

Índice

Índice	- 1 -
ABSTRACT	- 8 -
RESUMEN.....	- 8 -
1- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	- 9 -
1.1- INTRODUCCIÓN	- 9 -
1.2- EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD.	- 9 -
1.3- PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES.....	- 10 -
1.4-VALORACIÓN DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y DÉBILES	- 12 -
2-PLAN DE MARKETING.....	- 13 -
2.1- DEFINICIÓN DE PRODUCTO.....	- 13 -
2.2- ANÁLISIS DEL MERCADO.....	- 15 -
2.2.1.-Mercado y características.....	- 15 -
2.2.2.-Evolución últimos años.....	- 15 -
2.2.3.-Análisis DAFO.....	- 15 -
2.3- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.	- 16 -
2.4- PREVISIÓN DE VENTAS.....	- 17 -
2.5 PLAN DE MARKETING	- 19 -
2.5.1.-Producto o servicio:	- 19 -
2.5.2.-Precio	- 20 -
2.5.3.-Distribución.....	- 20 -
2.5.4.-Acciones de marketing o comunicación	- 20 -
2.6- DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.	- 21 -
3- PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMPRAS.....	- 22 -
3.1.- PLAN DE COMPRAS.....	- 22 -
3.2.- PROCESO DE PRODUCCIÓN	- 22 -
3.3.- TECNOLOGÍA APLICADA.....	- 23 -
3.4-PROVEEDORES	- 27 -
3.5.- ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	- 27 -
4- ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.	- 28 -
4.1- SOCIOS Y ORGANIZACIÓN.....	- 28 -
4.2- ASESORES EXTERNOS.....	- 28 -

5- ÁREA JURÍDICO-FISCAL	- 29 -
5.1- FORMA JURÍDICA.	- 29 -
5.1.1.-Tramites necesarios para la constitución.	- 29 -
5.1.2.- Tramites con Hacienda	- 30 -
5.1.3.- Tramites en la Seguridad Social.....	- 30 -
5.1.4.- Tramites con el Ayuntamiento	- 30 -
5.3- OBLIGACIONES LABORALES.	- 31 -
5.4- PERMISOS, LICENCIAS:	- 32 -
6- ÁREA ECONÓMICO FINANCIERA	- 33 -
6.1- PLAN DE INVERSIONES INICIALES.	- 33 -
6.1.1. Plan de Inversiones.....	- 33 -
6.2- PLAN DE FINANCIACIÓN.	- 37 -
6.3- SISTEMA DE COBRO A CLIENTES Y PAGO A PROVEEDORES.	- 37 -
6.4- PRESUPUESTO DE TESORERÍA.....	- 38 -
6.5- PREVISIÓN DE LA CUENTA DE RESULTADOS.	- 40 -
6.6- BALANCE DE SITUACIÓN.....	- 41 -
6.7- PUNTO DE EQUILIBRIO.	- 42 -
6.8- RATIOS DE RENTABILIDAD	- 43 -
6.8.1.-Ratios de rentabilidad.	- 43 -
6.8.1.1.-Retorno sobre Capital (ROE):.....	- 43 -
6.8.1.2.-Retorno sobre la Inversión: (ROI)	- 43 -
6.8.1.3-Margen sobre ventas (ROS):.....	- 43 -
6.8.2-Ratios de eficiencia	- 44 -
6.8.2.1.-Rotación del activo:	- 44 -
6.8.2.2.-Rotación del circulante:	- 44 -
6.8.2.3.-Rotación de existencias:.....	- 44 -
6.8.4.-Ratios financieros.....	- 45 -
6.8.4.1.-Liquidez:	- 45 -
6.8.4.2.-Disponibilidad:.....	- 45 -
6.8.4.3.-Endeudamiento:	- 46 -
6.8.4.4.-Apalancamiento financiero:	- 46 -
6.8.4.5.-Cobertura del inmovilizado:	- 46 -

6.8.4.6.-Plazo medio de cobro (días):.....	- 46 -
6.8.4.7.- Plazo medio de pago (días):	- 47 -
6.8.4.8.-Capacidad máxima de crecimiento:	- 47 -
6.8.5.-Otros ratios y parámetros	- 47 -
6.8.5.1.-Fondo de maniobra:	- 48 -
6.8.5.2.-Nº medio de puestos de trabajo:.....	- 48 -
6.8.5.3.-Punto Muerto o P.E.:.....	- 48 -
6.8.5.4.-Coeficiente de seguridad:.....	- 48 -
6.8.5.5.-Previsiones de ventas:	- 48 -
6.8.5.6.-Beneficio o pérdida brutos previstos (BAII):.....	- 48 -
6.8.5.7.-Flujos de caja previstos (Cash Flow):	- 49 -
6.8.5.8.-Plazo de Recuperación de la Inversión o <i>pay back</i> :.....	- 49 -
6.8.5.9.-Vida útil promedia prevista de la inversión:	- 49 -
6.8.5.10.-Valor Actualizado Neto (VAN):	- 50 -
6.8.5.11.-Tir:.....	- 50 -
7.-CONCLUSIÓN	- 51 -
8- ANEXOS	- 53 -
8.1.- PREVISIÓN DE VENTAS Y COSTES VARIABLES	- 53 -
8.2.-OTROS GASTOS FIJOS.....	- 58 -
8.3.- COMPARATIVA DE BALANCES EN LA PREVISIÓN.	- 59 -
8.4.-PREVISIÓN DE TESORERÍA.	- 60 -
8.5.-RESUMEN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO	- 63 -
9 . BIBLIOGRAFÍA.....	- 65 -
9.1.- MATERIAL EMPLEADO	- 65 -
9.2.- MONOGRAFÍAS	- 65 -
9.3.- CONSULTAS ELECTRONICAS	- 65 -

Índice de tablas y figuras

Figura 2.1.: Curriculum Vitae	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2.1.: Matriz DAFO	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2.4.: Previsión de ventas	- 19 -
Figura 2.2.: Lista de precios	- 21 -
Figura 3.2.-Plan de producción	- 22 -
Figura 3.3.1.- Chaleco	- 23 -
Figura 3.3.3 Elementos del kit	- 24 -
Figura 3.3.4 Elementos del kit Laser tag.....	- 26 -
Tabla 4.1: Organigrama.....	- 28 -
Tabla 5.1 ; Sociedad Limitada.....	- 29 -
Tabla 5.1.1; Trámites de constitución.	- 29 -
Tabla5.1.2;Tramites con Hacienda.....	- 30 -
Tabla5.1.3; Trámites con la Seguridad Social.....	- 30 -
Tabla 5.1.4; Trámites con el Ayuntamiento	- 30 -
Figura 6.1.: Ubicación	- 33 -
Tabla 6.1.1.1; Instalaciones.....	- 34 -
Tabla 6.1.1.2; Mobiliario.....	- 34 -
Tabla 6.1.1.3; Equipos informáticos	- 35 -
Tabla 6.1.1.4; Otro inmovilizado material	- 35 -
Tabla 6.1.1.5; Inmovilizado intangible	- 35 -
Tabla 6.1.1.6; Gastos de constitución	- 36 -
Tabla 6.1.1.7; Gastos de establecimiento	- 36 -
Tabla 6.1.1.8; Inmovilizado financieros a largo plazo	- 36 -
Tabla 6.2.1; Condiciones del préstamo.	- 37 -
Tabla 6.2.1; Cuadro de amortización.	- 37 -
Tabla 6.4.: Previsión de cobros y pagos.....	- 38 -
Figura 6.4.: Previsión de tesorería.....	- 39 -
Tabla 6.5.: Previsión de cuenta de resultados	- 40 -
Tabla 6.5.: Previsión balance de situación [Fuente; elaboración propia].....	- 41 -
Tabla 6.7.: Punto de equilibrio	- 42 -
Tabla 6.8.1.: Ratios de rentabilidad.....	- 43 -
Tabla 6.8.2.: Ratios de eficiencia	- 44 -
Tabla 6.8.4.: Ratios financieros.....	- 45 -
Tabla 6.8.5.: Otros ratios y parámetros.	- 47 -

Tabla 8.1.1.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2018).....	- 53 -
Tabla 8.1.2.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2019).....	- 54 -
Tabla 8.1.3.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2020).....	- 55 -
Tabla 8.1.4.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2021).....	- 56 -
Tabla 8.1.5.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2022).....	- 57 -
Tabla 8.2.- Previsión de otros gastos fijos	- 58 -
Tabla 8.3.- Comparativa de los balances.....	- 59 -
Figura 8.3.1.- Desviaciones de patrimonio neto y pasivo	- 59 -
Figura 8.3.2.- Desviaciones de activo	- 59 -
Tabla 8.4.1.- Previsión de tesorería 2018.....	- 60 -
Tabla 8.4.2.- Previsión de tesorería 2019.....	- 60 -
Tabla 8.4.3.- Previsión de tesorería 2020.....	- 61 -
Tabla 8.4.4.- Previsión de tesorería 2021.....	- 61 -
Tabla 8.4.5.- Previsión de tesorería 2022.....	- 62 -
Figura 8.4.- Resumen previsión de tesorería.....	- 62 -
Figura 8.5.- Resumen General del proyecto.....	- 63 -

ABSTRACT

With this Final Degree Project we want to carry out an economic-financial viability plan for a Laser Tag business, to do so, we will conduct the structural planning of this company. This business model, which has its origin in the 80s, was created to simulate real combats to train security forces. Nowadays, this technology is also used for gaming and it has spread all over Spain. This project is getting started in Jaén because is the only province in Andalucía that has not this business yet. It is also the same place where its promoter resides.

The outcomes from a study of the company show that the business is profitable. This results support the start-up of this company since, among other indicators, benefits are obtained since the very first year. With an investment of 50.000 € and a loan of 45.000 €, it provides an Internal Return Rate (IRR) of the 29 %, a Net Present Value (NPV) of 82.253 € and an average payback period for the investment of approximately 7 years.

RESUMEN

Con este Trabajo Fin de Grado se va a realiza un plan de viabilidad económico financiero de un negocio dedicado a Laser Tag, para realizarlo, se llevara la estructura de plan de empresa. Este modelo de negocio que tiene su origen en los años 80 para la simulación de combates reales destinado para las fuerzas de seguridad, en la actualidad esta tecnología la utiliza también para este juego y ya está presente en toda España. Este proyecto se pone en funcionamiento en Jaén ya que, es la única provincia de Andalucía donde actualmente no se encuentra y coincide con la ciudad de residencia del promotor.

Como resultado del estudio, se obtiene un plan de empresa rentable, en la que se aconsejara la puesta en marcha de la empresa puesto que entre otros indicadores se obtiene que la ofrece beneficios desde el primer año, con una inversión inicial de 50.000 € y un préstamo de 45.000 euros, ofrece una Tasa Interna de Retorno del 29% y un Valor Actualizado Neto de 82.253 euros, y un plazo medio de recuperación de la inversión de 7 años aproximadamente.

1- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1- INTRODUCCIÓN

La idea de este proyecto consiste en simular la puesta en marcha de un servicio. En concreto será una empresa de ocio que ofrece una actividad conocida como “Laser Tag” y “Laser Combat”, que gracias a los últimos avances tecnológicos que ofrece la compañía “Laser Game pro”, permite la combinación de ambas en uno. Esta actividad ha surgido del ‘paintball’ e “airfox” pero se ha adaptado a las nuevas tecnologías ya que buscaba algo innovador y con buena acogida entre el público. Cada vez se fomenta más el ocio y son muchas las personas que viven estresadas y necesidad de descargar, por ello, nos ha parecido muy interesante ofrecer un servicio de este tipo.

Nuestra idea surge porque uno de los promotores puso en práctica esta actividad y sus sensaciones fueron muy positivas.

Actualmente se encuentra presente en ciudades de gran dimensión pero en Jaén todavía no hay ninguna actividad con esta misma función. Además las ciudades y pueblos de alrededor también podrán acceder a ella.

Consideramos que nuestra idea puede tener éxito ya que es una actividad que no está cerrada a ninguna edad. Además la promocionamos para cualquier tipo de evento festivo como pueden ser cumpleaños, despedidas de soltero, aniversarios, etc.

1.2- EVOLUCIÓN DEL PROYECTO: ORÍGENES Y ACTUALIDAD.

Es una actividad que tiene origen a principio de los años 80, cuando el ejército de los Estados Unidos puso en marcha un sistema que utiliza rayos infrarrojos para poder realizar simulaciones de combate. Sistemas parecidos están fabricados por varias compañías y en la actualidad son usados por diversas fuerzas armadas del mundo.

La evolución de dicha tecnología ha hecho que los costes de fabricación se abaraten y que se puedan poner en marcha distintos proyectos como el que vamos a desarrollar en el presente trabajo.

1.3- PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES

- Miguel Ángel Serrano Castillo -26 Años- -Martos (Jaén)

Con experiencia en el sector de la hostelería, y desarrollando desde los 16 años de edad, puestos de trabajo orientados al público.

Figura 2.1.: Curriculum Vitae

 664 054 708 miguelserrano3103@gmail.com 31/03/1990 (27 años) C/ Río Miño, 3 – 23600- Martos (Jaén) Soy una persona activa, con iniciativa y dinámico, con capacidad para trabajar en equipo. Actitud positiva, y motivadora desarrollada en puestos de trabajo anteriores. Con fácil adaptación al cambio. Con don de gentes. Total disponibilidad geográfica	MIGUEL ÁNGEL SERRANO CASTILLO <u>FORMACIÓN ACADÉMICA</u> • Estudiante de Grado en Administración y dirección de empresas, Universidad de Jaén. (En la actualidad). • Técnico Superior en administración y finanzas; IES "Las Fuentezuelas". Jaén. 2010. • Técnico en Gestión Administrativa; "SANFELIPE NERI". Martos (Jaén). 2008. <u>FORMACIÓN COMPLEMENTARIA</u> • Técnicas de venta y gestión del cliente. Atento ASTC. S.A. Jaén. 6 horas. 2015 • Inglés financiero. Ayto. De Alcaudete (Jaén). 184 horas. 2010. • Creación y gestión de PYMES. IFES y UGT. Jaén. 434 horas, 2008/09. • Empleado de oficina. A. TUTOR Martos (Jaén) 618 horas, 2007. • Autoedición y publicaciones web. Academia SERRANO Martos (Jaén) 40 horas, 2003/04. • Mecanografía (250 ppm) academia SERRANO, Martos (Jaén), 2001 • <u>IDIOMAS</u> ◦ Inglés. Nivel B1 certificado por British Council (APTIS). 08/2016. ◦ Portugués. Centro de Linguas da Universidade de Tras do Alto Douro. 01/2017.	<u>EXPERIENCIA LABORAL</u> • Teleoperador *Atento servicios técnicos y consultorías. Jaén. 2012 (3 años y 6 meses) • Gestor telefónico. *Atento Teleservicios de España S.A. Jaén. 2010 (4 meses) • Auxiliar Administrativo *Guillermo García Muñoz S.L. Jaén. (6 meses) 2009 Becario. *MIPELSA Martos (Jaén). (3 meses) 2007 Becario • Camarero *Vinoteca "Los Reales". Martos (Jaén). 2016/05 (4 meses). *Restaurante Bocados. Martos (Jaén). 2014-16 (2 años). *Heladería Capriccio. Martos (Jaén). 2011 (2 meses). *Salón de celebraciones "El Moreno". Martos (Jaén). 2009/10. *Bar-Rte Aguadulce. Martos y Torredonjimeno (Jaén). (1 año y 11 meses) 2007/09. *Cervecería "La Peña". Martos (Jaén). 2006/06 (3 meses) • Comercial *Eloy Valcárcel (BF). Jaén (2 meses) Venta de productos de telefonía a puerta fría. <u>OTROS CONOCIMIENTOS</u> • Manejo a nivel avanzado del procesador de texto (Word), hoja de cálculo (Excel), y base de datos (Access). • Manejo de internet. <u>OTROS DATOS DE INTERÉS</u> • Permiso de circulación B + BTP y vehículo propio. • Condición de estudiante por la Universidad de Jaén, para realizar convenios de prácticas en colaboración con la misma (ICARO) con posteriores beneficios para la contratación). • Estancia en el extranjero para la realización de estudios con el plan de movilidad Erasmus+ en Vila Real (Portugal). • Premio ganador Andalucía Oriental del "I Maratón Innoplay", puesto en marcha por el Instituto Andaluz de Tecnología (IAT) y dejando constancia este mismo en su boletín nº 21 con fecha 29 de Abril de 2010. • Premio mejor idea de negocio (Jaén) en la Sexta edición de @EmprendeJoven en Córdoba a 20 de noviembre de 2009
--	---	---

Fuente: Elaboración propia (2017)

- Cristina Gómez Rosales - 21 Años- -Martos (Jaén)
Con experiencia de 2 Años en actividades de animación y 6 Meses como asesora comercial en Entidad Bancaria.
A continuación se muestra en la figura 1.1 el Curriculum Vitae.

Figura 2.1.: Curriculum Vitae



CRISTINA GÓMEZ ROSALES

PERFIL

Actualmente finalizando el grado de Administración y Dirección de Empresas, busco ganar experiencia en el mercado laboral relacionado con la carrera estudiada. Tengo muchísimas ganas de aprender, dar lo mejor de mí y seguir formándome.

EXPERIENCIA

09/2008–06/2013 Empleado de cafetería
I.E.S San Felipe Neri – Martos

11/2016–05/2017 Beca banca comercial BBVA
Cashier, customer service, comercial
Jaén Paseo de la Estación 44
Cajero, gestor comercial y servicio de atención al cliente.

FORMACIÓN

Actual 2013-2017 Grado Administración y Dirección de Empresas
Universidad de Jaén

2011-2013 Bachillerato
I.E.S San Felipe Neri

2006-2011 Educación Secundaria Obligatoria
I.E.S San Felipe Neri

11/2016–05/2017 BBVA Programa formativo Liquid Draft “destacar para elegir”

IDIOMAS

Español Nativo

Inglés B1: Preliminary English Test (PET) (University of Cambridge)

Francés Nivel básico (Bachillerato)

ACTITUDES TÉCNICAS

Microsoft Office, Excel	Nivel Avanzado
Microsoft Office, Word	Nivel Avanzado
Microsoft Office, Power Point	Nivel Avanzado
Correo electrónico	Nivel Avanzado
Wolfram Mathematica	Nivel Medio
Statgraphics	Nivel Medio
Redes Sociales	Nivel Avanzado

DIPLOMAS

- Segundo Premio de Dibujo a nivel provincial (2002-2005)
- Participación “VIII PREMIO AL EMPRENDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN, MODALIDAD 1” (2015)
- Participación “VI JORNADAS DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO 2015” (2015)
- Curso de especialización “INTRODUCCIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL (ONLINE)” (2015)
- Curso ALFIN (Búsqueda de datos) (2015)
- Participación en Curso de “Especialización en Oratoria” (2016)
- Curso “Emprender en la Red” (2016)
- Participación en curso de Inversión Lingüística UIMP (2016)
- Participación Taller de empleo “Quiero mejorar mis competencias” (2016)
- Participación en el Quinto Reto CompanyGame, simulador BUSINESSGLOBAL
- Participación en el Quinto Reto CompanyGame, simulador INNOVATECH.

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS SOCIALES

Dinámica	Motivada
Positiva	Buena capacidad de comunicación
Superación	Trabajo en grupo
Líder	Eficaz
Innovadora	Comprometida

INTERESES

- Viajar por el mundo
- Deporte
- Fotografía
- Moda

Fuente: Elaboración propia (2017)

1.4-VALORACIÓN DEL PROYECTO: PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

Lo más atractivo que hemos encontrado en esta idea es que en la provincia vamos a ser pioneros en esta actividad y en cuanto al ocio no hay gran variedad de actividades. Se pueden observar nuevos negocios que son recientes en la ciudad, como “Indiana Bill” y la “Bolera Dubai Ball” en el polígono de los olivares de Jaén. Es un negocio que oferta servicios sustitutivos a este proyecto, y ha tenido muy buena aceptación. En cuanto a innovación gracias a la tecnología del paquete “Falcon” se va a poder ofrecer una ligera diferenciación frente a otros Laser tag a nivel nacional. Ofreceremos un escenario combinado de “Outdoor & Indoor”, algo que en la actualidad solamente se encuentra disponible en Madrid, Barcelona y Valladolid.

Tras la recesión económica, las familias destinan cada vez más dinero a servicios de ocio, relacionados con este negocio. Los cambios culturales hacen que cada día se busquen actividades especiales para la celebración de cumpleaños y otros eventos.

Por otro lado, vemos un negocio que cuenta con pocos y reducidos costes variables. Por tanto podremos jugar con promociones para llegar a nuestros objetivos y con pequeñas variaciones en el precio de venta. A continuación en el epígrafe 6 se verá como aumenta de forma significativa el beneficio obtenido.

Como puntos débiles, podemos decir que sería un negocio nuevo y innovador en lo que se refiere a la localización del negocio. Luego puede ser que la aceptación no sea la esperada, o el negocio no se muestre atractivo. Otro de los puntos débiles sería la inexperiencia en la gestión de este modelo de negocio.

2-PLAN DE MARKETING

2.1- DEFINICIÓN DE PRODUCTO.

El Láser Tag, reúne muchas de las características del “Paintball” e “Airfox” pero podemos encontrar fuertes diferencias:

-En primer lugar, evitamos lesiones por impactos, por mínimos que sean ya que el laser no hace daño alguno respecto a otros impactos como las bolas de pintura del paintball.

-En segundo lugar, los jugadores no necesitan máscaras para prevenir riesgo de intoxicación, ésto hace del Láser un juego con muchas posibilidades y apto para todos los públicos y edades.

En la dinámica van a participar dos o más grupos, siendo posible batirse en duelo. En este caso cabe especificar que pese a que se le denomine en todo momento como Laser tag, la propuesta que se le hace a nuestro público es una combinación de “Laser tag & Laser Combat”. En el “Laser Combat” se sigue el mismo procedimiento que Laser tag. Se definen los equipos y se escoge una dinámica. La única diferencia es que es posible salir del pabellón al exterior, que ya sería Laser Combat. En el exterior, no será posible ver el laser de nuestros contrincantes. Además nosotros también daremos la posibilidad de que los jugadores puedan ir vestidos con uniformes militares, doctores, alienígenas, etc.

El interior del pabellón es cerrado. En él no se puede ver la luz del exterior, las paredes son negras, y además será semi-desmontables para poder aprovechar la sala para celebraciones.

Durante la partida solo quedan encendidas luces rojas, verdes, azules o amarillas, dependiendo de la temática elegida. Con una intensidad baja se ambienta con la luz prácticamente apagada, que con la ayuda de flexos flúor florecientes, dará color a las líneas que delimitan las paredes.

Para realizar la dinámica en el exterior, se jugará en un campo o terreno con obstáculos naturales o artificiales. No tiene por qué ser solamente en el campo abierto, simular un



Figura 2.11.-Pista “Indoor”

Fuente; Lasertag.net



Figura 2.1.-Pista “Indoor”

Fuente; Lasertag.net

franco tirador en la azotea de un edificio abandonado, es una situación que cualquier jugador de videojuegos con esta temática le gustaría simular. En el caso de las actividades “outdoor” si es frecuente utilizar uniformes, y disfraces. Además empresas buscan realizar estas actividades con empleados para aumentar la motivación, y fortalecer los vínculos afectivos entre compañeros.

El objetivo básico del juego es eliminar y no ser eliminado. Se pueden realizar una infinidad de misiones o partidas en función del espacio de que se disponga, la imaginación de los jugadores y recursos disponibles.

REGLAS;

Durante la partida los jugadores se eliminan gracias a los equipos de Láser que portan y que “disparan”, se recibe un rayo láser infrarrojo que cada equipo se distinguirá por colores. Una vez que salimos al exterior, si es de día el rayo es totalmente inocuo. Gracias a que la tecnología de las pistolas es configurable, nos permite elegir ser una alienígena, un soldado de artillería un médico o francotirador por ejemplo. Los equipos de juego que hemos elegido, son de lo más completo y avanzados que hay actualmente en el mercado, pudiendo configurarlos para cualquier perfil de jugador o tipo de partida.

Los jugadores también podrán tener perfiles y características especiales. Los jugadores tendrán que superar una serie de objetivos impuestos en cada misión y al final de la misma recibirán podrán ver los resultados en los monitores que disponemos, recibiendo vía por correo electrónico una vez finalizada la partida, el ranking junto una foto de grupo y otra de la experiencia.

2.2- ANÁLISIS DEL MERCADO.

2.2.1.-Mercado y características

La identificación de nuestra actividad, según la CNAE, se engloba dentro del 92 que son Actividades recreativas, culturales y deportivas, y dentro de esta actividad en el **9272 Otras actividades recreativas.**

2.2.2.-Evolución últimos años

Esta idea de negocio nos ha parecido interesante ya que en los últimos años este tipo de actividades está teniendo un auge alto, luego creemos que puede tener muy buena aceptación en el mercado.

En cuanto a la tecnología que se va a utilizar también ha tenido una serie de avances, ya que los primeros equipos de juego no se podían alternar, era necesario un peto pesado que iba conectado con la pistola por cable. En la actualidad, los petos no son tan pesados, y sus diseños se han ido evolucionando, de tal forma, que la pistola tiene conexión inalámbrica con el peto, siendo independiente uno del otro. Se auto configura al inicio de la partida. Estos petos también disponen de dispositivos vibradores, que cuando el jugador recibe un disparo también recibe un aviso. De esta forma cuando el jugador este en el exterior, puede percibir que está siendo atacado, alternado con los avisos luminosos y de vibración en el interior.

2.2.3.-Análisis DAFO

Vamos a realizar un análisis DAFO para tener una visión generalizada de nuestros puntos fuertes y debilidades frente a la competencia.

Nos centramos en cuatro puntos fundamentales; (Véase figura 2.2.1)

Figura 2.2.1.: Matriz DAFO

AMENAZAS: Climatología. Competencia con servicios y productos sustitutivos. Posibles recesiones económicas.	OPORTUNIDADES: Contratación de nuestros servicios por parte de instituciones.(Colegios, asociaciones, empresas) Aumento tiempo de ocio. Aumento del presupuesto destinado al ocio por parte de las familias.
FORTALEZAS Una opción nueva con tecnologías innovadoras Actividad al aire libre. Empresa cerca del la ciudad. Precios relativamente económicos. Alternativa a actividades de ocio convencionales. Ofrecemos escenarios “Outdoor & Indoor”	DEBILIDADES Posibilidad de elegir distintos servicios alternativos al nuestro. Gran inversión inicial en equipos, a los que no podríamos dar otro uso. Carecemos de experiencia en nuestro proyecto.

Fuente (Elaboración propia)

2.3- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Como competencia podemos encontrar las distintas empresas que ofrecen máquinas recreativas o servicios de ocio. Por lado nuestra competencia más fuerte serán las empresas de “paintball” o “airfox” ya que el servicio que ofrecen es muy parecido al nuestro. Decir en este caso que por la distancia a la que prestan el servicio, no sería una competencia fuerte.

Podemos entender como competencia, la venta de videojuegos, ya que los avances tecnológicos permiten interactuar en juegos similares, en escenarios estáticos más amplios, aún así, existe la gran diferencia de poder hacer una simulación real, recreando armas, y en compañía de las amistades, practicando de forma simultánea un esfuerzo físico y mental.

Por otro lado, existen como ya comentaba anterior mente en la actualidad una bolera, que dado su auge también ha aumentado su carta de servicios ofreciendo camas elásticas “jumping”.

También entendemos como competencia las actividades al aire libre y con alto contenido de adrenalina, como pueden ser el puenting, y dado que realizamos celebraciones, cualquier empresa que se dedique a la organización de celebraciones y eventos.

2.4- PREVISIÓN DE VENTAS.

Para realizar la previsión de ventas, se ha tenido en cuenta los datos orientativos que nos han ofrecido empresarios que realizan actividades que pueden ser sustitutivas, o complementarias a la actividad que vamos a desarrollar, llegando a las conclusiones que comentamos a continuación.

Para las **partidas individuales** hemos analizado que los meses más bajos van a ser los meses de Enero y Febrero, teniendo un incremento progresivo los meses de Marzo Abril y Mayo, siendo la última semana de Junio cuando incrementan nuestras ventas, en concreto a partir de la última semana de este mes. Nos encontramos con la mayor afluencia los meses de Julio, y Agosto, junto la primera semana de Septiembre. A partir de esta fecha, el consumo comienza a disminuir teniendo este mes un comportamiento similar al mes de Junio, siendo las ventas en los meses de Octubre, y Noviembre similares a las ventas de de Marzo y teniendo un repunte en el mes de Diciembre.

Siguiendo este patrón consideramos que en el punto de partida (Enero) podemos vender una media de 8 partidas a día, es un numero bajo, pese que un equipo como mínimo son 4 personas (mínimo), siendo posible también la interacción entre parejas, ya que las partidas suelen participar equipos compuestos por 8 personas, de este modo, también se tiene en cuenta que en este mes es posible que 1 de los 4 días las ventas sean nulas, y al realizar esta previsión también la está realizando por semanas, de tal modo que el mes contaría con 28 días, de esta forma eliminamos un posible error de exceso de ventas. De este razonamiento obtenemos que la venta de nuestro primer servicio será de 128 partidas (partida de lunes a jueves no festivos). Según el testimonio del propietario del “Kartodromo Vila Real”, En fin de semana se quintuplican las ventas de este tipo de servicios de ventas, teniendo en cuenta, que esta empresa no solo tenía esta actividad En nuestra simulación nos encontramos limitados por 30 equipos que no solo lo vamos a ofrecer de esta forma, vamos a triplicar esta cifra, tomando 24 partidas como media por día, y considerando que los meses solo cuentan con 4 fines de semana; Por tanto obtenemos la venta de 288 partidas por mes en los fines de semana.

Para el **Pack aniversario**, la estacionalidad es diferente, ya que con este servicio se pretende atraer a dos tipos de segmentos, por un lado, celebraciones de cumpleaños para los más pequeños. Para este segmento, se ha tenido en cuenta el testimonio de una empleada de una ludoteca que realiza este servicio y la propietaria de una hamburguesería teniendo más en cuenta ésta última ya que se considera que va a ser un paquete mas demandado entre niños de edades comprendidas entre 8 y 12 años. De las opiniones tomadas, deducimos que vamos a celebrar una media de 2 cumpleaños semanales con una media de 8 niños, y 1 cumpleaños en fin de semana; Dentro de esta previsión encontramos también la celebración otro tipo de celebraciones o

eventos, para lo que se cuenta con la experiencia de un club hípico que alquila cuadras para celebraciones, en este caso, los fines de semana con un mínimo de 10 persona, también cederíamos nuestras instalaciones a partir de las 10 con un horario especial, para este segmento se prevé que en los meses de Mayo, Junio, Julio, Agosto y Septiembre, se haga una media de 4 celebraciones, con una media de 12 personas. Eso haría pasar de la venta de 8 partidas los fines de semana, a 42 partidas, suponiendo esto un incremento mensual de 525% en el pack de fines de semana.

Por último, para el **pack VIP**, esta previsión es teniendo en cuenta las anteriores, y la limitación de equipos con la que contamos. Se prevé que solo vamos sacar nuestros servicios al exterior una vez en los meses de mayo, julio, y agosto, los fines de semana, y una vez en julio entre semana, con el alquiler de 10 equipos. Siguiendo este patrón para la estacionalidad que se prevé que se da a lo largo del año, los siguientes años se considera que nuestras ventas van a aumentar un 3% para 2018, para 2019 y siguientes las ventas aumentaría un 2%.

Nuestra previsión de ventas la mostramos en la siguiente figura 2.4: previsión de ventas:

Previsiones de Ventas de la empresa

Año 0: 2018

Ventas (Unidades)	enero 2018	febrero 2018	marzo 2018	abril 2018	mayo 2018	junio 2018	julio 2018	agosto 2018	septiembre 2018	octubre 2018	noviembre 2018	diciembre 2018	Totales 2018
Partida de lunes a jueves no festivos	128	128	131	133	137	160	205	205	160	131	131	179	1.827
Partida de viernes a domingo o festivos	288	288	294	300	308	360	461	461	360	294	294	403	4.110
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	768
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	8	8	8	8	18	42	42	44	18	8	8	8	220
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0	0	0	0	10	0	10	10	0	0	0	0	30
Totales	488	488	496	505	537	626	792	784	602	496	496	654	6.965

Previsiones de Ventas de la empresa

Año 1: 2019

Ventas (Unidades)	enero 2019	febrero 2019	marzo 2019	abril 2019	mayo 2019	junio 2019	julio 2019	agosto 2019	septiembre 2019	octubre 2019	noviembre 2019	diciembre 2019	Totales 2019
Partida de lunes a jueves no festivos	132	132	134	137	141	165	211	211	165	134	134	185	1.881
Partida de viernes a domingo o festivos	297	297	303	309	317	371	475	475	371	303	303	415	4.233
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	791
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	8	8	8	8	19	43	43	46	19	8	8	8	227
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0	0	0	0	10	0	10	10	0	0	0	0	31
Total	503	503	511	520	553	645	815	807	620	511	511	674	7.174

Previsiones de Ventas de la empresa

Año 2: 2020

Ventas (Unidades)	enero 2020	febrero 2020	marzo 2020	abril 2020	mayo 2020	junio 2020	julio 2020	agosto 2020	septiembre 2020	octubre 2020	noviembre 2020	diciembre 2020	Totales 2020
Partida de lunes a jueves no festivos	134	134	137	140	144	168	215	215	168	137	137	188	1.919
Partida de viernes a domingo o festivos	303	303	309	315	324	378	484	484	378	309	309	424	4.318
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	807
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	8	8	8	8	19	44	44	46	19	8	8	8	232
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	11
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0	0	0	0	10	0	10	10	0	0	0	0	31
Total	513	513	521	530	564	658	831	823	633	521	521	688	7.317

Previsiones de Ventas de la empresa

Año 3: 2021

Ventas (Unidades)	enero 2021	febrero 2021	marzo 2021	abril 2021	mayo 2021	junio 2021	julio 2021	agosto 2021	septiembre 2021	octubre 2021	noviembre 2021	diciembre 2021	Totales 2021
Partida de lunes a jueves no festivos	137	137	140	143	147	171	219	219	171	140	140	192	1.957
Partida de viernes a domingo o festivos	309	309	315	321	330	386	494	494	386	315	315	432	4.404
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	823
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	9	9	9	9	19	45	45	47	19	9	9	9	236
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	11
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0	0	0	0	11	0	11	11	0	0	0	0	32
Total	523	523	532	541	575	671	848	840	645	532	532	701	7.463

Previsiones de Ventas de la empresa

Año 4: 2022

Ventas (Unidades)	enero 2022	febrero 2022	marzo 2022	abril 2022	mayo 2022	junio 2022	julio 2022	agosto 2022	septiembre 2022	octubre 2022	noviembre 2022	diciembre 2022	Totales 2022
Partida de lunes a jueves no festivos	140	140	143	146	150	175	224	224	175	143	143	196	1.997
Partida de viernes a domingo o festivos	315	315	321	327	337	393	504	504	393	321	321	441	4.492
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	839
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	9	9	9	9	20	46	46	48	20	9	9	9	241
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	11
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0	0	0	0	11	0	11	11	0	0	0	0	33
Total	533	533	542	552	587	684	865	857	658	542	542	715	7.613

Figura 2.4.: Previsión de ventas.

[Fuente (Elaboración propia)]

2.5 PLAN DE MARKETING

2.5.1.-Producto o servicio:

Las necesidades que nuestro servicio pretende cubrir son las relacionadas con la diversión de las personas y de este modo intentar que la gente pueda pasar un buen rato en su tiempo libre como ya hemos explicado anteriormente.

Para poder acoger a diferentes públicos, y ser atractivo para diferentes circunstancias se propone tres tipos de servicios;

- **Partida individual**, consiste en hacer uso de los equipos durante 20 minutos.
- **Pack aniversario**, va destinado a cualquier grupo de personas con un mínimo de 10, dentro de este pack no solo se beneficiarán del la partida individual de 20 minutos, con la

posibilidad de hacer uso de nuestra sala de celebraciones o infraestructuras.

- **Pack VIP party**, destinado a nuestro público más exigente, con este servicio, pretendemos ofrecer nuestro servicio a domicilio, por ejemplo, si dispones de una propiedad privada, tienes especial en realizar la dinámica en las instalaciones de tu empresa, o tienes especial interés en realizar la actividad en las ruinas de un castillo... El equipo de Real Game, pone a disposición de sus clientes los equipos Laser para poder realizar la actividad.

2.5.2.-Precio

Para fijar nuestros precios fundamentalmente nos guiamos por los precios establecidos por la competencia. Son precios que han sido ajustados para ofrecer la máxima calidad y experiencia del juego por el mínimo importe.

2.5.3.-Distribución

Principalmente, nuestro servicio lo realizaremos en nuestras instalaciones, solamente en el caso de prestar el servicio a domicilio, se desplazaran los equipos de Laser junto los dispositivos necesarios, para que el cliente pueda disfrutar de la experiencia de una forma más personalizada y a su elección.

2.5.4.-Acciones de marketing o comunicación

Para darnos a conocer, se editará diferentes soportes (videos promocionales, cuñas publicitarias, flyer) que las usaremos en los siguientes medios;

Radio: Es uno de los medios donde por donde se dará a conocer ya que hay varias cadenas de radio como Onda Cero y Cadena Dial a las que tenemos acceso y se adaptan a nuestra economía.

Web: Tendremos página web donde se mostrará nuestro servicio, horarios, ofertas, etc. También un apartado de contacto con todo lo necesario para que reserven o se pongan en contacto con nosotros.

Folleto y carteles: los repartiremos por diferentes instituciones, colegios, kioscos, institutos, universidad, etc.

Prensa: también pondremos anuncios en la prensa provincial comunitaria y algún periódico nacional. Nos mostraremos con un anuncio que lleve un eslogan llamativo y letras grandes para destacar.

Redes Sociales: Esta última y más importante opción, ya que en Facebook tenemos la posibilidad de encontrar, y lanzar campañas de promoción a nuestro público objetivo. No solo estaremos presentes en Facebook, aunque sea la red social sobre la que se ejercerá mayor esfuerzo.

Recurriendo a la publicidad blanca como punto de partida, haciendo durante el primer fin de semana de apertura una fiesta de inauguración donde determinado representantes de nuestros grupos de interés, serán invitados a un cócktel, y podrán tener el primer contacto con la experiencia que proponemos, con esta actuación ponemos en marcha el canal de promoción más antiguo y eficaz el “boca a boca” que a continuación se da un mayor detalle;

En primer lugar, le notificaríamos durante el fin de semana anterior a un determinado número de personas, una serie de invitaciones al evento, entre ellas elegiremos, representantes de la concejalía de deportes y tiempo libre de la corporación municipal, representantes sindicales de las empresas más numerosas en cuanto a empleado de la localidad, así como a personas vinculadas con las Asociaciones de madres y padres de los colegios que mayor número de alumnos tengan.

En segundo lugar; las invitaciones serán un tríptico desplegable, y en la parte interior se explicaran las actividades que se llevan a cabo en el negocios, junto con los servicios que prestamos, y se entregarán haciendo un breve spich comercial, entregándolas en mano. Al pertenecer a grupos numerosos nos estaríamos asegurando un evento numeroso, donde podremos realizar fotos y videos para dar promoción al negocio.

2.6- DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.

Para determina el precio de venta, como se indica en el punto 2.5.2 se basa en precios de la competencia, las partidas tendrán una duración de 20 minutos.

Tarifas	€/ persona
Partida de lunes a jueves no festivos	8,00 €
Partida de viernes a domingo o festivos	10,00 €
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	10,00 €
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	15,00 €
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	12,00 €
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	20,00 €

Figura 2.2.: Lista de precios

Fuente; Elaboración propia.

3- PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMPRAS

El principal objetivo es ofrecer servicios de calidad y al mínimo coste posible, buscando obtener la máxima rentabilidad de las infraestructuras, recursos humanos, equipamientos y útiles.

3.1.- PLAN DE COMPRAS

Para la realización de esta actividad el principal proveedor ser la compañía Laser Game pro, que tras la comparativa que se ha realizado, es la compañía que a precios razonables, nos ofrece los mayores avances tecnológicos, apoyo empresarial además del compromiso de poner en funcionamiento nuestro proyecto, junto su posterior mantenimiento.

En el epígrafe 3.4 se hará un detalle más de los proveedores con los que vamos a trabajar en el punto de inicio.

3.2.- PROCESO DE PRODUCCIÓN

Al tratarse de una empresa que ofrece un servicio, el plan de producción como tal, sigue el proceso que se muestra en el siguiente esquema:

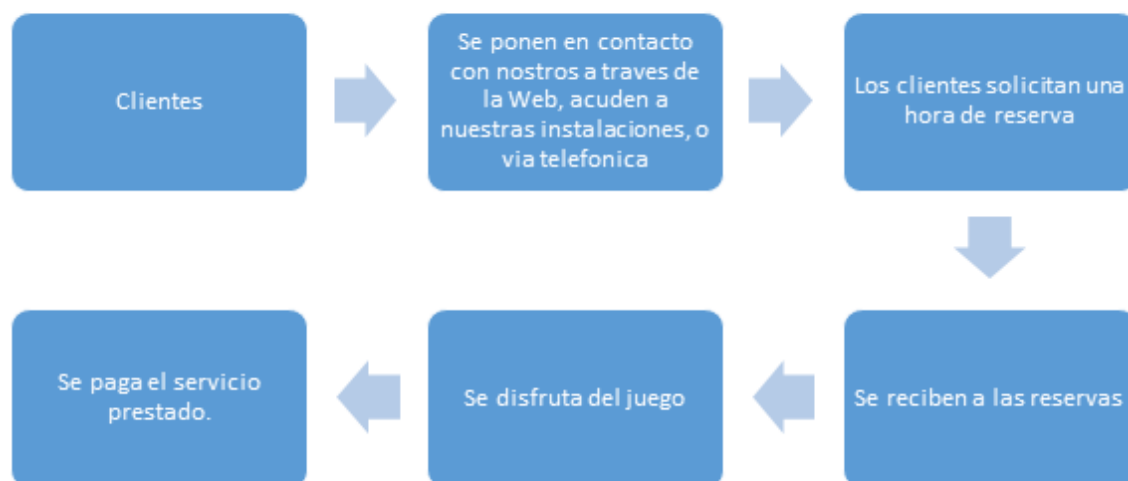


Figura 3.2.-Plan de producción

Fuente; Elaboración propia.

3.3.- TECNOLOGÍA APLICADA

La principal tecnología a la que se va a hacer referencia será al kit laser con el que vamos a llevar a cabo nuestra principal actividad;



Figura 3.3.1.- Chaleco

Fuente catálogo Arena (Laser Game Pro 2016)



Figura 3.3.2.- Blaser estándar.

[Fuente: catálogo Arena (Laser Game Pro 2016)]

En la imagen 3.3.1 y 3.3.2 se muestra un chaleco y blaser básico, que muestra los diferentes componentes, la compañía Laser Game pro, realiza combinaciones de prototipos más atractivos para el público como los siguientes, que muestra la figura 3.3.3 que serían los que son incluido en nuestro Pack.

FALCON I



Características:

⚖ 0,82 kg	🎯 70-200 m
📏 54 cm	🕒 24 h

Pantalla LCD

Imitación de retroceso (vibro)

Sensores de derrota incorporados en el arma

Protector frontal negro/de color

Mira réflex

Diadema RGB con sensores

FALCON II



Características:

⚖ 1 kg	🎯 70-200 m
📏 66 cm	🕒 24 h

Pantalla LCD

Imitación del impulso de retroceso

Imitación de retroceso (vibro)

Sensores de derrota incorporados en el arma

Protector frontal negro/de color

Carcasa/ agente de carga

Mira réflex

Diadema RGB con sensores

MP-614



Características:

Peso	2,3 kg
Longitud	80 cm
Distancia óptima del tiro	70-200 m
Tiempo de trabajo autónomo	24 h

GULL RIFLE



Características:

Peso	3 kg
Longitud	113 cm
Distancia óptima del tiro	70-200 m
Tiempo de trabajo autónomo	24 h

Figura 3.3.3 Elementos del kit. [Fuente catálogo Arena (Laser Game Pro2016)]

- Otras tecnologías aplicadas

Chaleco RGB con sensores de derrota

Chaleco para láser tag, equipado con sensores de derrota, por su funcionalidad es idéntico a la diadema RGB. Tiene 10 sensores de derrota: 4 en la parte delantera, 4 detrás y 2 en los hombros. Las correas permiten ajustar el chaleco para que cualquier jugador se sienta cómodo. El chaleco se conecta con el Tager inalámbricamente.



Casco RGB con sensores de derrota

En el casco están incorporados 4 sensores de derrota. Sensores RGB tienen 5 colores de la indicación: rojo, azul, verde, amarillo y blanco. Esto permite dividir fácil y rápidamente a los jugadores entre los equipos o designar con un color separado al jugador que tiene un cierto papel en el juego (francotirador, rehén, comandante). El casco está hecho a base de plástico ABS resistente a impactos.

-Diadema RGB con sensores de derrota

Venda RGB fue elaborada por LASERTAG.NET teniendo en cuenta todas las exigencias de la explotación en condiciones del alquiler. Los 4 sensores de derrota situados en el perímetro son protegidos por la carcasa resistente a los impactos. Sensores RGB tienen 5 colores de la indicación: rojo, azul, verde, amarillo y blanco. Esto permite dividir fácil y rápidamente a los jugadores entre los equipos o designar con un color separado al jugador que tenga un cierto papel en el juego (francotirador, rehén, comandante). La base de diadema está hecha de una tela respirable que contiene algodón. En la parte interior de la venda se encuentra una malla de poliéster que crea un espacio aéreo con el puño higiénico. Los sensores se fijan a la venda con la ayuda de conectores especiales (sin soldadura) que aumenta fiabilidad de la construcción y simplifica el mantenimiento.



Dominación box sport

Domination box SPORT o LASERTAG.NET es un mecanismo universal que emite los regímenes de "dominación/ captura de punto". La diferencia principal de este Domination box es que se usa no solamente para el juego láser tag, sino también para paintball y airsoft.

Captura puede realizarse con el disparo infrarrojo o con tan solo presionar botones en el panel superior. El dispositivo señala la captura con la luz RGB y sonido. El tiempo de retención se puede ajustar con el control remoto con el paso de un minuto. El tiempo del trabajo autónomo - 24 horas.

Utility box

El aparato es capaz de operar en cuatro modos:

1. Botiquín;
2. Respawn (recuperación completa);
3. La radiación;
4. Casual (random);

El modo se selecciona con el control remoto.

El radio de acción del Utility box - 3 metros. Acumulador - batería Li-ion incorporada de 7.4 V.



Blanco electrónico

El mecanismo está diseñado para el ajustamiento de armas, pero puede también usarse como una atracción independiente. Tiene una batería Li-ion incorporada de 7.4 V.

En el cuerpo del blanco hay un receptor de la luz infrarroja y cuatro indicadores RGB, cuales al encender el mecanismo transmiten una luz blanca. Cada vez que equipo da en el blanco con el disparo de tazer, el dispositivo ilumina el color de este equipo durante 2 segundos acompañada de una señal piezoeléctrica. Luego vuelve a transmitir la luz neutra.

Mina terrestre

Esta bomba encaja perfectamente en el escenario dinámico, gracias a su dispositivo simple y seguro. Para activar o desactivar la bomba uno tiene que mantener presionado el botón durante 10 segundos. Los diodos RGB se utilizan como indicador. El tiempo de retraso de explosión se programa a través de mando a distancia. Cuenta regresiva y explosión se indican por medio de la señal del altavoz incorporado.



Control remoto

Control remoto universal se usa para conectar y programar conjuntos de juego, dispositivos adicionales e iniciar el proceso de juego.

Las funciones estandarizadas son Iniciar un nuevo juego, Desactivar a jugador, Cambiar el color de equipo, Regular la potencia del disparo, Duplicar vidas.

El botón Shift duplica cantidad de los equipos que permite añadir jugadores de diferentes escenarios como el Asaltador, el Zombie, el Francotirador, el Rehén y otros. Acumulador - batería "Crone" 9 V.

Radio base Wi-fi

Se utiliza para la programación / configuración de los equipos, para controlar el juego y la eliminación de las estadísticas en línea.

El dispositivo se conecta al ordenador a través del puerto USB y tiene una entrada para actualización del firmware.

Radio base está equipada con el módulo Wi-Fi para controlar el juego usando dispositivos móviles (teléfono / tablet).

El radio de acción: 150 metros.

El tiempo del trabajo autónomo: 24 horas.



Figura 3.3.4 Elementos del kit Laser tag.

Fuente catálogo Arena (Laser Game Pro2016)

3.4-PROVEEDORES

Como proveedor principal vamos a contar con la compañía **Lasertag Europea SL**, como nombre comercial hemos nombrado como “Laser Game por” y “Lasernet” ellos nos van a proveer de la tecnología necesaria para llevar a cabo nuestra actividad.

Para proveernos de comida y bebida para las celebraciones, haremos la compra en SERODY CASH & CARRY por la cercanía que tiene a nuestros establecimiento, y contar con unos precios más ventajosos.

3.5.- ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Como se puede observar más adelante en el epígrafe 6, la empresa va obtener beneficios desde el primer año, y una serie de capitales ociosos. Este tipo de negocios, suelen ir de la mano de otras actividades vinculadas, con esta simulación solo se ha querido estudiar la viabilidad de un solo negocio independiente, haciendo mención en algunas ocasiones a otros servicios relacionados como son las celebraciones, por tanto, el crecimiento practicara esta empresa teniendo en cuenta la siguiente definición será un crecimiento a través de una **estrategia de diversificación relacionada**.

“Estrategias de diversificación: la empresa se introduce en nuevos productos y mercados, simultáneamente, lo que supone una cierta ruptura con la situación actual. Según si el nuevo negocio mantenga o no relaciones con los anteriores hablaremos de diversificación relacionada y no relacionada, respectivamente. Esta estrategia implica crecimiento de la empresa y supone, en todos los casos, una modificación del campo de actividad.” (Navas, 2015)

De vista al futuro, la empresa puede crecer ampliando sus instalaciones para poder hacer celebraciones, teniendo salones para alquilar, y contando con un restaurante para apoyar la actividad.

Siguiendo también una estrategia de diversificación relacionada, también es posible aprovechar las instalaciones del exterior para realizar otro tipo de actividades como son carreras de drones, incluyendo la posibilidad de abrir una pista de karts.

4- ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

4.1- SOCIOS Y ORGANIZACIÓN.

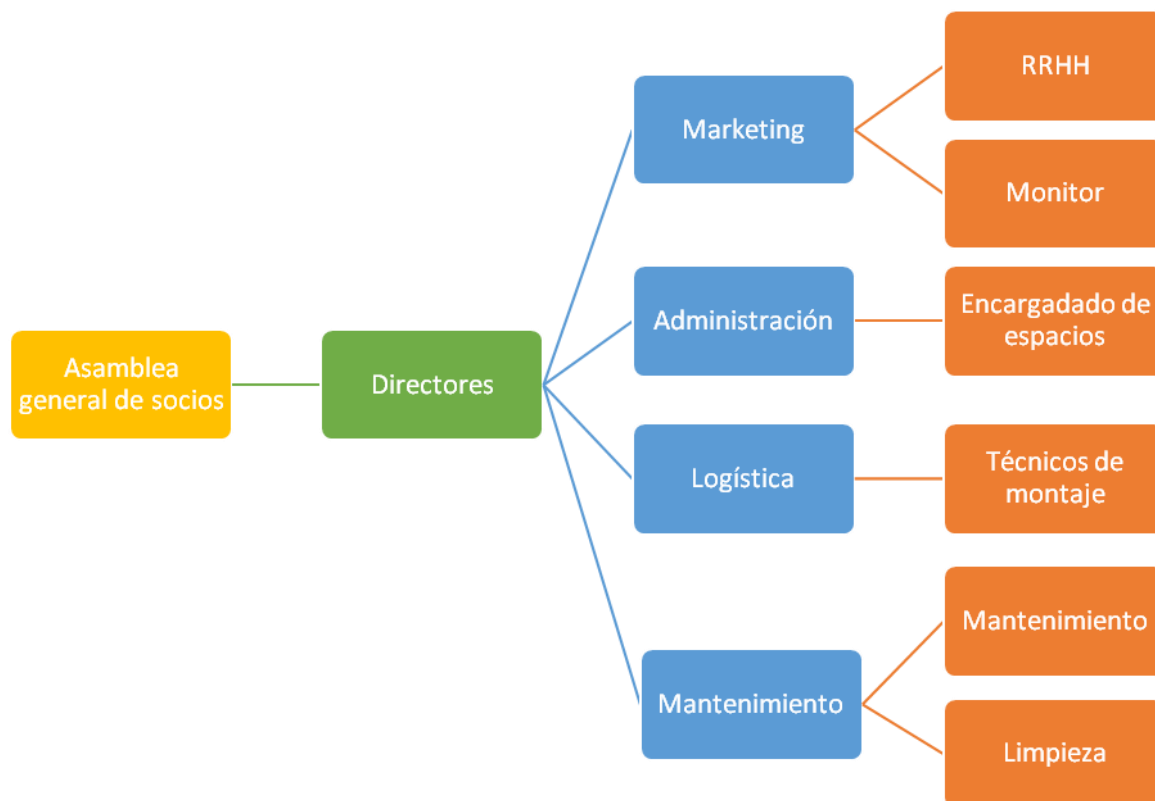


Tabla 4.1: Organigrama

Fuente; elaboración propia

Como ilustra el epígrafe 1.3 la empresa se compone de dos socios y en un principio ambos se dedicaran de forma conjunta a desempeñar todas las tareas que el negocio conlleva hemos decidido que no es necesario contratar a nadie más. Llevaremos las distintas actividades y funciones entre los cuatro.

4.2- ASESORES EXTERNOS.

Se considera como punto de partida, que no es necesario el asesoramiento jurídico para poner en marcha este proyecto, ya que los dos promotores cuentan con formación en el ámbito, en el caso de los equipos, el asesoramiento será ofrecido a través de Laser Game pro.

5- ÁREA JURÍDICO-FISCAL

5.1- FORMA JURÍDICA.

La forma Jurídica la empresa adoptarán será **Sociedad de Responsabilidad Limitada**, la cual posee las siguientes características:

Definición	<i>Sociedad mercantil de tipo capitalista donde el capital social esta dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no podrán incorporarse a títulos negociables ni denominarse acciones y cuyos socios</i>
Requisitos	- No se establece número máximo ni mínimo de socios. Pueden constituirse con un único socio. - Capital mínimo 3.005,06 euros, suscrito y totalmente desembolsado.
Trámites	- Escritura pública. - Inscripción en el Registro Mercantil. - Liquidación del ITP al tipo impositivo del 1%. - Declaración censal y obtención del CIF (modelo 036 ó 037).
Ventajas	- Constitución desde una sola persona. - La responsabilidad de las deudas frente a terceros es limitada al capital aportado. - Capital mínimo 3.005,06 euros. - Participaciones son limitadas, con lo que la entrada en la sociedad también lo es. - Fiscalmente interesa tributar como sociedad siempre que el beneficio sea superior a 45.000 euros. - Las sociedades tributan entre un 30% y un 35%.
Inconvenientes	- Impuesto sobre Sociedades más elevado que en otras formas jurídicas, como las cooperativas. - Las participaciones son indivisibles, acumulables y no pueden incorporarse a títulos negociables. - No existe libertad de transmisión de las participaciones.

Tabla 5.1.0 ; Sociedad Limitada

Fuente; (Plan de negocios, 2013)

5.1.1.-Trámites necesarios para la constitución.

		Documentos
Certificación negativa de nombre.	Certificación acreditativa de que el nombre elegido no coincide con otro existente.	Instancia con los nombres seleccionados (máximo 3).
Otorgamiento de escritura pública.	Los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la sociedad.	- Certificación negativa de nombre. - Estatutos. - Certificado bancario que acredite el desembolso del capital social.
Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.	Impuesto que grava la constitución de una sociedad (1% sobre el capital social).	- Impreso modelo 600. - Primera copia y copia simple de la escritura de constitución. - Fotocopia del CIF provisional.
Código de Identificación Fiscal.	Identificación de la sociedad a efectos fiscales.	- Impreso modelo 036 ó 037. - Copia simple de la escritura de constitución. - Fotocopia del DNI del socio solicitante.

Tabla 5.1.1; Trámites de constitución.

Fuente; (Plan de negocios, 2013)

5.1.2.- Tramites con Hacienda

Declaración Censal (impreso 038 ó 037).	Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad.	- Fotocopia DNI ó CIF.
Libros de Hacienda.	Libros donde se reflejan las diferentes operaciones mercantiles.	-

Tabla5.1.2;Tramites con Hacienda

Fuente; (Plan de negocios, 2013)

5.1.3.- Tramites en la Seguridad Social

Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.	Es obligatoria para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones, como paso previo al inicio de sus actividades.	- Alta de trabajadores. - Copia de escritura de constitución y fotocopia DNI del solicitante.
Alta en el Régimen de Autónomos.	Empresarios individuales.	- Fotocopia del DNI del socio solicitante.
Alta en el Régimen General.	Trabajadores por cuenta ajena.	- Fotocopia de afiliación del trabajador. - Fotocopia DNI trabajador.
Comunicación apertura del centro de trabajo.	Empresas que procedan a la apertura de un centro de trabajo.	- Datos de empresa. - Datos del centro de trabajo. - Datos de la plantilla. - Actividad que desarrolla.

Tabla5.1.3; Trámites con la Seguridad Social

Fuente; (Plan de negocios, 2013)

5.1.4.- Tramites con el Ayuntamiento

Licencia de obras.	Licencia municipal necesaria para efectuar cualquier tipo de obras en el establecimiento comercial.	- Presupuesto por partida de las obras. - Planos. - Memoria descriptiva de las obras.
Licencia de actividades e instalaciones (apertura).	Licencia municipal que acredita la adecuación de las instalaciones a la normativa urbanística vigente.	- Contrato de arrendamiento o escritura de propiedad. - DNI del solicitante o escritura de sociedad y CIF. - Memoria descriptiva de la actividad y del local. - Planos de planta y sección.

Tabla 5.1.4; Trámites con el Ayuntamiento

Fuente; (Plan de negocios, 2013)

5.3- OBLIGACIONES LABORALES.

Las obligaciones laborales y sociales surgen como consecuencia de la relación laboral que se lleva a cabo entre los trabajadores y empresa que prestan en la misma sus servicios, para ello cumple una normativa específica en materia laboral.

Las principales obligaciones laborales y sociales del empresario son:

- *Antes de empezar la actividad:*
 - Inscripción en la Seguridad Social a la empresa, para empresarios que vayan a tener trabajadores.
 - Darse de alta en el Régimen de Autónomos (Empresarios individuales).
 - Dar de alta los trabajadores por cuenta ajena en el Régimen General de la Seguridad Social.
 - Comunicación de apertura del centro de trabajo.
- *Después de comenzar la actividad:*
 - Cumplir con la normativa laboral, entre y las normas sobre Seguridad Social.
- *En particular, cumplir las siguientes formalidades:*
 - Dar de alta en el Régimen General de la Seguridad Social a los nuevos trabajadores por cuenta ajena.
 - Respetar los derechos del trabajador
 - Formalizar los contratos de trabajo por escrito cuando lo exija así una disposición legal.
 - Entregar a los representantes legales de los trabajadores una copia básica de los contratos que deban formalizarse por escrito, con excepción de contratos de relación laboral especial de alta dirección.
 - Comunicar a los trabajadores por escrito sobre los elementos esenciales del contrato de trabajo y las principales condiciones de ejecución de la prestación laboral.
 - Comunicar por escrito de la modificación de los elementos del contrato de la que pueda resultar afectado el trabajador afectado.
 - Informar a los Servicios Públicos de Empleo.

5.4- PERMISOS, LICENCIAS:

Licencia Municipal de Apertura

- Organismo Responsable: Ayuntamiento
- Área Tramitadora: Departamento de Urbanismo de la Entidad Local correspondiente al domicilio social de la sociedad

Licencia Municipal de Obras

- Organismo Responsable: Ayuntamiento
- Área Tramitadora: Departamento de Urbanismo de la Entidad Local correspondiente al domicilio social de la sociedad

Licencia comercial

Descripción: Solicitud de autorización para establecimientos comerciales.

- Organismo Responsable: Órgano competente en materia de Comercio de la Comunidad Autónoma correspondiente
- Ámbito: Comunidad Autónoma

6- ÁREA ECONÓMICO FINANCIERA

A continuación presentamos se redacta la previsión económico-financiera, afirman (Partal, Moreno, Cano, Gómez. *Dirección financiera de la empresa*. (2012). p-368) “Planificar, implica anticipar los posibles escenarios en los que se desenvolverá la empresa; por tanto, supone cuantificar con anterioridad las variables básicas o parámetros ineludibles en el proceso de planificación, es decir, realizar las proyecciones financieras en base a la estrategia, el mercado y las situación actual”.

6.1- PLAN DE INVERSIONES INICIALES.

6.1.1. Plan de Inversiones

El Plan de Inversión recoge los elementos necesarios para el y desarrollo de la actividad de la empresa. Recoge un listado de todos los elementos materiales que serán necesarios, su cuantificación económica y el momento en que se prevé su adquisición e incorporación a la empresa (las inversiones se pueden incorporar desde el principio o se pueden ir adquiriendo a lo largo de los primeros años de vida de la empresa).

Dentro del plan de inversiones se van a señalar:

- Ubicación e Instalaciones.



Figura 6.1.: Ubicación
Fuente; elaboración propia

Un lugar óptimo para desarrollar nuestra actividad sería según encuentra en la siguiente ubicación: Carretera Bailén-Motril & N-323 & JA-3102, 23009 Jaén, según muestra la imagen 6.1

Las inversiones en *instalaciones* que vamos a necesitar son las siguientes:

Dentro del solar que hemos alquilado podemos encontrar lo siguiente:

Una nave vieja, con terreno que constara con un recibidor, donde se encuentra la oficina, en este lugar se recibirán a los clientes, en la parte posterior encontraremos los baños, un pequeño almacén y una sala que irá destinada para las celebraciones; En la parte posterior estará el acceso a la zona exterior, donde estará acondicionada con parapetos para poder realizar la actividad donde encontraremos vegetación, y arbustos.

La tabla 6.1.1.1 hace referencia a los gastos que se harán en tubos flúor forestes y focos para acondicionar las instalaciones, junto la instalación de la alarma y cámaras de seguridad, estas también tendrán la función de hacer fotos a los clientes para ofrecerlas como recuerdo de la experiencia.

Instalaciones	Importe
Instalación eléctrica	4.500 €
Instalación contraincendios	3.500 €
Alarmas e instalaciones de seguridad	700 €
Instalaciones	8.700 €

Tabla 6.1.1.1; Instalaciones

Fuente; Elaboración propia

Y las diferentes inversiones que realizaremos son las que figuran en la tabla 6.1.1.2 en estos conceptos entran, sillas, escritorios, elementos de decoración, archivadores, y demás utensilios que vamos a utilizar para desarrollar la actividad.

Mobiliario	Importe
Mobiliario oficina	1.281 €
Estanterías almacén, expositores	144 €
Otro mobiliario	1000 €
Mobiliario	2.425 €

Tabla 6.1.1.2; Mobiliario

Fuente; Elaboración propia

En la tabla 6.1.1.3 figuran el presupuesto de los hardware de un ordenador de sobremesa y fotocopiado que vamos a tener en la oficina

Equipos informáticos / EPIs	Importe
Ordenadores, PDAs, etc.	600
Impresoras y fotocopiadoras	109
Equipos Tratamiento Información	709

Tabla 6.1.1.3; Equipos informáticos

Fuente; Elaboración propia

En la tabla 6.1.1.4 aparece el presupuesto ofrecido por la compañía Laser game pro, para un kit para 30 jugadores, dos maquinas de humo, un equipo de sonido y ropa para realizar las dinámicas propias del juego.

Otro Inmovilizado Material	Importe
Kit para 30 jugadores	33.140
2 Maquinas de humo	800
Equipo de sonido	4.200
Ropa para realización de juegos	600
Otro Inmovilizado Material	38.540

Tabla 6.1.1.4; Otro inmovilizado material

Fuente; Elaboración propia

En la tabla 6.1.1.5 Aparece el valor del software, del ordenador, ya que el software de los equipos de laser se encuentra dentro del coste del kit.

Inmovilizado Intangible	Importe
Aplic. Informáticas (Software)	700
Inmovilizado Inmaterial	700

Tabla 6.1.1.5; Inmovilizado intangible

Fuente; Elaboración propia

Las tablas 6.1.1.6 y 6.1.1.7 muestran la previsión de los gastos que ocasionará la constitución y el establecimiento de la empresa.

Gastos de Constitución	Importe
Notaría, Registro Mercantil	1.200
Certificado negativo del nombre	20

Registro Mercantil, BORME	100
ITP (Imp. Transmisiones Patrimoniales)	630
Gastos de Constitución	1.950

Tabla 6.1.1.6; Gastos de constitución

Fuente; Elaboración propia

Gastos de Establecimiento	Importe
Tasas de apertura	120
Publicidad de lanzamiento	1.000
Gastos de Establecimiento	1.120

Tabla 6.1.1.7; Gastos de establecimiento

Fuente; Elaboración propia

Y por último, en la tabla 6.1.1.9 figura la fianza que depositamos por las instalaciones, que corresponde a una doble mensualidad de 600 euros.

Inmovilizados Financieros L. P.	Importe
Fianzas de locales	1.200
Inmovilizado Financiero L. P.	1.200

Tabla 6.1.1.8; Inmovilizado financieros a largo plazo

Fuente; Elaboración propia

6.2- PLAN DE FINANCIACIÓN.

Para la puesta en marcha del proyecto se dispone del desembolso inicial de 50.000 € repartido en dos partes alícuotas, de 25.000 € de los dos socios;

Por otro lado, se pide un préstamo de capital de 45.000 € a un TAE de 6,08 %.

Datos préstamos	Préstamo 1
Principales	45.000
Interés nominal	5,50%
Gastos iniciales	1,00%
nº total de pagos	60
Nº pagos por año	12
periodos de carencia	0 periodos
Pago periódico	859,55
	€/ mes

Tabla 6.2.1; Condiciones del préstamo.

Fuente; Elaboración propia

Quedando así la amortización del mismo;

Año 0 2018													
Periodos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Pagos	1.309,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	10.764,63
Intereses	656,25	203,26	200,25	197,23	194,19	191,14	188,08	185,00	181,91	178,80	175,68	172,55	2.724,33
Amortizaciones	653,30	656,30	659,30	662,33	665,36	668,41	671,48	674,55	677,64	680,75	683,87	687,00	8.040,30

Año 1 2019													
Periodos	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Total
Pagos	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	10.314,63
Intereses	169,40	166,24	163,06	159,87	156,66	153,44	150,20	146,95	143,68	140,40	137,11	133,79	1.820,79
Amortizaciones	690,15	693,32	696,49	699,69	702,89	706,12	709,35	712,60	715,87	719,15	722,45	725,76	8.493,84

Año 2 2020													
Periodos	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Total
Pagos	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	10.314,63
Intereses	130,47	127,13	123,77	120,40	117,01	113,61	110,19	106,75	103,30	99,84	96,35	92,86	1.341,67
Amortizaciones	729,08	732,43	735,78	739,15	742,54	745,95	749,36	752,80	756,25	759,72	763,20	766,70	8.972,96

Año 3 2021													
Periodos	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Total
Pagos	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	10.314,63
Intereses	89,34	85,81	82,27	78,70	75,12	71,53	67,92	64,29	60,64	56,98	53,30	49,61	835,52
Amortizaciones	770,21	773,74	777,29	780,85	784,43	788,02	791,63	795,26	798,91	802,57	806,25	809,94	9.479,10

Año 4 2022													
Periodos	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	Total
Pagos	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	859,55	10.314,63
Intereses	45,90	42,17	38,42	34,66	30,88	27,08	23,26	19,43	15,58	11,71	7,83	3,92	300,83
Amortizaciones	813,66	817,38	821,13	824,89	828,68	832,47	836,29	840,12	843,97	847,84	851,73	855,63	10.013,80

Tabla 6.2.1; Cuadro de amortización.

Fuente; Elaboración propia

6.3- SISTEMA DE COBRO A CLIENTES Y PAGO A PROVEEDORES.

El sistema de cobro a clientes será al contado y a los proveedores dependiendo de las ventajas obtener será al contado o pago de forma mensual. Por ejemplo la luz la pagamos mensualmente y a los proveedores de adquisición del kit de jugadores laser se les pagará en el momento que se adquiera el kit.

6.4- PRESUPUESTO DE TESORERÍA.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
COBROS	2018	2019	2020	2021	2022
Cobro de ventas	79.115	83.934	88.181	92.643	97.330
Otras entradas	0	0	0	0	0
Devoluciones de IVA	0	0	0	0	0
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
Total COBROS	79.115	83.934	88.181	92.643	97.330
PAGOS					
Pagos de Gastos Fijos (IVA Incl.)	50.775	52.359	53.912	55.516	57.174
Pago de compras y Costes Variables (IVA Incl.)	4.548	4.825	5.069	5.326	5.595
Pagos de Gastos Financieros	2.724	1.821	1.342	836	301
Otros pagos NO gastos					
Devolución de principal del préstamo	8.040	8.494	8.973	9.479	10.014
Otras salidas de caja	0	0	0	0	0
Liquidaciones de IVA	0	0	9.433	10.294	10.904
Otros pagos (Imp. Soc./IRPF)	0	215	1.321	1.914	2.603
Total PAGOS	66.088	67.714	80.050	83.365	86.590
Cash Flow	13.027	16.220	8.131	9.278	10.740
Tesorería acumulada	2.933	15.961	32.181	40.311	49.589
Máximo disponible de póliza de crédito	0	0	0	0	0
mes máxima disposición de póliza de crédito					
Máxima tesorería mensual	15.961	32.181	40.975	49.854	60.329
mes máxima tesorería mensual	diciembre	diciembre	septiembre	septiembre	diciembre

Tabla 6.4.: Previsión de cobros y pagos

Fuente; elaboración propia

En la tabla 6.4, se puede observar como los cobros van aumentando cada año procedente del aumento en la de las ventas de cada año, que aumenta según se indica en el epígrafe 2.4.

Los pagos también se incrementan año tras año ya que nuestros costes fijos van a aumentar. La disminución progresiva de los pagos financieros se corresponde con la amortización de préstamos que aparece en la constitución de la empresa. (Epígrafe 6.2)

A pesar de que cada año se paga un poquito más, nuestros cobros son superiores a los pagos, esto hace que la tesorería acumulada sea positiva en cada uno de los años estudiados, gracias a la política de cobros y pagos que se ha empleado, obtener los ingresos mediante los cobros al contado.

Respecto a nuestro cash flow observamos que las cifras son positivas, esto quiere decir que nuestra empresa es capaz de generar el suficiente flujo de efectivo para cumplir con nuestros compromisos de pago.

A continuación, observamos de un modo más gráfico, cómo evolucionan los ingresos desde el

primer año de actividad hasta los cinco ejercicios posteriores, durante los doce meses del año:

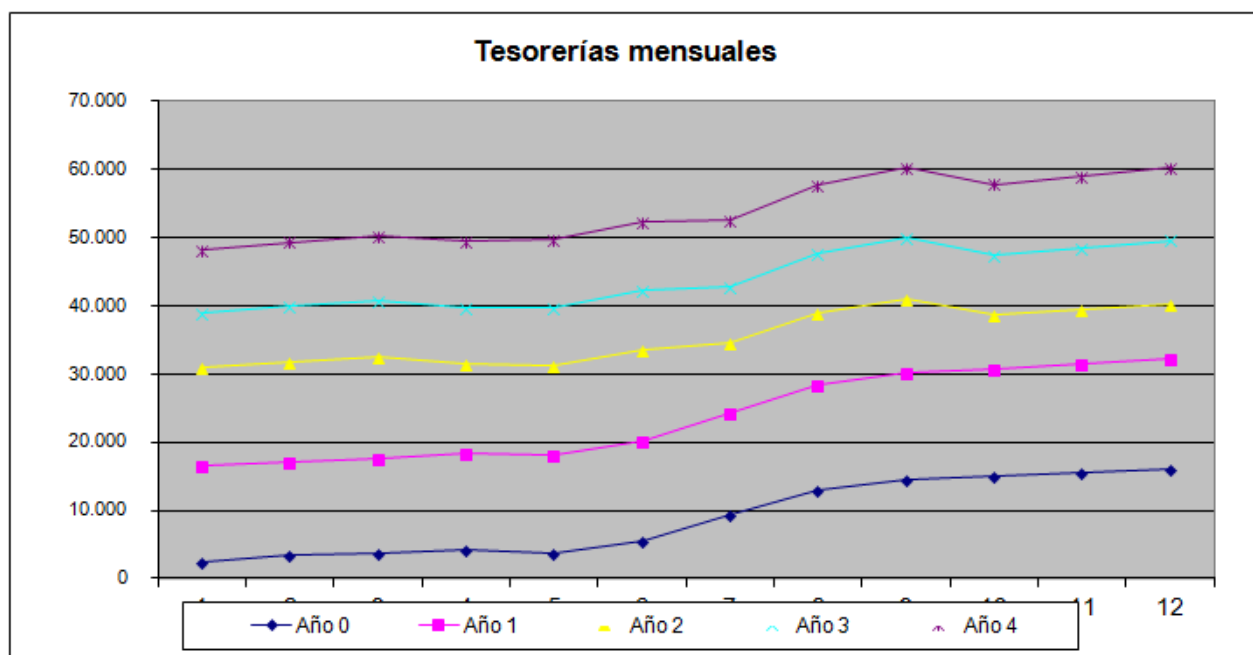


Figura 6.4.: Previsión de tesorería

Fuente; elaboración propia

6.5- PREVISIÓN DE LA CUENTA DE RESULTADOS.

En la tabla 6.5 podemos observar la previsión de cuenta de resultados de los cinco primeros años desde la puesta en marcha de la empresa.

Cabe destacar que la empresa irá aumentando sus resultados financieros, dado que se van disminuyendo los devengos de interés, por la amortización del préstamo. Los únicos ingresos que presentamos son los ingresos por ventas, que aumentan en relación a la previsión realizada (epígrafe 2.4), en esta misma proporción aumentan los costes variables directos.

Conceptos	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por ventas	67.416,38 €	71.522,04 €	75.141,05 €	78.943,19 €	82.937,72 €
Ingresos	67.416,38 €	71.522,04 €	75.141,05 €	78.943,19 €	82.937,72 €
Costes variables (directos)	4.174,26 €	4.428,47 €	4.652,56 €	4.887,97 €	5.135,31 €
Margen Bruto s/Ventas	63.242,12 €	67.093,56 €	70.488,50 €	74.055,22 €	77.802,41 €
Gastos de Personal y Seg. Social	24.320,00 €	25.292,80 €	26.304,51 €	27.356,69 €	28.450,96 €
Seguridad Social	6.000,00 €	6.120,00 €	6.242,40 €	6.367,25 €	6.494,59 €
Otros Gastos Fijos	18.984,58 €	18.224,52 €	18.591,12 €	18.965,15 €	19.346,77 €
Dotación Amortizaciones	10.353,05 €	10.353,05 €	10.353,05 €	10.119,72 €	10.119,72 €
Total Gastos Explotación	59.657,64 €	59.990,38 €	61.491,08 €	62.808,81 €	64.412,05 €
Res. antes Int. e Imp. (BAII)	3.584,48 €	7.103,18 €	8.997,41 €	11.246,41 €	13.390,36 €
Ingresos Financieros	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gastos Financieros	2.724,33 €	1.820,79 €	1.341,67 €	835,52 €	300,83 €
Resultado Financiero	-2.724,33 €	-1.820,79 €	-1.341,67 €	-835,52 €	-300,83 €
Res. antes Impuestos (BAI)	860,16 €	5.282,40 €	7.655,74 €	10.410,88 €	13.089,53 €
Impuesto de Sociedades	215,04 €	1.320,60 €	1.913,94 €	2.602,72 €	3.272,38 €
Resultado Neto	645,12 €	3.961,80 €	5.741,81 €	7.808,16 €	9.817,15 €

Tabla 6.5.: Previsión de cuenta de resultados

Fuente; elaboración propia

6.6- BALANCE DE SITUACIÓN.

En este apartado se describirán los balances de la situación previstos para los cinco primeros años desde que la empresa se pone en funcionamiento.

A partir del balance de situación se valorarán los ratios principales de liquidez, que son indicadores que representan la capacidad de hacer frente a sus obligaciones que tiene la empresa.

Se puede observar que el fondo de maniobra es positivo, es una situación ideal y nuestra empresa es capaz de atender nuestros compromisos de pago en el corto plazo.

	Enero 2018	diciembre 2018	diciembre 2019	diciembre 2020	diciembre 2021	diciembre 2022
Activos No Corrientes	75.274,00 €	63.720,95 €	53.367,89 €	43.014,84 €	32.895,12 €	22.775,40 €
Inmovilizado Material	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €
Amort. Acum. Inmov. Material	0,00 €	-10.119,72 €	-20.239,44 €	-30.359,16 €	-40.478,88 €	-50.598,60 €
Inmovilizado Inmaterial	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €
Amort. Acum. Inmov. Inmaterial	0,00 €	-233,33 €	-466,67 €	-700,00 €	-700,00 €	-700,00 €
Inmov. Financiero Largo Plazo	1.200,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Activos Corrientes	18.976,00 €	23.348,91 €	32.180,53 €	40.311,31 €	49.588,85 €	60.329,09 €
Inmov. Financiero Corto Plazo	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Existencias	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Clientes	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. Pagos y retenciones IRPF	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. Deudora I. Sociedades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. Deudora IVA	16.042,74 €	7.388,31 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Tesorería	2.933,26 €	15.960,59 €	32.180,53 €	40.311,31 €	49.588,85 €	60.329,09 €
Total Activo	94.250,00 €	87.069,85 €	85.548,42 €	83.326,15 €	82.483,96 €	83.104,48 €
Patrimonio Neto	48.050,00 €	48.695,12 €	52.656,91 €	58.398,72 €	66.206,88 €	76.024,03 €
Capital Social	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €
Reservas	-1.950,00 €	-1.950,00 €	-1.304,88 €	2.656,91 €	8.398,72 €	16.206,88 €
Crédito de accionistas	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Subvenciones	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Resultados pend. aplicación	0,00 €	645,12 €	3.961,80 €	5.741,81 €	7.808,16 €	9.817,15 €
Pasivos No Corrientes	36.959,70 €	28.465,86 €	19.492,90 €	10.013,80 €	0,00 €	0,00 €
Acreedores L.P. Financieros	36.959,70 €	28.465,86 €	19.492,90 €	10.013,80 €	0,00 €	0,00 €
Otros Acreedores L.P.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Pasivos Corrientes	9.240,30 €	9.908,88 €	13.398,61 €	14.913,63 €	16.277,08 €	7.080,45 €
Acreedores C.P. Financieros	8.040,30 €	8.493,84 €	8.972,96 €	9.479,10 €	10.013,80 €	0,00 €
Crédito financiero C.P.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Proveedores	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. acreedora IVA	0,00 €	0,00 €	1.905,05 €	2.320,59 €	2.460,56 €	2.608,07 €
H.P. acreedora Imp. Soc./IRPF	0,00 €	215,04 €	1.320,60 €	1.913,94 €	2.602,72 €	3.272,38 €
Otros Acreedores C.P.	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Total Recursos Permanentes	85.009,70 €	77.160,98 €	72.149,82 €	68.412,52 €	66.206,88 €	76.024,03 €
Total Recursos Ajenos	46.200,00 €	38.374,74 €	32.891,51 €	24.927,43 €	16.277,08 €	7.080,45 €
Total Patrimonio Neto y Pasivos	94.250,00 €	87.069,85 €	85.548,42 €	83.326,15 €	82.483,96 €	83.104,48 €
Fondo de Maniobra	9.735,70 €	13.440,03 €	18.781,92 €	25.397,68 €	33.311,76 €	53.248,63 €

Tabla 6.5.: Previsión balance de situación

[Fuente; elaboración propia]

6.7- PUNTO DE EQUILIBRIO.

	Datos Año 0 2018	Datos Año 1 2019	Datos Año 2 2020	Datos Año 3 2021	Datos Año 4 2022	
Gastos laborales	30.320	31.413	32.547	33.724	34.946	€/ año
Otros Gastos	18.352	17.576	17.928	18.286	18.652	"
Amortizaciones	10.353	10.353	10.353	10.120	10.120	"
Total Gastos Fijos	59.025	59.342	60.828	62.130	63.717	"
Resultados Financieros	(2.724)	(1.821)	(1.342)	(836)	(301)	€/ año
Margen Medio de Contribución	93,8%	93,8%	93,8%	93,8%	93,8%	
Punto de Equilibrio (sin gastos financ.)	62.921	63.259	64.843	66.231	67.923	€ de venta al año
P.E. Mensual medio	5.243	5.272	5.404	5.519	5.660	€/ mes de media
Punto de Equilibrio (con gastos financ.)	65.825	65.200	66.273	67.122	68.244	€ de venta al año
P.E. Mensual medio	5.485	5.433	5.523	5.593	5.687	€/ mes de media
Ventas anuales previstas	67.416	71.522	75.141	78.943	82.938	€/ año de venta previstos
Venta mensual media prevista	5.618	5.960	6.262	6.579	6.911	€/ mes de media
Beneficio Bruto Estimado (B.A.I.I.)	4.217	7.751	9.661	11.925	14.085	€/ año
Beneficio Estimado (B.A.I.)	6.942	9.572	11.002	12.761	14.386	€/ año
Coef. de seguridad (sin gastos financ.)	1,07	1,13	1,16	1,19	1,22	= Prev. Ventas / Pto. Equilibrio
Coef. de seguridad (con gastos financ.)	1,02	1,10	1,13	1,18	1,22	
Incrementos de ventas necesarios	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0

Tabla 6.7.: Punto de equilibrio

Fuente; elaboración propia

El punto de equilibrio, o punto muerto, es aquel punto de actividad donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe pérdida ni ganancia. El Punto de Equilibrio, permite determinar exactamente el número de unidades vendidas o la cantidad de dinero que hemos de vender para no ganar ni perder dinero y también la cantidad exacta de unidades de ventas para ganar una cantidad predeterminada de dinero.

En este proyecto este punto comienza en 65.825 € en el primer año de la previsión, terminando en 67.923 € una vez que transcurran los cinco años de la previsión, este aumento se justifica con el aumento del coste que se prevé.

6.8- RATIOS DE RENTABILIDAD

6.8.1.-Ratios de rentabilidad.

Ratios de Rentabilidad	Fórmulas	2018	2019	2020	2021	2022
1. (Retorno sobre Capital) ROE (Return On Equity)	Beneficio Neto / Patrimonio Neto x 100	1,3%	7,5%	9,8%	11,8%	12,9%
2. (Retorno sobre Inversión) ROI (Return On Investment)	Beneficio Antes Interes e Impuestos / Activo Total x 100	1,0%	6,2%	9,2%	12,6%	15,8%
3. Margen sobre Ventas ROS (Return On Sales)	Beneficio Bruto / Ingresos de Explotación x 100	1,0%	5,5%	7,6%	9,4%	11,8%

Tabla 6.8.1.: Ratios de rentabilidad

Fuente; elaboración propia

6.8.1.1.-Retorno sobre Capital (ROE):

El ratio de retorno sobre capital o “Return on equity” relaciona beneficio neto con los recursos necesarios que hemos utilizado para obtenerlo.

Se puede observar, que va aumentando a lo largo de los años, esto quiere decir que a lo largo del tiempo, la empresa mejora la capacidad de devolver los capitales invertidos, superando el 10% al tercer año de estar puesta en marcha.

6.8.1.2-Retorno sobre la Inversión: (ROI)

Con la tasa de retorno sobre la inversión o “Return on investment” podemos comparar la utilidad obtenida en relación a la inversión realizada o el beneficio, es decir, es una herramienta para analizar el rendimiento que desde el punto de vista financiero. Con un resultado negativo, podríamos decir que la inversión no es recomendable.

Como aparece en el punto dos de la tabla 6.8.1, el ROI es positivo desde el primer año, superando el 10 % a partir del tercer año de la inversión, por tanto, se considera que este proyecto es una buena inversión.

6.8.1.3-Margen sobre ventas (ROS):

El margen sobre ventas es una tasa que indica la rentabilidad de la empresa en relación con la capacidad de flujo de ingresos.

En este caso, La empresa desde el primer año es eficiente como aparece en el punto 3 de la tabla 6.8.1 y los demás años experimenta un aumento progresivo.

6.8.2-Ratios de eficiencia

Ratios de Eficiencia	Fórmulas	2018	2019	2020	2021	2022
1. Rotación del Activo	Ingresos de Explotación / Activo Total	0,77	0,84	0,90	0,96	1,00
2. Rotación del Circulante	Ingresos de Explotación / Activo Corriente	2,89	2,22	1,86	1,59	1,37
3. Rotación de Existencias	Ingresos de Explotación / Existencias	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D

Tabla 6.8.2.: Ratios de eficiencia

Fuente; elaboración propia

6.8.2.1.-Rotación del activo:

La rotación de activo mide el grado de eficiencia de una empresa en el uso de sus activos para generar ingresos por ventas. Las empresas con bajos márgenes de beneficio suelen tener un elevado grado de rotación, mientras que aquellas con márgenes altos lo tienen bajo. Nuestra empresa tenemos un margen de beneficio bajo por lo cual tenemos una rotación de activo alta.

6.8.2.2.-Rotación del circulante:

La rotación del circulante mide el grado de eficiencia de una empresa, en el uso de sus activos para generar ingresos por ventas, interesa que sea alto. Como vemos en la tabla 6.8.2, nuestros resultados no son tan elevados e incluso van disminuyendo, puesto que nuestro activo corriente aumenta en mayor medida que los ingresos de explotación.

6.8.2.3.-Rotación de existencias:

La rotación de existencia, expresa el número de veces que se han renovado las existencias durante un periodo, normalmente de un año, informando del número de veces que se recupera la inversión en existencias durante un periodo. En este caso aparece como no disponible, puesto que prestamos un servicio, y no es necesario ya que en este proyecto no se gestiona ningún stock de mercaderías.

6.8.4.-Ratios financieros

Ratios Financieros	Fórmulas	2018	2019	2020	2021	2022
1. Liquidez	(Activo Corriente - Existencias) / Pasivo Corriente	1,61	2,40	2,70	3,05	8,52
2. Disponibilidad	Activo Corriente / Pasivo Corriente	2,36	2,40	2,70	3,05	8,52
3. Endeudamiento o Apalancam	Pasivo Exigible Total / Patrimonio Neto	0,79	0,62	0,43	0,25	0,09
4. Apalancamiento Financiero	(BAI/BAII x Activo Total/Patrimonio Neto)	0,43	1,21	1,21	1,15	1,07
5. Cobertura del Inmovilizado	Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente / Activo No Corrie	1,21	1,35	1,59	2,01	3,34
6. Plazo Medio de Cobro (días)	(Clientes / Ingresos de Explotación) x 365	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Plazo Medio de Pago (días)	(Acreedores Comerciales / Coste de Ventas) x 365	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8. Capacidad máxima de crecin	$\frac{(\text{margex}(1\% \text{dividendos}) \times \text{Activo/RR,PP.})}{1/\text{rotación-margen} \times (1\% \text{dividendos}) \times \text{Activo/RR,PP.}}$	1,3%	8,1%	10,9%	12,6%	14,8%

Tabla 6.8.4.: Ratios financieros

Fuente; elaboración propia

6.8.4.1.-Liquidez:

“Mediante este ratio relacionamos aquellas partidas que representan dinero o casi dinero respecto al pasivo circulante. Concretamente definimos este ratio como la relación que existe entre el activo financiero y el exigible a corto plazo”. (Jiménez, y Cárdenas. Plan general, 2008, p-144).

Es la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. En nuestra empresa, todos los años son positivos y tiende al alza, por lo que se puede entender que nuestra empresa no tiene problemas de liquidez.

En la figura 6.8.4 podemos ver que nuestro ratio de liquidez comienza en 2018 con 1,61 y va aumentando progresivamente, en este caso como nunca se encuentra por debajo de la unidad, se puede decir, que no se encuentra con tensiones de tesorería, por tanto, dispone de posibilidades crediticias.

6.8.4.2.-Disponibilidad:

“Los ratios de disponibilidad nos relacionan la masa patrimonial del activo más líquida de un balance con la masa patrimonial del pasivo exigible a corto plazo”. (Jiménez et al, Plan general, 2008, p-140).

Compara la disponibilidad del activo corriente sobre el pasivo corriente. En este caso, ratio a partir del segundo año coincide exactamente con el ratio de liquidez ya que en nuestra empresa presta un servicio y no procede cuantificar las existencias puesto que no existen. Su evolución denota que disponemos de recursos financieros ociosos (exceso de tesorería) .

El exceso de tesorería podría ser invertido en la adquisición de material inmovilizado, sueldo, o poner en marcha alguna estrategia de crecimiento que consta en el epígrafe 3.5.

6.8.4.3.-Endeudamiento:

“Se denomina endeudamiento a la relación existente entre el pasivo exigible (pasivo corriente y pasivo no corriente) y el patrimonio neto”. (Jiménez et al, Plan general, 2008, p-152).

Se puede decir que es la relación entre crédito y capital propio invertido en una operación financiera. A mayor crédito, mayor apalancamiento y menor inversión de capital propio. Esta empresa refleja bajos ratios de endeudamiento debido a la baja inversión inicial con la aportación de los socios y a la existencia de un préstamo un poco bajo.

En este caso, tal y como figura en la tabla 6.8.4 se observa que comenzamos con un endeudamiento del 79% y que va disminuyendo a lo largo de nuestra simulación hasta el 9% fruto de la amortización del préstamo y no haber necesitado aumentar el pasivo exigible.

6.8.4.4.-Apalancamiento financiero:

“El apalancamiento financiero se produce en la empresa por existir deudas en su pasivo, al igual que en el apalancamiento operativo existe por los costes fijos en su estructura de costes.

El apalancamiento financiero provoca variaciones en la rentabilidad del accionista más que proporcionales a las variaciones del BAIT de la empresa para una estructura financiera dada.

El efecto amplificador de la variación del beneficio del accionista, medido por el beneficio neto, lo llamaremos índice de apalancamiento financiero”. (Partal et al, Dirección financiera, 2012, p-334)

Tal y como figura en la tabla 6.8.4 en este caso comenzamos por 0,43 superando en el segundo año de planificación la unidad, esto quiere decir, que el BAIT es mayor que los intereses que paga la empresa.

6.8.4.5.-Cobertura del inmovilizado:

La cobertura del inmovilizado es la capacidad de la empresa para cubrir con sus fondos propios el inmovilizado empresarial. A pesar de contar con una escasa inversión inicial, con dicho importe la empresa será capaz de cubrir los costes de la adquisición con sus fondos propios.

De hecho, se observa que inicialmente este dato es bajo debido a la ausencia de un elevado beneficio económico y aumenta en los sucesivos años previendo que parte de los ingresos obtenidos se inviertan en la futura adquisición de inmovilizado.

6.8.4.6.-Plazo medio de cobro (días):

El plazo medio de días hace referencia al promedio del número de días, que la empresa va a tardar en cobrarle a sus clientes. Cuanto menos elevado sea el ratio, mayor número de recursos disponibles tendrá, si este ratio es muy elevado, es posible que la compañía pueda necesitar financiación externa, ya que puede estar ofreciendo mucho crédito a sus clientes.

Dado que la política de cobros que se ha impuesto en este proyecto es al contado, se obtiene una

cifra constante de cero días.

6.8.4.7.- Plazo medio de pago (días):

El plazo medio de pago es el promedio, del número

de día que una empresa tarda en hacer frente a sus pagos, cuanto más elevado sea este ratio, la empresa tardará más tiempo en hacer frente a los pagos con sus proveedores. En este proyecto se realizan los pagos al contado, ya que el proyecto cuenta con liquidez, si el proyecto se lleva a cabo, es posible que las partidas más importantes, como son los equipos laser, así como algunas partidas del activos no corriente, se realizasen con pagos aplazados, de esta forma podríamos reducir los gastos financieros que ocasiona el préstamo inicial.

6.8.4.8.-Capacidad máxima de crecimiento:

El ratio de capacidad máxima de crecimiento, se refiere a la capacidad máxima que tienen las ventas de crecimiento, sin que sea necesario que los socios tengan que ampliar capital; Por tanto, la capacidad máxima de crecimiento que tiene la empresa si solo se financia de los recursos que genera, manteniendo la proporción capital-deuda en el momento de inicio del proceso de crecimiento.

En este proyecto, se puede observar que evoluciona de forma creciente, ya que en la simulación no cuenta con nuevas inversiones, lo que indica una buena capacidad de crecimiento debido al incremento constante de venta, el precio de nuestros servicios.

6.8.5.-Otros ratios y parámetros

Otros ratios y parámetros	Fórmulas	2018	2019	2020	2021	2022
Fondo de Maniobra	Activo Corriente - Pasivo Corriente	13.914,74 €	19.742,82 €	26.856,07 €	35.279,25 €	55.737,13 €
	(Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente) - Activo No Corriente					
Nº medio de puestos de trabajo	(Empleados + socios)	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Punto Muerto o Punto de Equilibrio	Volumen de Ventas a partir del cual se genera Beneficio	62.920,59 €	63.258,97 €	64.842,67 €	66.230,87 €	67.922,98 €
Coefficiente de seguridad	Ventas previstas / Punto de equilibrio	1,07	1,13	1,16	1,19	1,22
Previsiones de ventas		67.416,38 €	71.522,04 €	75.141,05 €	78.943,19 €	82.937,72 €
Beneficio o pérdida brutos pre	margen medio x (Ventas - Punto Muerto)	1.493,10 €	5.930,65 €	8.319,06 €	11.089,68 €	13.784,23 €
Flujos de caja previstos (Cash)	(Incr. Tesorería + Decr. Póliza credito)	14.983,05 €	15.930,65 €	8.366,25 €	9.808,38 €	11.284,09 €

Plazo de Recuperación de la Inversión	Número de años que se tarda en recuperar la Inversión Inicial	6,70
Vida útil promedia prevista de la inversión	Número de años de vida útil prevista de la inversión	10,38
		11,00
Valor Actualizado Neto (VAN)	Valor Actualizado de la inversión	82.253
Tasa Interna de Retorno (TIR)	% inflación que hace 0 el VAN	29,04%
Tasa Interna de Retorno Correccionada con coste financiación e intereses de saldos positivos		13,31%

Tabla 6.8.5.: Otros ratios y parámetros.

(Fuente; elaboración propia)

6.8.5.1.-Fondo de maniobra:

Es la parte del activo circulante que es financiada con recursos de carácter permanente. Es una media de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Un fondo de maniobra negativo indica que la empresa puede tener problemas para hacer frente a sus deudas a corto plazo.

Habitualmente es un indicador de la necesidad urgente de aumentar un activo circulante para poder devolver las deudas a corto plazo. Esto se puede solucionar como medidas, como vender parte del inmovilizado (activo no corriente) para conseguir disponible (activo corriente), endeudarse a largo plazo o realizar una ampliación de capital. En nuestro caso obtenemos un fondo de maniobra muy positivo, puede deberse al prever una baja cantidad económica como inversión inicial y una alta estimación de ventas. Se manifiesta la ausencia de problemas para poder devolver las deudas.

6.8.5.2.-Nº medio de puestos de trabajo:

Según se establecido en el plan de negocio, la empresa estará formada por los dos socios que la integran. En un futuro, se valorará la posibilidad de ampliar la plantilla en función de la real actividad del negocio.

6.8.5.3.-Punto Muerto o P.E.:

Ya descrito en el epígrafe “6.7. Punto de equilibrio”.

6.8.5.4.-Coeficiente de seguridad:

El coeficiente es creciente e indica una mejora en la previsión de ventas respecto al punto de equilibrio.

En este caso, al ir aumentando las ventas, aumenta el coeficiente de seguridad. Cuanto mayor sea, mayor seguridad de la estimación de ventas. Este resultado también se puede deber a que aumentan en mayor medida la previsión de ventas que el punto de equilibrio.

6.8.5.5.-Previsiones de ventas:

Estimación de las ventas que se prevén tener a lo largo del periodo del estudio. Desde el comienzo de nuestra actividad, superamos el punto de equilibrio, e irán aumentando de forma progresiva.

6.8.5.6.-Beneficio o pérdida brutos previstos (BAII):

Ganancias previstas al multiplicar el margen obtenido por la diferencia de las ventas del Punto de Equilibrio.

Desde el primer año obtenidos datos positivos aumentando el resto de años de forma significativa.

6.8.5.7.-Flujos de caja previstos (Cash Flow):

Flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

En nuestro proyecto, al ser datos positivos, se revela que no sería necesario buscar financiación externa de manera puntual. A pesar de esto, se pueden valorar otras alternativas para generar una fuente de ingresos adicional a la propia del negocio.

6.8.5.8.-Plazo de Recuperación de la Inversión o pay back:

“El método de valoración llamado plazo de recuperación (o pay back) consiste en determinar el tiempo que transcurre hasta recuperar el desembolso inicial, a través de las rentas periódicas.[...]. El criterio de aceptación o rechazo de inversiones a través de este método consiste en aceptar todas aquellas inversiones cuyo desembolso inicial se recupera con los flujos de caja periódicos de la misma. Consecuentemente, son rechazadas aquellas inversiones cuyo capital invertido no llega nunca a recuperarse con los flujos periódicos que la inversión genera a lo largo de toda su vida. (Partal et al, Introducción a las finanzas empresariales, 2016, p-250).

En este caso, la inversión se estaría recuperando en aproximadamente 7 años, teniendo en cuenta el volumen de ventas.

6.8.5.9.-Vida útil promedia prevista de la inversión:

A pesar de ser de 5 años el periodo, se amplía a 11.92. Es por esto que este dato aumenta el valor de la media ponderada.

6.8.5.10.-Valor Actualizado Neto (VAN):

El criterio del <<valor actual neto>> (VAN) , también llamado por algunos autores << valor capital>> (VC) consiste en el cálculo del valor actualizado al momento 0 de la dimensión financiera de la inversión a evaluar. (Partal et al, Introducción a las finanzas empresariales, 2016, p-258).

Por tanto, podemos decir que el VAN es el beneficio que genera un proyecto teniendo en cuenta la variables tiempo y el coste de los utilizados.

En este caso el VAN es positivo con una actualización al momento 0 de 82.253 € y a una tasa del 6,08 % que sería la misma tasa que se paga en el préstamo con el que financiamos la inversión, realizando el descuento de 10 años.

6.8.5.11.-Tir:

La tasa interna de rentabilidad o TIR es aquel valor de la tasa de actualización que anula el VAN.

El criterio de aceptación o rechazo con el TIR consistirá en aceptar aquellas inversiones cuyo TIR sea superior a (K), y rechazar aquellas in versiones cuyo TIR sea inferior a (K).

$TIR > K \rightarrow$ ACEPTAR

$TIR < K \rightarrow$ RECHAZAR

En cuanto a la jerarquización de inversiones, considera mejor la inversión que ofrezca mayor valor del TIR. (Partal et al, Introducción a las finanzas empresariales, 2016, p-269)

La tasa de actualización que igual el VAN a 0, equivale a la tasa de interés que un proyecto de inversión con pagos e ingresos que ocurren en períodos regulares, es decir, expresa la rentabilidad porcentual que se obtiene por el capital invertido. Según este ratio, será aconsejable si su valor es igual o superior al interés mínimo que se desea obtener.

En este caso la TIR es de 29,04%, por tanto, por el criterio de la TIR se aceptaría el proyecto, teniendo en cuenta 10 años.

7.-CONCLUSIÓN

Para concluir este proyecto empresarial, a continuación se indican las claves principales que se pueden extraer para ponerlo en marcha, finalizando con una valoración personal sobre el trabajo realizado.

Según afirma Cristina Delgado. (21 de Junio 2016).” *Las familias aumentan con fuerza el gasto, sobre todo en bares y viajes. Economía, El País. La partida de ocio, espectáculos y cultura, con una variación del 3,9% (60 euros anuales más), motivada por el aumento del gasto en vacaciones todo incluido (del 6,8%) y en artículos y equipamientos recreativos (del 6,0%).*” Con esto quiero decir, que nos encontramos en una época propicia para emprender en negocios destinados al ocio.

Para realmente analizar si la idea es rentable, dentro del plan de viabilidad solo se ha tenido en cuenta la actividad de Laser tag. Normalmente esta actividad va ligada con otros servicios que hacen que aumenten las ventas y genere un aumento de los ingresos. En este caso, no se tienen en cuenta para poder eliminar los ingresos que estas puedan generar estas actividades, y de esta forma poder analizar los resultados de una forma más realista.

Los resultados obtenidos en el análisis;

VAN→82.253 € considerando una tasa de descuento del 6,08 % en 10 años.

TIR→29,04% en 10 años.

Periodo medio de recuperación de la inversión → 7 años.

Con estos resultados se aconsejaría la puesta en marcha de la idea, ya que ofrece un VAN positivo, a una tasa de actualización del 6,08 % que equivale al TAE con el que se financia el préstamo con el que financiamos la inversión.

A lo largo de la previsión se obtienen unos beneficios que no se reinvierten. En el caso de la puesta en marcha del proyecto, ese dinero financiaría otras actividades complementarias al proyecto para llevar a cabo las estrategias de crecimiento propuestas.

La previsión de ventas realizada, está basada en datos y testimonios de negocios con actividades complementarias o sustitutivas. Se recrea en un escenario más bien pesimista, por lo que personalmente considero, que este negocio tendría un mayor volumen de ventas.

A lo largo de la previsión, he podido observar que al volumen de ventas con el que se realiza la previsión, realmente es un proyecto muy sensible ante costes, por ejemplo, un aumento de los costes variables en 0,50 € podría hacer dar un vuelco a los datos que se han ofrecido en este trabajo. Cabe resaltar que en esa hipótesis durante los dos primeros años, manteniendo el precio de venta constante se obtendrían pérdidas. Por tanto, una vez puesto en marcha, habría que tener una especial atención a la gestión de costes, ya que de no ser así podríamos pasar de tener un proyecto rentable, a un proyecto abocado al fracaso. Para paliar este efecto también se podría

subir el precio de los servicios.

En cuanto a la ubicación de las instalaciones, se propone en el paraje de las lagunillas. Simplemente porque es un sitio que cumple con los requisitos que se le exige al proyecto (cercanía con la ciudad, con terreno). Sin embargo, cuando comencé a redactar, mi idea era diferente, también se podría llevar a cabo en una casa vieja, para poder conseguir un alquiler más económico. De esta forma el negocio se ubicaría más cerca de la ciudad, la decisión de cambiar la localización fue tras observar que la empresa tendría más dificultad para crecer.

Personalmente considero que es un buen plan de negocio ya que no tiene un gran desembolso. En esta simulación se parte de un desembolso inicial de 50.000 € y un préstamo 45.000 €. Se tiene en cuenta que es un proyecto que ofrece beneficios desde el primer año, y para llevar a cabo la actividad no es necesario un alto nivel educativo, ni tener conocimientos técnicos, solamente ser creativo, emprendedor, y tener ganas de trabajar.

8- ANEXOS

8.1.- PREVISIÓN DE VENTAS Y COSTES VARIABLES

Previsiones de Ventas de la empresa 2018
Real Game S.L

Ventas (unidades)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	128	128	131	133	137	160	205	205	160	131	131	179	1.827
Partida de viernes a domingo o festivos	288	288	294	300	308	360	461	461	360	294	294	403	4.110
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	768
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	8	8	8	8	18	42	42	44	18	8	8	8	220
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	10
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	10	-	10	10	-	-	-	-	30
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ventas (Euros)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	1.024	1.024	1.044	1.065	1.096	1.280	1.638	1.638	1.280	1.044	1.044	1.434	14.612
Partida de viernes a domingo o festivos	2.880	2.880	2.938	2.995	3.082	3.600	4.608	4.608	3.600	2.938	2.938	4.032	41.098
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	7.680
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	120	120	120	120	272	630	630	663	272	120	120	120	3.306
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	120	-	-	-	-	-	120
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	200	-	200	200	-	-	-	-	600
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	4.664	4.664	4.742	4.820	5.289	6.150	7.836	7.749	5.792	4.742	4.742	6.226	67.416

Previsión de Costes Variables de la empresa 2018
Real Game S.L

Costes variables	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	38	38	39	40	41	48	61	61	48	39	39	54	548
Partida de viernes a domingo o festivos	86	86	88	90	92	108	138	138	108	88	88	121	1.233
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	147	1.766
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	18	18	18	18	42	97	97	102	42	18	18	18	507
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	30	-	-	-	-	-	30
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	30	-	30	30	-	-	-	-	90
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	290	290	293	295	352	400	503	479	345	293	293	340	4.174

Estacionalidad de las Ventas ###
Real Game S.L

Meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Partida de viernes a domingo o festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	100%
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	3,63%	3,63%	3,63%	3,63%	8,21%	19,05%	19,05%	20,05%	8,22%	3,63%	3,63%	3,63%	100%
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
													0%
													0%
Porcentaje	6,92%	6,92%	7,03%	7,15%	7,84%	9,12%	11,62%	11,49%	8,59%	7,03%	7,03%	9,23%	100,0%

Tabla 8.1.1.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2018)

Fuente; Elaboración propia.

Previsiones de Ventas de la empresa Real Game S.L

2.019

Ventas (Unidades)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	132	132	134	137	141	165	211	211	165	134	134	185	1.881
Partida de viernes a domingo o festivos	297	297	303	309	317	371	475	475	371	303	303	415	4.233
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	791
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	8	8	8	8	19	43	43	46	19	8	8	8	227
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	10
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	10	-	10	10	-	-	-	-	31
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ventas (Euros)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	1.086	1.086	1.108	1.130	1.162	1.358	1.738	1.738	1.358	1.108	1.108	1.521	15.502
Partida de viernes a domingo o festivos	3.055	3.055	3.116	3.178	3.269	3.819	4.889	4.889	3.819	3.116	3.116	4.278	43.600
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679	679	8.148
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	127	127	127	127	288	668	668	703	288	127	127	127	3.508
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	127	-	-	-	-	-	127
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	212	-	212	212	-	-	-	-	637
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	4.948	4.948	5.031	5.114	5.611	6.525	8.314	8.221	6.145	5.031	5.031	6.605	71.522

Previsión de Costes Variables de la empresa Real Game S.L

2.019

Costes variables	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	41	41	42	42	44	51	65	65	51	42	42	57	581
Partida de viernes a domingo o festivos	92	92	93	95	98	115	147	147	115	93	93	128	1.308
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	156	1.874
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	20	20	20	20	44	102	102	108	44	20	20	20	538
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-	32
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	32	-	32	32	-	-	-	-	95
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	308	308	311	313	374	424	534	508	366	311	311	361	4.428

Estacionalidad de las Ventas Real Game S.L

2019

Meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Partida de viernes a domingo o festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	100%
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	3,63%	3,63%	3,63%	3,63%	8,21%	19,05%	19,05%	20,05%	8,22%	3,63%	3,63%	3,63%	100%
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
													0%
													0%
Porcentaje	6,92%	6,92%	7,03%	7,15%	7,84%	9,12%	11,62%	11,49%	8,59%	7,03%	7,03%	9,23%	100,0%

Tabla 8.1.2.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2019)

Fuente; Elaboración propia.

Previsiones de Ventas de la empresa

2.020

Real Game S.L

Ventas (Unidades)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	134	134	137	140	144	168	215	215	168	137	137	188	1.919
Partida de viernes a domingo o festivos	303	303	309	315	324	378	484	484	378	309	309	424	4.318
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	807
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	8	8	8	8	19	44	44	46	19	8	8	8	232
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	11	-	-	-	-	-	11
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	11	-	11	11	-	-	-	-	32
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ventas (Euros)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	1.141	1.141	1.164	1.187	1.221	1.427	1.826	1.826	1.427	1.164	1.164	1.598	16.287
Partida de viernes a domingo o festivos	3.210	3.210	3.274	3.338	3.435	4.012	5.136	5.136	4.012	3.274	3.274	4.494	45.807
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	713	713	713	713	713	713	713	713	713	713	713	713	8.560
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	134	134	134	134	303	702	702	739	303	134	134	134	3.685
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	134	-	-	-	-	-	134
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	223	-	223	223	-	-	-	-	669
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	5.198	5.198	5.285	5.372	5.895	6.855	8.734	8.637	6.455	5.285	5.285	6.939	75.141

Previsión de Costes Variables de la empresa

2.020

Real Game S.L

Costes variables	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	43	43	44	45	46	53	68	68	53	44	44	60	611
Partida de viernes a domingo o festivos	96	96	98	100	103	120	154	154	120	98	98	135	1.374
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	164	1.969
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	21	21	21	21	46	108	108	113	46	21	21	21	565
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	33	-	-	-	-	-	33
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	33	-	33	33	-	-	-	-	100
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	324	324	326	329	393	446	561	533	384	326	326	379	4.653

Estacionalidad de las Ventas

2.020

Real Game S.L

Meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Partida de viernes a domingo o festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	100%
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	3,63%	3,63%	3,63%	3,63%	8,21%	19,05%	19,05%	20,05%	8,22%	3,63%	3,63%	3,63%	100%
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
													0%
													0%
Porcentaje	6,92%	6,92%	7,03%	7,15%	7,84%	9,12%	11,62%	11,49%	8,59%	7,03%	7,03%	9,23%	100,0%

Tabla 8.1.3.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2020)

Fuente; Elaboración propia.

Previsiones de Ventas de la empresa

2.021

Real Game S.L

Ventas (Unidades)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	137	137	140	143	147	171	219	219	171	140	140	192	1.957
Partida de viernes a domingo o festivos	309	309	315	321	330	386	494	494	386	315	315	432	4.404
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	823
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	9	9	9	9	19	45	45	47	19	9	9	9	236
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	11	-	-	-	-	-	11
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	11	-	11	11	-	-	-	-	32
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ventas (Euros)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	1.199	1.199	1.223	1.247	1.283	1.499	1.919	1.919	1.499	1.223	1.223	1.679	17.111
Partida de viernes a domingo o festivos	3.372	3.372	3.440	3.507	3.608	4.216	5.396	5.396	4.216	3.440	3.440	4.721	48.124
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	749	749	749	749	749	749	749	749	749	749	749	749	8.993
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	141	141	141	141	318	738	738	776	318	141	141	141	3.872
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	141	-	-	-	-	-	141
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	234	-	234	234	-	-	-	-	703
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	5.461	5.461	5.553	5.644	6.193	7.202	9.176	9.074	6.782	5.553	5.553	7.290	78.943

Previsión de Costes Variables de la empresa

2.021

Real Game S.L

Costes variables	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	45	45	46	47	48	56	72	72	56	46	46	63	642
Partida de viernes a domingo o festivos	101	101	103	105	108	126	162	162	126	103	103	142	1.444
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	172	2.068
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	22	22	22	22	49	113	113	119	49	22	22	22	594
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	35	-	-	-	-	-	35
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	35	-	35	35	-	-	-	-	105
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	340	340	343	346	413	468	590	560	404	343	343	399	4.888

Estacionalidad de las Ventas

2.021

Real Game S.L

Meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Partida de viernes a domingo o festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	100%
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	3,63%	3,63%	3,63%	3,63%	8,21%	19,05%	19,05%	20,05%	8,22%	3,63%	3,63%	3,63%	100%
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
													0%
													0%
Porcentaje	6,92%	6,92%	7,03%	7,15%	7,84%	9,12%	11,62%	11,49%	8,59%	7,03%	7,03%	9,23%	100,0%

Tabla 8.1.4.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2021)

Fuente; Elaboración propia.

Previsiones de Ventas de la empresa Real Game S.L

2.022

Ventas (Unidades)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	140	140	143	146	150	175	224	224	175	143	143	196	1.997
Partida de viernes a domingo o festivos	315	315	321	327	337	393	504	504	393	321	321	441	4.492
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	839
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	9	9	9	9	20	46	46	48	20	9	9	9	241
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	11	-	-	-	-	-	11
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	11	-	11	11	-	-	-	-	33
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Ventas (Euros)	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	1.260	1.260	1.285	1.310	1.348	1.575	2.016	2.016	1.575	1.285	1.285	1.764	17.977
Partida de viernes a domingo o festivos	3.543	3.543	3.614	3.685	3.791	4.429	5.669	5.669	4.429	3.614	3.614	4.960	50.560
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	9.448
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	148	148	148	148	334	775	775	816	334	148	148	148	4.068
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	148	-	-	-	-	-	148
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	246	-	246	246	-	-	-	-	738
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	5.738	5.738	5.834	5.930	6.506	7.566	9.641	9.534	7.125	5.834	5.834	7.659	82.938

Previsión de Costes Variables de la empresa Real Game S.L

2.022

Costes variables	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	47	47	48	49	51	59	76	76	59	48	48	66	674
Partida de viernes a domingo o festivos	106	106	108	111	114	133	170	170	133	108	108	149	1.517
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	181	181	181	181	181	181	181	181	181	181	181	181	2.173
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	23	23	23	23	51	119	119	125	51	23	23	23	624
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	-	-	-	-	-	-	37	-	-	-	-	-	37
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	-	-	-	-	37	-	37	37	-	-	-	-	111
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totales	357	357	360	363	433	492	619	589	424	360	360	419	5.135

Estacionalidad de las Ventas Real Game S.L

2.022

Meses	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Totales
Partida de lunes a jueves no festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Partida de viernes a domingo o festivos	7,01%	7,01%	7,15%	7,29%	7,50%	8,76%	11,21%	11,21%	8,76%	7,15%	7,15%	9,81%	100%
Pack aniversario de lunes a jueves no festivos	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	100%
Pack aniversario de viernes a domingo o festivos	3,63%	3,63%	3,63%	3,63%	8,21%	19,05%	19,05%	20,05%	8,22%	3,63%	3,63%	3,63%	100%
Pack VIP party de lunes a jueves no festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
Pack VIP party de viernes a domingo o festivos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100%
													0%
													0%
Porcentaje	6,92%	6,92%	7,03%	7,15%	7,84%	9,12%	11,62%	11,49%	8,59%	7,03%	7,03%	9,23%	100,0%

Tabla 8.1.5.- Previsión de ventas, costes variables, y estacionalidad de ventas (2022)

Fuente; Elaboración propia.

8.2.-OTROS GASTOS FIJOS.

Otros gastos fijos	Datos	nº pagos	Totales	%
Tributos: IAE, IBI, ...	0	1	0	0,00%
Otras gastos fijos (SIN IVA)	0	1	0	0,00%
Primas de Seguros	1.500	1	1.500	8,70%
Colegio/ Asociación profesional	0	1	0	0,00%
Electricidad	450	12	5.400	31,34%
Otros suministros (agua, gas, etc.)	30	12	360	2,09%
Teléfono	14	12	168	0,97%
Teléfono móviles	0	12	0	0,00%
Conexión a Internet (tarifa plana)	25	12	294	1,71%
Página Web (Host, mantenimiento, etc)	50	1	50	0,29%
Compañía de seguridad / Alarma	150	4	600	3,48%
Material de oficina	40	12	480	2,79%
Publicidad y propaganda	50	2	100	0,58%
Documentación y suscripciones	0	1	0	0,00%
Asesoría	0	4	0	0,00%
Arrendamientos	600	12	7.200	41,78%
Transporte	0	12	0	0,00%
Mantenimiento y reparación	40	12	480	2,79%
Otros gastos imprevistos	50	12	600	3,48%
Total Otros Gastos Fijos			17.232	100,00%

Tabla 8.2.- Previsión de otros gastos fijos

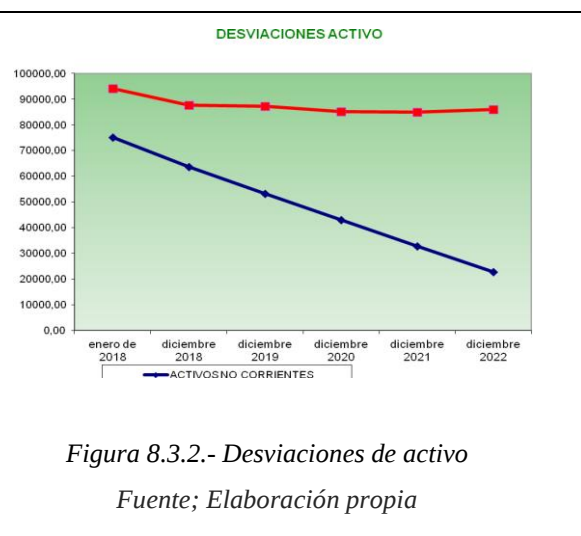
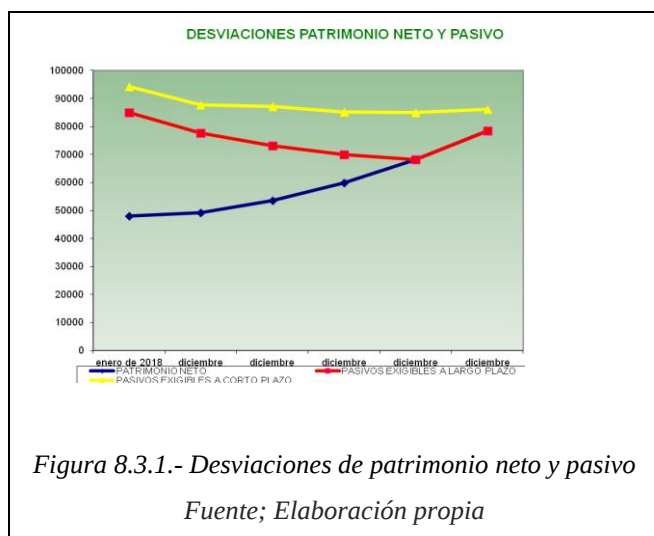
Fuente; Elaboración propia.

8.3.- COMPARATIVA DE BALANCES EN LA PREVISIÓN.

	enero de 2018	diciembre 2018	diciembre 2019	diciembre 2020	diciembre 2021	diciembre 2022
	Importe	Importe	Importe	Importe	Importe	Importe
Activos No Corrientes	75.274,00 €	63.720,95 €	53.367,89 €	43.014,84 €	32.895,12 €	22.775,40 €
Inmovilizado Material	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €	73.374,00 €
Amort. Acum. Inmov. Material	0,00 €	-10.119,72 €	-20.239,44 €	-30.359,16 €	-40.478,88 €	-50.598,60 €
Inmovilizado Inmaterial	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €
Amort. Acum. Inmov. Inmaterial	0,00 €	-233,33 €	-466,67 €	-700,00 €	-700,00 €	-700,00 €
Inmov. Financiero Largo Plazo	1.200,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Activos Corrientes	18.976,00 €	23.981,85 €	33.846,97 €	42.213,22 €	52.021,60 €	63.305,69 €
Inmov. Financiero Corto Plazo	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Existencias	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Clientes	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. Pagos y retenciones IRPF	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. Deudora I. Sociedades	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
H.P. Deudora IVA	16.042,74 €	6.065,54 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Tesorería	2.933,26 €	17.916,31 €	33.846,97 €	42.213,22 €	52.021,60 €	63.305,69 €
Total Activo	94.250,00 €	87.702,80 €	87.214,86 €	85.228,06 €	84.916,72 €	86.081,09 €
Patrimonio Neto	48.050,00 €	49.169,82 €	53.617,81 €	59.857,11 €	68.174,36 €	78.512,53 €
Capital Social	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €
Reservas	- 1.950,00 €	- 1.950,00 €	- 830,18 €	3.617,81 €	9.857,11 €	18.174,36 €
Crédito de accionistas	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Subvenciones	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Resultados pend. aplicación	- €	1.119,82 €	4.447,99 €	6.239,30 €	8.317,26 €	10.338,17 €
Pasivos No Corrientes	36.959,70 €	28.465,86 €	19.492,90 €	10.013,80 €	- €	- €
Acreedores L.P. Financieros	36.959,70 €	28.465,86 €	19.492,90 €	10.013,80 €	- €	- €
Otros Acreedores L.P.	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Pasivos Corrientes	9.240,30 €	10.067,11 €	14.104,15 €	15.357,15 €	16.742,35 €	7.568,56 €
Acreedores C.P. Financieros	8.040,30 €	8.493,84 €	8.972,96 €	9.479,10 €	10.013,80 €	- €
Crédito financiero C.P.	- €	- €	- €	- €	- €	- €
Proveedores	- €	- €	- €	- €	- €	- €
H.P. acreedora IVA	- €	- €	2.448,53 €	2.598,28 €	2.756,13 €	2.922,50 €
H.P. acreedora Imp. Soc./IRPF	- €	373,27 €	1.482,66 €	2.079,77 €	2.772,42 €	3.446,06 €
Otros Acreedores C.P.	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Total Recursos Permanentes	85.009,70 €	77.635,68 €	73.110,71 €	69.870,91 €	68.174,36 €	78.512,53 €
Total Recursos Ajenos	46.200,00 €	38.532,97 €	33.597,05 €	25.370,95 €	16.742,35 €	7.568,56 €
Total Patrimonio Neto y Pasivos	94.250,00 €	87.702,80 €	87.214,86 €	85.228,06 €	84.916,72 €	86.081,09 €
Fondo de Maniobra	9.735,70 €	13.914,74 €	19.742,82 €	26.856,07 €	35.279,25 €	55.737,13 €

Tabla 8.3.- Comparativa de los balances

Fuente; Elaboración propia.



8.4.-PREVISIÓN DE TESORERÍA.

Concepto	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
COBROS													
Cobro de ventas	5.643	5.643	5.738	5.832	6.399	7.442	9.482	9.377	7.008	5.738	5.738	7.533	81.574
Otras entradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones de IVA	0	0	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
Total COBROS	5.643	5.643	5.738	5.832	6.399	7.442	9.482	9.377	7.008	5.738	5.738	7.533	81.574
PAGOS													
Pagos de Gastos Fijos (IVA incl.)	4.431	3.311	4.092	3.911	5.471	4.153	3.911	3.911	4.092	3.911	3.911	5.673	50.775
Pago de compras y Costes Variables (IVA incl.)	351	351	354	357	426	484	609	579	417	354	354	412	5.051
Pagos de Gastos Financieros	656	203	200	197	194	191	188	185	182	179	176	173	2.724
Pagos IVA cuotas Leasing / Renting	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos NO gastos													
Devolución de principal (préstamos y leasing)	653	656	659	662	665	668	671	675	678	681	684	687	8.040
Otras salidas de caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidaciones de IVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos (Imp. Soc./IRPF)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total PAGOS	6.092	4.522	5.306	5.128	6.757	5.496	5.379	5.349	5.369	5.125	5.125	6.944	66.591
Tesorerías mensuales	(.448)	1.122	432	705	(.358)	1.946	4.103	4.028	1.639	613	613	589	14.983
Dispuesto de póliza de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tesorería acumulada	2.933	2.485	3.607	4.039	4.744	4.386	6.331	10.434	14.462	16.101	16.714	17.327	17.916

Máximo dispuesto de póliza de crédito	0	
Flujo de caja del periodo (Cash Flow)	14.983	
Máxima tesorería mensual	17.916	diciembre

Tabla 8.4.1.- Previsión de tesorería 2018

Fuente; Elaboración propia.

Concepto	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
COBROS													
Cobro de ventas	5.987	5.987	6.087	6.188	6.789	7.895	10.060	9.948	7.435	6.087	6.087	7.992	86.542
Otras entradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones de IVA	0	0	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
Total COBROS	5.987	5.987	6.087	6.188	6.789	7.895	10.060	9.948	7.435	6.087	6.087	7.992	86.542
PAGOS													
Pagos de Gastos Fijos (IVA incl.)	4.027	4.027	4.212	4.027	5.619	4.274	4.027	4.027	4.212	4.027	4.027	5.855	52.359
Pago de compras y Costes Variables (IVA incl.)	373	373	376	379	452	513	646	614	443	376	376	437	5.358
Pagos de Gastos Financieros	169	166	163	160	157	153	150	147	144	140	137	134	1.821
Pagos IVA cuotas Leasing / Renting	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos NO gastos													
Devolución de principal (préstamos y leasing)	690	693	696	700	703	706	709	713	716	719	722	726	8.494
Otras salidas de caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidaciones de IVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.206	0	0	2.206
Otros pagos (Imp. Soc./IRPF)	0			0			373			0		0	373
Total PAGOS	5.259	5.259	5.448	5.266	6.930	5.646	5.906	5.501	5.514	7.468	5.262	7.151	70.611
Tesorerías mensuales	728	728	640	922	(.141)	2.248	4.154	4.447	1.921	(.1.381)	825	841	15.931
Dispuesto de póliza de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tesorería acumulada	18.644	19.372	20.012	20.934	20.793	23.041	27.194	31.641	33.562	32.181	33.006	33.847	
Flujo de caja del periodo (Cash Flow)	15.931												
Máxima tesorería mensual	33.847												diciembre

Tabla 8.4.2.- Previsión de tesorería 2019.

Fuente; Elaboración propia.

Concepto	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
COBROS													
Cobro de ventas	6.290	6.290	6.395	6.501	7.133	8.294	10.569	10.451	7.811	6.395	6.395	8.396	90.921
Otras entradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones de IVA	0	0	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
Total COBROS	6.290	6.290	6.395	6.501	7.133	8.294	10.569	10.451	7.811	6.395	6.395	8.396	90.921
PAGOS													
Pagos de Gastos Fijos (IVA incl.)	4.147	4.147	4.336	4.147	5.770	4.399	4.147	4.147	4.336	4.147	4.147	6.043	53.912
Pago de compras y Costes Variables (IVA incl.)	392	392	395	398	475	539	679	645	465	395	395	459	5.630
Pagos de Gastos Financieros	130	127	124	120	117	114	110	107	103	100	96	93	1.342
Pagos IVA cuotas Leasing / Renting	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos NO gastos													
Devolución de principal (préstamos y leasing)	729	732	736	739	743	746	749	753	756	760	763	767	8.973
Otras salidas de caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidaciones de IVA	2.449	0	0	2.238	0	0	2.687	0	0	3.842	0	0	11.216
Otros pagos (Imp. Soc./IRPF)	0	0	0	0	0	0	1.483	0	0	0	0	0	1.483
Total PAGOS	7.847	5.398	5.590	7.643	7.105	5.797	9.856	5.652	5.660	9.244	5.401	7.361	82.554
Tesorerías mensuales	(1.557)	892	805	(1.142)	27	2.497	713	4.799	2.151	(2.848)	994	1.035	8.366
Dispuesto de póliza de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tesorería acumulada	32.290	33.182	33.987	32.846	32.873	35.370	36.083	40.882	43.033	40.184	41.178	42.213	0

Máximo dispuesto de póliza de crédito	0	
Flujo de caja del periodo (Cash Flow)	8.366	
Máxima tesorería mensual	43.033	septiembre

Tabla 8.4.3.- Previsión de tesorería 2020.

Fuente; Elaboración propia.

Concepto	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
COBROS													
Cobro de ventas	6.608	6.608	6.719	6.830	7.494	8.714	11.103	10.980	8.206	6.719	6.719	8.821	95.521
Otras entradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones de IVA	0	0	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
Total COBROS	6.608	6.608	6.719	6.830	7.494	8.714	11.103	10.980	8.206	6.719	6.719	8.821	95.521
PAGOS													
Pagos de Gastos Fijos (IVA incl.)	4.271	4.271	4.464	4.271	5.927	4.528	4.271	4.271	4.464	4.271	4.271	6.238	55.516
Pago de compras y Costes Variables (IVA incl.)	411	411	415	419	499	566	713	678	489	415	415	482	5.914
Pagos de Gastos Financieros	89	86	82	79	75	72	68	64	61	57	53	50	836
Pagos IVA cuotas Leasing / Renting	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos NO gastos													
Devolución de principal (préstamos y leasing)	770	774	777	781	784	788	792	795	799	803	806	810	9.479
Otras salidas de caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidaciones de IVA	2.598	0	0	2.377	0	0	2.850	0	0	4.062	0	0	11.888
Otros pagos (Imp. Soc./IRPF)	0	0	0	0	0	0	2.080	0	0	0	0	0	2.080
Total PAGOS	8.140	5.542	5.738	7.926	7.286	5.954	10.774	5.809	5.812	9.608	5.546	7.579	85.713
Tesorerías mensuales	(1.532)	1.066	981	(1.096)	208	2.760	329	5.171	2.395	(2.889)	1.173	1.242	9.808
Dispuesto de póliza de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tesorería acumulada	42.213	40.681	41.748	42.729	41.632	41.840	44.600	44.929	50.101	52.495	49.606	50.780	52.022

Máximo dispuesto de póliza de crédito	0	
Flujo de caja del periodo (Cash Flow)	9.808	
Máxima tesorería mensual	52.495	septiembre

Tabla 8.4.4.- Previsión de tesorería 2021.

Fuente; Elaboración propia.

Concepto	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
COBROS													
Cobro de ventas	6.943	6.943	7.059	7.175	7.873	9.155	11.665	11.536	8.622	7.059	7.059	9.267	100.355
Otras entradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Devoluciones de IVA	0	0	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
Total COBROS	6.943	6.943	7.059	7.175	7.873	9.155	11.665	11.536	8.622	7.059	7.059	9.267	100.355
PAGOS													
Pagos de Gastos Fijos (IVA incl.)	4.399	4.399	4.596	4.399	6.088	4.661	4.399	4.399	4.596	4.399	4.399	6.439	57.174
Pago de compras y Costes Variabl	432	432	436	440	525	595	749	712	513	436	436	507	6.214
Pagos de Gastos Financieros	46	42	38	35	31	27	23	19	16	12	8	4	301
Pagos IVA cuotas Leasing / Rentir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros pagos NO gastos													
Devolución de principal (préstamos)	814	817	821	825	829	832	836	840	844	848	852	856	10.014
Otras salidas de caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidaciones de IVA	2.756	0	0	2.524	0	0	3.022	0	0	4.295	0	0	12.596
Otros pagos (Imp. Soc./IRPF)	0			0		0	2.772			0		0	2.772
Total PAGOS	8.447	5.691	5.891	8.222	7.472	6.116	11.802	5.971	5.969	9.989	5.695	7.805	89.071
Tesorerías mensuales	(1.504)	1.252	1.168	(1.047)	400	3.039	(137)	5.565	2.653	(2.930)	1.364	1.462	11.284
Dispuesto de póliza de crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tesorería acumulada	50.517	51.769	52.937	51.890	52.290	55.329	55.192	60.757	63.410	60.480	61.844	63.306	

no dispuesto de póliza de crédito	0	
de caja del periodo (Cash Flow)	11.284	
Máxima tesorería mensual	63.410	septiembre

Tabla 8.4.5.- Previsión de tesorería 2022.

Fuente; Elaboración propia.

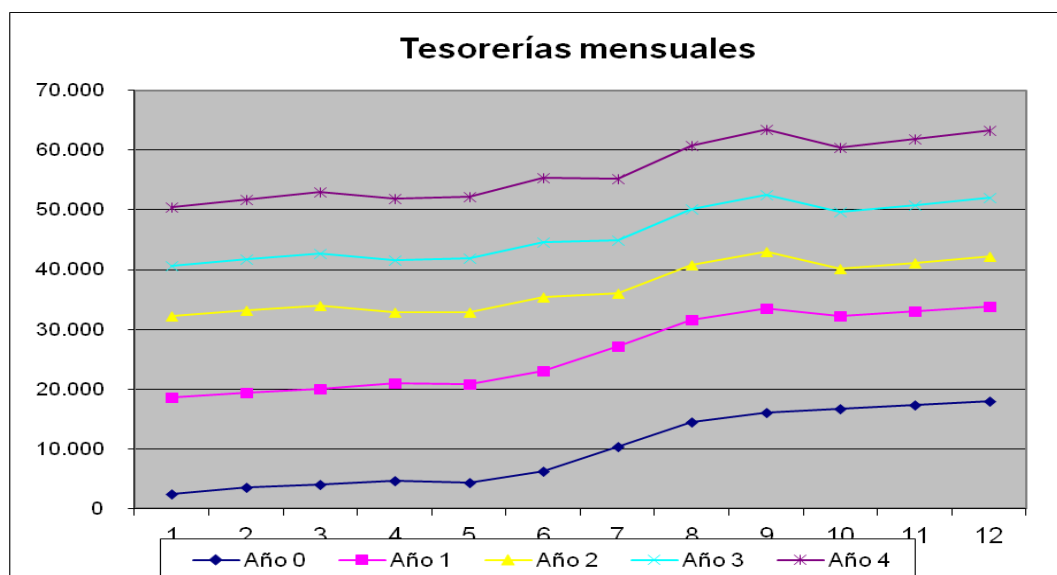


Figura 8.4.- Resumen previsión de tesorería.

Fuente; Elaboración propia.

8.5.-RESUMEN GENERAL DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Nombre de la empresa(proyecto):	Real Game S.L
Promotores:	Miguel Ángel Serrano Castillo
Forma Jurídica:	Sociedad Limitada (S.L.)

Inicio de actividad	enero-2018
---------------------	------------

Inversión Inicial Total	94.250	€
Recursos Propios	48.050	51,0%
Recursos Ajenos	46.200	49,0%

Plazo recuperación inversión	6,70	años
Vida útil promedio prevista	10,38	años

V.A.N.	82.253	€
TIR	29,04%	
TIR Corregida	13,31%	

Previsiones económicas Cuadro Resumen	Año 0 2.018	Año 1 2.019	Año 2 2.020	Año 3 2.021	Año 4 2.022
Ventas Previstas	67.416	71.522	75.141	78.943	82.938
Gastos de Explotación	63.199	63.771	65.480	67.018	68.853
Resultados financieros	(2.724)	(1.821)	(1.342)	(836)	(301)
Resultados previstos	1.493	5.931	8.319	11.090	13.784
Flujos de caja previstos	14.983	15.931	8.366	9.808	11.284
Puestos de trabajo	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Margen Medio Contribución	93,81%	93,81%	93,81%	93,81%	93,81%
ROE	2,28%	8,30%	10,42%	12,20%	13,17%
ROI	1,70%	6,80%	9,76%	13,06%	16,01%
Coef. Seguridad	1,07	1,13	1,16	1,19	1,22

Figura 8.5.- Resumen General del proyecto.

Fuente; Elaboración propia.

9 . BIBLIOGRAFÍA

9.1.- MATERIAL EMPLEADO

- María Vicenta Pérez Silvestre, Alejandro Magnet Íñiguez. (2015). Plantilla-Simulador Plan Financiero: EOI.

9.2.- MONOGRAFÍAS

- José A. Almoguera. (Enero 2003). Plan de negocios. Madrid: Centro de estudios Técnicos Empresariales ESINE.
- Partal Ureña Antonio, Moreno Bonilla Fernando, Cano Rodríguez Manuel, Gómez Fernández-Aguado, Pilar. (2012). Dirección financiera de la empresa. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Antonio Partal Ureña, Fernando Moreno Bonilla, Manuel Cano Rodríguez, Pilar Gómez Fernández-Aguado. 3ª Ed (2016). Introducción a la finanzas empresariales. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Guerras Martin, Luis Ángel. (2015). La dirección estratégica de la empresa : teoría y aplicaciones 5º Ed.. Madrid: Thomson-Reuters Cívitas .
- Sánchez Jiménez Salvador, Cárdenas García Pablo Juan. (2008). Plan General de Contabilidad 2007 y Análisis de Estados Contables. Torredonjimeno (Jaén): Caja Rural Jaén Publicaciones.

9.3.- CONSULTAS ELECTRONICAS

- Información proporcionada por la compañía Laser Game Pro.
- BBDD Sabi
- Laser tag Europa SL

<http://lasertag.net/>

<http://www.gamesimes.com/su-centro-laser.html>

- Yumping

<https://www.yumping.com/laser-tag>

Oscar Sanchez (8 de Septiembre 2012). Lo nuevo del ocio-tiempo libre: monta una empresa Laser tag. Blog emprendedores. Eleconomista.es

<http://www.eleconomista.es/blogs/emprendedores/?p=3254>

- Hangar 7 Paintballs, S.L

<http://www.hangar7paintballs.com/WEB/precios/laser-tag/>

- Cristina Delgado. (21 de Junio 2016). Las familias aumentan con fuerza el gasto, sobre todo en bares y viajes. Economía, El País.

http://economia.elpais.com/economia/2016/06/20/actualidad/1466412506_869308.html

