	31.250	30.738
Inversiones FINANCIERAS	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300
CORRIENTE	282	1.057	4.277	7.597	9.810	10.564	12.777	15.292	16.509	19.843	24.495	26.128
EXISTENCIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
REALIZABLE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DISPONIBLE	282	1.057	4.277	7.597	9.810	10.564	12.777	15.292	16.509	19.843	24.495	26.128
TOTAL ACTIVO	41.731	41.948	44.609	47.371	49.025	49.221	50.875	52.832	53.490	56.266	60.359	61.434
Pat. NETO y PASIVO												
PATRIMONIO NETO	18.100	16.907	20.640	22.763	23.777	25.452	26.466	27.784	29.920	32.057	35.510	38.064
FONDOS PROPIOS	18.100	16.907	20.640	22.763	23.777	25.452	26.466	27.784	29.920	32.057	35.510	38.064
SUBVENCIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PASIVO	23.631	25.041	23.969	24.608	25.248	23.769	24.409	25.048	23.570	24.209	24.849	23.370
NO CORRIENTE	19.933	19.867	19.800	19.734	19.667	19.601	19.534	19.468	19.401	19.335	19.268	19.202
DEUDAS a largo plazo	19.933	19.867	19.800	19.734	19.667	19.601	19.534	19.468	19.401	19.335	19.268	19.202
CORRIENTE	3.698	5.174	4.168	4.874	5.580	4.168	4.874	5.580	4.168	4.874	5.580	4.168
PROVISIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DEUDAS a corto plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PROVEEDORES	1.877	2.647	2.347	2.347	2.347	2.347	2.347	2.347	2.347	2.347	2.347	2.347
OTRAS CUENTAS PAGAR	1.821	2.527	1.821	2.527	3.233	1.821	2.527	3.233	1.821	2.527	3.233	1.821
PERIODIFICACIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL P. N. y PASIVO	41.731	41.948	44.609	47.371	49.025	49.221	50.875	52.832	53.490	56.266	60.359	61.434
FONDO de MANIOBRA	-3.415	-4.117	109	2.723	4.230	6.396	7.902	9.712	12.340	14.969	18.914	21.960

Anexo 13 – Balance previsional cinco años

BALANCES	2022	2023	2024	2025	2026
ACTIVO	ACTIVO				
NO CORRIENTE	35.306	35.270	25.235	24.799	29.197
Inmovilizado INTANGIBLE	2.267	1.700	1.134	567	0
Inmovilizado MATERIAL	30.738	31.270	21.801	21.932	26.897
Inversiones FINANCIERAS	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300
CORRIENTE	26.128	40.184	52.241	53.273	46.952
EXISTENCIAS	0	0	0	0	0
REALIZABLE	0	0	0	0	0
DISPONIBLE	26.128	40.184	52.241	53.273	46.952
TOTAL ACTIVO	61.434	75.454	77.475	78.072	76.149
Patrimonio NETO Y PASIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO				
PATRIMONIO NETO	38.064	53.361	55.959	57.230	55.944
FONDOS PROPIOS	38.064	53.361	55.959	57.230	55.944
Capital	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808
Reservas	0	4.362	8.723	13.085	17.446
Resultados	16.256	27.191	25.428	22.337	16.690
Otros fondos propios	0	0	0	0	0
SUBVENCIONES	0	0	0	0	0
PASIVO	23.370	22.093	21.516	20.843	20.205
NO CORRIENTE	19.202	18.348	17.435	16.458	15.413
Préstamos largo plazo	19.202	18.348	17.435	16.458	15.413
Otras deudas a largo	0	0	0	0	0
CORRIENTE	4.168	3.745	4.082	4.385	4.792
PROVISIONES	0	0	0	0	0
DEUDAS a corto plazo	0	0	0	0	0
PROVEEDORES	2.347	2.040	2.205	2.508	2.822
OTRAS CUENTAS PAGAR	1.821	1.706	1.876	1.876	1.970
TOTAL P. N. y PASIVO	61.434	75.454	77.475	78.072	76.149
FONDO DE MANIOBRA	21.960	36.439	48.159	48.889	42.160