

Trabajo Fin de Grado

PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE UN TEATRO VOLADOR

Business plan for the opening of a flying theatre

Autor

Daniel Becerril Amieva

Directora

Consuelo González Gil

Facultad de Economía y empresa

2024

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de fin de grado consiste en analizar la viabilidad de crear un nuevo negocio en Madrid que tenga por objeto social la comercialización de un Flying Theatre o teatro volador, es decir, una atracción que simule la experiencia de volar. El principal objetivo de este negocio es introducir en España este modelo de negocio, exitoso en otros países y por otro lado disruptivo, convirtiéndonos en los pioneros. Para determinar su viabilidad se seguirán una serie de análisis. En primer lugar, se realizará un análisis estratégico que incluirá un análisis PEST, un análisis del mercado para determinar nuestro mercado objetivo y un análisis de la competencia. Luego, se determinará la viabilidad comercial mediante el diseño del servicio y el plan de marketing para posteriormente analizar la viabilidad técnica, que incluirá aspectos como el lugar de las instalaciones, el esquema del proyecto, las inversiones y los gastos asociados, así como el personal necesario y su cualificación. Para concluir, se medirá el desempeño económico-financiero del proyecto con un horizonte temporal de 5 años para analizar si es viable y se analizarán los principales factores de riesgo de nuestra propuesta de negocio.

ABSTRACT

The present dissertation is based on an analysis of the viability of setting up a new business company in Madrid. The purpose of this company is to introduce the Flying Theatres market in Madrid and Spain, after being successful in other countries such as the USA and the Netherlands. A flying theatre is an activity that reproduces the feeling of flying across different landscapes of the world, thanks to its high technology. To decide its viability, a wide range of analyses will be conducted. First, we will conduct a strategic analysis, which will include a PEST analysis along with a market and competence analysis. To continue, we will find commercial viability through service design and marketing strategy to figure out technical viability. Technical viability will hold several aspects, such as where we will set up the facilities, a project scheme, the cost of investments and expenses, and the personnel needs. To conclude, we will calculate the economic performance throughout the next 5 years as well as the main risk factors to which we are exposed.

Índice

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	7
1.1 INTRODUCCIÓN.....	7
1.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	7
1.3 EL GRUPO PROMOTOR	9
2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA	10
2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	10
2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	17
2.2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO, SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS	17
2.2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POR CLIENTES	18
2.2.3 NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	19
2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	20
3. VIABILIDAD COMERCIAL	22
3.1 DISEÑO DEL SERVICIO	23
3.1.1 GAMA DE PRODUCTOS.....	24
3.1.2 DIFERENCIACIÓN Y VENTAJA COMPETITIVA.....	24
3.1.3 PATENTES, LICENCIAS Y MARCAS	25
3.1.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	25
3.2 EL PLAN DE MARKETING	26
3.2.1 POSICIONAMIENTO	26
3.2.2 POLÍTICA DE PRECIOS Y OBJETIVOS DE VENTAS.....	26
3.2.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN. RELACIONES PÚBLICAS Y MERCHANDISING.....	28
3.2.4 ATENCIÓN AL CLIENTE.....	29
3.2.5 IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA	29

4. VIABILIDAD TÉCNICA	30
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO	30
4.1.1 UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES	30
4.1.2 DESARROLLO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	30
4.1.3 INVERSIONES INICIALES	31
4.1.4 GASTOS INICIALES	32
4.1.5 GASTOS CORRIENTES	33
5. ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA	34
5.1 ASPECTOS LEGALES	34
5.2 GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS	37
5.2.1 ORGANIGRAMA.....	39
6. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO	39
6.1 INVERSIONES Y AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO.....	40
6.2 PRESUPUESTO DE TESORERÍA	40
6.3 BALANCE DE SITUACIÓN	41
6.4 CUENTA DE RESULTADOS.....	43
6.5 FONDO DE MANIOBRA	43
6.6 RATIOS.....	44
7. VALORACIÓN DEL RIESGO	45
8. RESUMEN Y CONCLUSIONES.....	46
9. BIBLIOGRAFÍA.....	48
10. ANEXOS.....	51
ANEXO 1: CURRÍCULUM VITAE DEL PROMOTOR	51
ANEXO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADO REALIZADA.....	51
ANEXO 3: CONSULTA A DYNAMIC STRUCTURES PARA EL SUMINISTRO Y MONTAJE DEL FLYING THEATRE.....	59
ANEXO 4: MOBILIARIO DE OFICINA Y EQUIPOS INFORMÁTICOS.....	59

ANEXO 5: COSTE DE ASESORÍA PARA EMPEZAR EL NEGOCIO	60
ANEXO 6: CARACTERÍSTICAS DEL PRÉSTAMO Y SU AMORTIZACIÓN....	61
ANEXO 7: AMORTIZACIÓN ACELERADA DEL INMOVILIZADO	62
ANEXO 8: PREVISIÓN DE TESORERIA PRIMER AÑO	63
ANEXO 9: PREVISIÓN DE TESORERIA 5 PRIMEROS AÑOS	64
ANEXO 10: BALANCE DE SITUACIÓN MENSUAL PREVISTO PRIMER AÑO	65
ANEXO 11: CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL PREVISTA PRIMER AÑO.....	66
ANEXO 12: CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL PREVISTA 5 PRIMEROS AÑOS	67

Índice de tablas

Tabla 1: Evolución de los tipos de interés del BCE	13
Tabla 2: previsión del tipo de cambio EUR/USD	14
Tabla 3: previsión del tipo de cambio EUR/GBP.....	14
Tabla 4: ingresos esperados en el año 1 en distintos escenarios de riesgo	27
Tabla 5: ingresos esperados en el año 2 y siguientes en distintos escenarios de riesgo .	28
Tabla 6: salarios y SS a cargo de la empresa.....	39
Tabla 7: inversiones iniciales	40
Tabla 8: amortización del inmovilizado	40
Tabla 9: balance previsional de los 5 primeros años	42
Tabla 10: fondo de maniobra durante los 5 primeros años.....	44
Tabla 11: análisis de los principales datos económico-financieros durante los 5 primeros años	44

Índice de figuras

Figura 1: facilidad de España para hacer negocios.....	11
Figura 2: pirámide poblacional España 1 enero 2022	15
Figura 3: edad media de la población en España entre 1950 y 2050.....	16
Figura 4: gasto en I+D por Comunidades Autónomas en 2021	17
Figura 5: esquema técnico del proyecto	31
Figura 6: organigrama de la empresa	39
Figura 7: evolución del saldo de tesorería en los 5 primeros años	41
Figura 8: EBITDA previsional durante los 5 primeros años	43

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de fin de grado se basa en la elaboración de un plan de negocio que hace referencia a la creación de una empresa en Madrid dedicada a la comercialización de experiencias de vuelo mediante un simulador con tecnología de última generación, la cual se aprovecha de una plataforma de asientos rotatoria y móvil, una pantalla esférica y una serie de sensaciones palpables del lugar a donde se viaja para ser capaz de recrear la sensación de volar.

La motivación para realizar este proyecto viene tras estar una temporada viviendo en Estados Unidos. Tras un reciente viaje de ocio por el país, observé como una atracción que simulaba un vuelo a través de paisajes de nuestro mundo era un continuo reclamo para los turistas de todo el mundo. Cabe resaltar que el mercado español de los simuladores de vuelo todavía no ha sido explotado, siendo por tanto una oportunidad única para conquistar el mercado convirtiéndonos en los pioneros y disfrutar de ventajas competitivas sostenibles en el largo plazo.

Aunque el enfoque de esta atracción va a ser global, cabe destacar que España se ha convertido en un gran reclamo para los ciudadanos estadounidenses como se analizará más adelante, retroalimentando así la idea de negocio.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El presente negocio será llevado a cabo por la empresa de nueva creación FlyWorld S.L. cuyos socios serán Daniel Becerril Amieva y la empresa de capital riesgo Inveready de los cuales se hablará más adelante en el grupo promotor (ver epígrafe 1.3). El nombre comercial escogido para la empresa es FlyWorld mientras que su razón social a objeto de inscribirla en el registro mercantil de Madrid es FlyWorld S.L. La dirección tanto social como fiscal de la empresa será Calle Gran vía 43 BIS, 28013, Madrid.

FlyWorld, marca que será registrada con objeto de proteger su propiedad intelectual, es una empresa que está basada en la comercialización de experiencias de vuelo de 10 minutos a los clientes a través de los paisajes más increíbles de la tierra. Estas experiencias recrean fielmente la sensación de estar volando. La empresa, por tanto, obtiene sus ingresos por la comercialización y venta de estos vuelos, siendo una empresa que presta un servicio a sus clientes. El negocio contará al inicio de la actividad con dos

paisajes, Islandia y el Oeste Americano, los cuales se detallan en el epígrafe 3.1. El local donde se realizará la actividad, situado en calle Gran Vía 43 BIS, Madrid, dispondrá de un espacio total de 350 metros cuadrados divididos en 3 salas principales, las cuales se remodelarán y acondicionarán previo al inicio de la actividad empresarial. A modo de introducción (se puede consultar la disposición del local en detalle en el epígrafe 4.1.2), la primera de ellas es la más importante es aquella donde los participantes realizarán el Flying Theatre y constará de la plataforma con los asientos y la pantalla esférica, la segunda será la entrada donde estará el personal de recepción y la fila para acceder a la atracción, así como los servicios y la tercera sala será una oficina dónde estará el personal de administración de la empresa.

Dadas las características del negocio propuesto, se ofrecerán 3 diferentes packs a los clientes: un primero que consistirá únicamente en la elección de un tipo de paisaje de los dos que se ofrecen y la realización de la actividad, un segundo que incluirá los dos paisajes a un precio más reducido que si se compraran por separado y un tercer pack que incluirá los dos paisajes, un refresco y la foto inicial. Para más información acerca del diseño del servicio, ver el epígrafe 3.1.

La empresa, debido a la actividad que realiza, queda enmarcada en el área de las actividades de los parques de atracciones y temáticos, que en el código CNAE corresponde al 9321. El objetivo de la empresa es introducir en el mercado español los conocidos como “Flying Theatres” o teatros voladores, siendo pionera a tales efectos con un local propio exclusivo para ello. El modelo de negocio tratará de obtener las ventajas competitivas derivadas de ser el primero en entrar a un mercado (ventajas del pionero), mientras estimula la demanda de turistas tanto nacionales como internacionales a la ciudad de Madrid. Estas ventajas competitivas se pueden consultar en detalle en el epígrafe 3.1.2.

Un reciente gráfico estadístico elaborado por la empresa Statista en 2023, el número de visitantes estadounidenses en España han pasado de 1,22 millones en 2014 a 2,8 millones en 2022, es decir, un incremento del 129,5% en 8 años. Asimismo, cada ciudadano americano se gasta de media 2.300€ en la capital de España, cifra muy superior a cualquier otra nacionalidad. Estas positivas cifras retroalimentan la idea de estudiar nuestra propuesta de valor.

Al comienzo de su actividad la empresa no se plantea abrir ningún otro FlyWorld a excepción del de Madrid debido a los altos costes de crear el negocio y a la espera de la acogida de este por parte de la sociedad. No obstante, el grupo promotor tiene intención de seguir desarrollando y explotando este modelo de negocio si los resultados son positivos, convirtiéndose en una empresa internacionalizada.

1.3 EL GRUPO PROMOTOR

Los promotores de este proyecto son Daniel Becerril Amieva y la empresa de capital riesgo Inveready. Daniel Becerril Amieva es graduado en Administración y Dirección de empresas por la Universidad de Zaragoza, cuenta con el Certificate in Advanced English (C1) emitido por la Universidad de Cambridge, excelentes habilidades con los programas de Microsoft, especialmente Excel, y una amplia experiencia trabajando en diferentes lugares tanto de España como de Estados Unidos. Su Currículum se encuentra disponible en el anexo 1.

Las razones de Daniel Becerril Amieva para abordar el proyecto pasan por su motivación para continuar desarrollándose en el ámbito de los negocios, por ser el pionero en España en poner en marcha un negocio de estas características y por su fascinación con Estados Unidos, su país de referencia. Como socio de la empresa, el compromiso de Daniel Becerril Amieva con el proyecto es total, si bien será necesario contar con diferentes tipos de personas y perfiles para financiar el proyecto y su puesta en marcha.

Como ya se ha mencionado, el proyecto va a precisar de financiación de terceros debido a su elevada inversión inicial (véase epígrafe 4.1). La financiación externa se va a obtener a través de una empresa de capital riesgo. Una empresa de capital riesgo es aquella que ayuda a financiar empresas innovadoras en su etapa de crecimiento debido a la imposibilidad de estas de acceder a recursos financieros. Estas inversiones son consideradas de elevado riesgo por las incertidumbres que plantea el proyecto, pero pueden generar numerosas plusvalías si triunfan. Tras una ronda de consultas a diferentes entidades de capital riesgo españolas como Bonsai Venture Capital, Seaya Ventures e Inveready, finalmente esta última fue aquella que accedió a prestarnos el dinero necesario (9.900.000 €) para financiar la inversión inicial. Inveready es una empresa con sede en San Sebastián y oficinas en San Sebastián, Barcelona y Madrid. Fundada en 2008, ha sido responsable del éxito de más de 60 empresas como el grupo de telecomunicaciones

MásMovil y Ability Pharma, pionera en el tratamiento de la autofagia como una estrategia terapéutica para inducir a la muerte las células que provocan cáncer.

La nueva sociedad con objeto social FlyWorld S.L. va a tener un capital social de 3.000 € (mínimo legal para la constitución de una sociedad de responsabilidad limitada), que será aportado por Daniel Becerril Amieva.

2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA

En este apartado se analizará la viabilidad estratégica de nuestro modelo de negocio. Para ello se llevarán a cabo 3 análisis: análisis del entorno general, análisis del mercado y análisis de la competencia.

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

Para llevar a cabo un análisis del entorno general el primer paso que realizaremos será un análisis PEST, analizando los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que afectan a nuestro modelo de negocio.

El análisis del entorno general es un primer paso que realizar para ver la viabilidad estratégica de un negocio ya que nos permite identificar oportunidades y amenazas de carácter externo que se producen por cambios en el entorno.

Factores político-legales

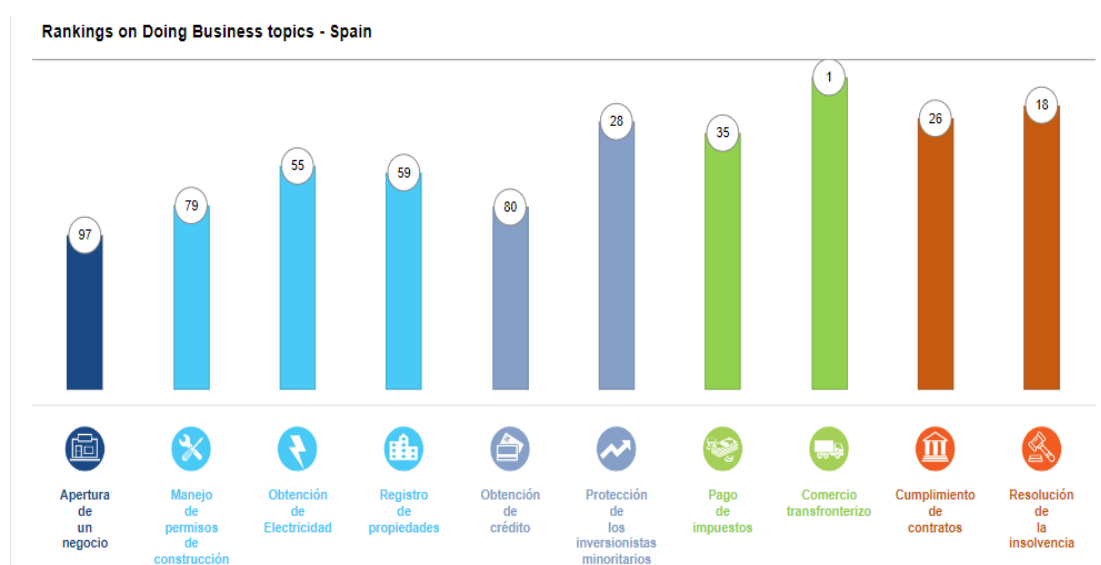
Al ser una empresa de nueva creación y de reducida dimensión aquellos factores que más nos van a afectar son los relacionados con las políticas impositivas u otros beneficios fiscales, las políticas exteriores tanto en materia de facilidad para la entrada al país como la promoción de este si queremos atraer público global y la facilidad y el coste de hacer negocios.

En lo que respecta a las políticas exteriores, desde la creación del espacio Schengen en 1985 y su entrada en vigor en 1995, hay 27 países entre ellos España que disfrutan de la libre circulación de personas y capitales. Esto ha contribuido al incremento en el número de turistas en España, pasando de 32.971.000 en 1995 a 83.509.153 millones en 2019 (Statista, 2020). En adición a lo anterior, según el Ministerio de Asuntos Exteriores hay 60 países además de los perteneciente al espacio Schengen que no necesitan visado para entrar a España si van a hacer turismo o negocios durante menos de 90 días.

España se rige por una monarquía constitucional como forma de gobierno con una democracia parlamentaria, aunque el poder está muy descentralizado en las comunidades autónomas, de manera que tendremos que buscar también factores político-legales que afecten a la comunidad de Madrid.

Según el índice anual Doing Business publicado por el banco mundial en 2020 (véase figura 1), España ocupa la trigésima posición en la facilidad para hacer negocios, subiendo un puesto respecto a 2019, con una puntuación de 77.9 sobre 100. Dentro del índice se observa que España ocupa la 97ª posición a la hora de la facilidad para la apertura de un negocio. Los resultados de este índice suponen una amenaza a la hora de abrir un negocio ya que España se sitúa a en una clara desventaja frente al resto de economías europeas.

Figura 1: facilidad de España para hacer negocios



Fuente: Banco Mundial

Dentro de las políticas impositivas, en primer lugar, cabe destacar que según el artículo 29.1 de la LIS (Ley Impuesto de sociedades), todas las entidades de nueva creación que realicen actividades económicas, excepto que tributen a un tipo inferior, tendrán un tipo impositivo del 15% durante los dos primeros años de beneficio económico. A nivel del administrador de la sociedad, la comunidad de Madrid ofrece una deducción fiscal de 1.000€ en el IRPF durante el año de inicio de la actividad económica. Ambas políticas

impositivas suponen una oportunidad para la puesta en marcha del negocio ya que supone menor presión fiscal.

Factores económicos

Nuestro modelo de negocio es una actividad lúdica que no es indispensable para las personas, siendo una actividad de ocio. Esto significa que estará fuertemente marcado por el ciclo económico y mucho más que aquellos sectores que son indispensables para la población. El gasto en estas actividades será mayor en un ciclo de bonanza económica y menor en un ciclo recesivo.

- Ciclo económico

Según las últimas previsiones de Funcas de septiembre de 2023, el PIB de la economía española va a crecer un 2,2% en 2023 y un 1,8% en 2024, frenándose por tanto la recuperación del PIB iniciada tras el desplome de 2020 debido a la pandemia por COVID-19. En 2022 el crecimiento del PIB se situó en un 5,8% respecto a 2021. El consumo de los hogares va a aumentar del 0,6% previsto en 2023 al 1,8% en 2024 y la formación bruta de capital fijo va a crecer desde el 2,5% previsto en 2023 al 3,4% en 2024. Estas previsiones, a priori, son positivas para nuestra empresa principalmente por el aumento del consumo y la inversión.

- Tipos de interés

España, al estar dentro de la Unión Europea y de la Comunidad Económica Europea, se rige por los tipos de interés impuestos por el Banco Central Europeo. Ante la imparable subida de los precios desde principios del año 2021, el Banco Central Europeo ha ido subiendo los tipos de interés de la eurozona en 10 ocasiones hasta situarlos en un 4,50% en septiembre de 2023, como se puede ver en la Tabla 1, conllevando una subida de 450 puntos básicos en 13 meses ya que se encontraban al 0% en agosto de 2022. Este aumento de los tipos de interés tendrá un impacto directo en la financiación de nuestro plan de negocio, resultando en un aumento de los intereses a pagar. También afectará previsiblemente a la renta disponible y el ahorro de las familias, disminuyéndolo.

Tabla 1: Evolución de los tipos de interés del BCE

Evolución de los tipos de interés del BCE	
14/09/2023	4,50%
27/07/2023	4,25%
15/06/2023	4,00%
04/05/2023	3,75%
16/03/2023	3,50%
02/02/2023	3,00%
15/12/2022	2,50%
27/10/2022	2,00%
08/09/2022	1,25%
21/07/2022	0,50%
20/07/2022	0,00%

Fuente: elaboración propia con datos del BCE

- Evolución de los precios

Tras unos años con un nivel de precios muy estable (periodo 2014-2020), en 2021 se inicia una subida de la inflación fomentada por una escasez de oferta tras el parón de la actividad industrial debido a la pandemia por COVID-19. En 2021, el IPC general de España se situó en un 6,5% y en 2022 en un 5,7%, muy lejos del objetivo de los bancos centrales de limitar la inflación al 2%. A fecha de septiembre de 2023, el IPC en España acumulado desde enero se sitúa en un 3,2% y la variación interanual en un 3,5%, confirmando una tendencia decreciente de los precios que será favorable para la elaboración de nuestro plan de negocio.

- Tasa de desempleo

La tasa de desempleo en España se sitúa actualmente en un 11,6% frente al 7,6% de la media Unión Europea, datos del 2º trimestre de 2023 según la encuesta de población activa (EPA). En cuanto a la tasa de desempleo juvenil (menores de 25 años), las cifras son todavía más preocupantes elevándose hasta el 27%, la cifra más alta de toda la Unión Europea. Atendiendo a datos regionales, el nivel de desempleo en la Comunidad de Madrid es un 9,6%, 2 puntos porcentuales inferior a la media española.

- Tipo de cambio

Al querer atraer a un público global, el tipo de cambio y sus previsiones nos van a afectar, pudiendo actuar tanto como una amenaza si el euro se aprecia frente a otras monedas extranjeras ya que la actividad será más barata para los consumidores extranjeros en términos relativos o una oportunidad si el Euro se deprecia frente a otras monedas extranjeras. En la tabla 2 y la tabla 3 se pueden ver las previsiones para el tipo de cambio de las dos principales monedas que afectan a la economía española, el dólar estadounidense y la libra esterlina. Según estas previsiones el euro se va a apreciar frente al dólar lo que supondrá una amenaza ya que venir a España será más caro en términos relativos para los ciudadanos que utilicen el dólar. La libra sin embargo parece que va a tener un comportamiento más estable y es previsible que no afecte tanto a la entrada de turistas británicos y su consumo en España.

Tabla 2: *previsión del tipo de cambio EUR/USD*

	Previsión euro / dólar		
	Dic. 2023	Dic. 2024	Dic. 2025
Euro / dólar	1,05/1,08	1,08/1,12	1,15/1,20

Fuente: Bankinter y Bloomberg (septiembre 2023)

Tabla 3: *previsión del tipo de cambio EUR/GBP*

	Previsiones tipo de cambio euro/libra		
	Actual	Dic 2023e	Dic 2024e
Eur/GBP	0,856	0,82/0,88	0,83/0,89
Eur/GBP (estimación anterior)		0,87/0,95	0,85/0,93

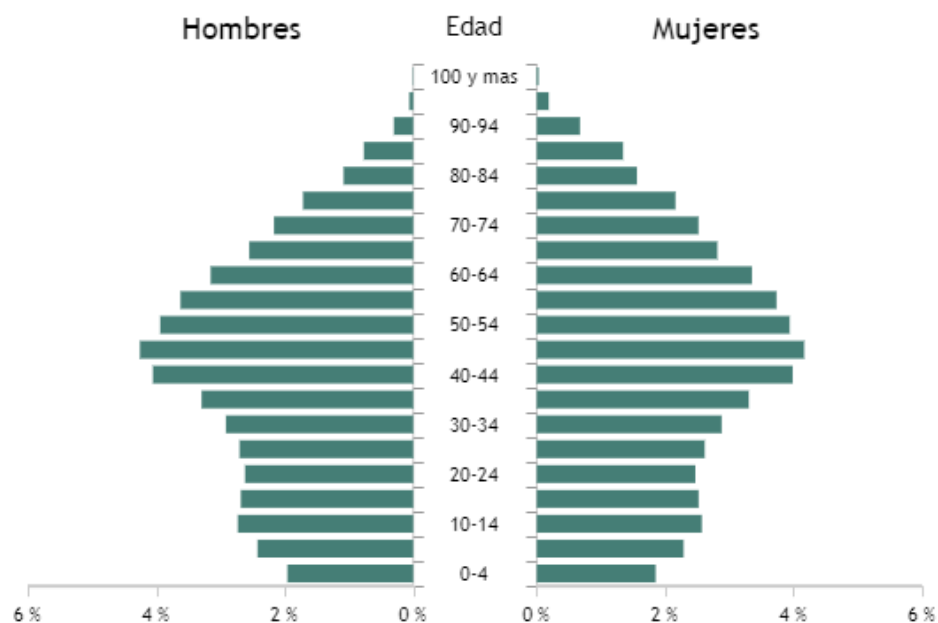
Fuente: Bankinter y Bloomberg (julio 2023)

Factores socioculturales

Sobre los factores socioculturales de la población, habrá que considerar el factor demográfico de la sociedad y cómo ha ido variando.

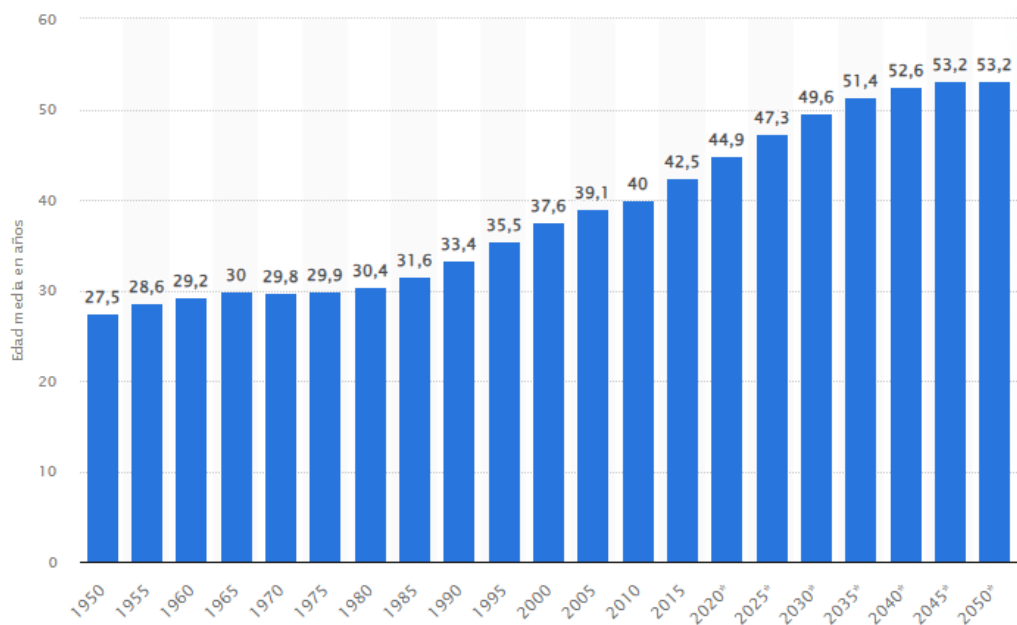
La población española ha aumentado según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) hasta situarse en 48.345.223 millones de habitantes y la población estadounidense residente en España a la hora de poder captar un mayor número de clientes para nuestro negocio se situó en 37.584 personas en 2022. No obstante, nuestro modelo de negocio debido a su actividad de naturaleza similar a la de los parques de atracciones, precisa de una pirámide poblacional no muy envejecida que, en el caso de España, ha pasado de 33,4 años en 1990 a 44,9 años en 2020, con una previsión de 51,4 años para 2035 según datos de Statista (véase figura 2 y figura 3). Estos datos representan claramente una amenaza para nuestro modelo de negocio ya que una población envejecida es menos susceptible de realizar este tipo de actividades.

Figura 2: pirámide poblacional España 1 enero 2022



Fuente: INE

Figura 3: edad media de la población en España entre 1950 y 2050



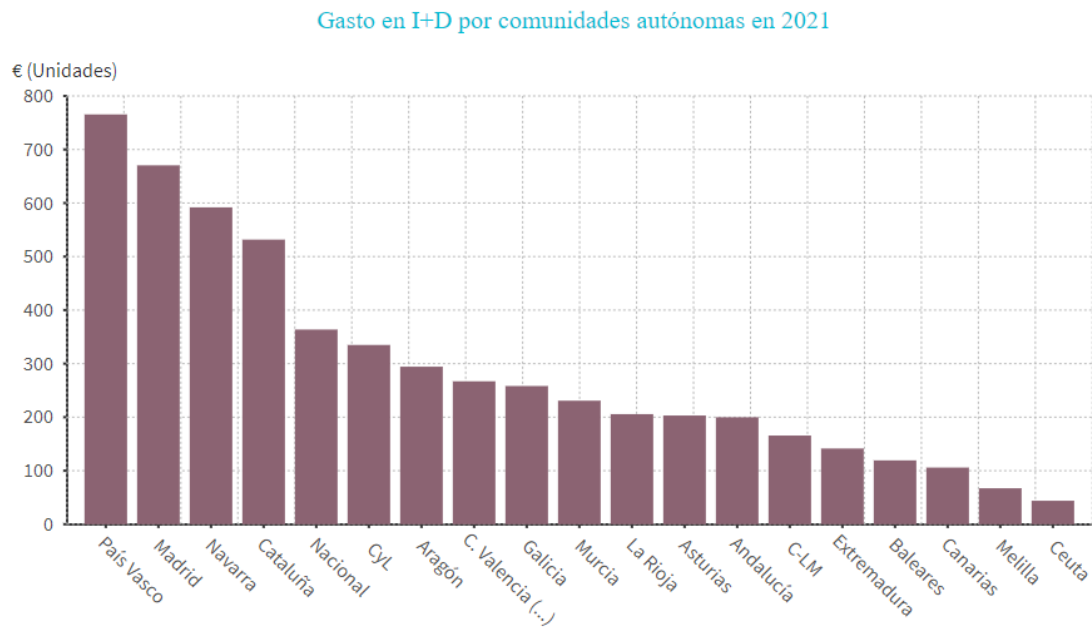
Fuente: Statista

Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos pueden ser determinantes en la capacidad operacional y de competir de una empresa. En nuestro caso concreto, el plan de negocio requiere de una fuerte inversión en tecnología por lo que será importante analizar el gasto público en investigación y desarrollo.

El gasto en I+D interna de España en 2021 fue de 17.249 millones de €, lo que corresponde a un 1,43% del PIB según datos del INE, creciendo respecto a 2020 pero todavía muy lejos del 2,3% de la media de la Unión Europea. De los 17.249 millones, 4.536 millones fueron gastados por la Comunidad de Madrid en actividades de I+D, que de acuerdo con su PIB supone un 1,96%, superior a la media de España y siendo un dato positivo. La comunidad de Madrid se sitúa como la segunda comunidad Autónoma con mayor gasto en actividades de I+D (véase la figura 4).

Figura 4: gasto en I+D por Comunidades Autónomas en 2021



Fuente: EPdata a través del INE

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO, SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS

El mercado al que se dirige nuestra empresa es el de los parques de atracciones y temáticos, siendo por tanto una actividad de ocio. No obstante, nuestro modelo de negocio es ligeramente diferente al ser una actividad que no se realiza en un recinto convencional habitualmente situado a las afueras de la ciudad ni es al aire libre. En contraposición, se tratará de un local acondicionado para acoger un Flying Theatre en el centro de Madrid. Nuestra empresa también competirá con otras atracciones innovadoras y recientes, con diferentes propuestas de valor, y competidoras de los parques temáticos como los túneles del viento que recrean la sensación de estar suspendido en el cielo como si no existiera la gravedad. Estas últimas están ganando mucha popularidad en nuestro país en los últimos años.

En sentido más estricto, podemos argumentar que estamos creando un nuevo segmento de mercado con la creación de la empresa, ya que el mercado de los Flying Theatre puede ser considerado novedoso y disruptivo en España. Aunque en el parque de atracciones

Port Aventura situado en Salou (Cataluña) existe una atracción la cual recrea la experiencia de volar a bordo de un Ferrari GT, nosotros seremos una empresa exclusivamente dedicada a ello y con una propuesta de valor diferente.

Si nos atenemos a las cifras de visitantes y volumen de negocios de los parques de atracciones de España vemos como ha sido un sector fuertemente marcado por la pandemia COVID-19 y las posteriores restricciones a la movilidad. A modo de ejemplo, en 2019 Porta Aventura World registro 3,75 millones de visitantes por los 700.000 de 2020 y 2,4 millones de 2021.

2.2.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POR CLIENTES

El mercado de los parques temáticos tiene distintos segmentos de población a los que es necesario atraer. Estos son:

- Familias: las familias representan un 41% del total de visitas de los parques temáticos según el informe anual “*Voice of the visitor: anual Outlook on the attractions industry*” (2017). Será necesario elaborar campañas efectivas de comunicación para tratar de motivarles y convencerles a probar esta nueva actividad “diferente”.
- Turistas nacionales: según la ubicación del parque temático este estará en mayor disposición de atraer turistas de tipo nacional o habitantes de la zona o región que no nos conozcan pero que pasen por delante del establecimiento y se interesen en la actividad. Al situarse en el centro de Madrid, la ubicación es perfecta para tales efectos. Para lograr atraer a este tipo de turistas, la empresa tratará de establecer unos precios competitivos dentro del sector en el que opera. Dentro de los turistas nacionales podemos incluir los grupos de amigos que también representan un alto porcentaje del total de visitas a los parques temáticos, en concreto un 50% según el informe “*Voice of the visitor: anual Outlook on the attractions industry*” mencionado anteriormente.
- Turistas internacionales: la ubicación céntrica de nuestro negocio será idónea para atraer al mayor número posible de estos turistas. En este caso, aparte de las campañas publicitarias propias también serán importantes las campañas publicitarias a nivel regional (en nuestro caso, de la Comunidad de Madrid) para dar visibilidad a Madrid y atraer a más turistas internacionales.

Considero que se puede influir en todos estos grupos de consumidores elaborando efectivas campañas de marketing y comunicación debido a las características de nuestro servicio, claramente de ocio y recreación. Por citar un ejemplo, se podrían crear campañas de marketing con influencers mostrando la novedad e innovación de nuestro producto.

2.2.3 NATURALEZA DEL NEGOCIO

Nuestro modelo de negocio se enfrenta a un cierto grado de estacionalidad, si bien esta es menos acentuada que en el caso de los parques temáticos convencionales. En los parques convencionales existe estacionalidad principalmente debido a las condiciones meteorológicas y a la época del año en la que nos encontremos, siendo primavera y verano los meses con mayor número de visitantes. FlyWorld, debido a sus características, consigue omitir las inclemencias meteorológicas al realizarse en un espacio cerrado. La época del año sí que le va a afectar, pero en menor medida, ya que, estando situado en el centro de la ciudad, siempre va a gozar de tráfico de personas y una mayor visibilidad.

Con respecto a la naturaleza de la decisión de compra nos encontramos con 3 variables:

1. Comportamiento racional vs emocional: nuestro modelo de negocio apela más al lado emocional de las personas, a sus sentimientos y emociones. Por consiguiente, la compra de nuestro producto se realizará más por una motivación emocional de probar y descubrir nuevas actividades que racional.
2. Complejidad variable: hace referencia al grado de complejidad en la toma de decisiones. En nuestra propuesta de valor esta complejidad es baja ya que no va a tener un impacto muy significativo en la vida de las personas, siendo una decisión que no necesita de mucho tiempo de meditación, especialmente en el caso de los turistas.
3. Influencias externas e internas: ambos factores son importantes en nuestro plan de negocio. En un primer caso, las influencias externas como publicidad y recomendaciones o “reviews” pueden tener un gran impacto sobre las ventas y, en un segundo caso, las influencias internas como experiencias previas o la atención al cliente pueden llevar a los clientes a repetir de nuevo la simulación de vuelo.

Por otra parte, y entrando en el terreno de la normativa para realizar este negocio, la empresa FlyWorld tendrá que cumplir con las normativas específicas para la apertura de este tipo de negocios. En concreto, deberemos cumplir con la normativa UNE 13814:2006

(máquinas y estructuras para parques y ferias de atracciones en materia de seguridad), de aplicación en toda la Unión Europea y que garantiza la seguridad de las atracciones. No obstante, la empresa complementará y reforzará la seguridad de la atracción llevando a cabo revisiones periódicas de esta mediante la contratación de una empresa especializada para ello. Esta contratación tendrá un coste directo sobre las ventas que se puede consultar en el anexo 4.1.5.

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La empresa FlyWorld va a ser pionera en España en el negocio de los Flying Theatres por lo que no va a tener competencia en lo que respecta a ese sector del mercado en concreto. Ahora bien, eso no significa que no tenga competencia porque hay otras atracciones similares que competirán directamente con ella para atraer clientes y ganar cuota de mercado. Estamos hablando de los parques de atracciones y los túneles del viento, que se han visto muy popularizados en España en los últimos años. Nuestros competidores más importantes actualmente son 3:

- Port Aventura World

Port Aventura es un macro complejo de ocio situado en Salou (Tarragona) que consta de 3 diferentes parques temáticos: Port Aventura World, Ferrari Land y Costa Caribe Aquatic Park, convirtiéndose en el parque temático más grande de nuestro país con 5,1 millones de visitas en 2022 según palabras de su director general, David García. Según la plataforma SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos), la empresa obtuvo en 2022 unos ingresos de explotación por valor de 282,2 millones de €, superando su récord anterior de 2019 fijado en 245,9 millones y un beneficio después de impuestos de 42,37 millones. La gama de productos de Port Aventura es muy variada ya que aparte de tener diferentes tipos de atracciones en sus 3 parques para todas las edades y gustos, también dispone de 6 hoteles dentro del propio parque, espectáculos, restaurantes con diferentes tipos de comida y tiendas de recuerdos y merchandising. En ciertas ocasiones durante el año el parque dispone de diferentes temáticas y eventos especiales como en la época de Halloween, Semana Santa o navidad.

A la hora de ofrecer todos estos servicios a los clientes, Port Aventura lo hace de diferentes formas. La primera de ellas consiste en la comercialización de diferentes tipos de paquetes promocionales como la entrada a todos los parques, entrada + hotel o entrada

+ transporte hasta el parque. También hay otro tipo de pases en este caso de tipo express que pagando un extra evitas hacer tanta fila en las atracciones y aprovechar más el día. Los precios varían desde 50 €/día para entrar a Port Aventura Park hasta más de 400 si se coge hotel para 2 personas más entrada a Port Aventura Park y Ferrari Land.

Para comunicarse, Port Aventura realiza anuncios en TV y redes sociales, así como colaboraciones con influencers, como TheGrefg.

- Parque Warner

El parque Warner es otro parque temático situado en San Martín de la Vega, a 33 kilómetros del centro de Madrid. Actualmente es el segundo parque temático de nuestro país por número de visitantes con un total de 1.86 millones en el año 2022 según datos de la página web especializada en parques de atracciones Queue Times. En lo que respecta a sus cuentas anuales, en 2022 obtuvo unos ingresos de explotación de 84,3 millones de € y un resultado después de impuestos de 16,12 millones. Al igual que Port Aventura, el parque Warner cuenta con diferentes áreas temáticas, sitios donde comer, espectáculos, etc. aparte de las atracciones. El parque Warner cuenta con un total de 34 atracciones. A diferencia de Port Aventura el parque Warner no cuenta con hoteles propios dentro del parque, pero tiene acuerdos de colaboración con la cadena hotelera NH. Los precios del parque Warner varían mucho en función de dónde compres las entradas y la empresa también ofrece diferentes packs ahorro. A modo de ejemplo, comprar una entrada de adulto en la taquilla cuesta 55 € por los 29,90 € que cuesta esa misma entrada online. Para comunicarse, el parque Warner realiza anuncios en TV y multitud de campañas y sorteos a través de sus redes sociales.

- HiFly Madrid

HiFly Madrid es un túnel de viento inaugurado en octubre de 2021 situado en el centro comercial Outlet Sambil, 15 km al sur del centro de Madrid. Al ser la empresa con la naturaleza más similar de las 3, tener una dimensión mucho más reducida que las anteriores y estar en la ciudad de Madrid, debemos tenerla en cuenta para nuestro análisis. En internet no hay datos disponibles sobre el número de visitantes en el año 2022 pero según el sistema de análisis de balances ibéricos (SABI) obtuvo unos ingresos de explotación de 682.563 € aunque un resultado antes de impuestos de -128.873 €. La empresa HiFly comercializa 3 tipos de experiencias dentro del túnel del viento, una de

nivel principiante, una de nivel avanzado y una última dedicada para los niños. Además, la empresa ofrece multitud de paquetes regalo, ofrece cursos para formar a instructores de vuelo y realiza eventos para empresas y de tipo privado como cumpleaños. Para este tipo de eventos además la empresa dispone de multitud de servicios complementarios como música en directo, instructores de vuelo disfrazados, grabación de videos, etc. Por último, la empresa dispone en Sevilla de un salto en paracaídas real desde una altura de 3.100 o 4.600 metros y unos precios de 225 y 265 € respectivamente.

En lo que respecta al túnel de viento de Madrid, los precios varían desde 31€ para dos vuelos de niños, 56€ para dos vuelos de adulto hasta 875€ para los cursos de nivel avanzado de vuelos. A nivel marketing y publicidad, la empresa abusa de los descuentos en precio por tiempo limitado, es decir, hasta una fecha concreta para tratar de reducir el tiempo de espera de compra por parte de los clientes, tanto en Instagram donde cuentan con 9.625 seguidores (a octubre de 2023) como en su página web.

La inclusión de FlyWorld en el negocio de los parques temáticos puede suponer diferentes escenarios para la empresa, en función del éxito del que goce.

Al ser un modelo de negocio nuevo, si este finalmente es exitoso otras empresas tratarán de entrar en el mercado y ganar cuota de este, teniendo además la ventaja de poder analizar y seguir al líder. Según el desempeño que lleve a cabo FlyWorld, este estará en mejor posición para cubrirse frente a estas amenazas ya que podría contar con algunas de las ventajas de ser el primero, como las ventajas del pionero o situarse más adelante en la curva de aprendizaje.

Si el negocio no es viable o es poco rentable económicamente ninguna empresa tratará de amenazar nuestra posición en el mercado ya que sería un mercado poco atractivo para entrar.

3. VIABILIDAD COMERCIAL

La viabilidad comercial pretende analizar si un producto o servicio puede venderse/desarrollarse en el mercado. La viabilidad comercial se divide en dos: diseño del producto o servicio (en nuestro caso servicio) y el plan de marketing.

3.1 DISEÑO DEL SERVICIO

El servicio que va a ofrecer la empresa al público se basa en que estos sean partícipes de manera exclusiva en España de un teatro volador o Flying Theatre. Un Flying Theatre simula o recrea (en nuestro caso en concreto) la sensación de estar volando a través de fascinantes paisajes de la tierra mediante el uso de alta tecnología, una pantalla esférica y sensaciones propias del lugar a donde se viaja, como la nieve, el agua o el viento. Todo ello se realiza para representar fielmente cómo sería volar en la realidad.

Para realizar el vuelo, los participantes serán sentados en unas sillas de estilo similar a las del cine y abrochados con un cinturón de 4 puntos a la altura de sus hombros y caderas. A continuación, realizarán el vuelo de una duración de 10 minutos por el paisaje escogido. Durante la simulación los asientos se moverán hacia arriba, abajo y hacia los lados con el fin de seguir el paisaje e imitar las sensaciones de volar. Gracias a la alta tecnología utilizada en la sala, los participantes tendrán la sensación de alcanzar una velocidad máxima de 145 kilómetros por hora y una altura máxima de 700 metros. Estos datos han sido provistos por la empresa desarrolladora del Flying Theatre Dynamic Structures, de la cual se habla en el epígrafe 3.1.2.

Junto con la actividad principal descrita, tendremos un mini stand para obtener refrescos y se les hará una fotografía antes de la atracción que podrán comprar o tenerla incluida en el precio según el paquete que elijan. Por último, también realizaremos eventos especiales como cumpleaños u otros tipos de eventos privados bajo reserva previa de la sala a la hora acordada. El servicio por ofrecer será el mismo, pero se les dejará la posibilidad de decorar el local según las preferencias de estos clientes. Los clientes serán los encargados de comprar esta decoración y nosotros les ayudaremos a distribuirla por el local.

El horario de apertura al público será de 10:00 a 21:00 de lunes a jueves y de 10:00 a 22:00 los viernes, sábados y domingos con el objetivo de atraer el mayor número de personas posible.

La programación de los paisajes será la siguiente:

- Viejo oeste: se realizará a en punto y a y media.
- Islandia: se realizará a y cuarto y a menos cuarto.

La sala donde se realizará la actividad tendrá una capacidad para 36 personas distribuidas en 3 filas de 12 personas.

3.1.1 GAMA DE PRODUCTOS

La empresa solo va a comercializar una actividad que es la realización del Flying Theatre, pero va a disponer para ello de dos paisajes:

- Paisajes de Islandia
- Oeste Americano

Los paisajes han sido seleccionados de acuerdo a la investigación de mercados realizada en la cual estos destinos fueron los más votados (véase anexo 2).

Estos dos diferentes paisajes podrán ser adquiridos mediante la adquisición de cualquiera de los tres packs que va a comercializar la empresa. En detalle, estos son:

- Un primer pack que va a consistir en la elección por parte del cliente de uno de los dos paisajes y la realización de la actividad.
- Un segundo pack que va a consistir en la realización por parte del cliente de los dos paisajes propuestos a un precio inferior que si se comprasen por separado.
- Un tercer pack que incluirá los dos paisajes propuestos, la foto que se realiza a la entrada a cada cliente y un refresco a elegir al terminar la actividad.

Véase el apartado 3.2.2 para conocer los precios de los diferentes packs.

3.1.2 DIFERENCIACIÓN Y VENTAJA COMPETITIVA

El principal factor de diferenciación de la empresa radica en su novedad y en la adaptación a España de un sistema de entretenimiento que goza de éxito en Estados Unidos, con la apertura de 9 Flying Theatres en los últimos 7 años según datos de Los Ángeles Times y otros países de Europa como Holanda o el Reino Unido. Por otra parte, la empresa mediante su promotor y experto en marketing realizará disruptivas campañas de comunicación para aumentar el grado de diferenciación y el valor de marca, siendo esta última lo más importante para nosotros. Como empresa, nuestro objetivo último es que el valor intangible de nuestra marca sea muy alto y que esta sea ampliamente reconocida y valorada por la sociedad. En este sentido, vamos a estar muy enfocados en la experiencia del cliente, desde que nos encuentra por cualquier medio de comunicación o pasa por delante de la puerta hasta que abandona las instalaciones una vez terminada la simulación.

Otra herramienta de diferenciación radica en la tecnología utilizada, pionera en el mercado y con un alto grado de diferenciación debido a que la empresa suministradora, Dynamic Structures, es la empresa líder del mercado en el desarrollo e instalación de Flying Theatres y cuentan con el “Know How” de casi 100 años en el mundo del ocio. Por último, trataremos de diferenciar a la empresa mediante una innovación de producto, realizando un estudio sobre la viabilidad de que los asientos que están situados sobre una plataforma den un giro de 360 grados cuando el paisaje lo requiera.

Este grado de diferenciación conferirá ventaja competitiva a la empresa la cual trataremos no solo de mantener sino de incrementar en el futuro. Para ello, según los resultados del primer año se tratarán de adquirir más paisajes con el objetivo de ampliar nuestra gama de servicios, incluyendo Alaska y el sudeste asiático que según la investigación de mercados a la que antes hemos hecho referencia tendrán una muy buena acogida entre el público. Para finalizar, en un futuro se estudiará la viabilidad de abrir un nuevo FlyWorld en Barcelona, financiado con los potenciales beneficios que obtendrá la empresa. De este modo, FlyWorld estaría tratando de conquistar los turistas de la costa del mediterráneo, pasando a competir directamente con Port Aventura.

3.1.3 PATENTES, LICENCIAS Y MARCAS

Para realizar y proteger la actividad económica, la empresa registrará figuras legales que protegen su propiedad intelectual. El primer paso será obtener desde la Oficina Española de Patentes y Marcas el registro de la marca FlyWorld, con el objetivo de protegerla. Esto supondrá un coste de 144 €, dato obtenido de la OEPM (2023).

3.1.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Los servicios complementarios de la empresa van a ser aquellos relacionados con los eventos especiales. Todas las personas interesadas en contratar un servicio especial como una boda o un cumpleaños podrán hacerlo poniéndose en contacto con la empresa a través de la página web o bien llamando por teléfono. Como se ha mencionado con anterioridad, se podrá decorar el local a gusto de los organizadores del evento. Si así lo desean, podremos cerrar el local exclusivamente para ellos durante el tiempo necesario para más intimidad, teniendo que pagar no obstante como si el local estuviese lleno (36 personas) aunque en el evento haya menos personas.

3.2 EL PLAN DE MARKETING

3.2.1 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento y estrategia de la marca va a ser claramente de diferenciación por todo lo mencionado anteriormente y por su exclusividad en España. Debido a la gran inversión que requiere montar el proyecto, la empresa tratará de aumentar el beneficio percibido por parte del cliente desde que compra los tickets ya sea de manera física u online hasta que abandona el local con la actividad realizada. Con tal finalidad, se entrenará al equipo humano para que desarrolle una excelente atención al cliente y tenga pleno conocimiento de la actividad que se está llevando a cabo. Esta formación la realizará el profesional que contratemos con experiencia previa en los Flying Theatre y que será el responsable del negocio en la actividad diaria. Los requerimientos y cometidos de esta persona se explicarán más adelante en el apartado 5.2.

3.2.2 POLÍTICA DE PRECIOS Y OBJETIVOS DE VENTAS

El precio de la actividad estará fijado en 22,99€ para el primer pack, 39,99€ para el segundo pack y 44,99€ para el pack total, establecidos tras la investigación de mercados realizada en el anexo 1. La fijación de los rangos de precio ofrecidos en la encuesta se ha determinado al analizar los precios que tienen las empresas norteamericanas para este mismo servicio, ya que en España carecemos de precios de referencia, con un ajuste previo al español a través del tipo de cambio y el nivel de renta de la población. Este precio se mantendrá durante los dos primeros años con el objetivo de atraer más público al negocio. A partir del tercer año se subirán los precios de todos los packs de acuerdo con las expectativas de inflación. Estos precios se mantendrán a priori durante 3 años. En concreto, el pack 1 pasará a costar 23,99 €, el pack 2 41,99 € y el pack 3 46,99 €.

A la hora del cobro este se realizará bien en el establecimiento si los clientes compran allí la actividad mediante efectivo o tarjeta, o bien de manera online mediante PayPal, tarjeta bancaria o Bizum. La empresa contará con la opción de pagar en 4 veces sin intereses para todas las compras realizadas desde la página web y a partir de un importe de 49,99 €. Este pago a plazos será ofrecido por la empresa externa Klarna. También se podrá solicitar desde la página web requisitos especiales a la hora de la visita, como adaptación de los asientos para personas de movilidad reducida o niños menores de 7 años.

- Objetivo de ventas

A efectos de simplificar la casuística, podemos argumentar que la empresa va a abrir sus puertas al público durante 360 días y permanece cerrada los 5 días restantes del año. La empresa abre un total de 80 horas a la semana, lo que significa que tiene el potencial de realizar 320 Flying Theatres a la semana, lo que hace un total de 16.457 al año que por 36 asientos nos confiere una capacidad potencial de 592.452 asientos (personas).

A continuación, se muestran una serie de tablas referentes a los objetivos de ventas de acuerdo con 3 escenarios, optimista, realista y más esperado. El escenario optimista presupone que la economía española va a crecer por encima de las previsiones y que el turismo en la ciudad de Madrid aumenta en mínimo un 10% (las previsiones apuntan a un 6%). El número de asientos ocupados será de un 75% el primer año y un 85% el resto de los años por el aumento en la visibilidad del negocio gracias a la inversión en publicidad.

El escenario pesimista presupone que la economía española va a decrecer en los próximos 5 años y que el número de turistas que llegan a la capital no va a crecer en más de un 2%. El número de asientos ocupados será un 25% el primer año y un 35% el resto.

El más esperado es que el turismo sigue un crecimiento como el previsto, actualmente de un 6%, así como el PIB. El número de asientos ocupados será un 50% el primer año y un 60% el resto de los años.

A modo de simplificar, se va a suponer que, del total de asientos ocupados, un 60% son correspondientes a el pack 1, un 30% a el pack 2 y un 10% a el pack 3. Estas cifras se han previsto de tal manera ya que al ser una actividad nueva la mayoría de las personas solo querrán realizar un paisaje para ver si les gusta la actividad que ofrecemos. Otras que son menos aversas a la novedad o que ya lo hayan probado anteriormente estarán dispuestas a invertir más dinero en el pack 2 o incluso en el 3. He de recalcar que las tablas mostradas a continuación corresponden a los ingresos con IVA.

Tabla 4: ingresos esperados en el año 1 en distintos escenarios de riesgo

AÑO 1					
Escenario	Nº asientos ocupados	Asientos Pack 1	Asientos Pack 2	Asientos Pack 3	Ingresos
Optimista	444.339	266.603	79.981	44.434	11.326.734,32 €
Más esperado	296.226	177.736	88.868	29.623	8.972.685,54 €
Pesimista	148.113	88.868	44.434	14.811	4.486.342,77 €

Fuente: elaboración propia

Tabla 5: ingresos esperados en el año 2 y siguientes en distintos escenarios de riesgo

AÑO 2					
Escenario	Nº asientos ocupados	Asientos Pack 1	Asientos Pack 2	Asientos pack 3	Ingresos
Optimista	503.584	302.151	151.075	50.358	15.253.565,42 €
Más esperado	355.471	213.283	106.641	35.547	10.767.222,65 €
Pesimista	207.358	124.415	62.207	20.736	6.280.879,88 €
AÑO 3					
Escenario	Nº asientos ocupados	Asientos Pack 1	Asientos Pack 2	Asientos pack 3	Ingresos
Optimista	513.656	308.194	154.097	51.366	15.558.636,73 €
Más esperado	362.581	217.548	108.774	36.258	10.982.567,10 €
Pesimista	211.505	126.903	63.452	21.151	6.406.497,48 €
AÑO 4					
Escenario	Nº asientos ocupados	Asientos Pack 1	Asientos Pack 2	Asientos pack 3	Ingresos
Optimista	523.929	314.357	157.179	52.393	16.603.310,06 €
Más esperado	369.832	221.899	110.950	36.983	11.719.983,57 €
Pesimista	215.735	129.441	64.721	21.574	6.836.657,08 €
AÑO 5					
Escenario	Nº asientos ocupados	Asientos Pack 1	Asientos Pack 2	Asientos pack 3	Ingresos
Optimista	534.408	320.645	160.322	53.441	16.935.376,26 €
Más esperado	377.229	226.337	113.169	37.723	11.954.383,25 €
Pesimista	220.050	132.030	66.015	22.005	6.973.390,23 €

Fuente: elaboración propia

Las tablas muestran como en negocio va a crecer todos los años de manera paulatina en ingresos en sus tres escenarios debido al aumento en el número de asientos ocupados y el posterior aumento de los precios a partir del año 3. Para obtener los ingresos esperados se ha multiplicado el número de asientos ocupados en los diferentes packs por el precio de cada pack.

3.2.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN. RELACIONES PÚBLICAS Y MERCHANDISING

La empresa dedicará anualmente un 3% de la facturación del año en curso a publicidad debido a que es un servicio nuevo que dadas sus características necesita de mucha inversión de publicidad para generar tráfico y atraer clientes. Esta inversión se incrementará al 5% en el caso del primer año para tratar de superar más rápidamente las barreras iniciales de visibilidad del negocio y tratar de darlo a conocer a la mayor brevedad posible. Dichas inversiones en publicidad se materializarán exclusivamente en anuncios en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube. Daniel Becerril, experto en crear anuncios para diferentes plataformas, realizará estas tareas. La empresa, de manera paralela, abrirá cuentas en las redes sociales mencionadas

anteriormente con el objetivo de crear contenido de calidad para que la marca también goce de un crecimiento orgánico y gratuito.

3.2.4 ATENCIÓN AL CLIENTE

La empresa dispondrá de un teléfono de atención al cliente disponible durante las horas de actividad, es decir, de 10:00 a 21:00 los lunes a jueves y de 10:00 a 22:00 los viernes, sábados y domingos. Paralelamente, también se contará con un apartado de atención al cliente en la página web donde estos podrán realizar cualquier tipo de pregunta realizada con el funcionamiento de la actividad, política de precios, peticiones especiales o sugerencias para mejorar el negocio.

3.2.5 IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

En este apartado se muestra el logo que utilizará la empresa como identificación corporativa. Se ha elegido el color dorado como símbolo de la diferenciación y las letras F y W se entrecruzan con motivo de los cruces que hay en una montaña rusa.

Ilustración 1: imagen corporativa de FlyWorld



Fuente: elaboración propia

4. VIABILIDAD TÉCNICA

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

En este apartado se va a explicar dónde se van a ubicar las instalaciones, el desarrollo técnico del proyecto, la maquinaria y equipos necesarios, así como los proveedores con los que vamos a contar.

4.1.1 UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES

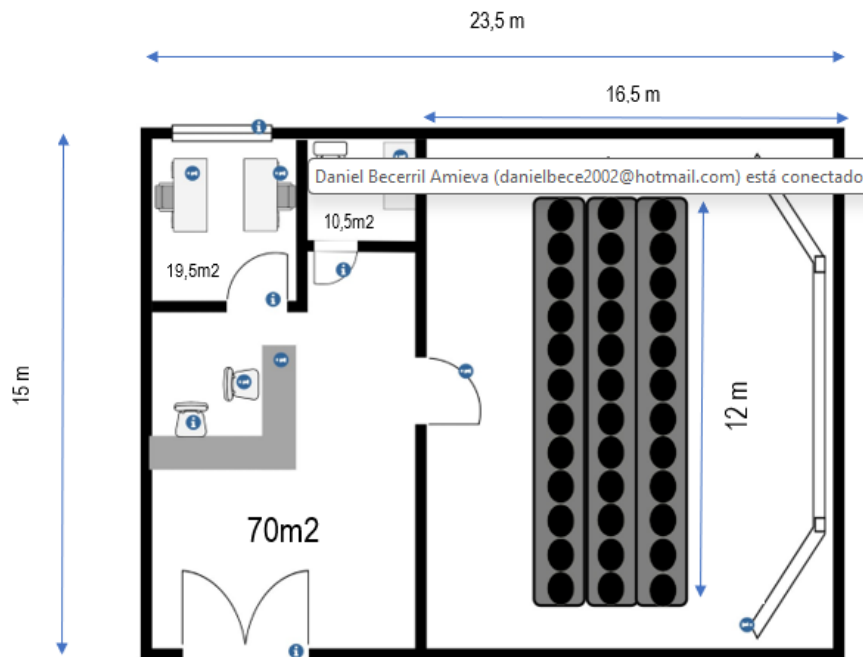
El flying Theatre se situará en la calle Gran Vía 43 BIS, 28013, Madrid. El local, de 350 m2, estará situado en la planta baja del edificio. Este local será alquilado a la empresa AXA, propietaria del edificio, por un coste de 7.350 € al mes.

La ubicación de la actividad es en el centro de la ciudad de Madrid, siendo la Gran Vía la calle más concurrida de Madrid y de España con 16.741 peatones de media según el estudio llevado a cabo por BELBEX. A través de datos de TC Group Solutions (2018) Al ser una zona tan transitada y tan bien comunicada, esto va a proporcionar a nuestra empresa aumentar su visibilidad, reconocimiento de marca y la entrada al local de potenciales clientes.

4.1.2 DESARROLLO TÉCNICO DEL PROYECTO

El esquema técnico del proyecto que se va a llevar a cabo es el reflejado en la figura 5.

Figura 5: esquema técnico del proyecto



Fuente: elaboración propia

El espacio donde se atraerá la atracción tendrá un área de 250 m² (16.5m X 15.1m), de los que los asientos ocuparán 48 m² y la pantalla casi todo el ancho (14 m). Los 100 m² restantes de superficie serán ocupados por la oficina (19,5 m²), el servicio (10,5 m²) y la entrada donde se situará la recepción (70 m²).

4.1.3 INVERSIONES INICIALES

- **Elementos del Flying Theatre:** dentro de este apartado se encuentran los asientos, la plataforma donde se sitúan estos, los efectos especiales y la pantalla esférica para que todo unido recreé la verdadera sensación de estar volando. La empresa Dynamic Structures, especializada en montar Flying Theatres, será la encargada del montaje. El coste de las obras estará incluido en el coste total de la empresa Dynamic Attractions, ya que ellos serán los encargados de acondicionar todo el local. Tras una consulta a la empresa la cual se puede ver en detalle en el anexo 3, el coste de todos elementos del Flying Theatre más su montaje y puesta en marcha ascenderá a 19.000.000 €, 18.220.000 € corresponden a los elementos del Flying Theatre y 780.000 € corresponde a la instalación. Para financiar esta inversión la empresa va a solicitar un préstamo por importe de 9.000.000 € el cual se puede visualizar en epígrafe 4.1.4. El resto del capital necesario

será aportado por Daniel Becerril Amieva (100.000 €) y la empresa Inveready (9.900.000 €) que harán posible la financiación de esta inversión.

- **Mobiliario:** va a constar de la adquisición de un mostrador de recepción en forma de L de 180 cm de largo adquirido a Ofitipo, por un precio de 940 € y donde detrás de él se situarán los recepcionistas, tres mesas de oficina de 160x80 cm adquiridas en IKEA por un precio de 222,31 € cada una para la actividad del personal de oficina y del mánager, y una estantería que se situará en la oficina para guardar las carpetas y archivadores derivados de realizar la actividad empresarial de 182x182x39 cm, también adquirida a IKEA por un coste de 164,42 €. Ver el anexo 4 para ver con detalle cómo será el mobiliario. A efectos de presentar los precios de las diferentes adquisiciones que hemos realizado, estos no llevan el IVA incluido ya que como sociedad mercantil este es deducible. De esta manera obtenemos una visión más real de los costes que soportamos.

- **Equipos informáticos:** se comprarán 2 ordenadores de sobremesa modelo HP All in One Pavilion adquiridos en el Corte Inglés por un precio de 701,65 € cada uno para el departamento de administración y 3 ordenadores portátiles. Los tres ordenadores portátiles de recepción serán HP 15s-fq5060ns adquiridos por un precio de 660,33 € cada uno. El portátil del mánager será un MacBook Pro de 14 pulgadas con chip M2 pro y un precio de 2.023,84 € adquirido a la empresa Apple.

- **Impresora:** se adquirirá una impresora para el departamento contable y otra para el personal de recepción. En el caso del departamento contable se comprará una impresora Brother-professional MFC-L3770 DCW a PC Componentes a un precio de 390,08 €. Para recepción se adquirirá una impresora más básica, en concreto una Brother MFJC-5740 DW por un precio de 222,31 €.

4.1.4 GASTOS INICIALES

- **Honorarios:** hacen referencia al coste de poner en marcha el negocio. La empresa que llevará a cabo este proceso es Sercon Asesores Empar S.L. (toda la información a este respecto se puede encontrar en el anexo 5) El coste total de poner en marcha el negocio será de 615 € incluyendo los gastos de asesoría, notariales y de registro de la sociedad.

- **Ropa de la empresa:** la empresa comprará para los trabajadores 8 camisetas y 8 sudaderas que llevarán puestas el personal de sala y de administración. Las camisetas tendrán un coste de 12,31 € cada una y las sudaderas 24,71€ cada una.

- **Publicidad:** como se ha mencionado anteriormente, se invertirá un 5% de las ventas sin IVA del año 1 en el escenario más esperado. Esto corresponde a 444.926,56 €.

4.1.5 GASTOS CORRIENTES

- **Coste de ventas:** el coste de ventas será un 10% de las ventas del periodo en curso correspondiente al mantenimiento y revisión de los equipos que se usan para que la actividad sea posible. Consistirá en revisiones periódicas de la atracción, los efectos especiales y la pantalla, y las realizarán empresas externas. Se trata de un coste directo ya que cuantos más viajes se realizan, más se desgasta la atracción y por tanto mayor es el gasto en conservarla.

- **Suministros:** serán 4 principalmente:

- Luz: el consumo medio mensual de energía ascenderá a 7.500 kWh, 3.750 kWh correspondientes a la pantalla, 3.350 kWh correspondientes a la plataforma móvil y 400 kWh de gastos generales de luz. El precio medio de la electricidad a fecha de junio de 2023 (último dato disponible) es de 0,1823kWh impuestos incluidos. Por consiguiente, el consumo mensual de luz será de 1.367,25 €.
- Gas: el consumo medio mensual será 1.500 kWh correspondientes a la calefacción y al agua caliente de los baños. El importe total anual del consumo de gas ascenderá a 1.371,3 €, con un término fijo de 6,15€/mes y un término variable de 0,0865 €/kWh (Endesa, 2023).
- Agua: el gasto de agua en el local será de 4.000.000 litros anuales, que a un coste de 2,07 €/m3 hace un coste total de 8.280 € anuales.
- Tasa de residuos urbanos de actividades: de acuerdo con la ordenanza fiscal reguladora de las Tasas por Servicios y Actividades relacionadas con el Medio Ambiente, de 15 de diciembre de 1989, el coste para un local comercial de valor catastral entre 697.000 y 995.000 € como es el nuestro según datos de la Comunidad de Madrid es de 645 € anuales.

- **Alquiler:** como ya se ha mencionado anteriormente, la empresa alquilará un local de 350 m2 en la ciudad de Madrid. Según datos de Fotocasa el precio del m2 en Madrid es de 21€/m2, de manera que el coste mensual del alquiler ascenderá a 7.350 €.

- **Primas de seguros:** deberemos contratar un seguro de accidentes para los empleados de naturaleza obligatoria. Dicho seguro costará a la empresa 575 € al año o 47,91 € al mes.

- **Servicios bancarios y similares:** FlyWorld abrirá una cuenta en la entidad bancaria CaixaBank para gestionar todos sus cobros y pagos. La cuenta, según las condiciones establecidas por CaixaBank, no tendrá comisiones de emisión y mantenimiento, pero todos los pagos realizados con tarjeta se penalizarán con una comisión del 0,3524%. Según una nota de prensa del Banco de España en 2023, solo el 39% de las compras efectuadas requieren de datáfono (32% tarjeta +7% teléfono móvil o smartwatch) ya que el 61% siguen siendo en efectivo. Este dato es necesario para establecer el coste de las comisiones.

- **Devolución del préstamo:** la empresa solicitará un préstamo por valor de 9.000.000 € equivalente al 47,36% de la inversión para financiar el coste de montar el Flying Theatre. El resto de las inversiones iniciales se pagarán al contado mediante los socios de la entidad. Tras consultar con la entidad bancaria CaixaBank, esta nos ha aceptado la solicitud de préstamo por importe de 9.000.000 €, un plazo de vencimiento de 10 años, sin carencia, con un tipo de interés del 4,5% y cuadro de amortización según el método francés (cuotas constantes). La cuota mensual será de 93.274,57 € Puede consultar toda la información del préstamo en el anexo 6.

5. ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA

5.1 ASPECTOS LEGALES

En España existen cuatro tipos de sociedades mercantiles según información proveniente de la cámara de comercio. Estas son: sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad colectiva y sociedad comanditaria. Dadas las características de nuestro negocio, el modelo de sociedad que se va a constituir es el de una sociedad de responsabilidad limitada (S.L.), ya que la sociedad al menos durante su constitución va a cumplir los requisitos para ser una PYME (pequeñas y medianas empresa), desestimando la opción de constituir una sociedad anónima. Además, las deudas se limitan solamente al capital aportado y no al patrimonio personal del socio. El capital social será el mínimo exigido cuya cuantía asciende a 3.005,60 € y, además, habrá la mencionada aportación

de 10.000.000 € para financiar parte de la inversión de puesta en marcha del Flying Theatre.

Al constituir una sociedad está tributará en el impuesto de sociedades a diferencia de un trabajador por cuenta propia que tributa en el impuesto de la renta de las personas físicas (IRPF) así como en el impuesto de actividades económicas (IAE) cuando la cifra de negocios sea superior a 1.000.000 € y a partir del tercer año de periodo impositivo.

Al ser una PYME (pequeñas y medianas empresa) nos podremos acoger a ciertos beneficios fiscales de los que gozan estas. Recordemos que para ser una PYME debes cumplir dos de estas tres características durante 2 años consecutivos: balance anual inferior a 43 millones de €, tener contratados a menos de 250 trabajadores y tener una cifra de negocios inferior a 50 millones. Los beneficios fiscales más importantes aplicables a nuestro negocio son:

1. Derecho a la amortización acelerada: podremos amortizar multiplicando por 2 el coeficiente de amortización lineal máximo obtenido en las tablas de amortización tanto de los elementos tangibles como los intangibles.
2. Según la nueva ley aprobada en los presupuestos generales del estado en 2023, el impuesto sobre beneficios será un 23% en vez de un 25% para las empresas que han facturado menos de 1 millón de euros. Esto podría ser de aplicación en nuestro negocio.
3. La posibilidad de pagar un 15% en el impuesto de sociedades en el primer ejercicio con resultados positivos y en los tres siguientes al tratarse de una empresa de nueva creación.

Para poder empezar la actividad económica, la empresa tiene que pasar por una serie de trámites administrativos y legales con el objetivo de poder constituir la sociedad. Estos pasos obtenidos de la página web de la Comunidad de Madrid por orden son:

- Certificación de denominación social en el registro mercantil central
- Certificación bancaria de haber desembolsado las aportaciones a la sociedad
- Otorgamiento de escritura pública
- Solicitud de NIF provisional
- Autoliquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados

- Inscripción en el registro mercantil de la sociedad
- Obtención del NIF definitivo
- Declaración del inicio de la actividad
- Alta de los socios y administradores en la seguridad social
- Comunicación de apertura del centro de trabajo
- En el caso de contratación de trabajadores, alta en el régimen de la seguridad social

Debemos tener en cuenta que todos estos trámites de índole más tradicional se pueden realizar de manera online agilizando mucho más el proceso. Según la consulta realizada a Sercon Asesores, se necesita de media un total de 6 días para la obtención de un CIF y de 15 días para que la empresa esté totalmente registrada. El coste facturado por esta empresa para estos trámites ascenderá a 615 € como ya se ha mencionado previamente.

La puesta en marcha de la actividad precisará de la remodelación y acondicionamiento del local para tales efectos, teniendo que solicitar al ayuntamiento de Madrid una licencia de obras. Si bien la instalación la llevará a cabo Dynamic Structures el permiso de obras lo tendremos que solicitar nosotros. El permiso de una licencia de obras está regido por la ordenanza 6/2022, de 26 de abril, de Licencias y Declaraciones Responsables Urbanísticas del Ayuntamiento de Madrid y deberá ser tramitada ante el ayuntamiento. Esta obra tendrá un coste de 619,95 € según el cálculo de la tasa de prestación de servicios urbanísticos de la Comunidad de Madrid.

Finalmente, para poder abrir nuestro innovador concepto de parque temático también necesitamos contar con las licencias específicas en este ámbito. Este sector de actividad está regido por la ley 17/1997, de 4 de julio, de espectáculos públicos y acciones recreativas y que se deberá cumplir para iniciar la actividad.

Por último, la sociedad contará con Daniel Becerril Amieva como socio y director de la empresa, es decir, el será el encargado de la toma de decisiones referidas al negocio y la actividad de la empresa, pero estará apoyado económicamente por Inveready, la cual participará en los beneficios de la sociedad.

5.2 GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

En este apartado se detallará la gestión de los recursos humanos por parte de la empresa, los empleados con los que contará y sus actividades a realizar, así como su salario y complementos.

Para comenzar la actividad empresarial habrá 10 personas incluyendo a su promotor. Estas personas se detallan a continuación incluyendo a su vez un desglose por puestos.

- Responsable/mánager de la actividad diaria del negocio

En primer lugar, se contratará a una persona que ya haya trabajado previamente en un Flying Theatre para que sea el responsable del local y la actividad diaria. Deberá saber acerca del funcionamiento del negocio y tener buenas habilidades comunicativas y de relaciones con el cliente. Tendrá que ser capaz de resolver problemas. Será el responsable de supervisar el funcionamiento del negocio, conseguir que los empleados desempeñen con eficacia y eficiencia sus tareas y reportará ante el propietario. Su jornada laboral será de 40 horas semanales y su sueldo de 45.000 € brutos durante el primer año que se irá incrementando en función de los resultados del negocio. Según datos de Glassdoor el sueldo de un mánager en España oscila entre un mínimo de 40.000€ y un máximo de 60.000€. Como nuestra empresa es de nueva creación y de reducida dimensión, su salario empezará situándose ligeramente por debajo que la media, pero con mucho potencial de crecimiento debido a las características de nuestro negocio. El salario fijo del responsable subirá anualmente de acuerdo al IPC, pero también dispondrá de retribución variable en función del resultado obtenido a partir del segundo año. Si el EBITDA es superior al 20%, se le pagará un complemento de 5.000 €, si es superior al 25% de 10.000 € y si es superior al 30% de 15.000 €.

- Personal de recepción

Se contratarán a cuatro personas que serán las responsables del mostrador de recepción y se irán turnando de dos en dos durante las horas de apertura de la actividad. Sus tareas serán saludar a los clientes, vender entradas de manera física, entregar a los clientes las bebidas en el caso de que quieran o estén incluidas en su pack, y resolver cualquier tipo de dudas tanto de clientes como de personas que entren al local a pedir información. Deberán tener conocimientos de ofimática básica. Su jornada laboral también será de 40 horas para cada uno y su sueldo será de 18.000 euros brutos anuales de acuerdo con la

media para este tipo de puestos (Talent.com, 2023). Estos salarios subirán anual y exclusivamente de acuerdo con el IPC.

- Personal de sala

Se contratarán a otras 2 personas que serán las encargadas de llevar a los clientes por grupos desde el espacio de recepción hasta la sala donde se realiza la actividad, comprobar las entradas adquiridas por parte de los clientes y validarlas, así como poner en marcha la actividad a través del cuadro de control. Los trabajadores no deberán tener conocimiento técnico para la puesta en marcha o finalización del teatro volador porque todo estará automatizado. Sus respectivos sueldos serán también de 18.000 € brutos al año para que no haya discriminación salarial entre puestos de trabajo, ya que ambos no requieren de ninguna cualificación específica. Estos salarios subirán de acuerdo con el IPC.

- Personal de administración y contabilidad

Para finalizar, necesitaremos dos personas responsables de la administración fiscal y contable de la empresa. Para poder llevarla a cabo con éxito, será necesario que una de ellas cuente con un grado universitario o máster en finanzas y experiencia previa demostrable para ejercer como director/a del departamento. En lo que respecta a la otra persona, será suficiente con que cuente con un grado superior en administración y finanzas y dependerá directamente del director/a del departamento. El sueldo del jefe administrativo será de 30.000 € brutos al año y del auxiliar de 20.000 € brutos al año. Los salarios subirán de acuerdo con el IPC.

El dueño de la empresa, Daniel Becerril, se encargará de todo lo relacionado con dar visibilidad al negocio, es decir, la comunicación por redes sociales, elaborar campañas de publicidad, contactar con influencers, etc. debido a su experiencia previa en estas áreas. No contará con una retribución fija asignada ya que será participe de una parte de los beneficios del negocio.

Todos los trabajadores de la empresa tendrán un contrato a tiempo completo. A continuación, se puede ver la tabla (tabla 7) de los salarios brutos anuales de los trabajadores y su contribución a la seguridad social durante el primer año. El salario bruto mensual está dividido en 14 pagas debido a la paga extraordinaria de junio y diciembre.

Tabla 6: salarios y SS a cargo de la empresa

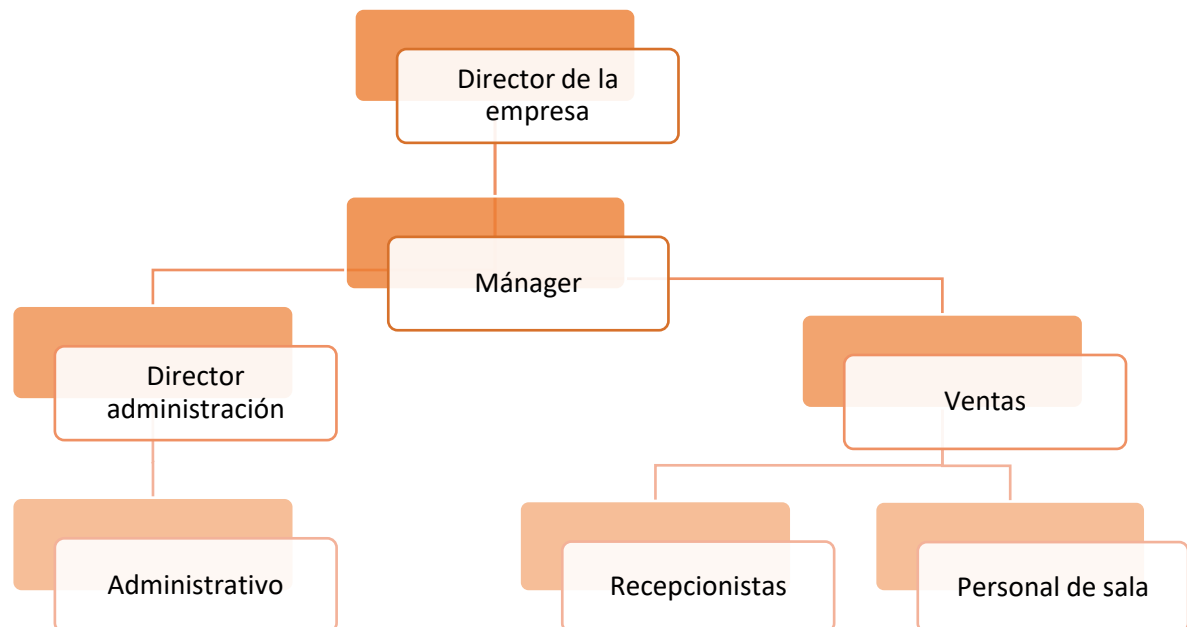
Posición en la empresa	14 pagas		33,4% del salario bruto anual	
	Salario bruto anual	Salario bruto mes	SS a cargo de la empresa	Coste bruto del trabajador
Manager	45.000 €	3.214 €	15.030 €	60.030 €
Recepcionistas (4)	72.000 €	5.143 €	24.048 €	96.048 €
Personal de sala (2)	36.000 €	2.571 €	12.024 €	48.024 €
Jefe de administración	30.000 €	2.143 €	10.020 €	40.020 €
Auxiliar administrativo	20.000 €	1.429 €	6.680 €	26.680 €
Total	203.000 €	14.500 €	67.802 €	270.802 €

Fuente: elaboración propia

5.2.1 ORGANIGRAMA

En este apartado se puede observar el organigrama que seguirá la empresa. Este será de tipo jerárquico, pero con divisiones de tipo funcional.

Figura 6: organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia

6. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

En este apartado se va a evaluar la situación económico-financiera de nuestro negocio para ver si este tiene viabilidad económica gracias a una serie de indicadores, cuentas y ratios.

6.1 INVERSIONES Y AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO

Las inversiones mostradas en este apartado son las relativas al apartado 4.1.3. Estas inversiones corresponden con el inmovilizado inmaterial y material necesario para poner en funcionamiento el negocio. También se muestran los coeficientes de amortización que seguirá la empresa según el plan general contable, su amortización anual y la vida útil del bien. Esta información se refleja en la tabla 7 y 8. Para ver la amortización fiscal del bien correspondiente a la amortización acelerada ver el anexo 7.

Tabla 7: inversiones iniciales

INVERSIONES INICIALES	18.227.401,79
Inmovilizado inmaterial	13.420.000
Tecnología	13.420.000
Inmovilizado material	4.807.401,79
Instalaciones técnicas	4.800.000
Mobiliario	1.771,35
Equipos para el proceso de información	5.630,44

Fuente: elaboración propia

Tabla 8: amortización del inmovilizado

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
INVERSIONES INICIALES	Importe	Coeficiente de amortización	N.º años	Amortización anual
Tecnología	13.420.000 €	10%	10	1.342.000 €
Instalaciones técnicas	4.800.000 €	12%	8,33	576.000 €
Mobiliario	1.771,35 €	12%	8,33	213 €
Equipos para el proceso de información	5.630,44 €	25%	25	225 €

Fuente: elaboración propia

6.2 PRESUPUESTO DE TESORERÍA

El presupuesto de tesorería hace referencia a los cobros y pagos que tiene la empresa durante un determinado periodo de tiempo, generalmente mensual y permite ver, planificar y gestionar los flujos de efectivo para hacer frente a las obligaciones financieras y operativas.

A continuación, vamos a mostrar una evolución del saldo final de tesorería durante los 5 primeros años del negocio, de manera que esta puede ser fácilmente comparable y analizable por cualquier usuario. Para una información completa acerca de la tesorería de los 5 primeros años ver los anexos 8 (previsión de tesorería mensual del primer año) y 9 (previsión de tesorería completa de los 5 primeros años).

Figura 7: evolución del saldo de tesorería en los 5 primeros años



Fuente: elaboración propia

Tal y como se puede apreciar la tesorería aumenta a razón de aproximadamente 5,5 millones todos los años excepto el primero debido a los pagos de la puesta en marcha del negocio. Esta variable indica que la empresa no carecerá de efectivo o liquidez. Sin embargo, la empresa va a contar con una tesorería prevista muy elevada, que podría acarrear un exceso de recursos ociosos dentro de la empresa que habrá que vigilar.

6.3 BALANCE DE SITUACIÓN

El balance de situación refleja la situación económico-financiera de una empresa en un determinado momento. El balance de situación consta de 3 partes: activo, pasivo y patrimonio neto reflejando todos los bienes, derechos de cobro, efectivo, obligaciones tanto a corto plazo como a largo plazo y capital propiedad de la empresa. A continuación,

se puede visualizar el balance de situación previsto para los próximos 5 años. El balance mensual del primer año se puede visualizar en el anexo 11.

Tabla 9: balance previsional de los 5 primeros años

BALANCE DE SITUACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO NO CORRIENTE	16.308.964 €	14.390.526 €	12.472.088 €	10.553.651 €	8.635.213 €
INMOVILIZADO INTANGIBLE	12.078.000 €	10.736.000 €	9.394.000 €	8.052.000 €	6.710.000 €
Tecnología	13.420.000 €	12.078.000 €	10.736.000 €	9.394.000 €	8.052.000 €
Amortización del inmovilizado intangible	-1.342.000 €	-1.342.000 €	-1.342.000 €	-1.342.000 €	-1.342.000 €
INMOVILIZADO MATERIAL	4.230.964 €	3.654.526 €	3.078.088 €	2.501.651 €	1.925.213 €
Instalaciones técnicas	4.800.000 €	4.224.000 €	3.648.000 €	3.072.000 €	2.496.000 €
Mobiliario	1.771 €	1.559 €	1.346 €	1.134 €	921 €
Equipos para el proceso de información	5.630 €	5.405 €	5.180 €	4.955 €	4.730 €
Amortización del inmovilizado material	-576.438 €	-576.438 €	-576.438 €	-576.438 €	-576.438 €
ACTIVO CORRIENTE	4.295.910 €	9.749.763 €	14.797.688 €	20.227.370 €	25.767.441 €
Efectivo y otros activos líquidos	4.295.910 €	9.749.763 €	14.797.688 €	20.227.370 €	25.767.441 €
TOTAL ACTIVO	20.604.875 €	24.140.290 €	27.269.776 €	30.781.021 €	34.402.654 €

PATRIMONIO NETO	12.334.087 €	16.632.215 €	20.559.454 €	24.905.098 €	29.399.464 €
Capital social	3.006 €	3.006 €	3.006 €	3.006 €	3.006 €
Aportaciones socios	10.000.000 €	10.000.000 €	10.000.000 €	10.000.000 €	10.000.000 €
Rdo del ejercicio	2.331.082 €	4.298.128 €	3.927.238 €	4.345.645 €	4.494.366 €
Reservas		2.331.082 €	6.629.210 €	10.556.448 €	14.902.093 €
PASIVO	8.270.787 €	7.508.074 €	6.710.323 €	5.875.922 €	5.003.190 €
PASIVO NO CORRIENTE	7.508.074 €	6.710.323 €	5.875.922 €	5.003.190 €	4.090.364 €
Deudas a l/p con entidades de crédito	7.508.074 €	6.710.323 €	5.875.922 €	5.003.190 €	4.090.364 €
PASIVO CORRIENTE	762.713 €	797.752 €	834.400 €	872.732 €	912.826 €
Deudas a c/p con entidades de crédito	762.713 €	797.752 €	834.400 €	872.732 €	912.826 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	20.604.875 €	24.140.290 €	27.269.776 €	30.781.021 €	34.402.654 €

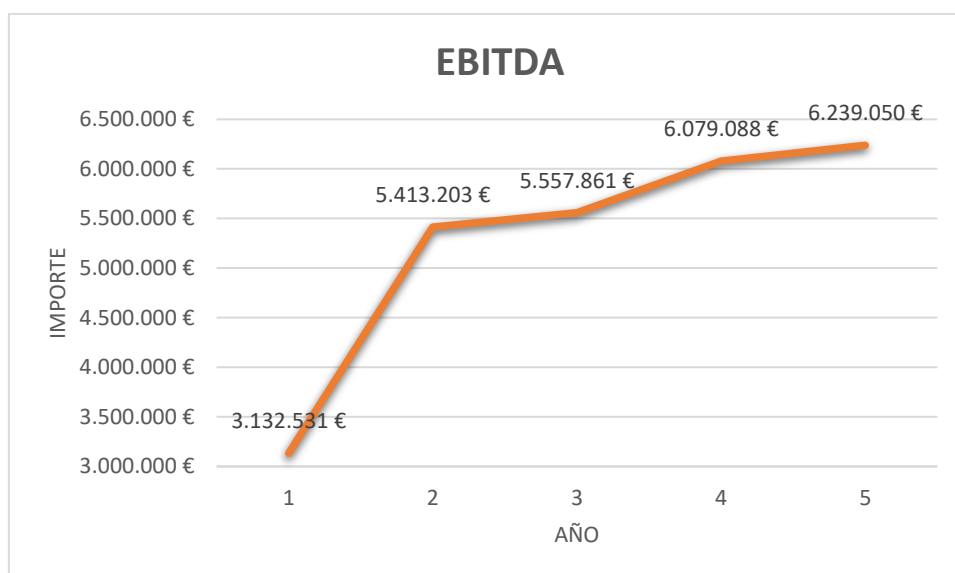
Fuente: elaboración propia

En el balance se muestra en primer lugar las inversiones que posee la empresa que son la tecnología del Flying Theatre, las instalaciones de este (pantalla, asientos y efectos especiales) y el mobiliario del local comercial, todos ellos con su correspondiente amortización. La partida activo corriente solo estará compuesta por el saldo en bancos. Dentro del patrimonio neto encontramos el capital social y la inversión de 10.000.000 € de los socios a lo que sumaremos el resultado del ejercicio en curso y los resultados de ejercicios anteriores que irán a la partida de reservas. El pasivo está formado por el préstamo de 9.000.000 € solicitado al banco, importe que se minora a lo largo de los años por la satisfacción de las cuotas de devolución del préstamo. Para concluir, podemos afirmar que la empresa presenta unos balances de situación saneados porque su activo corriente siempre es superior al pasivo corriente y el resultado de los ejercicios hace que el patrimonio neto aumente todos los periodos.

6.4 CUENTA DE RESULTADOS

La cuenta de pérdidas y ganancias refleja el resultado obtenido por la empresa (beneficios o pérdidas) durante un periodo de tiempo, generalmente un año. A la hora de realizar la cuenta de pérdidas y ganancias hemos tenido en cuenta el EBITDA ya que es una medida financiera de suma importancia ya que nos dice cuánto dinero es capaz de ganar la empresa sin tener en cuenta cómo se financia y el coste de esos recursos ajenos por lo que es una primera aproximación a la valoración de un negocio. La figura 9 que se muestra en este párrafo muestra el EBITDA previsional a 5 años. He elaborado una cuenta de pérdidas y ganancias mensuales del primer año disponible en el anexo 11 y una cuenta de pérdidas y ganancias de los 5 primeros años disponible en el anexo 12.

Figura 8: EBITDA previsional durante los 5 primeros años



Fuente: elaboración propia

Vemos como el EBITDA es positivo y siempre creciente en todos los periodos. En el primer año el EBITDA pasa a suponer un 42,24% de las ventas, porcentaje que crece hasta el 63,15% durante el último año.

6.5 FONDO DE MANIOBRA

El fondo de maniobra es una fórmula financiera que nos indica la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones a c/p y, por tanto, es una medida importante de la salud financiera de una empresa. Su fórmula es activo corriente menos pasivo corriente. Un fondo de maniobra positivo significa que la empresa tiene recursos

suficientes para hacer frente a sus deudas a c/p. En la siguiente tabla se refleja el fondo de maniobra para los 5 primeros años.

Tabla 10: fondo de maniobra durante los 5 primeros años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FONDO DE MANIOBRA = AC - PC	3.533.198 €	8.952.012 €	13.963.288 €	19.354.638 €	24.854.615 €
Activo corriente	4.295.910 €	9.749.763 €	14.797.688 €	20.227.370 €	25.767.441 €
Pasivo corriente	762.713 €	797.752 €	834.400 €	872.732 €	912.826 €

Fuente: elaboración propia

Como se puede ver la empresa tiene capacidad suficiente para hacer frente a sus obligaciones a c/p ya que su fondo de maniobra es positivo durante los 5 primeros años.

6.6 RATIOS

Para terminar de analizar la viabilidad económico-financiera de la empresa se van a analizar 4 ratios financieros. Estos son: liquidez, endeudamiento, rentabilidad económica y rentabilidad financiera. A continuación, se muestra la tabla 11 relativa a dichos ratios.

Tabla 11: análisis de los principales datos económico-financieros durante los 5 primeros años

Análisis de las principales ratios	Fórmula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
LIQUIDEZ	Activo corriente / Pasivo corriente	5,63	12,22	17,73	23,18	28,23
ENDEUDAMIENTO	(PASIVO) / (PN + PASIVO)	0,40	0,31	0,25	0,19	0,15
RENTABILIDAD ECONÓMICA	BAIT / ACTIVO	0,15	0,22	0,20	0,20	0,18
Margen	BAIT/ Ventas	0,42	0,61	0,61	0,63	0,63
Rotación activo	Ventas / Activo	0,36	0,37	0,33	0,31	0,29
RENTABILIDAD FINANCIERA	Beneficio Neto / PN	0,19	0,26	0,19	0,17	0,15
Margen	Beneficio neto / ventas	0,31	0,48	0,43	0,45	0,45
Rotación	Ventas / Activo	0,36	0,37	0,33	0,31	0,29
Apalancamiento	Activo / PN	1,67	1,45	1,33	1,24	1,17

Fuente: elaboración propia

La empresa mantiene unos niveles muy elevados de liquidez durante los 5 periodos, lo que indica que tiene una buena salud financiera y capacidad para afrontar sus obligaciones a c/p. No obstante, esta ratio es muy elevada, y está muy por encima de los valores óptimos para una empresa (entre 1,5 y 2), lo que nos sugiere que coste de oportunidad al no tratar de maximizar la rentabilidad de esos activos de otra manera.

La ratio de endeudamiento vemos como disminuye durante todos los periodos hasta situarse en el 0,15. El rango óptimo de endeudamiento se sitúa entre el 0,4 y el 0,6. Esto nos indica que si bien la empresa goza de una buena seguridad financiera al estar poco

endeudada estaría desaprovechando las oportunidades del apalancamiento para poder crecer.

La rentabilidad económica de la empresa a lo largo de los 5 años se sitúa entre un 15 y un 22%. La rentabilidad económica mide el beneficio antes de intereses e impuestos entre el activo total con el objetivo de saber la rentabilidad de las inversiones. Esta rentabilidad en nuestro modelo de negocio se considera muy positiva y elevada.

Por último, la rentabilidad financiera mide la eficiencia con la que la empresa utiliza los recursos propios para generar resultados excepcionales. En nuestro caso esta varía desde un mínimo de un 15% hasta un máximo de un 26%, cifras que de igual manera se consideran positivas.

7. VALORACIÓN DEL RIESGO

Antes de poner en marcha cualquier tipo de negocio resulta imprescindible conocer los riesgos a los que nos enfrentamos, las consecuencias que estos pueden acarrear y las medidas correctoras a aplicar para mitigar estos.

Tras haber realizado toda la investigación acerca de la puesta en marcha de un Flying Theatre, los principales riesgos a los que se enfrenta la empresa son:

- **Riesgo de captación de capital:** es el principal riesgo de la empresa. Los requerimientos de capital de este proyecto de inversión son muy elevados, cercanos a los 19.000.000 €. Si no somos capaces de captar a inversores mediante empresas de capital-riesgo o cualquier otro método nuestro negocio será imposible de realizar y, por tanto, no viable. Además, sin los 9.900.000 € proveniente de la empresa de capital-riesgo tampoco podremos acceder al préstamo que nos ha concedido el banco.

- **Riesgo de entrada de nuevos competidores:** la empresa se enfrenta a un elevado riesgo de que entren nuevos competidores ya que es un mercado nuevo en nuestro país que puede ser potencialmente atractivo, atrayendo nuevas empresas, disminuyendo nuestra cuota de mercado y aumentando la competitividad. Para protegernos, debemos tratar de obtener ventajas del pionero como un fuerte reconocimiento de marca y conseguir un alto grado de diferenciación a través de efectivas campañas de comunicación y un servicio diferenciador.

- **Riesgos legales:** son aquellos referidos a la obtención de las certificaciones de seguridad necesarias para operar la atracción. Estos factores pueden cambiar en el futuro por lo que la empresa siempre debe estar preparada para cambios en el entorno y la estructura de la empresa.

- **Riesgos de montaje:** la inversión requerida para poner en marcha el negocio es muy elevada y el montaje es muy largo y complejo. La empresa se enfrenta por tanto a posibles retrasos e incidencias durante el montaje e instalación de la actividad que hagan que no se cumpla la fecha prevista de apertura. Para mitigar esto, la empresa deberá calcular bien los tiempos necesarios para cada fase de montaje así la holgura con la que se cuenta ante eventuales retrasos.

- **Riesgos de comunicación:** al ser un nuevo modelo de negocio es posible que las campañas de comunicación de la empresa no sean capaces de transmitir nuestra propuesta de valor y su valor diferencial, obteniendo por ello un menor número de clientes. Para ello la empresa debe medir con KPI los resultados de sus campañas de comunicación para cambiarlos con el objetivo de mejorarlos si fuese necesario.

Riesgos por cambios en la demanda: como hemos visto antes nuestro modelo de negocio estará muy expuesto a los niveles de consumo y renta disponible por la población. Esto significa que en periodos recesivos el número de ventas puede disminuir considerablemente. La empresa debe estar preparada para estos periodos y anticiparse a los mismos. Con tal objetivo debe registrar periódicamente los costes del negocio (contabilidad de costes) para ajustar los precios a la demanda si fuese necesario.

8. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Tras el análisis exhaustivo llevado a cabo para la implantación de una empresa que comercialice Flying Theatres en la ciudad de Madrid se ha llegado a estas conclusiones:

En primer lugar, el negocio de los Flying Theatres es nuevo en España y tiene un alto potencial de crecimiento y de resultados excepcionales, de manera que las ventajas de las que nos podríamos beneficiar son muy elevadas y claramente superiores a los inconvenientes de ser los primeros en entrar en el mercado.

El análisis del entorno general arroja en su mayoría datos positivos como el crecimiento de la renta disponible, del PIB o el crecimiento en el número de turistas, aunque también

algunos preocupantes como el envejecimiento de la población o la dificultad a la hora de hacer negocios en España.

Tras el análisis previo llevado a cabo vemos que la situación de los parques de atracciones y otras propuestas innovadores de este sector resulta favorable, habiendo o estando a punto de recuperar cifras prepandemia de visitantes y de ingresos y con buenas expectativas de cara al futuro.

La viabilidad de la nueva empresa a nivel comercial resulta favorable como se vio en la investigación de mercados realizada, donde los clientes estarían dispuestos a pagar un precio elevado por el servicio y un 96% de las personas estarían dispuestas a realizarlo. A nivel técnico, gracias a la financiación propia y ajena que hemos obtenido, podemos enfrentar la inversión inicial necesaria, el esquema del proyecto es factible y fácilmente realizable. A nivel legal contaremos con una serie de beneficios fiscales durante los primeros años por ser una empresa de reducida dimensión lo que nos ayudará a seguir creciendo, invirtiendo y mejorando. A nivel económico y financiero nos encontramos con una situación favorable al obtener un EBITDA positivo desde el primer periodo y que crece durante el resto de los años. El saldo de tesorería que nos permitirá afrontar los pagos con nuestros ingresos es positivo desde el primer periodo y se mantiene así durante el resto. No obstante, la empresa tendrá que analizar donde quiere invertir con el saldo en bancos ya que según la previsión este va a crecer y podría convertirse en un recurso ocioso.

9. BIBLIOGRAFÍA

- CNAE (2009). Lista de actividades del grupo 932.

<https://www.cnae.com.es/obtener-cnae-4.php?nivel=932>

- Statista (2023). Número anual de turistas con residencia en Estados Unidos que visitaron España entre 2001 y 2022.

<https://es.statista.com/estadisticas/475132/numero-de-turistas-estadounidenses-en-espana/>

- Fuentelsaz, L., Gómez J., Maícas J., (2022) Manual de dirección estratégica, Universidad de Zaragoza.

- Barberán Lahuerta, M.A., Gómez Sancho, J.M., Mancebón Torrubia, M.J., Melguizo Garde, M., Sanaú Villarroja, J., Trueba Cortés, C., Zárate Marco, A.I., (2022). Selección de materiales de Legislación fiscal, Universidad de Zaragoza.

- Comunidad de Madrid (2023). Beneficios fiscales (13 de marzo de 2024).

<https://www.comunidad.madrid/servicios/atencion-contribuyente/beneficios-fiscales>

- Centro para el desarrollo tecnológico industrial (2023). Proyectos de I+D.

https://www.cdti.es/index.asp?MP=100&MS=802&MN=2&r=1366*768

- Funcas (2023). Plan de previsiones de la economía española septiembre 2023

- Expansión (2023). Tipo de interés, tipo de cambio, tasa de desempleo en España.

<https://datosmacro.expansion.com/>

- Instituto Nacional de Estadística (2021). Estadística sobre actividades de I+D, Año 2022.

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176754&menu=ultiDatos&idp=1254735576669#:~:text=El%20gasto%20en%20I%2BD,1%2C43%25%20del%20PIB.

- Bravo, R., Gao, L., Ibáñez, S., Melero, I., Raluy, A., (2023). Manual de Dirección Comercial I, Universidad de Zaragoza

- Inveready (2023). Porfolio.

<https://inveready.com/portfolio/>

- Oficina Española de Patentes y Marcas (2023). Cuestiones Básicas acerca de Patentes y Modelos de Utilidad.

<http://www.oepm.es/cs/OEPMSite/contenidos/Folletos/06-cuestiones-basicas-patentes-modelos.html>

- Voice of the visitor (2017). Outlook on the Attractions Industry.

<http://content.yudu.com/web/2r8b9/0A2rlk8/2017VoiceVisitor/html/index.html?page=63>

- Port Aventura World (2023). Información comercial (30 de noviembre de 2023).
<https://www.portaventuraworld.com/>

- Parque Warner (2023). Información comercial (30 de noviembre de 2023).
<https://www.parquewarner.com/>

- HiFly Madrid (2023). Información comercial (30 de noviembre de 2023).
<https://hiflymadrid.com/>

- Pursuit Collection (2023). Flyover Attractions (27 de diciembre de 2023).
<https://www.pursuitcollection.com/flyover-attractions/>

- Cámara de comercio de España (2023). Tipos de sociedades mercantiles en España.
<https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/tipos-de-sociedades-mercantiles-en-espana-cual-se-adapta-mejor-tus-necesidades>

- Agencia tributaria (2023). Impuesto de Actividades Económicas Madrid.
<https://agenciatributaria.madrid.es/portales/contribuyente/es/Impuestos-tasas-y-precios-publicos/Actividades-Economicas-IAE-/?vgnextfmt=default&vgnextchannel=5ef1e5bcc9c78710VgnVCM1000008a4a900aRCRD>

- Comunidad de Madrid (2023). Quiero montar una empresa
<https://www.comunidad.madrid/servicios/empleo/quiero-montar-empresa>

- Ayuntamiento de Madrid (2023). Cálculo tasa prestación servicios urbanísticos
<https://sede.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/AgenciaActividades/Tramites/ficheros/C%C3%A1lculo%20Tasa%20Prestaci%C3%B3n%20Servicios%20Urban%C3%ADsticos.pdf>

- Apple (2023). MacBook pro M2 (15 de noviembre de 2023).
<https://www.apple.com/es/shop/buy-mac/macbook-pro/14-pulgadas-gris-espacial-chip-m2-pro-de-apple-con-cpu-de-10-n%C3%BAcleos-y-gpu-de-16-n%C3%BAcleos-512gb>
- Hp (2023). Portátil HP 15s-fq5060ns con 3 años de garantía (15 de noviembre de 2023).
https://www.hp.com/es-es/shop/product.aspx?id=6H716EA&opt=ABE&sel=NTB&gad=1&gclid=Cj0KCQjwm66pBhDQARIsALIR2zA17jKnrskQ1op32I7qBkpzSLgJao2jwT5OHAHhw-EdlHcxe5lCEcaApSiEALw_wcB&gclsrc=aw.ds
- El Corte Inglés (2023). Portátiles de sobremesa HP (15 de noviembre de 2023).
<https://www.elcorteingles.es/electronica/A46120199-all-in-one-hp-pavilion-24-ca2004ns-i5-16gb-512gb-ssd-238-w11/?parentCategoryId=999.7624605013>
- Departamento de comunicación del Banco de España (26 de enero de 2023). Estudios sobre hábitos en el uso de efectivo:
<https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/SalaPrensa/NotasInformativas/23/presbe2023-06.pdf>

10. ANEXOS

ANEXO 1: CURRÍCULUM VITAE DEL PROMOTOR

DANIEL BECERRIL AMIEVA

DATOS PERSONALES Y

CONTACTO:

Dirección: Calle de Lombía 4, 3ªB

28009 Madrid

Teléfono: 664 320 9438

Correo electrónico:

daniel@flyworld.com

IDIOMAS:

Inglés: Certificate in advanced English
by University of Cambridge (C1)

ACTIVIDADES E INTERESES:

- Esquí
- Ciclismo
- Senderismo
- Viajar

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN:

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA 2020-2024

BACHILLERATO DE CIENCIAS DE LA SALUD

COLEGIO TERESIANO DEL PILAR 2018-2020

EXPERIENCIA LABORAL:

FOOD AND BEVERAGE MANAGER: PURSUIT COLLECTION

WHITEFISH, MONTANA (ESTADOS UNIDOS)
JUNIO 2023-SEPTIEMBRE 2023

PRÁCTICAS EN EMPRESA: S.A. ALIMENTARIA ARAGONESA (SAAR) – GRUPO SAMCA

EJEA DE LOS CABALLEROS (ZARAGOZA)
JUNIO 2000- SEPTIEMBRE 2000

ANEXO 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADO REALIZADA

Para ayudar a la sociedad en tomar decisiones sobre aspectos clave como el precio, la ubicación o los paisajes a comercializar, hemos hecho una investigación de mercados que consiste en una encuesta que nos servirá para conocer la opinión de nuestros potenciales clientes.

- Características de la encuesta

NATURALEZA DEL DISEÑO	Concluyente-Investigación causal
POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	Todo el conjunto de la sociedad para poder extrapolar datos
TAMAÑO DE LA MUESTRA	100
TÉCNICA PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN	Encuesta autoadministrada a través de página web (Google Forms)

HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS	Google Forms, Google Drive y Excel
LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA	Internet
FECHAS DE REALIZACIÓN	Fecha inicio: 04/10/2023 Fecha final: 19/10/2023

- Desarrollo de la encuesta

¡Hola! Somos una empresa que está analizando la viabilidad de implantar un “Flying Theatre” o teatro volador en la ciudad de Madrid.

Para ello, vamos a realizar un estudio de mercado y sería muy importante conocer su opinión.

La encuesta es anónima y los datos recogidos se tratarán de forma global. Muchas gracias por su colaboración.

1. Indique por favor su sexo
 - ☐ Hombre
 - ☐ Mujer
 - ☐ Prefiero no decirlo
 - ☐ Otro
2. ¿Cuál es su nivel de estudios?
 - ☐ Educación secundaria / FP
 - ☐ Bachillerato
 - ☐ Grado superior
 - ☐ Grado universitario
 - ☐ Máster / doctorado
3. En este momento, ¿Qué actividad está realizando?
 - ☐ Estudiante
 - ☐ Trabajador por cuenta propia / empresario
 - ☐ Asalariado
 - ☐ Otro

4. ¿Cuál es su edad?
- ☐ Menos de 18 años
 - ☐ Entre 19 y 35 años
 - ☐ Entre 36 y 45 años
 - ☐ Entre 46 y 55 años
 - ☐ Entre 56 y 65 años
 - ☐ Más de 65 años
5. ¿Cuál es su salario neto anual?
- ☐ 0 - 15.000 €
 - ☐ 15.000 € – 30.000 €
 - ☐ 30.000 € - 45.000 €
 - ☐ 45.000 € - 60.000 €
 - ☐ Más de 60.000 €
6. ¿Cuántas veces ha ido en el último año a un parque de atracciones?
- ☐ Ninguna
 - ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☐ Más de 3
7. Del 1 al 10, valore su satisfacción con los parques de atracciones
- ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
 - ☐ 6
 - ☐ 7
 - ☐ 8
 - ☐ 9
 - ☐ 10
8. ¿Ha oído hablar alguna vez de un Flying Theatre o teatro volador?
- ☐ Si
 - ☐ No

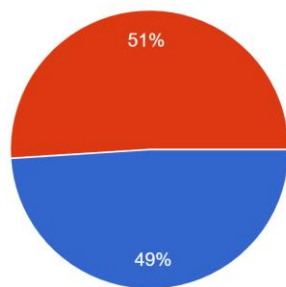
9. ¿Realizaría una actividad que consista en un simulador que recree la sensación de estar volando?
- ☐ Si
 - ☐ No
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la actividad? Su duración será de 10 minutos.
- ☐ Menos de 15 €
 - ☐ Entre 15 y 20 €
 - ☐ Entre 20 y 25 €
 - ☐ Entre 25 y 30 €
 - ☐ Más de 30 €
11. ¿Dónde te gustaría que se situase la atracción?
- ☐ En el centro de la ciudad
 - ☐ En un parque de atracciones
 - ☐ En un centro comercial
 - ☐ Otro
12. Si pudiera elegir el paisaje por donde realizar la simulación de vuelo, ¿Cuál elegiría? Puede elegir más de una respuesta
- ☐ Alaska
 - ☐ Tailandia
 - ☐ Oeste americano
 - ☐ Islandia

Muchas gracias, le agradecemos que nos haya concedido estos minutos, es para nosotros de gran ayuda.

- Respuestas

Indique por favor su sexo

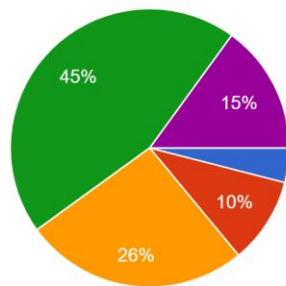
100 respuestas



- Hombre
- Mujer
- Prefiero no decirlo
- Otro

¿Cuál es su nivel de estudios?

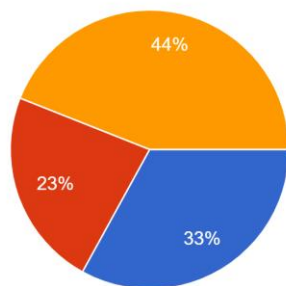
100 respuestas



- Educación secundaria/FP
- Bachillerato
- Grado superior
- Grado universitario
- Master/doctorado

En este momento, ¿qué actividad está realizando?

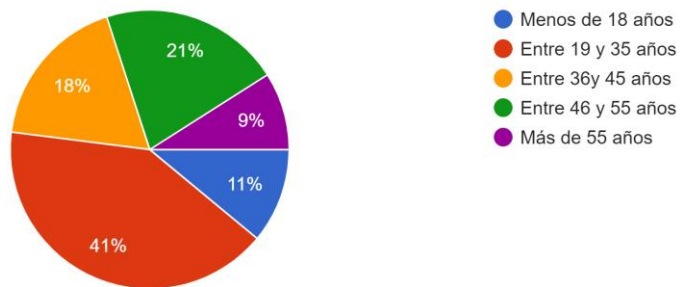
100 respuestas



- Estudiante
- Trabajador por cuenta propia/empresario
- Asalariado
- Otro

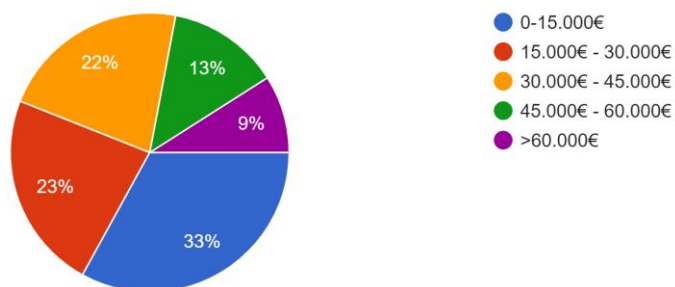
¿Cuál es su edad?

100 respuestas



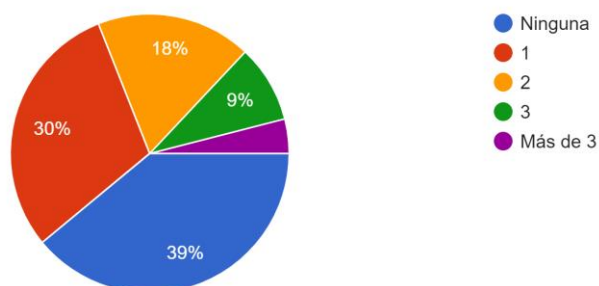
¿Cuál es su salario anual?

100 respuestas



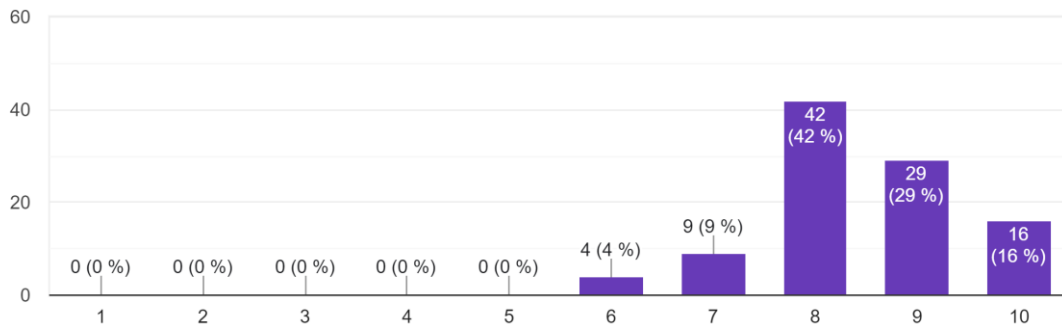
¿Cuántas veces ha ido en el último año a un parque de atracciones?

100 respuestas



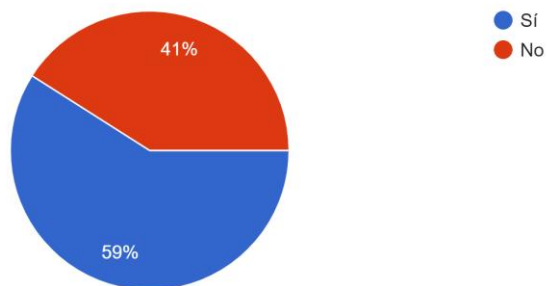
Del 1 al 10, valore su satisfacción con los parques de atracciones

100 respuestas



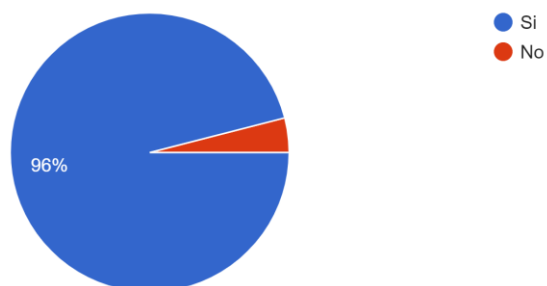
¿Ha oído hablar alguna vez de un Flying Theatre o teatro volador?

100 respuestas



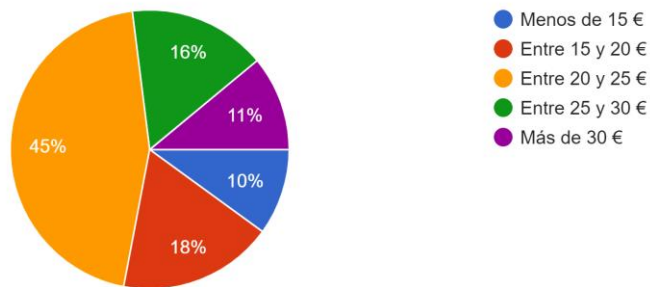
¿Realizaría una actividad que consista en un simulador que recree la sensación de estar volando?

100 respuestas



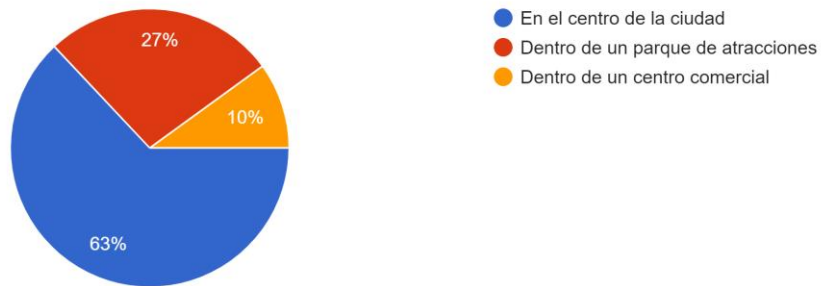
¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por realizar la actividad? Su duración será de 10 minutos

100 respuestas



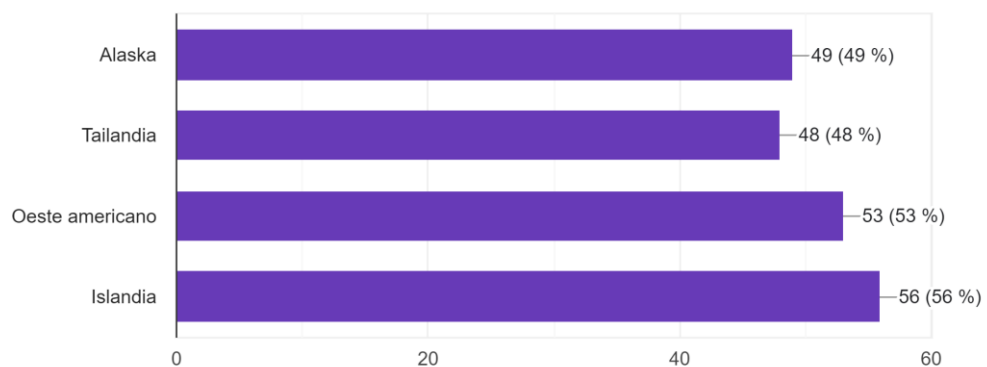
¿Dónde te gustaría que se situase la atracción?

100 respuestas



Si pudiera elegir el paisaje por donde realizar la simulación de vuelo, ¿cuál sería? Puede elegir más de una respuesta.

100 respuestas



ANEXO 3: CONSULTA A DYNAMIC STRUCTURES PARA EL SUMINISTRO Y MONTAJE DEL FLYING THEATRE

En este anexo se muestra el coste del Flying Theatre según la empresa Dynamic Structures.

Cost of Flying Theatre

Jacob McGuire <j.mcguire@dynamicstructures.com>

Para: Daniel Becerril Amieva <danielbece2002@gmail.com>

Dear daniel

Thank you for showing interest in our new flagship attraction, the Flying Theatre. While we can not give you a whole detailed budget we can give you a rough approach to its cost thanks to your provided details. Please see below:

Spherical cinema screen: \$1.800.000

Seats, platform and maps: \$3.000.000

Technology: \$13.000.000

Special effects: \$420.000

Cost of transport and assembly: \$780.000

Total cost: \$19.000.000

From Dynamic structures we would like to thank you again for your interest and to wish you the best for the future.

Kind regards

ANEXO 4: MOBILIARIO DE OFICINA Y EQUIPOS INFORMÁTICOS

- Mostrador de recepción



Fuente: Ofitipo

- Mesas de trabajo



Fuente: IKEA

- Estantería



Fuente: IKEA

ANEXO 5: COSTE DE ASESORÍA PARA EMPEZAR EL NEGOCIO

En este anexo se muestra el correo electrónico recibido por Sercon Asesores Empar referido a la constitución del negocio y sus costes.

Simulación de constitución de una empresa

Sercon – Ángel Sanjuan <asanjuan@serconasesores.com>

Para: Daniel Becerril Amieva <danielbece2002@gmail.com>

El coste aproximado sería de:

Notario.. 315

Registro. 180

Asesoría120

El plazo para obtener el CIF sería de 5 ó 6 días.

El plazo para que esté totalmente registrada unos 15 días.

Si necesitas más datos me comentas.

Un saludo.

ANEXO 6: CARACTERÍSTICAS DEL PRÉSTAMO Y SU AMORTIZACIÓN

Características principales del préstamo:

Importes y T.A.E

Capital entregado: 9000000.00€
 Cuota (importe a pagar): 93274.57€
 T.A.E.: 4.591%

Intereses

Tipo de interés: Interés fijo
 Interés de salida: 4.500%
 Intereses del primer año: 407835.37€
 Total de intereses: 2210701.52€

Facturación

Oferta / Solicitud: Préstamo Estrella
 Fecha constitución: 16-10-2023
 Vencimientos de amortización: 120 Periodos
 Vencimientos de carencia: 0 Periodos
 Liquidación: Canon frances (por vencido)
 Periodicidad: Mensual
 Día de facturación: Facturación en el día 1 de cada mes
 Periodos reales o naturales: Cálculo por periodos reales
 Base de los intereses: Cálculo por a/o natural de 365 días

Comisiones y otros gastos

Comisión de apertura: 0.00€
 Comisión de estudio: 0.00€

Cuadro de amortización del préstamo (año 1)

CUADRO DE AMORTIZACIÓN AÑO 1						
Vencimiento	Fecha	Cuota amortización	Intereses	Término amortizativo	Capital amortizado	Capital pendiente
0					0	9000000
1	ene-24	93.274,57 €	33.750,00 €	59.524,57 €	59.524,57 €	8.940.475,43 €
2	feb-24	93.274,57 €	33.526,78 €	59.747,79 €	119.272,36 €	8.880.727,64 €
3	mar-24	93.274,57 €	33.302,73 €	59.971,84 €	179.244,20 €	8.820.755,80 €
4	abr-24	93.274,57 €	33.077,83 €	60.196,74 €	239.440,94 €	8.760.559,06 €
5	may-24	93.274,57 €	32.852,10 €	60.422,47 €	299.863,41 €	8.700.136,59 €
6	jun-24	93.274,57 €	32.625,51 €	60.649,06 €	360.512,47 €	8.639.487,53 €
7	jul-24	93.274,57 €	32.398,08 €	60.876,49 €	421.388,96 €	8.578.611,04 €
8	ago-24	93.274,57 €	32.169,79 €	61.104,78 €	482.493,74 €	8.517.506,26 €
9	sep-24	93.274,57 €	31.940,65 €	61.333,92 €	543.827,66 €	8.456.172,34 €
10	oct-24	93.274,57 €	31.710,65 €	61.563,92 €	605.391,58 €	8.394.608,42 €
11	nov-24	93.274,57 €	31.479,78 €	61.794,79 €	667.186,37 €	8.332.813,63 €
12	dic-24	93.274,57 €	31.248,05 €	62.026,52 €	729.212,89 €	8.270.787,11 €

Fuente: elaboración propia

ANEXO 7: AMORTIZACIÓN ACCELERADA DEL INMOVILIZADO

AMORTIZACIÓN FISCAL				
INVERSIONES INICIALES	Importe	Coef amortización	Nº años	Amort anual
Tecnología	13.420.000 €	20%	5	2.684.000 €
Instalaciones técnicas	4.800.000 €	24%	4,17	1.152.000 €
Mobiliario	1.771,35 €	24%	4,17	425,12 €
Equipos para el proceso de información	5.630,44 €	50%	2	2.815,22 €

Fuente: elaboración propia

ANEXO 8: PREVISIÓN DE TESORERIA PRIMER AÑO

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	0 €	168.684 €	343.295 €	717.818 €	1.225.615 €	1.600.137 €	2.088.591 €	2.929.573 €	3.770.555 €	4.145.078 €	4.319.689 €	4.494.301 €
Aportación capital	3.006 €	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportación socio	10.000.000 €	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos por ventas	370.772 €	370.772 €	593.235 €	741.544 €	593.235 €	741.544 €	1.112.316 €	1.112.316 €	593.235 €	370.772 €	370.772 €	444.927 €
IVA repercutido	77.862 €	77.862 €	124.579 €	155.724 €	124.579 €	155.724 €	233.586 €	233.586 €	124.579 €	77.862 €	77.862 €	93.435 €
Cobro préstamo	9.000.000 €											
Total cobros	19.451.640 €	448.634 €	717.815 €	897.269 €	717.815 €	897.269 €	1.345.903 €	1.345.903 €	717.815 €	448.634 €	448.634 €	538.361 €
Pago inversiones iniciales	18.227.402 €											
Coste de ventas	37.077 €	37.077 €	59.324 €	74.154 €	59.324 €	74.154 €	111.232 €	111.232 €	59.324 €	37.077 €	37.077 €	44.493 €
Devolución préstamo	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €	93.275 €
Gastos de personal	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	38.686 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	38.686 €
Otros gastos de explotación	827.997 €	46.466 €	46.772 €	46.976 €	46.772 €	46.976 €	47.485 €	47.485 €	46.772 €	46.466 €	46.466 €	55.496 €
Gastos iniciales	780.916 €											
Arrendamientos	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €
Suministros	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	10.410 €
Primas de seguros	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €
Publicidad y promoción	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €
Servicios bancarios y similares	510 €	510 €	815 €	1.019 €	815 €	1.019 €	1.529 €	1.529 €	815 €	510 €	510 €	611 €
Servicios asesoría	615 €											
IVA soportado	179.983 €	15.991 €	20.726 €	23.884 €	20.726 €	23.884 €	31.777 €	31.777 €	20.726 €	15.991 €	15.991 €	19.444 €
Pago hacienda por IVA	-102.121 €	61.872 €	103.853 €	131.841 €	103.853 €	131.841 €	201.809 €	201.809 €	103.853 €	61.872 €	61.872 €	73.990 €
Impuesto de sociedades												411.367 €
Total pagos	19.282.956 €	274.023 €	343.292 €	389.472 €	343.292 €	408.815 €	504.921 €	504.921 €	343.292 €	274.023 €	274.023 €	736.751 €
Saldo tesorería	168.684 €	343.295 €	717.818 €	1.225.615 €	1.600.137 €	2.088.591 €	2.929.573 €	3.770.555 €	4.145.078 €	4.319.689 €	4.494.301 €	4.295.910 €

Fuente: elaboración propia

ANEXO 9: PREVISIÓN DE TESORERIA 5 PRIMEROS AÑOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	0 €	4.295.910 €	9.749.763 €	14.797.688 €	20.227.370 €
Aportación capital	3.006 €				
Ingresos por ventas	7.415.443 €	8.898.531 €	9.076.502 €	9.685.937 €	9.879.656 €
IVA repercutido	1.557.243 €	1.544.373 €	1.575.261 €	1.681.030 €	1.714.651 €
Aportación socio	10.000.000 €				
Cobro préstamo	9.000.000 €				
Total cobros	27.975.691 €	14.738.815 €	20.401.526 €	26.164.655 €	31.821.677 €
Pago inversión	18.227.402 €				
Coste de ventas	741.544 €	889.853 €	907.650 €	968.594 €	987.966 €
Devolución préstamo	1.119.295 €	1.119.295 €	1.119.295 €	1.119.295 €	1.119.295 €
Gastos de personal	270.802 €	278.926 €	285.899 €	291.617 €	297.450 €
Otros gastos de explotación	1.352.127 €	398.111 €	406.654 €	428.200 €	436.753 €
Gastos iniciales	780.916 €				
Arrendamientos	88.200 €	90.846 €	93.117 €	94.979 €	96.879 €
Suministros	26.703 €	27.504 €	28.192 €	28.756 €	29.331 €
Primas de seguros	575 €	575 €	575 €	575 €	575 €
Publicidad y promoción	444.927 €	266.956 €	272.295 €	290.578 €	296.390 €
Servicios bancarios y similares	10.191 €	12.230 €	12.474 €	13.312 €	13.578 €
Servicios asesoría	615 €				
IVA soportado	420.899 €	251.274 €	256.328 €	273.260 €	278.726 €
Pago hacienda por IVA	1.136.344 €	1.293.099 €	1.318.932 €	1.407.770 €	1.435.925 €
Impuesto de sociedades	411.367 €	758.493 €	1.309.079 €	1.448.548 €	1.498.122 €
Total pagos	23.679.781 €	4.989.051 €	5.603.838 €	5.937.285 €	6.054.236 €
Saldo tesorería	4.295.910 €	9.749.763 €	14.797.688 €	20.227.370 €	25.767.441 €

Fuente: elaboración propia

ANEXO 10: BALANCE DE SITUACIÓN MENSUAL PREVISTO PRIMER AÑO

	Año 1											
BALANCE DE SITUACIÓN	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVO NO CORRIENTE	18.067.532 €	17.907.662 €	17.747.792 €	17.587.923 €	17.428.053 €	17.268.183 €	17.108.313 €	16.948.443 €	16.788.573 €	16.628.704 €	16.468.834 €	16.308.964 €
INMOVILIZADO INTANGIBLE	13.308.167 €	13.196.333 €	13.084.500 €	12.972.667 €	12.860.833 €	12.749.000 €	12.637.167 €	12.525.333 €	12.413.500 €	12.301.667 €	12.189.833 €	12.078.000 €
Tecnología	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €	13.420.000 €
Amortización del inmovilizado intangible	-111.833 €	-223.667 €	-335.500 €	-447.333 €	-559.167 €	-671.000 €	-782.833 €	-894.667 €	-1.006.500 €	-1.118.333 €	-1.230.167 €	-1.342.000 €
INMOVILIZADO MATERIAL	4.759.365 €	4.711.329 €	4.663.292 €	4.615.256 €	4.567.219 €	4.519.183 €	4.471.146 €	4.423.110 €	4.375.073 €	4.327.037 €	4.279.000 €	4.230.964 €
Instalaciones técnicas	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €	4.800.000 €
Mobiliario	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €	1.771 €
Equipos para el proceso de información	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €	5.630 €
Amortización del inmovilizado material	-48.036 €	-96.073 €	-144.109 €	-192.146 €	-240.182 €	-288.219 €	-336.255 €	-384.292 €	-432.328 €	-480.365 €	-528.401 €	-576.438 €
ACTIVO CORRIENTE	168.684 €	343.295 €	717.818 €	1.225.615 €	1.600.137 €	2.088.591 €	2.929.573 €	3.770.555 €	4.145.078 €	4.319.689 €	4.494.301 €	4.295.910 €
Efectivo y otros activos líquidos	168.684 €	343.295 €	717.818 €	1.225.615 €	1.600.137 €	2.088.591 €	2.929.573 €	3.770.555 €	4.145.078 €	4.319.689 €	4.494.301 €	4.295.910 €
TOTAL ACTIVO	18.236.216 €	18.250.958 €	18.465.610 €	18.813.537 €	19.028.190 €	19.356.774 €	20.037.886 €	20.718.999 €	20.933.651 €	20.948.393 €	20.963.135 €	20.604.875 €

[illegible]

Fuente: elaboración propia

ANEXO 11: CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL PREVISTA PRIMER AÑO

PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Año 1											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	370.772 €	370.772 €	593.235 €	741.544 €	593.235 €	741.544 €	1.112.316 €	1.112.316 €	593.235 €	370.772 €	370.772 €	444.927 €
Coste de ventas	-37.077 €	-37.077 €	-59.324 €	-74.154 €	-59.324 €	-74.154 €	-111.232 €	-111.232 €	-59.324 €	-37.077 €	-37.077 €	-44.493 €
MARGEN BRUTO	333.695 €	333.695 €	533.912 €	667.390 €	533.912 €	667.390 €	1.001.085 €	1.001.085 €	533.912 €	333.695 €	333.695 €	400.434 €
Arrendamientos	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €	7.350 €
Suministros	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	1.481 €	10.410 €
primas de seguros	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €	48 €
Amortización	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €	159.870 €
Servicios bancarios y similares	510 €	510 €	815 €	1.019 €	815 €	1.019 €	1.529 €	1.529 €	815 €	510 €	510 €	611 €
Sueldos y salarios	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	38.686 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	19.343 €	38.686 €
Otros gastos de explotación	818.608 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €	37.077 €
EBITDA	-673.515 €	108.016 €	307.927 €	441.201 €	307.927 €	421.858 €	774.387 €	774.387 €	307.927 €	108.016 €	108.016 €	146.382 €
Amortización del inmovilizado	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Resultado de explotación (1)	-673.515 €	108.016 €	307.927 €	441.201 €	307.927 €	421.858 €	774.387 €	774.387 €	307.927 €	108.016 €	108.016 €	146.382 €
Gastos financieros	-33.750 €	-33.527 €	-33.303 €	-33.078 €	-32.852 €	-32.626 €	-32.398 €	-32.170 €	-31.941 €	-31.711 €	-31.480 €	-31.248 €
Resultado financiero (2)	-33.750 €	-33.527 €	-33.303 €	-33.078 €	-32.852 €	-32.626 €	-32.398 €	-32.170 €	-31.941 €	-31.711 €	-31.480 €	-31.248 €
Resultado antes de impuestos (1+2)	-707.265 €	74.489 €	274.625 €	408.124 €	275.075 €	389.233 €	741.989 €	742.217 €	275.987 €	76.305 €	76.536 €	115.134 €
Impuesto sobre beneficios												411.367 €
Resultado del ejercicio	-707.265 €	74.489 €	274.625 €	408.124 €	275.075 €	389.233 €	741.989 €	742.217 €	275.987 €	76.305 €	76.536 €	-296.234 €

Fuente: elaboración propia

ANEXO 12: CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL PREVISTA 5 PRIMEROS AÑOS

PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	7.415.443 €	8.898.531 €	9.076.502 €	9.685.937 €	9.879.656 €
Coste de ventas	-741.544 €	-889.853 €	-907.650 €	-968.594 €	-987.966 €
MARGEN BRUTO	6.673.898 €	8.008.678 €	8.168.852 €	8.717.343 €	8.891.690 €
Arrendamientos	88.200 €	90.846 €	93.117 €	94.979 €	96.879 €
Suministros	26.703 €	27.504 €	28.192 €	28.756 €	29.331 €
primas de seguros	575 €	575 €	575 €	575 €	575 €
Servicios bancarios y similares	10.191 €	12.230 €	12.474 €	13.312 €	13.578 €
Sueldos y salarios	270.802 €	278.926 €	285.899 €	291.617 €	297.450 €
Amortización menos del inmovilizado	1.918.438 €	1.918.438 €	1.918.438 €	1.918.438 €	1.918.438 €
Otros gastos de explotación	1.226.458 €	266.956 €	272.295 €	290.578 €	296.390 €
EBITDA	3.132.531 €	5.413.203 €	5.557.861 €	6.079.088 €	6.239.050 €
Amortización del inmovilizado	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Resultado de explotación (1)	3.132.531 €	5.413.203 €	5.557.861 €	6.079.088 €	6.239.050 €
Gastos financieros	-390.082 €	-356.582 €	-321.543 €	-284.895 €	-246.562 €
Resultado financiero (2)	-390.082 €	-356.582 €	-321.543 €	-284.895 €	-246.562 €
Resultado antes de impuestos (1+2)	2.742.449 €	5.056.621 €	5.236.318 €	5.794.193 €	5.992.487 €
Impuesto sobre beneficios	-411.367 €	-758.493 €	-1.309.079 €	-1.448.548 €	-1.498.122 €
Resultado del ejercicio	2.331.082 €	4.298.128 €	3.927.238 €	4.345.645 €	4.494.366 €

Fuente: elaboración propia