

# The Indie Code

## Creación de una plataforma online para distribución y venta de juegos independientes

Nombre del estudiante: Álvaro Andrés Martínez Caparrós y Francisco  
Ramírez Morales

Nombre del tutor/a: Oliver Prados

Junio de 2021

### MEMORIA DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

---

**Curso:** 4rto

**Estudios:** Grado en Marketing y Comunidades digitales

## **Resumen Ejecutivo**

El proyecto emprendedor The Indie Code, tiene como objetivo estudiar la viabilidad de la posible creación de una empresa enfocada en la programación de una plataforma virtual para alojar videojuegos de empresas independientes.

Visto el crecimiento en los últimos años de la industria de los videojuegos de bajo presupuesto y su valoración positiva, se ha visto una oportunidad de negocio en el sector. Para ello, se ha estudiado el mercado en los últimos años y seleccionado un target de entre 10 y 54 años.

The Indie Code, tiene como objetivo ser la plataforma que cobre las comisiones más bajas de media en el mercado, es por eso que, viendo que el crecimiento de los videojuegos va ligado a un aumento del público en las plataformas de streaming y de video propone el contactar con estos para promocionarse.

## **Abstract**

The entrepreneurial project The Indie Code aims to study the viability of the possible creation of a company focused on developing a virtual platform to host video games from independent companies.

Seeing the growth in recent years of the low-budget video game industry and its positive valuation, a business opportunity has been seen in the sector. For this, the market has been studied in recent years and a target between 10 and 54 years old has been selected.

The Indie Code aims to be the platform that charges the lowest commissions on average in the market, so, seeing that the growth of video games is linked to an increase in the audience on streaming and video platforms, it is proposed to contact them to promote themselves.

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	2
1.INTRODUCCIÓN	9
2. EMPRESA	10
Misión	10
Visión	10
Valores	10
Imagen Corporativa	11
3.EQUIPO EMPRENDEDOR	11
Aptitudes	11
Motivaciones	12
Aspectos a mejorar	13
4. ANÁLISIS DEL MERCADO (Explicación suplementaria detallada)	14
Tamaño de mercado	14
Tasa de crecimiento del mercado	15
Valor de mercado	16
Tendencias de mercado	17
Análisis de los consumidores	20
5. PÚBLICO OBJETIVO Y MODELO DE NEGOCIO	22
Identificación del público objetivo y modelo de negocio	22
Participantes en el proceso de compra	25
Modelo de negocio	25
6. PROPUESTA DE VALOR	26
7. COMPETENCIA REAL I/O POTENCIAL DEL NEGOCIO	27
Similitudes con los competidores	28
Diferencias con los competidores	29
Matriz de Competencia	29
Océanos Azules	31
Tamaño de mercado y cuota a alcanzar	31
8.GRADO DE INNOVACIÓN/ADECUACIÓN REAL DE LA IDEA DE NEGOCIO	32
Factores clave	32
Tendencias de futuro	33
9.PLAN DE MARKETING	34
Portafolio de productos y servicios	34

Política de precios y previsión de ventas	36
Comunicación del primer año	40
Canales de distribución	43
Presupuesto del proceso de distribución	44
Calendario de planificación	44
Presupuesto del plan de comunicación	45
Análisis de las 4P a las 4C	46
10. PLAN DE OPERACIONES	48
Proceso de producción de la App, web, RRSS y plataformas de vídeo.	48
Presupuesto proceso de producción	49
Actividades clave	50
Recursos Clave	51
11. RECURSOS HUMANOS	54
Funciones, competencias y formación	55
Política retributiva	56
Presupuestos RRHH	57
12. PLAN JURÍDICO-FISCAL	57
Constitución de la empresa	57
Pacto de socios	58
Requerimientos normativos antes de la actividad	59
Requerimientos normativos durante la actividad	59
13. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	60
Fuentes de financiación	60
Previsión de inversión	61
Resultados	63
Tesorería	64
Viabilidad del proyecto	65
14. CONCLUSIONES	67
15. CRONOGRAMA	68
16. BIBLIOGRAFÍA	69
17. ANEXOS	74
Ilustraciones	74
Tablas	77
Kpi's y Objetivos de la campaña	77
Previsión de Ingresos y gastos	78

Escenarios financieros	81
Previsión de ingresos y gastos	84
Resultados	88
Tesorería	90
Viabilidad del proyecto	98
Gráficos	102
Características y funciones de la plataforma	105
Encuesta	107

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Facturación Videojuegos España 2018	14
Gráfico 2 Consumo Twitch 9 - 22 de Marzo 2020 España	15
Gráfico 3 Tasa de crecimiento en ingresos videojuegos España 2020	16
Gráfico 4 Valor de mercado del consumidor de videojuegos mundialmente de 2011 a 2021 por tipo de distribución	17
Gráfico 5 Plataformas de desarrollo industria del videojuego España 2019	18
Gráfico 6 Dispositivos más usados entre los jugadores 2020	19
Gráfico 7 Personas por edades consumidoras de videojuegos 2018	20
Gráfico 8 Usuarios por edad España 2020	20
Gráfico 9 Porcentaje de hombres y mujeres gamers en España	21
Gráfico 10 Media de viewers concurrentes en Twitch de 2012 a 2020	33
Gráfico 11 Ingresos población consumidora de videojuegos en España	102
Gráfico 12 Fuentes de Beneficios	102
Gráfico 13 Dispositivos más usados entre gamers españoles 2020	103
Gráfico 14 Dispositivos más utilizados según franja de edad España	104
Gráfico 15 Video Game Market value worldwide 2012 - 2023	105
Gráfico 16 Número de usuarios mundial Realidad Virtual de 2015 a 2018	105
Gráfico 17 Sexo y Edad	107
Gráfico 18 Sector y mensualidad	107
Gráfico 19 Horas y Dinero Gastado	108
Gráfico 20 Plataforma de uso y género favorito	108
Gráfico 21 Consumo juegos indie	109
Gráfico 22 Plataforma de adquisición y Consideración de precio	109
Gráfico 23 Obtención y Plataforma digital	110

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Buyer Persona Empresa	22
Ilustración 2 Buyer Persona	23
Ilustración 3 Buyer Persona	24
Ilustración 4 Matriz de Competencia Especialización Indie/Soporte a desarrolladoras	30
Ilustración 5 Matriz de Competencia User Experience/Personalización	30
Ilustración 6 Anuncio SEM	41
Ilustración 7 Anuncio SEM	41
Ilustración 8 Publicidad Instagram	43
Ilustración 9 Story Instagram	43
Ilustración 10 Publicidad FB	41
Ilustración 11 Actividades Clave	50
Ilustración 12 Cadena de Valor de Porter	50
Ilustración 13 Recursos Clave	51
Ilustración 14 Ranking juegos más vistos en Twitch 2020	74
Ilustración 15 Comisiones Plataformas Online	75
Ilustración 16 Resumen Estadístico de Steam 2020	76
Ilustración 17 Diagrama de flujos del Proceso de producción	76

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características y comparación competencia mercado 2020	27
Tabla 2 Portafolio de productos y servicios	34
Tabla 3 Política de precio y previsión de ventas 1r año	37
Tabla 4 Política de precio y previsión de ventas. Estacionalidad	39
Tabla 5 Política de precio y previsión de ventas 2n año	39
Tabla 6 Política de precio y previsión de ventas 3r año	40
Tabla 7 Calendario de Planificación	44
Tabla 8 Presupuesto Plan de Comunicación	45
Tabla 9 Presupuesto material proceso de producción	49
Tabla 10 Presupuestos de producción	53
Tabla 11 Organigrama de la empresa	54
Tabla 12 Funciones, competencias y formación	55
Tabla 13 Plan de Formación	55
Tabla 14 Presupuesto Recursos Humanos	57
Tabla 15 Aportación Socios	61
Tabla 16 Subvención por inversión	61

Tabla 17 Presupuesto de la previsión de inversión año 1	62
Tabla 18 Presupuesto de la previsión de inversión año 2	62
Tabla 19 Presupuesto de la previsión de inversión año 3	62
Tabla 20 Presupuesto de la previsión de inversión en I+D+I	63
Tabla 21 Resultados Escenario Realista o Esperado	64
Tabla 22 Fondo de maniobra - Escenario Realista o Esperado	65
Tabla 23 Rendimiento de la inversión - Escenario Realista o Esperado	65
Tabla 24 Rendimiento del Fondo - Escenario Realista o Esperado	65
Tabla 25 TIR - Escenario Realista o Esperado	66
Tabla 26 EBITDA - Escenario Realista o Esperado	66
Tabla 27 VAN - Escenario Realista o Esperado	66
Tabla 28 Ratio de endeudamiento - Escenario Realista o Esperado	66
Tabla 29 Cronograma	68
Tabla 30 Acciones, Objetivos y Kpi's	77
Tabla 31 Costes Operativos	77
Tabla 32 Previsión de gastos año 1 - Escenario Realista o Esperado	78
Tabla 33 Previsión de gastos año 2 - Escenario Realista o Esperado	78
Tabla 34 Previsión de gastos año 3 - Escenario Realista o Esperado	79
Tabla 35 Recursos humanos	79
Tabla 36 Porcentaje de gastos totales	79
Tabla 37 Precios medio de los productos	80
Tabla 38 Unidades vendidas año 1 Escenario Realista o Esperado	80
Tabla 39 Unidades vendidas año 2 Escenario Realista o Esperado	80
Tabla 40 Unidades vendidas año 3 Escenario Realista o Esperado	80
Tabla 41 Ventas en euros Escenario Realista o Esperado	81
Tabla 42 Unidades vendidas totales durante los 3 años	81
Tabla 43 Unidades vendidas totales durante los 3 años	82
Tabla 44 Ingresos y Gastos - Escenario Esperado	82
Tabla 45 Unidades vendidas totales durante los 3 años	83
Tabla 46 Unidades vendidas totales durante los 3 años	83
Tabla 47 Unidades vendidas totales durante los 3 años - Escenario Pesimista	84
Tabla 48 Unidades vendidas totales durante los 3 años - Escenario Pesimista	84
Tabla 49 Previsión de gastos año 1 - Escenario Optimista	85
Tabla 50 Previsión de gastos año 2 - Escenario Optimista	85
Tabla 51 Previsión de gastos año 3 - Escenario Optimista	85
Tabla 52 ingresos Escenario Optimista	85

Tabla 53 Ventas en euros Escenario Optimista	86
Tabla 54 Previsión de gastos año 1 - Escenario Pesimista	87
Tabla 55 Previsión de gastos año 2 - Escenario Pesimista	87
Tabla 56 Previsión de gastos año 3 - Escenario Pesimista	87
Tabla 57 Ingresos Escenario Pesimista	87
Tabla 58 Ventas en euros Escenario Pesimista	88
Tabla 59 Resultados Escenario Optimista	89
Tabla 60 Resultados Escenario Pesimista	89
Tabla 61 Tesorería Año 1 - Escenario Realista o Esperado	90
Tabla 62 Tesorería Año 2 - Escenario Realista o Esperado	90
Tabla 63 Tesorería Año 3 - Escenario Realista o Esperado	91
Tabla 64 Tesorería Año 1 - Escenario Optimista	92
Tabla 65 Tesorería Año 2 - Escenario Optimista	93
Tabla 66 Tesorería Año 3 - Escenario Optimista	94
Tabla 67 Tesorería Año 1 - Escenario Pesimista	95
Tabla 68 Tesorería Año 2 - Escenario Pesimista	96
Tabla 69 Tesorería Año 3 - Escenario Pesimista	97
Tabla 70 Fondo de Maniobra - Escenario Optimista	98
Tabla 71 Rendimiento de la inversión - Escenario Optimista	98
Tabla 72 Rendimiento de los fondos - Escenario Optimista	98
Tabla 73 TIR - Escenario Optimista	99
Tabla 74 EBITDA - Escenario Optimista	99
Tabla 75 VAN - Escenario Optimista	99
Tabla 76 Fondo de maniobra - Escenario Pesimista	100
Tabla 77 Rendimiento de la inversión - Escenario Pesimista	100
Tabla 78 Rendimiento de los fondos - Escenario Pesimista	100
Tabla 79 TIR - Escenario Pesimista	101
Tabla 80 EBITDA - Escenario Pesimista	101
Tabla 81 VAN - Escenario Pesimista	101



# 1.INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el mundo de los videojuegos ha ido adquiriendo gran importancia dentro de la sociedad. Podemos observar que cada vez, hay un índice mayor de personas que practican este ocio, anteriormente visto negativamente, donde puede verse una mejora en la imagen de los mismos. De hecho, actualmente según Aevi (2014), el 70% de los padres considera que los videojuegos ejercen una influencia positiva en la vida de sus hijos.

Por una parte, mundialmente hablando, en 2019 se registraron 2,7 mil millones de gamers <sup>1</sup>, creciendo así un 3,7% respecto al año anterior. En cuanto a *market value*<sup>2</sup> se encontraba en 145,7\$ billones de dólares. Statista (2020).

A nivel nacional, a lo largo del 2019, se vendieron 8,4 millones de videojuegos, con 5 millones de gamers (alcanzando 15 millones totales) con una media de consumo de 6,7 horas a la semana y donde se crearon 9.000 nuevos puestos de trabajo. El correo (2020). Según Epdata (2019): “España ha revalidado su liderazgo entre los diez principales del mundo en cuanto a volumen de negocio, con una facturación de 1.479 millones de euros.”

Vista la importancia que tienen en la época actual, con sus creadores de contenido digital, mediante las nuevas *plataformas de streaming*<sup>3</sup> (Youtube, Twitch, Facebook Gaming), y sus campañas de marketing cada vez más impactantes han revalidado su valor actual en la sociedad. Entre el 9 y el 22 de marzo de 2020 se registraron en Twitch 30,5 millones de horas vistas con una media de 90.774 espectadores en los canales en español. (Vandal, 2020)

Cada vez es más común ver a personas de distintos ámbitos que se unen a esta tendencia en auge; desde jóvenes con un nivel socioeconómico y estatus medio hasta gente importante como futbolistas (Neymar) y cantantes famosos (C.Tangana).

Es por esto que se decidió crear una empresa relacionada con el mundo de los videojuegos, concretamente del tipo independiente conocidos como los *indie games*<sup>4</sup>. Estos son creados por individuos o pequeños grupos, sin apoyo financiero y distribuidores, que se centran en la innovación y distribución digital. Normalmente este tipo de producto es el que está en auge

---

<sup>1</sup> Videojugadoras y Videojugadores

<sup>2</sup> Valor de mercado.

<sup>3</sup> Plataformas que permiten la retransmisión en directo o en continuo.

<sup>4</sup> Juegos creados por empresas independientes.

en la actualidad debido a la gran promoción que han hecho los *streamers*<sup>5</sup> en las *plataformas streaming*.

The Indie Code nace de la idea de dos jóvenes emprendedores amantes de los videojuegos que pretenden ayudar a todas aquellas desarrolladoras indie mediante una plataforma digital que les permita distribuir y dar voz a sus creaciones a un coste asequible.

Por ese motivo, The Indie Code utilizará los conocimientos adquiridos en el grado de marketing y comunidades digitales y aptitudes propias para llevar a cabo el proyecto. Desde sus primeros pasos con la creación y denominación de la empresa, la misión, visión y valores hasta la utilización de las comunidades digitales para la creación de la plataforma online y el marketing digital.

## 2. EMPRESA

### Misión

**The Indie Code (TIC)** tiene como misión brindar a las desarrolladoras de videojuegos independientes la oportunidad de darse a conocer en el mercado, así como distribuir sus productos con costes reducidos, asequibles y con el mínimo de restricciones, a través del uso de la plataforma digital. Crear una comunidad de personas que compartan el entusiasmo y afición por este tipo de videojuegos.

### Visión

Conseguir el liderazgo y posicionarse en el Top of Mind, como plataforma digital dentro del mercado español, destinado a la distribución de videojuegos indie en formato online. Además, ser un referente de confianza para que las empresas independientes la escojan como primera opción en el momento de querer vender sus productos. También ser la mayor y mejor comunidad de juegos independientes a nivel nacional, así como compartiendo los valores de la empresa con los consumidores.

### Valores

The Indie Code está representada por los siguientes valores:

---

<sup>5</sup> Persona que juega a videojuegos o lo comenta en distintas plataformas en directo a tiempo real.

- **Cercanía:** Un carácter amigable con los clientes, resolviendo los problemas de inmediato, escuchando a los demás y transmitiendo confianza.
- **Responsabilidad:** No sólo responsables de forma social, sino que también hay una preocupación por el medio ambiente. El “Modus operandi” también se rige bajo una responsabilidad a seguir y un ejemplo para los clientes.
- **Pasión:** Caracterizados por la afección que disponen por el mundo de los videojuegos y el trabajo que se desarrolla.
- **Calidad:** Una de las características que definen a IC es el cuidado y perfeccionismo que la empresa brinda a su plataforma perfeccionando cada día y puliendo todos los detalles.
- **Claridad:** En cuanto a claridad se refiere, IC es una empresa que trata de hacer la experiencia del usuario lo más clara y concisa, así como más llevadera posible.

## Imagen Corporativa

The Indie Code quiere representar los valores mencionados anteriormente en todos los ámbitos de la empresa, ya sea en su plataforma, web, redes sociales etc. Además, la utilización de diversos colores es importante para el desarrollo de una imagen corporativa que se relacione con los valores que quiere transmitir. Los principales colores corporativos que encontramos son:

- **Negro (#0F0F0E):** proporciona elegancia, objetividad, poder, y valentía.
- **Rojo (#B21B1B):** transmite pasión, calor, energía, prosperidad, poder, sensualidad.
- **Blanco (#FFFFFF):** proporciona pureza, limpieza, luz, responsabilidad, paz.

Además de ser colores que transmiten valores, tanto el negro como el blanco son colores estándar que combinan con todo tipo de colores para una adecuada imagen corporativa.

## 3.EQUIPO EMPRENDEDOR

### Aptitudes

Álvaro Martínez:

- **Proactividad:** persona con una gran iniciativa, capacitada y dispuesta a realizar las acciones necesarias para sacar el proyecto adelante, con ideas innovadoras. Tiene una actitud positiva, optimista y con ganas de emprender.
- **Adaptabilidad:** capaz de realizar funciones y tareas distintas. Adaptable a los cambios que un proyecto tiene que tomar a lo largo de su vida empresarial y resolver los posibles inconvenientes que vayan apareciendo.
- **Implicación por la empresa/negocio:** persona que está siempre al día con el proyecto, intentando mejorar, gestionar y controlar el negocio desde el momento en que se creó. Busca opciones de mejora constantemente y tiene claro el funcionamiento de su empresa.

#### Francisco Ramírez:

- **Disciplina:** tiene una meta clara en mente y está dispuesta a cumplirla mediante pasos pautados. Trabajar un poco cada día y constantemente para alcanzar el objetivo.
- **Gestión del tiempo:** Es imprescindible marcarse un horario predefinido para evitar generar situaciones de estrés por saturación de trabajo. Un horario bien definido aumentará la productividad y agilizará el ritmo del trabajo.
- **Capacidad de análisis:** Punto de vista basado en hechos en vez de en información sesgada. Basarse en hechos objetivos y analizar los sucesos como un todo para evitar malas decisiones.

### **Motivaciones**

#### Álvaro Martínez:

- **Amante de los videojuegos:** persona que prácticamente desde el día en el que nació está en contacto con los videojuegos. Lleva muchos años disfrutando de este tipo de ocio y le encanta ver la evolución que están teniendo a nivel mundial y su gran importancia. Conoce bien este mundo y le gustaría poder sacar provecho del conocimiento.
- **Interés por las comunidades digitales:** Una de las principales motivaciones que le despertó a hacer este proyecto fue el gran interés que le despiertan las comunidades digitales y los negocios vía online que hoy en día están en auge. Desde la creación de

páginas web (E-commerce), que cabe destacar que tuvo la oportunidad de crear una durante sus prácticas, hasta crear plataformas online.

- **Diseño y creatividad:** disfruta con la idea de crear negocios online que están formados por una buena estructura tanto en contenidos como en su diseño. Tienen que contar con una imagen corporativa que haga transmitir a sus clientes lo que están buscando.

Francisco Ramírez:

- **Amante de los videojuegos:** La motivación que provoca que quiera trabajar en el proyecto es la afición desde pequeño hacia los videojuegos y su sector desde pequeño.
- **Marketing y creación de plataformas:** Gran interés en poder formar parte de una idea de negocio relacionada con la creación y programación de una plataforma online relacionada con la venta de videojuegos.
- **Plan de marketing:** Uno de los hechos que me empuja a realizar el proyecto emprendedor es el poder realizar un plan de marketing básico desde su inicio para la puesta en marcha de la empresa.

## Aspectos a mejorar

Álvaro Martínez:

- **Inseguridad:** Aunque a veces pueda parecer una persona segura de lo que hace y con un carácter optimista, sí que es cierto que en muchos casos tiene inseguridades que le llenan de incertidumbres a la hora de realizar alguna acción. Tiene que ser más seguro con lo que hace y confiar en sí mismo.

Francisco Ramírez:

- **Iniciativa:** A veces es necesario tomar la iniciativa y aportar más que el propio trabajo a realizar. Aunque no ocurre siempre, necesita estar inspirado y sentir que lo que sugiere se puede considerar "buen material", razón por la que muchas veces, aunque tenga ideas acaba no comunicándolas.

## 4. ANÁLISIS DEL MERCADO (Explicación suplementaria detallada)

The Indie Code, escoge el Análisis del Mercado como punto suplementario a explicar para poder entender la situación anterior, actual y futura del mercado de los videojuegos **detalladamente**. Como empresa, es importante analizar el mercado ya que el sector de los videojuegos y del streaming, ha crecido exponencialmente y se ha convertido en un negocio importante y rentable. El principal motivo por el cual se ha decidido crear el negocio y plataforma The Indie Code son las grandes cantidades de ingresos que está generando la industria del videojuego y las plataformas online en estos últimos años.

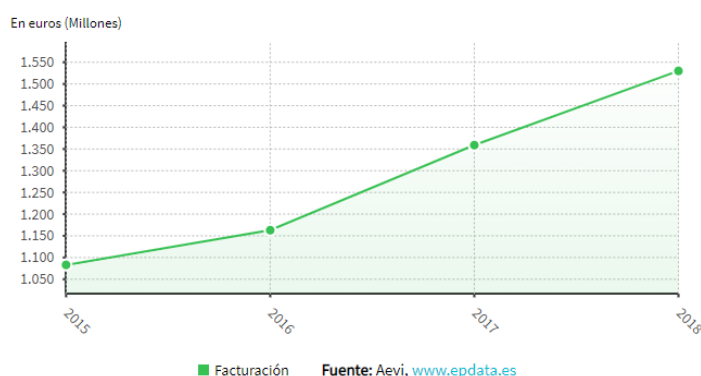
### Tamaño de mercado

En ámbito nacional durante los últimos cinco años, la industria de los videojuegos ha crecido sustancialmente en cuanto a tamaño de mercado. En el período de 2015 a 2016 el crecimiento en la facturación fue del 5% aproximadamente, resultado que cambia radicalmente cuando del 2016 al 2017 aumenta sustancialmente hasta alcanzar una cifra de 1.350 millones de euros (un **13%** más respecto al crecimiento del año anterior).

Respecto al último periodo visible en el gráfico, la facturación aumenta tras llegar el año 2018 colocándose casi en 1.550 millones de euros, un 12.6% más, en la industria de los videojuegos batiendo récords en el país.

Gráfico 1 Facturación Videojuegos España 2018

La industria de los videojuegos factura 1.530 millones de euros en España durante 2018, un 12,6% más



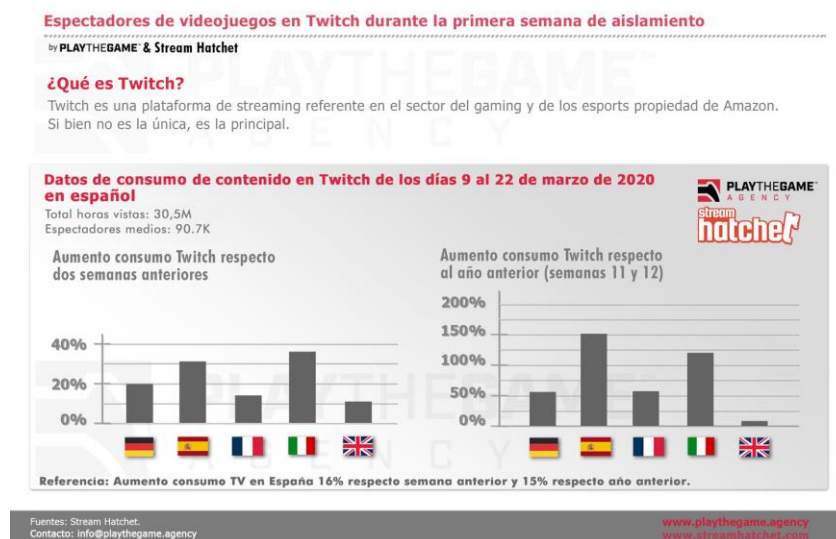
Fuente: Asociación Española de Videojuegos

Actualmente en 2020, el tamaño total del mercado español respecto al 2018 ha aumentado en un 6% aproximadamente. Los motivos por los que se ha ocasionado este aumento de

mercado están relacionados con el Covid-19 y la cuarentena obligatoria a la población ya que, el consumo del ocio digital se disparó durante los meses que duró.

De hecho, en la siguiente figura se muestran en tablas con porcentajes, los espectadores de videojuegos en Twitch durante la primera semana de confinamiento. En ella se hace una comparación del consumo de la plataforma entre las dos semanas anteriores al confinamiento y las dos semanas siguientes comparándolas además con su año anterior. Se observa como el consumo, especialmente en España, se ha disparado batiendo récords de hasta más de un 15%.

Gráfico 2 Consumo Twitch 9 - 22 de Marzo 2020 España



Fuente: Twitch

## Tasa de crecimiento del mercado

En España, a medida que han transcurrido los años, tanto la industria del videojuego como su crecimiento del mercado han ido aumentando hasta 2020. En 2019, la tasa de crecimiento de los videojuegos online había incrementado un 0,47% y para las *gaming networks*<sup>6</sup> un 0,83%. Cabe destacar que, en referencia a los juegos descargables, su *revenue growth*<sup>7</sup> había disminuido un 1,46% respecto al año anterior.

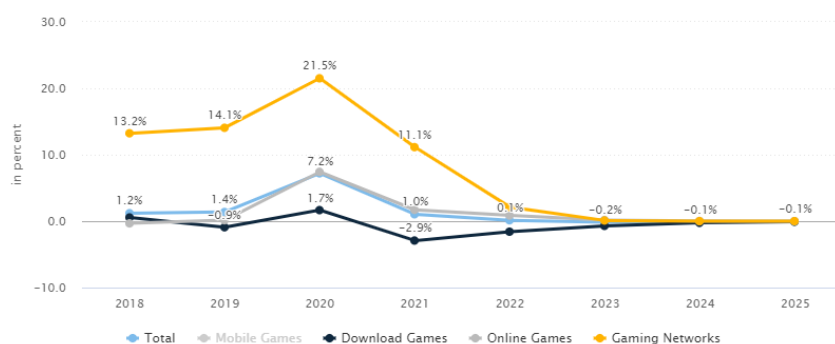
<sup>6</sup> Las gaming networks se refieren a los servicios de suscripción de pago para obtener acceso a servicios premium en línea.

<sup>7</sup> Crecimiento de ingresos

Se puede observar que entre 2018 y 2019 no hubo un incremento notorio en la tasa de crecimiento, solo hubo un aumento de 0,17% en el total dónde puede llegar a verse una disminución en una parte del sector en concreto.

Afortunadamente, para el año siguiente, concretamente 2020, se pueden ver unos incrementos destacables en la tasa de crecimiento del mercado. Mientras que en el año anterior los juegos descargables tuvieron una disminución en su tasa, este año tienen un aumento de un 2,58%, los juegos online también aumentaron un 7,28% y gaming networks un 7,45%. Poniendo el total en un incremento del 5,83%.

*Gráfico 3 Tasa de crecimiento en ingresos videojuegos España 2020*



Fuente: Statista

Se prevé que los ingresos en el segmento de videojuegos alcancen los 805 millones de dólares en 2020. Pese a que pueda notarse una disminución para los años 2021 y 2022, el sector se estabilizará para 2023. La disminución de los ingresos se relaciona directamente con el aumento de las promociones y la bajada de los precios en todas las plataformas *gaming*. Para los años siguientes, hasta 2025, se espera una tasa de crecimiento anual de un 0,2%, unos 812 millones de dólares en 2025.

Este incremento se ha visto propulsado principalmente por el aumento del mercado online y la gran importancia que estos han ido adquiriendo gracias a plataformas de vídeo y streaming llenas de creadores de contenido con millones de espectadores. Este mercado online obtuvo en 2019 una cifra histórica de 680 millones de euros, de los que 396 millones, más de la mitad, provenían solo de plataformas online.

## Valor de mercado

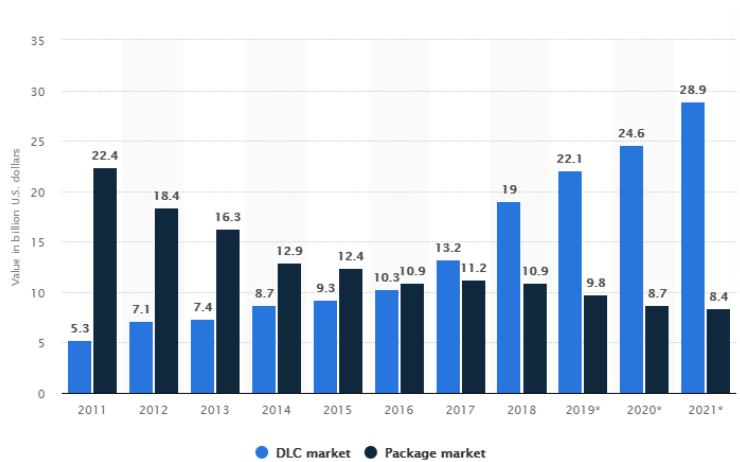
Diez años atrás, cualquier videojuego que se quería adquirir, en la mayoría de los casos, solo se podía obtener en formato físico. Debido a limitaciones como el hecho de no tener conexión



a Internet o de no poder disponer de una lo suficientemente buena (mínimo 50 megabytes), no todo el mundo consumía ni compraba contenido descargable. Es un hecho también, que las personas en aquellos tiempos no se sentían del todo seguras a la hora de comprar vía online y desconfiaban de algún intento de estafa.

Sin embargo, a medida que han pasado los años y que la disponibilidad de Internet y las altas velocidades de este se han normalizado, desde hace cinco años, el contenido descargado o DLC, ha acabado por superar en valor de mercado al contenido físico.

*Gráfico 4 Valor de mercado del consumidor de videojuegos mundialmente de 2011 a 2021 por tipo de distribución*



Fuente: Statista

De hecho, en la figura superior, es visible como la diferencia entre el valor del contenido digital y el físico se hace más plausible y visible entre los años 2018 y 2020, despuntando en 2019 y 2020 con aproximadamente un 60% más de valor y con predicciones de aumentar en 2021.

## Tendencias de mercado

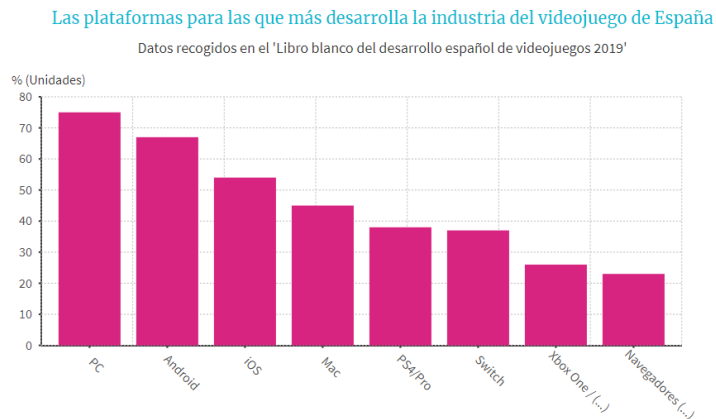
El mundo de los videojuegos cada vez está más en auge y esta evolución puede llegar a verse también en España. Durante los años 2019 y 2020 podríamos hablar de un crecimiento masivo de este sector en el ámbito nacional. En 2019, aún las consolas reinaban en este sector donde cada vez se consumían más videojuegos mediante descargas digitales y teléfonos móviles.

Este 2020, las cosas han cambiado y las descargas digitales en ordenadores y smartphones se ponen en primer puesto en el sector. Cabe destacar que respecto a las desarrolladoras de videojuegos en España la plataforma más utilizada es el ordenador, poniendo en segundo

lugar a los dispositivos móviles y en tercer lugar las desarrolladoras para consolas (Antevenio, 2010).

Los dispositivos de Realidad Virtual pese a tener una gran popularidad hoy en día, están lejos de ser aún número 1 en el sector.

Gráfico 5 Plataformas de desarrollo industria del videojuego España 2019



Fuente: Libro Blanco

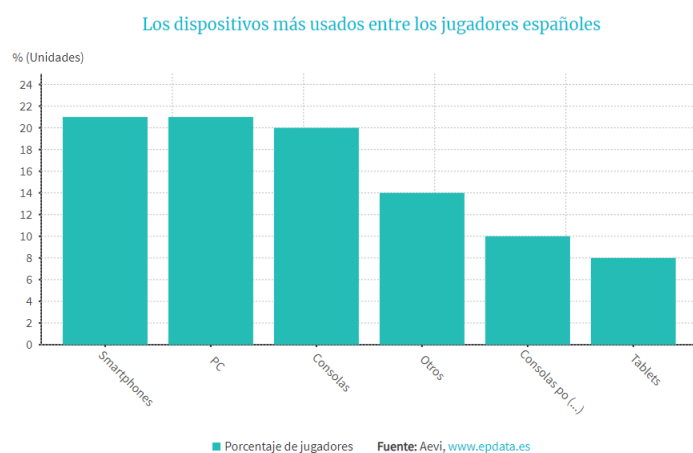
Según los datos más recientes sobre los dispositivos más usados por los jugadores españoles los smartphones junto a los pc son los medios más utilizados, seguidos por las consolas, para entretenerse (Aevi, 2018).

Por un lado, los motivos por los que los smartphones ocupan el primer puesto están relacionados con la facilidad en que la población tiene acceso a ellos. Es decir, cualquier persona que utilice un móvil, independientemente de lo que cueste monetariamente, y tenga acceso a internet puede jugar con él.

Por otro lado, los ordenadores ocupan la segunda posición seguida por las consolas. Actualmente no existe diferencia significativa entre un ordenador de sobremesa (pc) y una consola salvo que la consola es un sistema cerrado (no actualizable ni mejorables a nivel de hardware). Por esa razón y porque la gran mayoría de videojuegos pueden jugarse en ordenador, el uso de este aumenta año tras año superando al de las consolas.

Respecto a las plataformas restantes mostradas en el gráfico, el uso de estos dispositivos es residual y su tendencia no es ascendente. Las tablets por ejemplo, serían catalogadas como sustitutivas de los smartphones ya que, en cuanto a funcionalidades están limitadas.

Gráfico 6 Dispositivos más usados entre los jugadores 2020

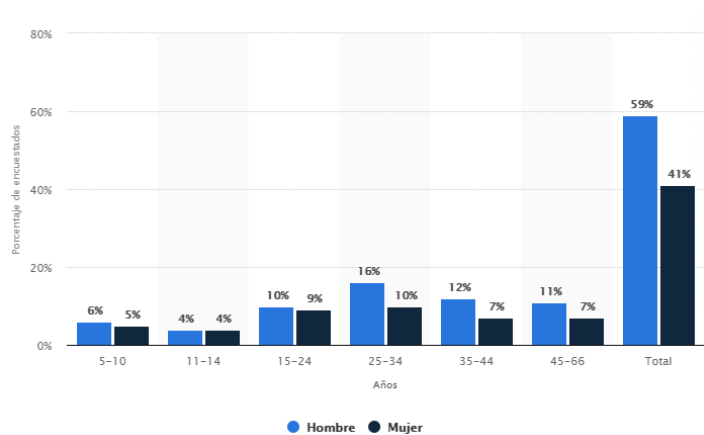


Fuente: Asociación Española de Videojuegos

En referencia a los videojuegos, los más jugados y populares entre la población total española serían Among Us, Fall Guys, Minecraft, GTA V, League of Legends y Fifa 2020 (Meristation, 2020). Cabe destacar que estos videojuegos tan famosos actualmente y que llegan a estar en el pico de ventas y descargas, son juegos Indie creados por desarrolladoras independientes. Este factor puede ser clave en la creación de la plataforma online. **Es un hecho que muchos de estos desarrolladores independientes tienen muy buenos productos que ofrecer, pero rara vez pueden llegar a hacerse tan conocidos a causa de las grandes restricciones que les imponen las grandes plataformas online.** Como puede observarse en la [ilustración 14](#) situada en los anexos, concretamente, en una plataforma de streaming en vivo como es Twitch, podemos ver dentro del top 10 de los juegos más vistos Among Us, un juego que llevaba más de 2 años en la plataforma de videojuegos Steam casi pasando desapercibida.

## Análisis de los consumidores

Gráfico 7 Personas por edades consumidoras de videojuegos 2018



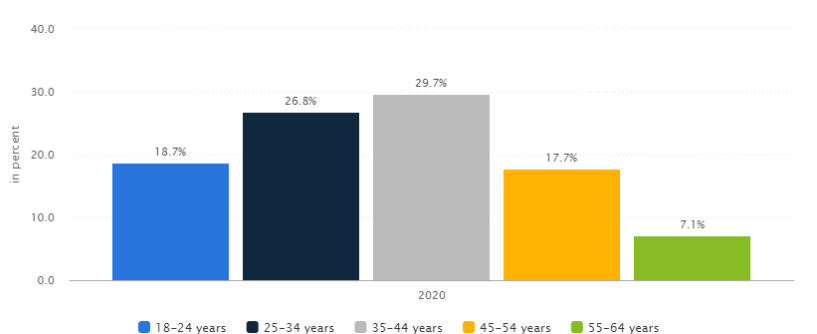
Fuente: Asociación Española de Videojuegos

Según el estudio realizado por Aevi<sup>8</sup> y analizado por Epdata el mayor número de personas que juegan a videojuegos en España se encuentra entre los rangos de edad de 25 a 34 años, teniendo un porcentaje mayor de hombres como jugadores que las mujeres.

Se puede observar que la misma cantidad de mujeres aproximadamente, en cuanto a porcentaje, entre las edades de 15 a 34 años son videojugadoras y existe tendencia en bajar en cuanto a número a medida que avanzan en edad. En hombres pasa lo mismo, pero no a la misma velocidad. A medida que las personas se hacen mayores, contraen más responsabilidades en sus vidas (trabajo, hijos, etc.) y cada vez tienen menos tiempo libre.

En 2018, la Aevi estimaba que alrededor de 16.8 millones de españoles jugaban a videojuegos, cerca del 47% de la población entre seis y 64 años (Aevi, 2018)

Gráfico 8 Usuarios por edad España 2020

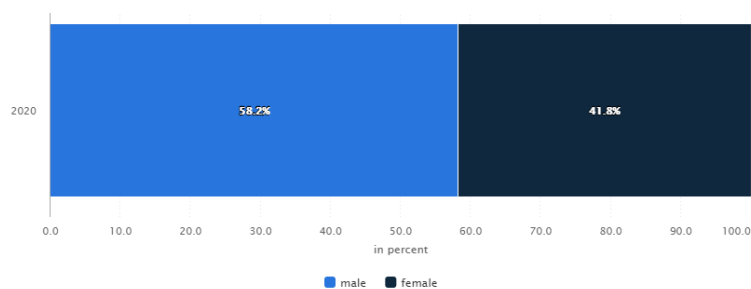


Fuente: Statista

<sup>8</sup> Asociación española de videojuegos.

En 2020 el número de gamers a nivel español ha aumentado, respecto a 2018, viéndose reflejado un porcentaje mayor en cada rango de edad. De hecho, 2 años atrás el rango de edad donde se acumulaba mayor cantidad de gamers se ubicaba entre los 25 - 34 años, sin embargo, ahora se ubica entre los 35 - 44 años.

Gráfico 9 Porcentaje de hombres y mujeres gamers en España



Fuente: Asociación Española de Videojuegos

En cuanto al porcentaje total de gamers según su género, la relación entre hombres y mujeres no se ha desviado demasiado respecto al 2018. Aunque el porcentaje de mujeres ha incrementado en 0.8%, la cantidad de hombres sigue siendo un 16,4% aproximadamente más.

En la figura ubicada en anexos titulada **Ingresos población consumidora de videojuegos en España** puede observarse cómo está distribuido el consumo de videojuegos según el poder adquisitivo de la población. Se diferencia en tres grupos: low income, medium income y high income. Aunque los porcentajes se asemejan y no difieren en gran medida, parece ser que la población con mayores ingresos son los que consumen más videojuegos. Puede deberse a que, a mayor renta, mayor dinero pueden gastar en actividades de ocio. Sin embargo, los segundos mayores consumidores de videojuegos se encuentran en el segmento de población con ingresos bajos en vez de con ingresos medios. Este factor puede deberse a que, la población con ingresos bajos suelen ser jóvenes que, lo poco que ganan lo gastan en videojuegos, ya que, en su mayoría suele ser gente entre 18 - 26 años aproximadamente estudiantes.

## 5. PÚBLICO OBJETIVO Y MODELO DE NEGOCIO

### Identificación del público objetivo y modelo de negocio

#### Desarrolladoras independientes

Empresas con bajo presupuesto que se dedican al desarrollo de videojuegos independiente y que por lo general no suelen ser conocidas. Utilizan plataformas online y páginas web para vender sus productos, aunque sin promoción y bajo el riesgo de no venderlo o que el juego pase desapercibido. Son la principal fuente de funcionamiento en The Indie Code pues son las empresas que nos proporcionan los productos a distribuir y vender a los consumidores.

Ilustración 1 Buyer Persona Empresa



**Datos demográficos**

EDAD 2 años en el sector  
CLASE Pequeña empresa  
SECTOR Desarrollo e Innovación Gaming  
UBICACIÓN Madrid, España

**Sobre la empresa**

64 bit studio es una empresa independiente destinada al desarrollo de videojuegos de estilo Indie. Lleva poco años en el sector y sus ingresos llegan a los 50.000€ anuales. La distribución de sus videojuegos es mediante páginas web.

**Metas y Retos**

- Trabajar en la promoción de sus creaciones
- Terminar el año con el proyecto en mente terminado
- Distribuir sus productos en una plataforma online
- Sus productos sean parte de una comunidad online de usuarios

**Deseos**

- Ser empresa líder en el sector
- Tener una gran cantidad de ingresos
- Abarcar a un gran público objetivo
- Contar con un gran catálogo de videojuegos

**Valores**

- Honestidad
- Pasión
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad Social
- Persistencia

**Obstáculos**

- Restricciones en las grandes empresas
- Porcentajes elevados de comisión
- Precios muy elevados para la distribución
- Poco capital disponible
- La creación de videojuegos requiere de altos costes

**¿Qué le ofrecemos ?**

Ofrecemos la capacidad de poder distribuir sus videojuegos en una plataforma online con el mínimo de restricciones, a un precio asequible y que permita dar voz a sus creaciones para que tanto la empresa como el producto pueda llegar a ser más conocida. También contará con la disponibilidad de una comunidad de usuarios online.

Fuente: Elaboración Propia

The Indie Code tiene cómo público objetivo a un gran rango de personas para vender sus productos. Las edades están entre los 10 años hasta los 54 años. El hecho que pueda haber tanta diferencia entre los gustos y aficiones de cada las edades, The Indie Code ha creado distintos segmentos para poder distribuir los productos según la edad e intereses de cada uno de los mismos. Cabe destacar que, dependiendo del segmento, la plataforma contará con un control parental dónde se tendrá en cuenta la edad para que los padres o responsables de estos jóvenes puedan observar a qué tipo de videojuegos juegan las personas en su ámbito familiar.

# Videojugadoras y Videojugadores

## Segmento de 10 a 13 años

Los jóvenes ubicados en este segmento se caracterizan por ser apasionados por los videojuegos y estar al día con las últimas novedades sobre estos suscribiéndose a revistas (de juegos) y mirando videos en YouTube/Twitch. Al disponer de mucho tiempo libre y lo dedican mayoritariamente a jugar. La influencia de los padres es importante, controlar las horas que juega, querer saber el tipo de videojuego y sobre todo destacar que son compradores de los videojuegos.

Ilustración 2 Buyer Persona



**Marcos**

**Datos demográficos**

- EDAD 13
- OCUPACIÓN Estudiante
- INGRESOS Sin ingresos
- ESTUDIOS Educación Secundaria Obligatoria (ESO)
- UBICACIÓN Valencia, España

**Sobre Marcos**

Marcos es un estudiante de secundaria muy aficionado al deporte y a los videojuegos. Es una persona muy competitiva y le gusta estar pendiente de las nuevas tendencias en el mundo del ocio digital. Hijo de padres abogados vive en un barrio adinerado de Valencia.

**Metas y Retos**

- Tener el mejor ordenador del mercado.
- Acabar la E.S.O.
- Crear un canal de Twitch
- Conseguir vivir de los videojuegos
- Ser gamer igual que Ibai, ElRubius o Willyrex
- Conocer más variedad de videojuegos

**Hobbies**

- Gamer
- Fútbol
- Youtube/Twitch
- Fortnite
- Minecraft

**Uso de la tecnología**

Ordenador	██████████
Consola	██████████
Smartphone/Tablet	██████████
Consola Portátil	██████████

**Obstáculos**

- Coste de los videojuegos triple A
- Compartir los videojuegos con sus responsabilidades
- Sólo conoce y consume videojuegos famosos en la actualidad
- Falta de tiempo de ocio para dedicar a los videojuegos

**¿Qué le ofrecemos?**

Se le ofrece una plataforma digital con un catálogo variado de videojuegos independientes y diferentes a los actuales del mercado. La adquisición de los videojuegos a un coste inferior al mercado actual. Podrá con sus amigos y gente de la comunidad de usuarios así como compartir experiencias y logros conseguidos.

Fuente: Elaboración Propia

## Segmento de 14 a 17 años

Segmento caracterizado por encontrarse justamente en la adolescencia de las personas. Debido a influencias externas e internas junto al desarrollo interior que se sufre, aunque pueda parecer que comparten similitudes con el segmento anterior, este busca nuevas experiencias a vivir en el mundo tanto real/cotidiano como virtual y a socializar en ambos.

Es por ello que juegos independientes pueden ser de su interés por el hecho que proporcionan una experiencia distinta a los tradicionales triple A además que, The Indie Code proporciona la posibilidad de ser parte de una gran comunidad con usuarios prácticamente de todas las edades.

## Segmento de 18 a 24 años

Se caracteriza por ser un rango de edad en el cual se siguen las tendencias impuestas por influencers, marcas, etc. En busca de aceptación por parte del grupo de referencia porque suele ser gente que asiste a la universidad, grados superiores o se está iniciando en el mercado laboral y les importa cómo los vean y lo que piensen de ellos, juegan a todo aquello que esté en auge y socialmente aceptado.

## Segmento de 25 a 34 años

Caracterizados por llevar tiempo en el mundo de los videojuegos. A diferencia del rango de edad anterior (18 a 24), este busca mayor inmersión y productos que les pueda satisfacer. Aunque tienen en cuenta las tendencias del momento, estas no son primordiales, se guían por recomendaciones, consumen teniendo en cuenta costes y gustos personales. Buscan pasar rato con sus seres queridos y desconectar del mundo laboral.

Ilustración 3 Buyer Persona



Fuente: Elaboración Propia

## Segmento de 35 a 44 años

Compuesto por un colectivo de personas con responsabilidades familiares que buscan entretenimiento barato y casual para pasar el poco tiempo libre del que disponen ya sea a causa de factores externos como el trabajo, planes de futuro o externalidades. Están caracterizados por tener unos gustos o aficiones muy específicas, claras y no seguir las tendencias.



## Segmento de 44 a 54 años

Este segmento se caracteriza por buscar un tipo de videojuego muy específico. No acostumbran a seguir las nuevas tendencias y buscan poder divertirse, entretenerse y desconectar en su poco tiempo libre. Cabe destacar la influencia de la nostalgia en este tipo de sector. Se centra en juegos renovados, pero que les recuerdan a aquellos videojuegos que jugaba cuando era más joven.

## Participantes en el proceso de compra

- **Plataforma para la venta de juegos de desarrolladoras independientes:** Empresas que requieren de servicios de ubicación, promoción y visibilidad de su contenido. La plataforma funciona como e-commerce catálogo de videojuegos dividida en secciones según la tipología del videojuego. Mediante promociones, novedades, productos más vendidos, recomendaciones, etc. se posicionarán los productos de las primeras páginas o en las posteriores.
- **Videojuegos para la venta a usuarios compradores:** Por una parte, al encontrar un segmento de jóvenes entre los 10 a 13 y 14 a 17 años (**iniciadores y consumidores**), los padres serían los **compradores y decisores** de los productos teniendo en cuenta la edad y el tipo de videojuego que van a adquirir y los streamers que siguen o sus propios amigos los **prescriptores**.  
Por otra parte, encontramos otros segmentos como por ejemplo de 18 a 24 y 25 a 34 años donde los **compradores y decisores** serían los propios consumidores de estos videojuegos.

## Modelo de negocio

Aunque el modelo de negocio que la plataforma online utilizará será **freemium**, ya que el descargarla no supone ningún coste para el usuario, el contenido de esta será de pago único por obtención tanto de sus productos como de los servicios adicionales cosméticos.

La **principal fuente de ingresos** para la plataforma online se basa en un modelo transaccional de pago con comisión por unidad vendida. Es decir, por cada videojuego que se venda, The Indie Code se quedará con un 20% de esta venta. Mediante promociones, reviews y posicionamientos según la asiduidad con la que se compren los productos o según sus actualizaciones se facilitará en la medida de lo que sea posible la visibilidad y el consumo

de los productos. The Indie Code se pondrá en contacto con personas referentes en el sector como Streamers y Youtubers para que publiciten su plataforma online.

Además, se obtendrán ingresos usando microtransacciones dentro de la plataforma online para disponer de distintas ventajas, objetos virtuales y cosméticos para poder personalizar los perfiles de usuario. Los objetos virtuales contarán con un valor estipulado por los usuarios del cual The Indie Code obtendrá un porcentaje. Existirán objetos vendidos a cuenta de la plataforma con precios propios estipulados para los consumidores.

Otra fuente de ingresos provendrá del uso de los canales de Twitch y Youtube. A través de directos y videos que se suban sobre los productos, gameplays, reviews de los videojuegos, creación de contenido etc. se pretende monetizar el contenido al mismo tiempo que se promocionan el catálogo de la plataforma y sus funcionalidades.

**Los costes principales** que se encuentran en el modelo de negocio provienen del proceso de producción (Equipos informáticos, Software, Infraestructura), inversiones en marketing digital, recursos humanos, contratación de programadores/as, actividades subcontratadas como la administración financiera de la empresa y servidores para poder gestionar la actividad de la plataforma.

## 6. PROPUESTA DE VALOR

The Indie Code busca ser la plataforma que cualquier usuario utilice cuando quiera jugar a un juego indie y que las desarrolladoras independientes utilicen para rentabilizar su producto con unas ganancias justas. Actualmente, las plataformas existentes como Steam, acaparan gran parte de la ganancia por juego vendido (aproximadamente más de un 30%), hecho que provoca que, aunque las grandes empresas de juegos triple A<sup>9</sup> no noten esa comisión porque venden grandes cantidades a precios elevados, en las pequeñas desarrolladoras tiene un gran impacto porque venden menos, a un precio bajo y con márgenes ajustados.

El valor diferencial de la empresa se basa en crear una plataforma de ordenador, aunque también podrá ser descargada en móvil, que cuente con la posibilidad de englobar todos los juegos indies del mercado.

---

<sup>9</sup> Los juegos AAA, también conocidos como triple A, son aquellos desarrollados por grandes compañías de la industria con altos costes tanto de desarrollo como de marketing.

Por un lado y hasta el momento, las plataformas de videojuegos se enfocan a vender en su totalidad videojuegos sin enfocarse en ninguno en particular. Esto provoca que en plataformas como Steam, plataforma online de videojuegos de referencia en el mercado, que rebaja la comisión por videojuego según el volumen de ventas, únicamente beneficia a grandes desarrolladoras.

Por otro lado, lugares donde se concentran todos los juegos Indie como Itch.io, se centran solo en venderlos y en foros, olvidando la parte de launcher social<sup>10</sup> que Steam u otra plataforma como Epic Games tiene.

**Por estas razones, The Indie Code se diferencia en ser una plataforma enfocada únicamente al mundo de videojuegos indie que engloba la parte social de una comunidad, la parte de venta de un E-commerce<sup>11</sup> y una sección para desarrolladoras totalmente personalizable para ellas.** Además, garantizando que las comisiones que se cobrarán por unidad vendida según la media del mercado de plataformas digitales, actualmente en 25.4%, serán menores.

## 7. COMPETENCIA REAL I/O POTENCIAL DEL NEGOCIO

Tabla 1 Características y comparación competencia mercado 2020

	STEAM	EPIC GAMES	MICROSOFT STORE	ORIGIN	GOG	ITCH.IO	HUMBLE STORE	THE INDIE CODE
COMPETENCIA	Directa	Directa	Indirecta	Indirecta	Directa	Directa	Indirecta	-
INGRESOS ANUALES	3.600 € millones	564 € millones	118.080 € millones	1.210 € millones	28 € millones	7 € millones	35 € millones	-
UI*	2	3	1	2	4	1	1	4
USABILIDAD	4	4	2	1	4	3	3	4
CATÁLOGO	5	3	1	1	1	3	4	3
VELOCIDAD	4	4	2	2	4	4	4	4
COMUNIDAD	5	2	1	1	3	4	3	5
PROMOCIONES	5	5	1	1	3	3	4	5
OTROS	Gran tiempo en el mercado	Exclusividades	Comparte suscripción con Xbox Pass	Exclusividades	Juegos DRM Free*	Destinada a juegos indie pero sin plataforma digital	Beneficios destinadas a causas sociales	Apoyo a desarrolladoras indie

- **Competencia Directa:** Aparece cuando las empresas compiten en el mismo mercado y venden los productos a los mismos clientes.
- **Competencia Indirecta:** Aparece cuando una empresa ofrece un producto o servicio distinto pero que pueda llegar a substituir al que comercializa otra empresa.
- **Escala de Likert:** Formada por 5 puntos donde 1 sería muy malo, 2 malo, 3 normal, 4 bueno y 5 muy bueno.
- **DRM Free:** Los juegos con con DRM free proporcionan al usuario ser el poseedor del producto en su totalidad.
- **UI:** Interfaz del usuario.

Fuente: Elaboración Propia

<sup>10</sup> Launcher social se refiere al apartado de la disponibilidad de la creación de un perfil, lista de amigos, logros e interacción con los demás usuarios dentro de la plataforma digital.

<sup>11</sup> Comercio Electrónico

**Steam:** Principal empresa en el mercado, cuenta con un gran catálogo de productos así como promociones. Lleva mucho tiempo en el sector de los videojuegos.

**Epic Games:** Catálogo no muy extenso, pero cuenta con las mejores promociones de videojuegos y algunas exclusividades.

**Microsoft Store:** Pese a tener buena calidad de productos, su plataforma es muy poco usable y visual.

**Origin:** Tiene juegos exclusivos con gran prestigio, pero su plataforma está mal optimizada y es compleja de utilizar.

**Gog:** Cuenta con poco catálogo, pero su visibilidad y usabilidad es su punto más fuerte.

**Itch.io:** Dedicada solo a los juegos Indie. No tiene plataforma digital ni comunidad, opera desde una página web.

**Humble Store:** Se caracteriza por sus ofertas y gran parte de sus beneficios se destinan a la caridad.

## Similitudes con los competidores

- **Tienda online:** E-commerce que se centra en la distribución de videojuegos y una comunidad de usuarios.
- Enfoque en juegos indie como Itch.io
- Funciones sociales (lista de amigos, comunidad, reviews)
- **Suscripción mensual como en Humble store:** una suscripción mensual que proporcionará ventajas a los usuarios, así como la capacidad de adquirir juegos de manera gratuita con la misma.
- **Promociones y descuentos (ofertas estacionales):** Adaptando las promociones y descuentos a las distintas estaciones del año o a días puntuales como black friday, cyber monday, etc.
- **Diseño usable:** Al igual que los competidores, la app tiene que ser estéticamente amigable con el consumidor si se quiere que pase tiempo en ella y la disfrute. De hecho, cualquier plataforma social debe ser lo más intuitiva si se quiere retener al consumidor.
- **App para escritorio:** Plataforma que permite almacenar los videojuegos, acceder a la comunidad, al perfil de usuario, chat social, foto, etc.
- Comunidad con foro para interactuar con otros jugadores

## Diferencias con los competidores

- **Enfoque exclusivo a juegos indie con la totalidad de su catálogo actual:** The Indie Code se centra específicamente en el mundo de videojuegos indie. Ningún otro tipo de producto tiene cabida en la app excepto los mencionados.
- **Patrocinio a pequeñas desarrolladoras:** Uno de los objetivos de la empresa es el de dar voz a las desarrolladoras que por factores económicos no pueden publicitar sus videojuegos ni conseguir beneficio de él. Si el producto es bueno y tiene buena aceptación, dándole voz conseguirá prosperar
- **Comisión del 20%, más baja que la media de la competencia ubicada en 25%:** A diferencia de la mayoría de la competencia, exceptuando a Epic Games, The Indie Code se compromete a llevarse una comisión por venta del 20% máximo.
- **Diseño de la plataforma usable, accesible y visual** (foro en constante actualización)
- **Contrato con Streamers\*:** Mediante el contrato con streamers se pretende mostrar juegos que, por falta de visibilidad, no son conocidos. De hecho, siempre puede darse el caso del videojuego Among Us que, fue 2 años más tarde a su creación y lanzamiento que se hizo viral gracias a que *streamers* de renombre lo jugaron y su comunidad los imitó.
- **Presencia en redes sociales:** Las plataformas de la competencia no disponen de presencia en las RRSS, por lo tanto, hacerse visible será clave para difundir la marca.

El principal elemento que diferencia a The Indie Code con la competencia en la creación de una plataforma online dedicada a los juegos Indie, dónde se podrá descargar y jugar a videojuegos, Crear tu perfil y ser parte de una comunidad, así como mostrar tus logros a los demás jugadores. Por una parte, ciertas empresas como Steam, Origin, Epic Games, disponen de una plataforma digital, pero ninguna de estas está dedicada únicamente a juegos Indie.

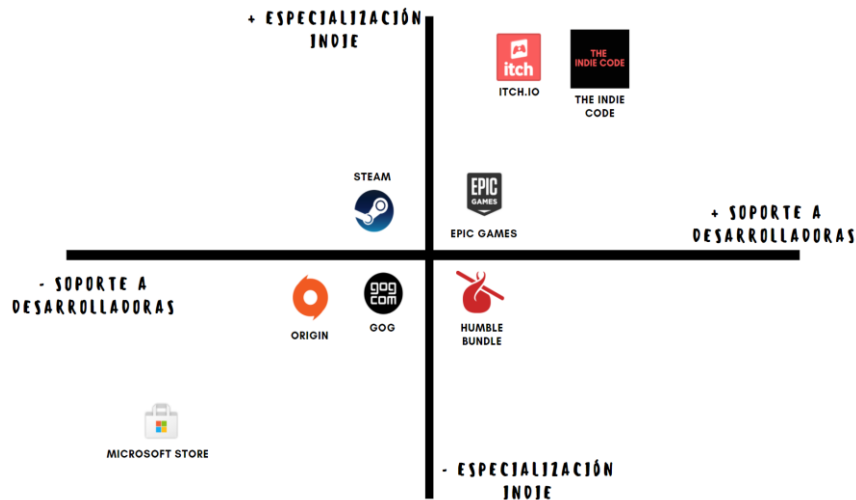
Por otra parte, es cierto que Itch.io solo se centra exclusivamente en juegos Indie, pero la empresa no tiene una plataforma digital donde poder descargar y consumir los juegos, así como no dispone de parte social ni patrocinio a las desarrolladoras de videojuegos independientes, Itchi.io solo cuenta con una página web.

## Matriz de Competencia

Se han realizado 2 matrices de competencia enfocadas tanto en las desarrolladoras como en los games.

En la primera matriz de competencia se ha comparado la especialización indie en los videojuegos con el soporte que proporciona la plataforma a las pequeñas desarrolladoras. The Indie se posiciona en un lugar realista teniendo en cuenta que es joven y no dispone de los fondos necesarios que tienen las otras más conocidas.

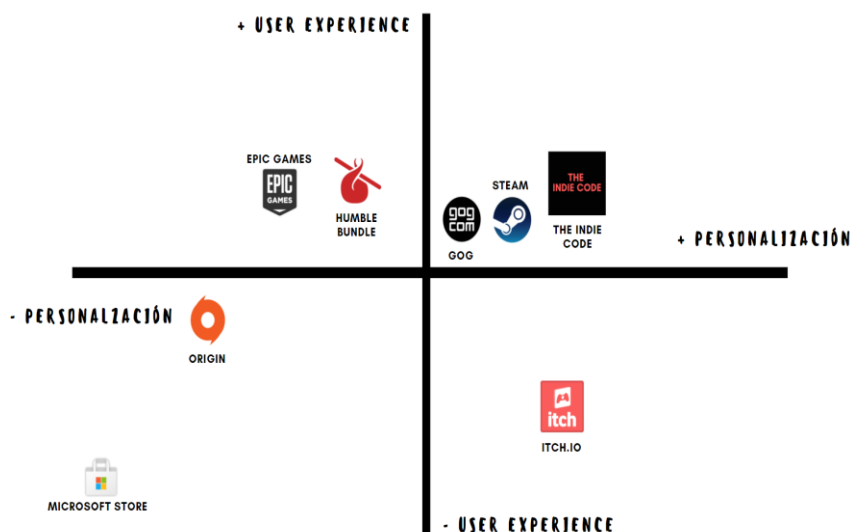
*Ilustración 4 Matriz de Competencia Especialización Indie/Soporte a desarrolladoras*



*Fuente: Elaboración Propia*

En esta segunda tabla, se puede observar que las dos variables utilizadas han sido la experiencia de usuario y la personalización. La experiencia de usuario se refiere a la sencillez de utilizar la plataforma web y una navegación fluida. En referencia al apartado de personalización, la plataforma contará con múltiples opciones para que tanto el gamer como la desarrolladora editen su perfil.

*Ilustración 5 Matriz de Competencia User Experience/Personalización*



*Fuente: Elaboración Propia*

## Océanos Azules

En The Indie Code, se busca implementar una estrategia de océanos azules dejando de lado a la competencia y realizando acciones para buscar nuevas oportunidades de negocio. Sobre todo, buscando ampliar el negocio mediante la innovación para poder aplicar esta gestión empresarial.

Hay que fijarse en aquellas personas o empresas que realizan acciones distintas a The Indie code y a la sociedad, hay que aprender de lo mejor de estas personas para mostrar a los futuros clientes lo que hace que el producto sea un plus o un servicio plus. Con la implementación de una plataforma digital destinada únicamente a los juegos Indie, la diferenciación respecto a los demás servicios o plataformas parecidas a The Indie Code radica en el hecho de poder crear una comunidad con foro y un perfil individual en el sector de los juegos Indie. Es cierto que las demás plataformas disponen de dichos elementos, sin embargo, estos son un añadido complementario más a sus funcionalidades y no lo desarrollan ni se vuelcan en su correcto funcionamiento y margen de mejora.

Otro factor a tener en cuenta, es el patrocinio y soporte a las pequeñas desarrolladoras, acción que hasta el momento nunca antes se había visto en el sector referente a la temática indie. Estas desarrolladoras sufren en su mayoría de grandes restricciones en la distribución de sus creaciones a causa de factores monetarios. El facilitar la distribución y visualización es un factor que el mercado actual no les proporciona y The Indie Code sí lo hará.

Es un hecho que muchas otras plataformas no proporcionan buena experiencia de usuario. The Indie Code busca crear una plataforma usable y accesible para los usuarios mejorando su experiencia de uso mediante la navegación y durante sus horas de juego.

## Tamaño de mercado y cuota a alcanzar

Según los datos de la Asociación española de videojuegos, el número de jugadores en ámbito nacional se estima que se aproxima a las 15 millones de personas. A rasgos generales, el uso de ordenadores es similar al de las consolas, decantándose más hacia el de los ordenadores (21%) año tras año como la siguiente figura muestra. Numéricamente hablando, el 21% de los españoles que utilizan ordenador ronda la cifra de 3,150 millones.

**Cálculo de jugadores ordenador:**  $15.000.000 * 0,21 = 3.150.000$  españoles

**Estimación cuota deseable:**  $3.150.000 * 0,12 = 378.000$  usuarios al año.

Teniendo en cuenta la cantidad de usuarios de ordenador entre todas las edades se estima que una cuota realista y alcanzable de usuarios se encontraría en el 12% del número total de videojugadores de España que utilizan como plataforma el ordenador. El porcentaje oscilaría numéricamente en 378 mil personas.

El precio de los juegos indie oscila según el nivel de desarrollo que una compañía haya empleado en él, habiendo juegos de hasta 40 o 60 euros aproximadamente como por ejemplo “No Man's Sky” o “The Witness”. Generalmente la media de precio de estos productos varía entre los 20€ teniendo títulos más baratos o más caros que cambian esa cantidad al alza o a la baja. Bajo la suposición de que todos los usuarios de la plataforma se gastarán un total de 10 euros cada uno, supondría un ingreso bruto aproximado de 3,8 millones de euros, de los cuales un 20% correspondería a The Indie Code, esto es 756.000€ brutos sin contar sueldos, desarrollo y mantenimiento de la plataforma.

**Estimación aproximada:**  $378.000 \text{ personas} * [1 \text{ producto} * (10 \text{ euros} * 0,20)] = 756.000 \text{ € al año.}$

## **8.GRADO DE INNOVACIÓN/ADECUACIÓN REAL DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **Factores clave**

- Creación de una plataforma online dedicada únicamente a los juegos Indie. The Indie Code, cuenta con una distribución de videojuegos independientes. En esta plataforma se podrá descargar y jugar a este tipo de juego, crear un perfil de usuario con los logros de cada persona, así como las horas dedicadas, coleccionables etc. También se podrá formar parte de una comunidad, chatear con los demás, compartir juegos, poner reviews a los distintos juegos y poder participar en foros.
- Otro factor que innova en este sector y que no se había visto anteriormente es el soporte que The Indie Code proporciona a aquellas pequeñas desarrolladoras independientes que carecen de apoyos financieros y distribuidores para poder vender sus productos. Estas empresas normalmente cuentan con grandes restricciones que no les ayudan a crecer. IC, opta por una plataforma que permita dar voz a las creaciones de estas pequeñas empresas con talento, así como el patrocinio de las



mismas. Podrán distribuir sus productos en una plataforma con el mínimo de restricciones y a un coste asequible.

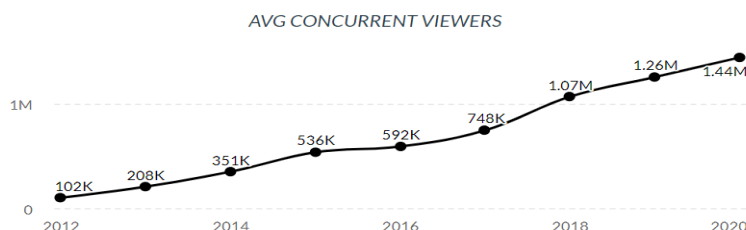
- La colaboración con streamers y gente influyente del sector es algo que no ha sido explotado por otras empresas y en The Indie Code se ve como una gran oportunidad. La mayoría de juegos Indie en la actualidad han llegado a ser famosos gracias a los streamers que mediante directos y vídeos les han dado promoción de forma indirecta. Es por ello que la empresa colaborará con estos creadores de contenido online para dar voz a las desarrolladoras y sus productos, así como incrementar el número de usuarios en la plataforma online.

## Tendencias de futuro

Según los datos que se han extraído de Statista y Aevi (Asociación española de videojuegos), el mercado de los videojuegos desde hace años se ha decantado hacia el formato digital volviendo prácticamente obsoleto a lo físico. Antiguos dispositivos de entretenimiento como PlayStation o incluso Xbox (consolas de sobremesa), actualmente en el 2020, han sacado versiones que aceptan discos y versiones totalmente enfocadas al formato digital, permitiendo adquirirlas por menos precio. El formato digital abarata costes de manufactura. Es decir, a las empresas creadoras y distribuidoras del software(juegos), les permite liberarse de costes de almacenaje o transporte entre otros (mano de obra incluida) ayudando a rebajar el precio del producto final.

Además, con el uso de las plataformas *streaming* y el gran número de espectadores que tienen, el mundo de los videojuegos cada vez está ganando más importancia. Sin ir más lejos, la principal actividad que tiene más beneficios es la de jugar a videojuegos. **En España sin ir más lejos, el uso de Twitch durante la cuarentena aumentó estratosféricamente y no ha bajado incluso después de esta.**

Gráfico 10 Media de viewers concurrentes en Twitch de 2012 a 2020



Fuente: Twitch Tracker

Es un hecho que la realidad virtual se está haciendo cada vez más famosa en los distintos sectores de la economía como por ejemplo cocina, medicina o entretenimiento. A causa de este factor cada vez más son las empresas que invierten en este tipo de tecnología para adaptarlo a la vida cotidiana de las personas. Probarte ropa, visitar un lugar o incluso ver una película son pequeños ejemplos de las funcionalidades que se están desarrollando y mejorando. En el mundo de los videojuegos desde aproximadamente el 2016 se está desarrollando esta tecnología y cada vez son vistos más juegos compatibles con este formato. En la siguiente gráfica Statista muestra los datos del auge de la realidad virtual desde el año 2015 al 2018. En referencia a The Indie Code, estas desarrolladoras de realidad virtual, en su mayoría, son independientes.

## 9.PLAN DE MARKETING

### Portafolio de productos y servicios

#### Consumidores

#### Portafolio de videojuegos

En la siguiente tabla se han categorizado los productos según si son: gratuitos, demos, ofertas y según el rango de precios de 5 euros en 5 euros.

Tabla 2 Portafolio de productos y servicios

	GRATUITOS	DEMOS	5€ O MENOS	5 A 10 €	10 A 15 €	15 A 20 €	OFERTAS
DISEÑO	●	●	●	●	●	●	●
JUGABILIDAD	●	●	●	●	●	●	●
TIEMPO JUGABLE	●	●	●	●	●	●	●
MICROTRANSACCIONES	●	●	●	●	●	●	●
TECNOLOGÍA	●	●	●	●	●	●	●
CALIDAD	●	●	●	●	●	●	●
CONTENIDO ADICIONAL	●	●	●	●	●	●	●

- Básico
- Intermedio
- Avanzado
- For Sale ( En promoción )

Fuente: Elaboración Propia

**Diseño:** Cómo se ha desarrollado el videojuego en historia, por ejemplo, significado o fin del por qué se juega al juego.

**Jugabilidad:** Facilidad y adaptabilidad del videojuego hacia los controles de movimiento del personaje.

**Tiempo jugable:** Cantidad de horas aproximadas/mínimas que dura el videojuego.

**Microtransacciones:** Opciones de pago disponibles para mejorar la experiencia del videojuego. Algunos ejemplos son trajes, personalización adicional que los que no pagan no tienen. Son totalmente opcionales.

**Tecnología:** Tipo de visualización gráfica del videojuego. Cómo de bien y “realista” se ve.

**Calidad:** Conjunto de características ya sean gráficas, en tiempo jugable, jugabilidad, etc. que hace que un juego sea mejor valorado que otro.

**Contenido Adicional:** Posible contenido adicional que se traduce en más horas de juego.

**El catálogo The Indie Code dispone** también de distintos géneros de videojuegos dónde se pueden ver:

**Acción:** El jugador deberá utilizar su velocidad, destreza y tiempo de reacción para completar el contenido del videojuego.

**Arcade:** Son aquel tipo de videojuegos que se encontraban antiguamente en las máquinas recreativas. Algunos ejemplos pueden ser pinball, Pacman, Street Fighter, etc.

**Aventura:** Videojuegos enfocados en la investigación y la exploración de un mundo. Un ejemplo de videojuego conocido de aventura podría ser Tom Raider.

**Estrategia:** Videojuegos de construcción o tácticos por turnos.

**Aventura gráfica:** Se caracterizan por tener que hacer rompecabezas o acertijos para proseguir con el avance. Son videojuegos interactivos.

**Deportes:** Son aquellos en los que se practica un deporte. Ejemplos son baloncesto, fútbol, béisbol, etc.

**Rol:** En esta tipología de videojuegos, el jugador toma el papel de un héroe o villano y salva o destruye el mundo.

**MMO:** Juego multijugador masivo Online. Se caracterizan por jugar simultáneamente con otros jugadores de la red.

**Otros.**

## **Jugadores**

### **Servicios**

- Noticias sobre el mundo videojuegos.
- Servicio multiplataforma (Pc/Smartphone/Tablet).
- Contenido audiovisual en plataformas streaming (Youtube, Twitch).

- Servicios de soporte/atención al cliente por The Indie Code.
- Foros y comunidad para mantener comunicación con las desarrolladoras y con otros usuarios.
- Reviews, Opiniones y puntuaciones.

## Desarrolladoras

### Servicios

- Distribución de videojuegos Indie.
- Los mismos desarrolladores o vendedores añaden sus juegos a la plataforma, fijando ellos mismos un precio. **The Indie Code se llevará un 20% de comisión por venta.**
- Servicio de personalización empezando desde una plantilla determinada (manteniendo el diseño de la app) en la que los desarrolladores o vendedores podrán añadir algunos elementos.
- Capacidad por parte de las desarrolladoras de establecer promociones en sus productos dentro de una franja estacional estipulada por The Indie Code.
- Servicios de **soporte/atención** a las desarrolladoras por Indie Code.
- Posibilidad de creación de videojuegos indie mediante el uso de las herramientas de la app digital.
- Foros y comunidad para mantener comunicación con su público y con otras desarrolladoras.

## Política de precios y previsión de ventas

La estrategia que sigue The Indie Code se basa en una **estrategia de diferenciación** por **enfoque en diferenciación**. Esto significa que la empresa se centra en cubrir las necesidades de un sector muy específico con gustos muy específicos, en este caso los juegos indie, mediante servicios de calidad (foros, contacto con las desarrolladoras, personalización, etc.). No obstante, la empresa también se centra en costes bajos puesto a que los videojuegos que se venden en la plataforma, no superan los 20 euros, además, a **diferencia de la competencia**, el porcentaje medio que se lleva por venta, es inferior a ella. Por ese motivo, The Indie Code combina ciertos aspectos de una estrategia de diferenciación y de costes.

En cuanto a la política de precios, aunque The Indie Code no se encarga directamente de establecer los precios, porque de eso se encargan las mismas desarrolladoras, es cierto que el precio de cada videojuego variará según las **características anteriormente expuestas** en

el [portafolio de productos y servicios](#) (diseño, tecnología, tiempo jugable...). Sin embargo, The Indie Code establecerá un precio máximo de 20 euros a sus productos y, en el caso de que se quiera poner un producto a mayor precio, se deberá comunicar por parte de la desarrolladora y se estudiará el caso, ya que hacer esto **no iría en sintonía con la estrategia de la empresa**. Siguiendo la política de precios se tiene como meta el posicionarse en el mercado como un vendedor asequible y un intermediario justo para las desarrolladoras.

De todas formas, la empresa entiende que puede darse el caso en que los precios puedan subir (aunque no de momento) a causa de las **leyes**. Un ejemplo es el de Instant Gaming, portal que 2 años atrás, no cobraba el IVA por los productos/códigos electrónicos de los videojuegos y, a causa de las recientes regulaciones, han tenido que subir los precios pese a que su estrategia es la de mantener precios bajos.

A continuación, se ha hecho una **política de precios y previsión de ventas a 3 años** detallada en profundidad en el primer año y resumida en los 2 restantes. Como hace la competencia más directa, Steam y Epic, The Indie Code abrirá un periodo de promociones y rebajas, descrito como **estacionalidades** en la tabla, durante **invierno (20 de Diciembre al 8 de Enero) y verano (24 de Junio al 10 de Julio)**.

Anteriormente, en el punto de [tamaño de mercado](#) se mencionó que la cuota objetivo a alcanzar en un futuro oscilaría aproximadamente en la cifra de 378 mil usuarios. No obstante, y de forma realista, en los primeros años de la creación de la empresa, no se alcanzará. Por ese motivo, se han realizado 3 tablas a 3 años vista con 3 escenarios posibles y una cuota de consumidores acorde a la realidad de los datos. No es descabellado el pensar que cuando el más reciente juego indie llamado “Valheim” a 16 euros, ha vendido 4 millones de unidades, 2 millones en dos semanas o menos, y con 367.443 jugadores diarios en Steam, la cuota que The Indie Code plantea en sus escenarios, es realista.

*Tabla 3 Política de precio y previsión de ventas 1r año*

Usuarios objetivo		1r año															
		Optimista				Realista o Esperado				Pesimista							
	Precio medio	Distribución de usuarios en Porcentaje		Numero de usuarios	Euros en ventas por número de usuarios		Distribución de usuarios en Porcentaje		Numero de usuarios	Euros en ventas por número de usuarios		Distribución de usuarios en Porcentaje		Numero de usuarios	Euros en ventas por número de usuarios		
	-	30,00%		113.400			20,00%		75.600			10,00%		37.800			
Gratuitos	0,00 €	0,00%		0	0,00 €	0,00%		0	0,00 €	0,00%		0	0,00 €	0,00%		0	0,00 €
5 € o menos	2,50 €	5,00%		5.670	14.175,00 €	10,00%		7.560	18.900,00 €	15,00%		5.670	14.175,00 €	15,00%		5.670	14.175,00 €
5 a 10€	7,50 €	5,00%		5.670	42.525,00 €	30,00%		22.680	170.100,00 €	35,00%		13.230	99.225,00 €	35,00%		13.230	99.225,00 €
10 a 15€	12,50 €	50,00%		56.700	708.750,00 €	30,00%		22.680	283.500,00 €	25,00%		9.450	118.125,00 €	25,00%		9.450	118.125,00 €
15 a 20€	17,50 €	40,00%		45.360	793.800,00 €	30,00%		22.680	396.900,00 €	25,00%		9.450	165.375,00 €	25,00%		9.450	165.375,00 €
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>		<b>113.400</b>	<b>1.559.250,00 €</b>	<b>100,00%</b>		<b>75.600</b>	<b>869.400,00 €</b>	<b>100,00%</b>		<b>37.800</b>	<b>396.900,00 €</b>	<b>100,00%</b>		<b>37.800</b>	<b>396.900,00 €</b>
Margen Bruto	20%				<b>311.850,00 €</b>				<b>173.880,00 €</b>				<b>79.380,00 €</b>				<b>79.380,00 €</b>
Margen Bruto + Estacionalidad					380.457,00 €				194.745,60 €				84.936,60 €				84.936,60 €
IVA	21%				79.895,97 €				40.896,58 €				17.836,69 €				17.836,69 €
<b>Margen Bruto + Estacionalidad - IVA</b>				<b>300.561,03 €</b>				<b>153.849,02 €</b>				<b>67.099,91 €</b>					<b>67.099,91 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

Retomando el hilo sobre los porcentajes de usuarios consumidores/compradores de los videojuegos de la plataforma, se ha hecho una estimación aproximada teniendo en cuenta las ventas de los últimos juegos indie del momento, mencionados durante el trabajo y mostrados en [anexos](#), las visualizaciones de público español en juegos indie y los usuarios medios de los juegos en tendencia en la plataforma de Steam.

- En el **escenario optimista** aproximadamente se cree que un 90% de los usuarios comprarán videojuegos con un precio mayor a 10. Teniendo en cuenta la variabilidad de las tendencias en el consumo de videojuegos (ej: Valheim a 16 euros).
- En el **escenario esperado** el 90% de los usuarios consumirán videojuegos a partir de 5 euros mientras que una minoría consumirá los más baratos. Las ventas estarán repartidas equilibradamente entre las distintas categorías.
- En el **escenario pesimista** el 35% de los usuarios totales, siendo este el porcentaje más elevado en el escenario, consumirán videojuegos con un precio inferior a 10 euros. Además, únicamente un 50% del total serán los que se gasten más de 10 euros.
- A causa de la variabilidad del sector cualquiera de los 3 escenarios puede llegar a suceder siendo el optimista y el realista los más probables debido a:
  - El consumo de juegos indie se ha disparado y se ha vuelto tendencia entre los streamers de renombre en Twitch (Ej: Ibai Llanos).
  - Como se muestra durante el trabajo, España es la que más consume a nivel europeo contenido de plataformas en streaming en temática de videojuegos.
  - El factor Covid y las restricciones en movilidad ayudan a que la gente gaste más tiempo y dinero en los videojuegos.

Se debe tener en cuenta que, en el precio medio o final del producto, **el IVA va incluido**, motivo por el que más adelante como se muestra, se resta.

El total, equivale a lo que se obtiene al sumar la cantidad de euros conseguidos por venta. De esa cifra, The Indie Code recibe **el 20% y el 80%** lo destina directamente a las desarrolladoras, a causa de la estrategia híbrida mencionada anteriormente y que seguirá la empresa. Este 20% se denomina como **“margen bruto”**. A este margen bruto se le suman las estacionalidades de invierno y verano y, por último, se les resta el IVA.

Tabla 4 Política de precio y previsión de ventas. Estacionalidad

	Estacionalidad					
	Optimista		Realista o Esperado		Pesimista	
	Porcentaje	Ingreso adicional	Porcentaje	Ingreso adicional	Porcentaje	Ingreso adicional
Invierno (Navidad)	12,00%	37.422,00 €	7,00%	12.171,60 €	5,00%	3.969,00 €
Verano	10,00%	31.185,00 €	5,00%	8.694,00 €	2,00%	1.587,60 €

Fuente: Elaboración Propia

- Estacionalidades en invierno y verano debido a:
  - Pagas dobles. Una paga en invierno y la otra en verano.
  - Durante esas fechas se es más sedentario por la gran cantidad de tiempo libre que se dispone y ahora más que nunca con el Covid.
- En las fechas de invierno se suelen hacer regalos y autorregalos, además de que se propicia el consumismo (navidad y reyes). Las estacionalidades se calcula que oscilarán entre el 12% en invierno y 10% en verano, de la cifra de ingresos por ventas, en los 3 años. Teniendo en cuenta que el último mes de otoño, en la competencia, se han visto aumentadas las ventas en un 35% por usuarios que han comprado por primera vez y que los usuarios simultáneos conectados han aumentado en 7 millones, al ser una empresa nueva y debido al auge de los videojuegos indie, se consideran realistas los porcentajes establecidos.

Los porcentajes estacionales se multiplican por los ingresos en las ventas y se suman al margen neto.

Tabla 5 Política de precio y previsión de ventas 2n año

	2n año			
	Precio medio	Optimista	Realista o Esperado	Pesimista
Usuarios consumidores	-	153.090	98.280	47.250
Gratuitos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
5 € o menos	2,50 €	19.136,25 €	24.570,00 €	17.718,75 €
5 a 10€	7,50 €	57.408,75 €	221.130,00 €	124.031,25 €
10 a 15€	12,50 €	956.812,50 €	368.550,00 €	147.656,25 €
15 a 20€	17,50 €	1.071.630,00 €	515.970,00 €	206.718,75 €
	<b>TOTAL</b>	<b>2.104.987,50 €</b>	<b>1.130.220,00 €</b>	<b>496.125,00 €</b>
Margen Bruto	20%	513.616,95 €	253.169,28 €	106.170,75 €
IVA	21%	107.859,56 €	53.165,55 €	22.295,86 €
	<b>Margen Bruto + Estacionalidad - IVA</b>	<b>405.757,39 €</b>	<b>200.003,73 €</b>	<b>83.874,89 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6 Política de precio y previsión de ventas 3r año

	3r año			
	Precio medio	Optimista	Realista o Esperado	Pesimista
Usuarios consumidores	-	206.672	137.592	61.425
Gratuitos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
5 € o menos	2,50 €	25.833,94 €	34.398,00 €	23.034,38 €
5 a 10€	7,50 €	77.501,81 €	309.582,00 €	161.240,63 €
10 a 15€	12,50 €	1.291.696,88 €	515.970,00 €	191.953,13 €
15 a 20€	17,50 €	1.446.700,50 €	722.358,00 €	268.734,38 €
	<b>TOTAL</b>	<b>2.841.733,13 €</b>	<b>1.582.308,00 €</b>	<b>644.962,50 €</b>
Margen Bruto	20%	693.382,88 €	354.436,99 €	138.021,98 €
IVA	21%	145.610,41 €	74.431,77 €	28.984,61 €
Margen Bruto + Estacionalidad - IVA		547.772,48 €	280.005,22 €	109.037,36 €

Fuente: Elaboración Propia

## Comunicación del primer año

El primer año de negocio, The Indie Code busca generar notoriedad de marca y engagement con los clientes para poder atraerlos y así vender sus productos. Es por ello que el primer de año comunicación tendrá un tono informal y cercano combinado con un tono profesional y corporativo.

Se utilizará la metodología de inbound marketing para promocionar la plataforma digital durante el primer año. La metodología contará con las siguientes cuatro fases: Atraer, convertir, cerrar y fidelizar relacionadas con las acciones.

### Atraer (Pre venta)

La comunicación con los clientes en el momento pre-venta se centrará en llamar la atención del posible comprador y atraerlos hasta el producto mediante google (youtube), instagram, facebook y página web.

### Google y Youtube ads

Mediante Google Ads la página web, plataforma y sus productos serán promocionados en los buscadores de Google. Es decir, cuando un posible consumidor busque o esté interesado en la compra (mediante cookies) sobre un determinado juego indie, en el navegador de Google le saldrán resultados de sugerencia mostrándole los productos que redirigirá a la página web de The Indie Code. Además, como Google Ads da la opción de promocionar un canal de Youtube, se publicarán también los productos de la plataforma en Youtube.

### Acción 1 SEM

**SEM** → Creación de anuncios digitales que aparecerán en el buscador de Google/Youtube dirigidos para los clientes y las desarrolladoras.



## Usuario

Ilustración 6 Anuncio SEM

### The Indie Code | Plataforma de juegos Indie

Anuncio [www.theindiecode.com](http://www.theindiecode.com)

Tu plataforma de juegos Indie. Obtén ahora los mejores juegos y crea tu perfil para poder formar parte de nuestra comunidad.

Fuente: Elaboración Propia

## Desarrollador

Ilustración 7 Anuncio SEM

### The Indie Code | Plataforma de juegos Indie

Anuncio [www.theindiecode.com](http://www.theindiecode.com)

Tu plataforma de juegos Indie. Ahora puedes desarrollar, vender y distribuir tus creaciones para darlas a conocer. Valoramos tu trabajo, ¿a qué esperas?

Fuente: Elaboración Propia

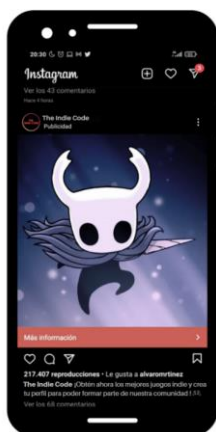
## Acción 2 y 3 Instagram y Facebook

Creación de perfil de Instagram y Facebook publicitando la plataforma y los productos con: stories, imágenes y videos.

Ilustración 8 Publicidad Instagram

Ilustración 9 Story Instagram

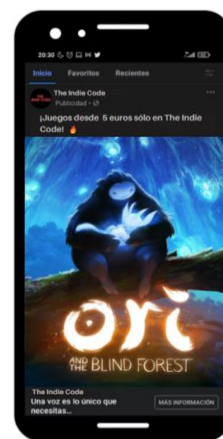
Ilustración 10 Publicidad FB



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

## Convertir (Durante la venta)

### Acción 4 App / Web Lead Scoring

Para que la conversión se realice, la página web o App donde aterrizarán los posibles clientes, contará con un diseño estructural usable e intuitivo que permita una navegación sin pérdida

y agradable evitando posibles confusiones. Adicionalmente estará implementada la opción de que pueda recibir publicidad, haciendo que se creen una cuenta, sobre futuras ofertas en cuanto a nuevas funcionalidades en los servicios de The Indie Code o futuras promociones. Tanto la web como la App estarán diseñadas para que cualquier tipo de transacción se realice con la menor cantidad de clicks posibles.

Una vez se hayan registrado, a través de **Lead Scoring**<sup>12</sup>, se puntuará a los clientes en la base de datos mediante el uso de unos criterios determinados para hacerles llegar mediante email un tipo de información determinada y personalizada.

## **Cerrar (Durante-Post Venta)**

### Acción 5 Lead Nurturing

Habiendo previamente puntuado en la base de datos a los clientes registrados, se usará una técnica relacionada con el **Lead Nurturing**<sup>13</sup>. Consistirá en enviar promociones e informaciones según la afinidad con la que se haya puntuado al cliente, ofreciéndole sugerencias sobre los distintos productos, ya sean los que más busca o similares.

Para facilitar la compra The Indie Code dispondrá de una gran cantidad de métodos de pago distinto para que el consumidor pueda escoger y no se vea coaccionado en el momento de comprar.

## **Fidelizar (Post Venta)**

### Acción 6 Email Marketing

The Indie Code hace sentir a sus clientes que forman parte de una comunidad una vez han comprado su producto. Siempre dando la opción de valorar a la plataforma y sus procesos de compra y diciéndoles que comprando videojuegos en la app/web están colaborando a que muchas empresas indie puedan seguir sobreviviendo. Además, se le hará **email marketing** para informarle sobre futuros productos en el catálogo y promociones.

---

<sup>12</sup> El lead Scoring es un método para poder puntuar a los leads, clientes que proporcionan sus datos, para poder ver cuál de ellos se adapta y está mejor preparado para la adquisición del producto o servicio.

<sup>13</sup> El lead Nurturing es un método para fidelizar a los clientes para alcanzar un objetivo previamente definido, ya sea la compra de un producto o servicio.

## Acción 7 Twitter

Para comunicar fallos en el sistema, servidores caídos, juegos no disponibles, eventos de comunidad o algunas promociones se usará la red social **Twitter**. Como red social, es la más idónea y más utilizada a la misma vez (por grandes compañías) para comunicar con textos e imágenes la situación de los servicios de manera forma y concisa. Esta red social será el principal canal de comunicación bidireccional.

## Acción 8 Twitch / Youtube

Los streamers de **Twitch o Youtube** serán una pieza fundamental como promotores tanto de nuevos juegos como de actuales. De hecho, la empresa contactará con el streamer Alva Majo puesto a que es un gran seguidor de juegos indie y enfoca su canal prácticamente a ellos y, le proporcionaremos, códigos de videojuegos para que los sortee y al mismo tiempo publicite la plataforma. De hecho, le proporcionaremos a él videojuegos para que haga reviews.

## Canales de distribución

El producto será distribuido totalmente **Online** mediante la compra directa en la App/Web o la adquisición de un código, por parte de un tercero, que podrá ingresarse canjeándose.

Usando el primer método, en el momento en que se realiza el pago y se adquiere el producto, éste aparecerá en la cuenta del usuario automáticamente, permitiendo poder utilizarlo al instante mediante su instalación.

El segundo método de adquisición de un artículo será mediante el uso de un código único que se validará y perderá la eficacia una vez se haya utilizado. Una vez obtenido el artículo, el usuario puede utilizarlo de la misma manera que si lo hubiera comprado él.

The Indie Code no tiene pensado en su primer año vender sus artículos fuera de su web/app, de manera que los códigos obtenidos mediante **terceros o intermediarios**, serán controlados y proporcionados por la misma empresa. Es decir, The Indie Code proporcionará a streamers y youtubers códigos para que hagan promociones propias y los distribuyan (siempre sin venderlos) según les convenga.

Para complementar la adquisición de códigos sin necesariamente utilizar a streamers o youtubers, estos serán distribuidos en la web o mediante las redes sociales de The Indie Code para potenciar el engagement hacia los canales de comunicación.

## Presupuesto del proceso de distribución

En referencia al proceso de distribución, The Indie Code es una empresa única y exclusivamente online dónde los productos son digitales y las transacciones e intercambios con los clientes se hacen desde la misma plataforma. La empresa no dispone de costes de transporte, almacenamiento o packaging puesto a que esta actividad no requiere de procesos de manipulación con los productos.

## Calendario de planificación

Tabla 7 Calendario de Planificación

ACCIONES PROPUESTAS	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE									
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4										
<b>LANZAMIENTOS</b>																																																						
Página web	■																																																					
Plataforma digital	■																																																					
Instagram	■																																																					
Facebook	■																																																					
Twitter	■																																																					
Plataformas vídeo	■																																																					
Plataformas en streaming/directo	■																																																					
<b>CAMPANAS DE MARKETING DIGITAL</b>																																																						
Promoción de la web y plataforma en los buscadores de google (Google Adds)	■	■	■	■																																																		
Promoción de los productos mediante Stories en Instagram (Instagram Adds)	■	■	■	■																																																		
Promoción de los productos mediante publicaciones en el perfil de Instagram (Instagram Adds)	■	■	■	■																																																		
Promoción de los productos mediante Stories en Facebook (Facebook Adds)	■	■	■	■																																																		
Promoción de los productos mediante publicaciones en el perfil de Facebook (Facebook Adds)	■	■	■	■																																																		
Posts, Tweets, Retweets, Reviews en la red social de Twitter	■	■	■	■																																																		
Creación de videos con contenido en la plataforma de youtube	■	■	■	■																																																		
Promoción de videos de youtube (Youtube Adds)	■	■	■	■																																																		
Videos en directo en el canal de Twitch promocionando productos y la plataforma	■	■	■	■																																																		

Fuente: Elaboración Propia

## Presupuesto del plan de comunicación

Tabla 8 Presupuesto Plan de Comunicación

	Plan de comunicación Primer año																											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre				
<b>Redes sociales</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>49,71%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>52,02%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,77%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,96%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,96%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,77%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,77%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,96%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,96%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,77%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,77%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,96%</b>	<b>1.000,00 €</b>	<b>51,77%</b>		
Youtube Ads	600,00 €	20,88%	600,00 €	31,21%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,08%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,08%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,08%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,11%	600,00 €	31,08%	600,00 €	31,11%
Instagram Ads	100,00 €	4,87%	100,00 €	5,20%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%	100,00 €	5,18%
Facebook Ads	300,00 €	14,91%	300,00 €	15,61%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%	300,00 €	15,53%
<b>Página web</b>	<b>771,72 €</b>	<b>83,98%</b>	<b>832,38 €</b>	<b>56,50%</b>	<b>891,72 €</b>	<b>56,81%</b>	<b>832,80 €</b>	<b>56,70%</b>	<b>891,72 €</b>	<b>56,81%</b>	<b>832,80 €</b>	<b>56,70%</b>	<b>891,72 €</b>	<b>56,81%</b>	<b>832,80 €</b>	<b>56,70%</b>	<b>891,72 €</b>	<b>56,81%</b>	<b>832,80 €</b>	<b>56,70%</b>	<b>891,72 €</b>	<b>56,81%</b>	<b>832,80 €</b>	<b>56,70%</b>	<b>891,72 €</b>	<b>56,81%</b>	<b>832,80 €</b>	<b>56,70%</b>
Creación página web	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00%	
SEO	500,00 €	24,89%	500,00 €	26,01%	500,00 €	25,88%	500,00 €	25,93%	500,00 €	25,88%	500,00 €	25,93%	500,00 €	25,88%	500,00 €	25,93%	500,00 €	25,88%	500,00 €	25,93%	500,00 €	25,88%	500,00 €	25,93%	500,00 €	25,88%	500,00 €	25,93%
SEM	175,00 €	8,70%	95,00 €	4,94%	95,00 €	4,92%	95,00 €	4,93%	95,00 €	4,92%	95,00 €	4,92%	95,00 €	4,93%	95,00 €	4,92%	95,00 €	4,93%	95,00 €	4,92%	95,00 €	4,93%	95,00 €	4,92%	95,00 €	4,93%	95,00 €	4,92%
Host bases de datos	96,72 €	4,81%	87,36 €	4,54%	96,72 €	5,01%	93,60 €	4,85%	96,72 €	5,01%	93,60 €	4,85%	96,72 €	5,01%	93,60 €	4,85%	96,72 €	5,01%	93,60 €	4,85%	96,72 €	5,01%	93,60 €	4,85%	96,72 €	5,01%	93,60 €	4,85%
Host página web	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%	0,83 €	0,04%
Mantenimiento página web	79,00 €	3,93%	79,00 €	4,11%	79,00 €	4,09%	79,00 €	4,10%	79,00 €	4,09%	79,00 €	4,10%	79,00 €	4,09%	79,00 €	4,10%	79,00 €	4,09%	79,00 €	4,10%	79,00 €	4,09%	79,00 €	4,10%	79,00 €	4,09%	79,00 €	4,10%
<b>Leads</b>	<b>240,00 €</b>	<b>11,85%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,48%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,42%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,44%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,42%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,44%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,42%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,44%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,42%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,44%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,42%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,44%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,42%</b>	<b>240,00 €</b>	<b>12,44%</b>
Lead Scoring	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%
Lead Nurturing	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%
Email Marketing	240,00 €	11,93%	240,00 €	12,48%	240,00 €	12,42%	240,00 €	12,44%	240,00 €	12,42%	240,00 €	12,44%	240,00 €	12,42%	240,00 €	12,44%	240,00 €	12,42%	240,00 €	12,44%	240,00 €	12,42%	240,00 €	12,44%	240,00 €	12,42%	240,00 €	12,44%
<b>Total</b>	<b>2.011,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,38 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.951,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,80 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.951,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,80 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.951,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,80 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.951,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,80 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.951,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,80 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.951,72 €</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.922,80 €</b>	<b>100,00%</b>
<b>Total Anualmente</b>	<b>23.238,80 €</b>																											

Fuente: Elaboración Propia

- Según **“similarweb.com”**, el mayor porcentaje de personas que llegan a las plataformas digitales de videojuegos (Steam,Epic) por las redes sociales, provienen de Youtube y siguiéndola Facebook, es por ello que la inversión en ads será mayor que en las demás redes sociales.
- Instagram es la red social con menor inversión en comparación a las demás en el plan de presupuesto. La razón es porque se quiere testear como función por el hecho de que no existen datos de que la competencia reciba tráfico mediante ella.
- Se mantiene alto el presupuesto en SEO y SEM para aumentar el tráfico proveniente de los buscadores.
- Email marketing tendrá el mismo presupuesto puesto a que servirá para fidelizar a los clientes.

Para conocer los objetivos y kpi's de la campaña de marketing, visitar la sección de [anexos, apartado tablas](#).

## **Análisis de las 4P a las 4C**

### **Consumidor**

#### **Usuarios**

El usuario que consume contenido en internet más allá de un producto puntero tecnológicamente o de mucha calidad, busca un producto o servicio hecho a medida. La plataforma que se lanzará, además de ofrecer todo tipo de videojuegos según distintas temáticas, dispone de servicios de atención al cliente, personalización del perfil, reviews, comunidad e incluso sugerencias según el tipo de videojuegos que consuma. La empresa no se centra en el producto en sí, sino en satisfacer las necesidades que busca el cliente con él. Por ello, a través del feedback que proporcione el usuario, se le irá añadiendo y facilitando la visualización en particular de videojuegos de distintas temáticas que desee.

#### **Desarrolladoras**

Las necesidades que se cubrirán para las desarrolladoras indie, serán la de atención y personalización del producto que decidan “subir” a The Indie Code. Se les permitirá la personalización, mediante unas templates predeterminadas, el lugar donde serán visibles. Además, se les permitirá poder comunicarse con los usuarios para facilitarles y proporcionarles una conversación y comunicación activa con ellos.

### **Costo**

#### **Usuarios**

Los costes totales de los productos en tiempo, esfuerzo y dinero son bajos. Monetariamente hablando adquirir un videojuego indie no supone demasiada inversión, además, existirán promociones que reducirán aún más lo que cuesta y el esfuerzo que supone el adquirir uno. El tiempo requerido desde el momento en el que se ubica en el carrito de compra y se compra es también bajo puesto a que se requieren seguir pocos pasos en la plataforma para finalizar el proceso. El proceso es totalmente digital, es por ello que el usuario no necesita moverse para conseguir el producto.

#### **Desarrolladoras**

Para las desarrolladoras el esfuerzo monetario que necesitarán realizar será medio. Como en cualquier servicio, un 20% del producto que vendan deberán cederlo a la empresa. En

cuanto al tiempo que requieren para publicar un juego en The Indie Code será medio. Supondrá el tiempo que personalicen el apartado donde lo publiquen.

## Conveniencia

### Usuarios y Desarrolladoras

Tanto para el **usuario** como para la **desarrolladora** es sencillo el consumir los servicios de The Indie Code. Al ser una plataforma totalmente online con posibilidad de usarse en Smartphone y sin la necesidad de adquirir o vender el producto físicamente, se puede realizar cualquier transacción desde cualquier lugar sin el mayor **esfuerzo**. Es por ello que The Indie Code reduce el **esfuerzo** y el **tiempo** empleado para utilizarse ya que todo está prácticamente a unos clicks.

## Comunicación

### Usuarios

A diferencia del modelo tradicional, The indie Code utilizará la **comunicación bidireccional** para comunicarse con sus usuarios. Las **redes sociales** actuales, el **feedback** que se aporta mediante la app o la **asistencia al cliente** que se proporciona, son algunos de los ejemplos en los que la empresa se comunica con sus usuarios y, al mismo tiempo, estos se comunican con ellos. Además, los **foros incorporados en la App o web** son una valiosa herramienta para que los usuarios hablen sobre mejoras, reporten sobre fallos o incluso expliquen cómo se sienten y qué desean.

### Desarrolladoras

La comunicación que se tendrá con las desarrolladoras se producirá a través de un chat interactivo o de un foro de problemas especializado para ello. Tanto The Indie Code como las desarrolladoras podrán postear problemas, versiones nuevas de parche (por parte de The indie Code), etc. Todo se realizará de manera bidireccional, la comunicación se producirá hacia ambas partes.

## 10. PLAN DE OPERACIONES

### Proceso de producción de la App, web, RRSS y plataformas de vídeo.

- 1. Adquisición de Host, BBDD y servidores:** Se adquirirá un servicio de host, de base de datos y servidores para el funcionamiento tanto de la página web como de la App. El host hospedará a la página web y la base de datos, contendrá la información de los usuarios. El servicio de servidores que se utilizará será proporcionado por Amazon.
- 2. Administración contabilidad empresarial:** Para llevar a cabo las operaciones de la empresa y el correcto mantenimiento, se va a contratar a una empresa externa, **Blue Indic**, para que se encargue de la contabilidad y envíe informes continuos sobre el estado en que se encuentra The Indie Code.
- 3. Creación de la página web:** La página web será creada mediante el esqueleto de una plantilla de **Wordpress de pago**. Sin embargo, será modificada en su totalidad, manteniendo algunas funcionalidades, para asemejarse a los conceptos de estética y usabilidad que anteriormente hemos mencionado. Es por ello, que se contratarán a programadores (**1 senior y 3 juniors**) para que se encarguen de la programación y puesta en marcha de la web. Sin embargo, la actualización y **mantenimiento** de esta se realizará por el personal de marketing y redes sociales, exceptuando el caso que se requiera añadir alguna nueva funcionalidad específica.
- 4. Creación de la plataforma digital:** La app The Indie Code será programada en C++ y utilizando el **framework Visual Studio 2019** por el equipo de programadores que se mencionaron en el apartado de creación de la página web. El motivo es porque presenta la ventaja de que:
  - Es un lenguaje de programación bastante estandarizado, con mucha personalización y complejidad además de ser de **alto nivel**.
  - No requiere de **máquina virtual** para inicializarse, aunque sí necesita ser **compilado** para cada sistema operativo.
  - Este lenguaje permite hacer llamadas directas al sistema operativo y a la **memoria (RAM)**.
  - En el caso de que se necesite se pueden escribir directrices en lenguaje **ensamblador (nivel bajo)**.



**5. Creación de RRSS:** The Indie Code contará con un departamento de marketing digital para la creación de las redes sociales y el mantenimiento de la misma. Serán los encargados de crear los perfiles tanto en Instagram como en Facebook, publicar contenido relevante, interactuar con los usuarios vía online y fomentar el engagement de los consumidores y posibles clientes futuros.

**6. Edición de contenido audiovisual:** Para la creación de un perfil en las plataformas como Youtube y Twitch, The Indie Code utilizará el **departamento de marketing digital**. Éste se encargará de la creación de los proyectos audiovisuales, edición y publicación de los mismos. Para la parte de vídeos en streaming, el departamento digital será el encargado de la emisión de directos mostrando los distintos productos de la plataforma.

## Presupuesto proceso de producción

En las siguientes tablas, se muestran todos los materiales tanto tangibles (mobiliario, ordenadores, etc.) como intangibles (software) necesarios para realizar el proceso de producción de la empresa.

Por una parte, por lo que respecta a los costes de la infraestructura para la producción de la app/web, The Indie Code utilizará la **Incubadora del Tecnocampus**. Este servicio, aunque no se incluye en las tablas posteriores, tendrá un coste aproximado de **600 euros al mes**, teniendo en cuenta que los gastos de electricidad están incluidos. Sin embargo, el espacio proporcionado estará completamente vacío de mobiliario, motivo por el cual serán necesarias las mesas, sillas y ordenadores que se han puesto en materiales.

*Tabla 9 Presupuesto material proceso de producción*

Material	Cantidad	Precio/U	Precio total	Años a amortizar	Amortización anual	Amortización mensual
PcCom Silver AMD Ryzen 5 1600AF/16GB/500GBSSD/RX580	3	897,23 €	2.691,69 €	3	897,23 €	74,77 €
Samsung LF22T450FQU Monitor Profesional 22" IPS FullHD FreeSync	3	126,46 €	379,38 €	3	126,46 €	10,54 €
Logitech Wireless Combo MK220 Teclado + Ratón	3	19,99 €	59,97 €	3	19,99 €	1,67 €
Owlotech Columbia V2 Silla Oficina	8	79,99 €	639,92 €	4	159,98 €	13,33 €
IDASEN Mesa	3	149,00 €	447,00 €	5	89,40 €	7,45 €
Apple MacBook Pro Intel Core i5/8GB/256GB SSD/13.3" Gris Espacial	3	1.249,00 €	3.747,00 €	3	1.249,00 €	104,08 €
Logitech G332 Auriculares Gaming	6	39,98 €	239,88 €	2	119,94 €	10,00 €
Tempest Mousepad Gaming L Alfombrilla Gaming	6	6,98 €	41,88 €	3	13,96 €	1,16 €
Ewent Regleta 6 Tomas con Interruptor Negro	3	7,99 €	23,97 €	2	11,99 €	1,00 €
Fibra Óptica - 1G - Digi	1	36 €	36 €	1	432 €	36 €
Incubadora	1	600 €	600 €	3	7.200 €	600 €
<b>TOTAL</b>			<b>8.906,69 €</b>		<b>3.119,95 €</b>	<b>260,00 €</b>

Software	Cantidad	Precio/U	Precio total	Años a amortizar	Amortización anual	Amortización mensual
Windows 10	3	114,95 €	344,85 €	1	344,85 €	28,74 €
Sublime Text 3	3	0,00 €	0,00 €	1	0,00 €	0,00 €
Visual Studio Professional subscription	1	37,07 €	37,07 €	1	37,07 €	3,07 €
Affinity Designer	2	54,99 €	109,98 €	1	109,98 €	9,17 €
Affinity Photo	2	54,99 €	109,98 €	1	109,98 €	9,17 €
Affinity Publisher	2	54,99 €	109,98 €	1	109,98 €	9,17 €
Plantilla WordPress	1	50,00 €	50,00 €	1	50,00 €	4,17 €
<b>TOTAL</b>			<b>761,86 €</b>		<b>761,86 €</b>	<b>97,47 €</b>

Fuente: *Elaboración Propia*

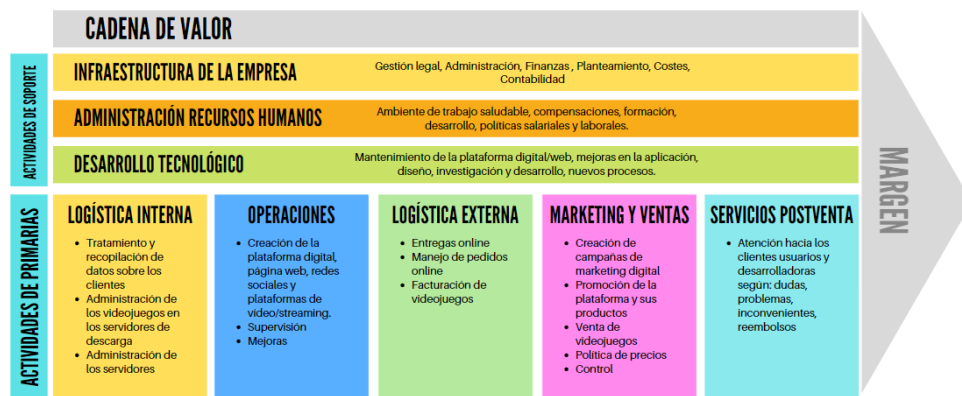
# Actividades clave

Ilustración 11 Actividades Clave

ACTIVIDADES CLAVE	PERSONAS IMPLICADAS	PLAN DE CONTINGENCIA	COSTES	SOLUCIONES	TIPO DE ACTIVIDAD
Optimización de la plataforma digital	Programadores	Caída de servidores	Tiempo de respuesta e insatisfacción de los clientes	Disponer de técnicos que monitoricen y arreglen los problemas de conexión con los servidores	Propia de la empresa
Creación de contenido audiovisual	Diseñadores Gráficos, Community Managers	Baneo de las plataformas digitales por contenido inapropiado o que viola el contrato de términos	No monetizar mediante el uso del contenido multimedia publicado	Contactar con el servicio de las plataformas de video/streaming para solucionar el inconveniente	Propia de la empresa
Canjeo de códigos de videojuegos	Atención al cliente y programadores	Problemas con el canjeo del producto/código no válido	Tiempo de respuesta de actuación por parte de los servicios de atención	Comprobación de la veracidad del canjeo y reenviar un código nuevo	Propia de la empresa
Usabilidad y visibilidad de la página web	Programadores	Desorientación de los clientes en la web y mala usabilidad	Tiempo de respuesta en la búsqueda del problema en la web	Escuchar a nuestros clientes y trabajar para mejorar la experiencia de usuario	Propia de la empresa
Seguridad de los datos de los usuarios/empresas	Programadores y gestores de la base de datos	Pérdida o filtración de información de la base de datos	Tiempo de respuesta por parte de los programadores y posibles reclamaciones por parte de nuestros clientes	Mejorar la consistencia y la seguridad de nuestras bases de datos	Propia de la empresa
Captación de desarrolladoras indie	Community Managers	Desconfianza de las desarrolladoras con nuestra plataforma digital	No tener productos para vender	Trabajar y potenciar al máximo el marketing digital para poder atraer a creadores	Propia de la empresa
Gestión base de datos	Gestor base de datos	Pérdida de los clientes por fallo en el servicio de servidores	Tiempo de respuesta e insatisfacción de los clientes	Disponer de un medio eficaz de comunicación con los gestores de base de datos subcontratados	Subcontratación
Finanzas de la empresa	Equipo de finanzas	Posible quiebra de la empresa	Pérdidas para la empresa	Disponer de buena comunicación con contable/auditor externo	Subcontratación

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12 Cadena de Valor de Porter



Fuente: Elaboración Propia

Para complementar la explicación de las actividades clave, la empresa ha escogido la cadena de valor de Porter, una herramienta muy eficaz para poder ver de forma clara las actividades primarias y de soporte necesarias para el funcionamiento de la actividad empresarial en sus respectivos departamentos.

Las **actividades más importantes** para el desarrollo de la plataforma se encuentran en **operaciones** (creación, supervisión y mejoras) que se complementan con el **desarrollo**

**tecnológico** (mantenimiento, diseño, procesos) así como el departamento de **marketing y ventas** (promoción, venta, políticas de precio).

Las actividades que **subcontratará** la empresa serán de infraestructura de la empresa (Gestión legal, administración, finanzas...) y de logística interna (Administración de servidores) y las **actividades propias** de la empresa que serían todas las demás.

## Recursos Clave

Ilustración 13 Recursos Clave



Fuente: Elaboración Propia

## Departamento de producción/programación

Los factores clave que definen este departamento son:

- **Mano de obra en la creación de la plataforma digital (Recursos Humanos):** Los programadores de la empresa estarán a cargo de la creación y modificación de la plataforma digital.
- **Visual Studio 2019 (Recursos Tecnológicos):** Poseer un framework que proporcione un esqueleto para la aplicación facilitará el trabajo de los programadores.
- **Conocimientos de C++ (Recursos Intelectuales):** Es imprescindible que los programadores tengan conocimientos en el lenguaje de programación en el que estará programada la plataforma.
- **Equipos informáticos (Recursos Materiales):** Principal herramienta para el desarrollo de la plataforma digital, web, redes sociales, plataformas de vídeo y streaming.

## Departamento de Marketing Digital

Los factores clave que definen este departamento son:

- **Mano de obra para la creación de campañas de Marketing digital (Recursos Humanos):** Los community managers de The Indie Code serán los encargados de llevar a cabo diversas campañas de Marketing Digital para potenciar la empresa y sus productos. Siempre teniendo en cuenta los presupuestos y los costes para diseñar una campaña eficaz, con un buen diseño y alrededor del Marketing Mix.
- **Promoción de la plataforma y los productos (Recursos Tecnológico):** Mediante las redes sociales y plataformas de vídeo o streaming, los community manager de The Indie Code promocionarán los productos de la plataforma de forma constante, teniendo en cuenta los costes en publicidad (Ads) en las distintas redes.
- **Programas de edición Affinity (Recursos Tecnológicos):** Las personas encargadas de diseñar los diferentes posts y encargarse de una edición de vídeo visual y atractiva deberán utilizar programas de edición como Affinity.
- **Hosting Web (Recursos Tecnológicos):** Es necesario contar con un hosting y dominio para el correcto funcionamiento de la página web. Se debe tener en cuenta los costes de los mismos.

## Departamento de ventas y finanzas

Los factores clave que definen este departamento son:

- **Mano de obra del departamento de ventas (Recursos Humanos):** Unidad encargada de potenciar las ventas y contactar con desarrolladoras para que se unan al proyecto.
- **Mano de obra del departamento de finanzas (Recursos Financieros):** Mediante el uso de una app de gestión, se llevará al día la situación financiera de la empresa. Además, se contará con un gestor online al precio de **30€ mensuales**.
- **Blue Indic App (Inmaterial):** Con Blue Indie App, tendremos una idea básica de los ingresos y gastos de la empresa. Costará al mes **15,95€**.

## Departamento de Atención al cliente

Los factores clave que definen este departamento son:

- **Mano de obra para aclarar las dudas e inconvenientes a los clientes (Recursos Humanos):** Como cualquier producto o servicio, es necesario tener personas a cargo para ayudar a los clientes en caso que les surjan problemas.
- **Mano de obra para atender reportes sobre fallos o mejoras de la aplicación (Recursos Humanos):** Personal dedicado a revisar mensajes sobre errores o mejoras que puedan enviar los usuarios sobre la aplicación.
- **Mano de obra para atender reembolsos (Recursos Humanos):** Personal dedicado a gestionar las devoluciones de los productos.

El coste del departamento de atención al cliente está calculado según el salario mensual, **1205€**, que ganará la persona que se encargará junto a los dueños de la empresa, de atender a los clientes.

*Tabla 10 Presupuestos de producción*

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
<b>Costes Fijos</b>	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	8.864,13 €	106.369,58 €
Mobiliario	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	21,78 €	261,37 €
Alquiler incubadora	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	7.200€
Sueldos Dep. Producción	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	6.666,67 €	80.000,00 €
Suministros (Internet)	36€	36€	36€	36€	36€	36€	36€	36€	36€	36€	36€	36€	432€
Campaña redes Sociales y Leads	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	1.240,00 €	14.880,00 €
API	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	97,47 €	1.169,63 €
Equipo proceso información	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	202,22 €	2.426,58 €
<b>Costes Variables</b>	771,72 €	682,36 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	8.358,80 €
Página Web	771,72 €	682,36 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	688,60 €	691,72 €	8.358,80 €
<b>Costes Totales</b>	9.635,85 €	9.546,49 €	9.555,85 €	9.552,73 €	9.555,85 €	9.552,73 €	9.555,85 €	9.555,85 €	9.552,73 €	9.555,85 €	9.552,73 €	9.555,85 €	114.728,38 €

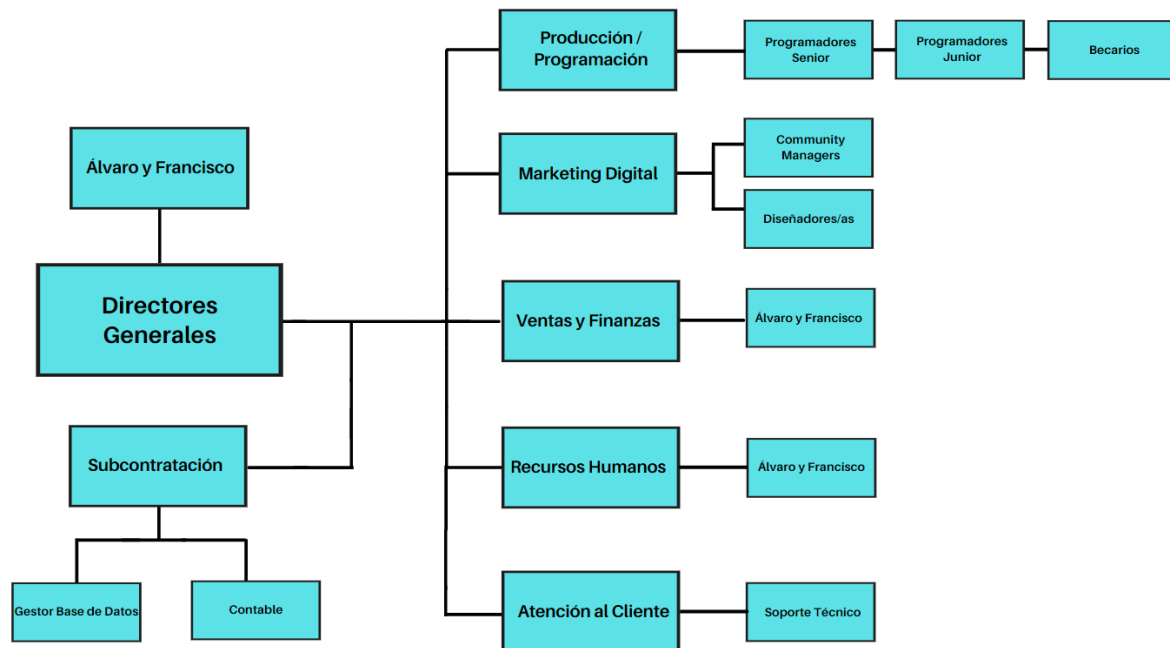
Fuente: *Elaboración Propia*

En la tabla de presupuesto de producción, se han dividido los costes según si son fijos o variables. Estos costes se basan en el dinero que la empresa necesita para cubrir la actividad de producción. Ambos costes están especificados mensualmente y anualmente.

En este caso, la página web es un coste variable porque el precio de mantenimiento de la misma varía en función de la cantidad de productos que se van añadiendo, así como el número de archivos, almacenamiento y descargas realizadas.

## 11. RECURSOS HUMANOS

Tabla 11 Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración Propia

El departamento de recursos humanos tiene como función principal la selección, el reclutamiento de las personas, la organización y planificación de los trabajadores, su formación y sobre todo promover un clima laboral agradable, así como unas relaciones laborales positivas.

Para entender las funciones básicas de los departamentos restantes, se puede consultar [aquí](#).

El organigrama de la empresa, es de tipo horizontal ya que, todos los departamentos se encuentran al mismo nivel. Se ha escogido esta tipología porque The Indie Code considera que quiere innovar y dirigir la empresa de manera moderna y distinta a la de las grandes empresas tradicionales. Además, al ser pequeña la empresa y no disponer de un gran número de trabajadores, en el momento de tomar las decisiones, se agilizan los procesos, por lo tanto, se considera pertinente utilizar este tipo de dirección.

The Indie Code realizará reuniones de seguimiento con sus trabajadores/as para asegurarse de que todo se está llevando a cabo correctamente, solucionar inconvenientes y aclarar dudas. Estas reuniones se realizarán cada viernes antes del fin de semana para que puedan seguir trabajando sin ningún obstáculo ni impedimento la semana siguiente.

## Funciones, competencias y formación

Se ha creado una tabla con las distintas tareas y competencias que tendrán los distintos departamentos de la empresa. Además, se ha aprovechado la tabla para añadir la formación requerida para los trabajadores/as, así como la experiencia necesaria para el momento de contratación.

Tabla 12 Funciones, competencias y formación

DEPARTAMENTOS	TAREAS CLAVE	COMPETENCIAS TÉCNICAS CLAVE	COMPETENCIAS PERSONALES CLAVE	FORMACIÓN	EXPERIENCIA	HORARIO
<b>Programadores Senior/Junior</b> (1) Senior (3) Junior	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación Plataforma Digital</li> <li>Creación Página Web</li> <li>Mantenimiento plataforma</li> <li>Mantenimiento web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de C++</li> <li>Visual Studio</li> <li>Equipos Informáticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adaptabilidad</li> <li>Gestión de la información</li> <li>Identificar problemas</li> <li>Resolver problemas</li> <li>Colaboración</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel B2 de Inglés</li> <li>FP Superior de Programación</li> <li>Grado Universitario en Ingeniería Informática</li> <li>Carné de conducir ( Opcional )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para programador senior 9 años de experiencia</li> <li>Para programadores Junior 2 años</li> </ul>	9:00h - 14:00h / 16:00 - 19:00h
<b>Marketing Digital</b> (1) Community Manager (1) Diseñadores/as (1) Audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de campañas de Marketing Digital</li> <li>Promoción de la plataforma y de los productos</li> <li>Diseño web y de redes sociales</li> <li>Creación de videos y directos en streaming</li> <li>Creación de contenido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas de edición ( Affinity )</li> <li>Posicionamiento web</li> <li>Análisis de Datos</li> <li>Análisis de la competencia</li> <li>Técnicas comunicativas digitales</li> <li>Técnicas de marketing digital tanto en RRSS como en web.</li> <li>Manejo y gestión de técnicas informáticas.</li> <li>Capacidad de crear proyectos audiovisuales de calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades para comunicar y transmitir</li> <li>Capacidad de redacción</li> <li>Proactividad</li> <li>Aprendizaje continuo</li> <li>Adaptación a los cambios</li> <li>Trabajo en equipo</li> <li>Capacidad de Analistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel C1 de Inglés</li> <li>Grado Universitario en Marketing y Comunidades Digitales</li> <li>Grado Universitario en Publicidad y RRPP</li> <li>Grado Universitario de diseño</li> <li>Grado Universitario de Audiovisuales</li> <li>Carné de conducir ( Opcional )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para los trabajadores/as del departamento de Marketing Digital/Diseñadores no se necesita experiencia previa</li> <li>Para los creadores de contenido audiovisual, una experiencia de 1 año</li> </ul>	9:00h - 14:00h / 16:00 - 19:00h
<b>Gestor Financiero</b> (2) Contables (1) Outsourcing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llevar al día la situación financiera de la empresa.</li> <li>Analizar las pérdidas y ganancias de la empresa y de de donde provienen.</li> <li>Potenciar las ventas.</li> <li>Crear estrategias para que el proyecto sea mas rentable y eficiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas de gestión de finanzas como Blue Indic</li> <li>Conocimientos en Administración de empresas</li> <li>Conocimientos en contabilidad</li> <li>Métricas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saber gestionar</li> <li>Tener una visión global de la empresa</li> <li>Ser una persona estratega</li> <li>Saber adaptarse a los cambios</li> <li>Gestionar los riesgos</li> <li>Saber comunicar</li> <li>Saber negociar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel B2 de Inglés</li> <li>FP Superior de Administración de empresas o finanzas</li> <li>Grado universitario en Ade o Finanzas</li> <li>Carné de conducir ( Opcional )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para los trabajadores/as de finanzas de The Indie Code no se necesita experiencia previa</li> <li>Para el gestor subcontratado se requiere de un mínimo de 1 no de experiencia</li> </ul>	9:00h - 14:00h
<b>Recursos Humanos</b> (2) Selección y gestión de personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selección del personal</li> <li>Reclutamiento de las personas</li> <li>Organización y planificación de los trabajadores</li> <li>Promover un clima laboral agradable y relaciones positivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inteligencia Emocional</li> <li>Resiliencia</li> <li>Aserividad</li> <li>Habilidades Comunicativas</li> <li>Técnicas de liderazgo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Persona empática</li> <li>Tener unos valores claros</li> <li>Persona extrovertida</li> <li>Tomar decisiones difíciles</li> <li>Disfrutar resolviendo problemas</li> <li>Tener una ética fuerte</li> <li>Aprender en conjunto con los trabajadores/as</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel C1 de Inglés</li> <li>Grado Universitario en Marketing y Comunidades digitales</li> <li>Postgrado en Recursos Humanos</li> <li>Post grado en Liderazgo y coaching</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se necesita una experiencia previa.</li> </ul>	9:00h - 14:00h / 16:00 - 19:00h
<b>Atención al cliente</b> (1) Soporte técnico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aclarar dudas e inconvenientes a los clientes</li> <li>Atender reportes sobre fallos o mejoras de la aplicación</li> <li>Atender reembolsos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocer en profundidad la plataforma digital, redes sociales y web</li> <li>Inteligencia emocional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Persona resolutiva</li> <li>Persona empática</li> <li>Adaptabilidad</li> <li>Saber comunicar</li> <li>Saber gestionar los riesgos e inconvenientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel C1 de Inglés</li> <li>Estudios mínimos ( Bachiller )</li> <li>Curso de gestión de equipos y atención al cliente</li> <li>Curso en soporte técnico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se necesita una experiencia previa.</li> </ul>	9:00h - 14:00h / 16:00 - 19:00h

Fuente: Elaboración Propia

Se ha creado un plan de formación para los departamentos de Programación y Marketing Digital. Los planes de formación están creados para mejorar aquellos aspectos más importantes de la empresa y reforzar aquellas partes de la empresa/trabajadores que lo necesiten.

Tabla 13 Plan de Formación

PLAN DE FORMACIÓN 1	Curso de programación framework y nuevas utilidades	PLAN DE FORMACIÓN 2	Curso de diseño digital y publicitario
<b>OBJETIVO</b>	Potenciar las habilidades de programación así como explorar nuevos ámbitos	<b>OBJETIVO</b>	Conocer nuevos programas de diseño y edición digital así como nuevas habilidades y funciones
<b>MEJORAS</b>	Mejorar apartados de la página web/plataforma y crear funcionalidades innovadoras	<b>MEJORAS</b>	Hacer tanto la web/plataforma/rrss más atractivas y que llamen la atención de los clientes
<b>FUNCIONES/ PUESTOS DE TRABAJO</b>	Departamento de programación y producción	<b>FUNCIONES/ PUESTOS DE TRABAJO</b>	Departamento de Marketing Digital/Diseño
<b>PERSONAS IMPLICADAS</b>	Programadores Junior y Becarios/as	<b>PERSONAS IMPLICADAS</b>	Trabajadores/as dedicados al diseño en The Indie Code y Becarios/as

Fuente: Elaboración Propia

## Política retributiva

La política retributiva se establecerá teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1. **Responsabilidad del puesto de trabajo:** A mayor responsabilidad por el puesto que se ostenta, se recibirá una mayor retribución ya que la implicación no es la misma.
2. **Eficiencia de horas de trabajo:** Se tendrán en cuenta el número de horas que se hacen y la eficiencia de éstas en el momento de mostrar los resultados. Por ejemplo, la eficiencia se refiere al número de ventas en el caso del departamento de Marketing y en el Departamento de Programación el número de proyectos realizados.
3. **Competencia individual:** Según la cantidad de experiencia o las capacidades que demuestre el empleado, se le retribuirá más o menos.

Teniendo en cuenta los puntos mencionados en el momento de la retribución habrán los siguientes componentes:

1. **Salario Fijo:** Como cualquier contrato de trabajo, existirá un salario mínimo. Este oscilará según The Indie Code crea conveniente, ya que según el puesto de trabajo se paga más o menos, y según el valor establecido por el mercado actualmente.
2. **Bonus en el salario:** Dependiendo del número de ventas que se realizan a final de mes y dónde se pueda ver claramente un aumento, los trabajadores/as recibirán un extra en su salario. El porcentaje rondará el **2%** en función de las ventas para cada departamento.
3. **Otros tipos de retribuciones:** Se les proporcionarán formaciones pagadas por la empresa además de posibles flexibilidades en el horario de trabajo en caso de que fueran éstas últimas necesarias. The Indie Code, intentaría permitir que un día a la semana, el viernes, los trabajadores tuvieran el día para pensar cómo podrían mejorar la empresa o para realizar proyectos personales relacionados con la actividad empresarial además de las reuniones de seguimiento.

En el caso de que la empresa decida despedir a algún empleado/a, y según el artículo 245 de la Ley de Contrato de Trabajo (LTC), The Indie Code proporcionará un pago equivalente a un mes de sueldo por cada año trabajado. En el caso de que algún empleado/a haya estado de servicio más de 3 meses, este también será pagado.



## Presupuestos RRHH

Tabla 14 Presupuesto Recursos Humanos

Dep. Producción/Programación	Horas semanales	Euros/Hora	Total mensual	Total Anual	Nº Empleados	Total mensual	Total Anual
Programador Senior	40	16,67 €	2.666,67 €	32.000,00 €	1	2.666,67 €	32.000,00 €
Programador Junior	40	8,85 €	1.416,67 €	17.000,00 €	3	4.250,00 €	51.000,00 €
Becario	20	2,00 €	200,00 €	2.400,00 €	1	200,00 €	2.400,00 €
<b>Total</b>			<b>4.283,33 €</b>	<b>51.400,00 €</b>		<b>7.116,67 €</b>	<b>85.400,00 €</b>

Dep. Marketing Digital	Horas semanales	Euros/Hora	Total mensual	Total Anual	Nº Empleados	Total mensual	Total Anual
Community manager	40	9,90 €	1.583,33 €	19.000,00 €	1	1.583,33 €	19.000,00 €
Diseñadores/as	40	9,90 €	1.583,33 €	19.000,00 €	1	1.583,33 €	19.000,00 €
Becario	20	2,00 €	200,00 €	2.400,00 €	1	200,00 €	2.400,00 €
<b>Total</b>			<b>3.366,67 €</b>	<b>40.400,00 €</b>		<b>3.366,67 €</b>	<b>40.400,00 €</b>

Dep. Ventas, Finanzas y RRHH	Horas semanales	Euros/Hora	Total mensual	Total Anual	Nº Empleados	Total mensual	Total Anual
Álvaro Martínez	40	10,94 €	1.750,00 €	21.000,00 €	1	1.750,00 €	21.000,00 €
Francisco Ramírez	40	10,94 €	1.750,00 €	21.000,00 €	1	1.750,00 €	21.000,00 €
Becario	20	2,00 €	200,00 €	2.400,00 €	1	200,00 €	2.400,00 €
<b>Total</b>			<b>3.700,00 €</b>	<b>44.400,00 €</b>		<b>3.700,00 €</b>	<b>44.400,00 €</b>

Dep. Atención al cliente	Horas semanales	Euros/Hora	Total mensual	Total Anual	Nº Empleados	Total mensual	Total Anual
Atención al cliente	40	7,29 €	1.166,67 €	14.000,00 €	1	1.166,67 €	14.000,00 €
<b>Total</b>			<b>1.166,67 €</b>	<b>14.000,00 €</b>		<b>1.166,67 €</b>	<b>14.000,00 €</b>

Colaboradores externos	Horas semanales	Euros/Hora	Total mensual	Total Anual	Nº Empleados	Total mensual	Total Anual
Gestor de finanzas	-	-	30,00 €	360,00 €	1	30,00 €	360,00 €
<b>Total</b>			<b>30,00 €</b>	<b>360,00 €</b>		<b>30,00 €</b>	<b>360,00 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los salarios entrarían dentro del ámbito de costes fijos. Referente a los costes variables sobre las retribuciones, cabe destacar que, la empresa, no implementará ningún sistema de incentivos para aumentar el salario.

## 12. PLAN JURÍDICO-FISCAL

### Constitución de la empresa

De entre las formas jurídicas existentes en el mundo empresarial, The Indie Code, considera que la más afín a sus intereses es la sociedad de responsabilidad limitada, S.L.

Las razones principales por las que se ha escogido esta tipología de sociedad son: capital inicial requerido bajo (3.000 euros) y responsabilidad en caso de quiebra limitada a bienes empresariales y no personales/patrimoniales de los socios (a diferencia de la Sociedad Anónima).

En cuanto a las participaciones, serán nominales y el derecho de adquisición de éstas, será preferente para los socios de la empresa. La transmisión de las participaciones no se podrá hacer de manera libre y, en caso de que se quiera hacer se deberá dejar constancia mediante documento público, y el nuevo socio o adquirente sólo podrá ejercer los derechos que como socio le correspondan desde el momento en que la sociedad limitada tenga conocimiento de la transmisión de las participaciones.

En cuanto a los servicios de asesoramiento jurídico, la empresa contará con **Legálitas** ya que se especializa en ofrecer servicios de abogacía para las empresas. En cuanto al tema fiscal, se contará con la ayuda de la asesoría **Ce Consulting**. Por último, el grupo **Atisa** se encargará de la asesoría laboral de la empresa.

## **Pacto de socios**

Para que no se generen conflictos y exista transparencia legal (uno de los valores enlistados por la empresa anteriormente) se ha desarrollado un pacto de socios que recoge los siguientes puntos:

- **Porcentaje de participaciones:** Ambos socios aportarán prácticamente el mismo capital en la formación de la empresa y obtendrán casi el mismo porcentaje de participaciones de esta. Es decir, Francisco será poseedor del 51% de las participaciones mientras que Álvaro del 49%. En el caso que surja algún problema, se buscará la forma de llegar a un acuerdo. The Indie Code utiliza estos porcentajes ya que, en el caso de hacer el 50% por cada socio y surgiera algún inconveniente y haya un punto muerto no se podrían tomar decisiones.
- **Tipo de Administración:** La administración que regirá a la empresa es la Mancomunada. The Indie Code considera interesante el tener que consultar a los distintos socios en el momento de tomar una decisión. Actualmente tiene dos socios, pero es posible que en un futuro se amplíe y es, por ese motivo, que se ha decidido optar por este método y dejar de lado la buena fe de las partes como otros métodos sugieren.
- **Funciones de cada socio:** Como se ha especificado en las distintas ilustraciones y tablas, ambos socios desempeñarán papeles importantes en los distintos departamentos. En concreto de forma general harán RRHH y finanzas.
- **Entrada o Salida de socios:** Para proteger supuestos casos de compra mayoritaria de participaciones por el abandono de uno de los socios de la empresa, utilizaremos derechos de adquisición de éstas que beneficien a los socios actuales, tanto mayoritarios como minoritarios. Es por ello que utilizaremos las cláusulas “drag along” y “tag along”. Quien quiera abandonar la empresa deberá ofrecer a los socios actuales la opción de compra de las participaciones y, en caso de que ninguno pueda adquirirlas, se pondrán en el mercado.

- **Confidencialidad:** Los socios de la empresa están obligados a no utilizar cualquier tipo de información sensible o confidencial sobre proyectos con fines propios lucrativos.

## Requerimientos normativos antes de la actividad

**Condiciones generales de venta:** Se debe mostrar debidamente los pasos o procedimientos requeridos en el momento que el consumidor compre. Además, se debe poner a disposición algún método para que el cliente sea capaz de corregir cualquier error que cometa al introducir sus datos. Cuando se compre se debe generar un documento sobre la compra en un idioma determinado, en este caso el castellano. Además, se debe enviar un email de confirmación para confirmar o verificar ésta.

**Precio totalmente establecido:** los clientes deben saber siempre el precio de los productos antes de adquirirlos así como las formas de pago, gastos de entrega e impuestos.

**Derecho de devolución de compra:** Es un hecho que el cliente cambie de opinión con su producto o servicio. En este caso, para poder llevar a cabo una devolución, el cliente tendrá que disponer de menos de 2 horas jugadas al videojuego concreto y especificar el motivo por el cual quiere realizar la devolución. Si es así, se le devolverá todo el dinero incluidos los gastos de envío, tasas e impuestos.

**Atención al cliente:** Se debe identificar correctamente el sistema de atención al cliente para que éstos puedan formular sus quejas, reclamaciones o solicitar información sobre el producto. Además, proporcionar vías alternativas extrajudiciales en caso de que no se esté satisfecho con la resolución de una reclamación.

## Requerimientos normativos durante la actividad

La normativa específica referente al sector al que se dedica The Indie Code está estrechamente relacionada con las normativas de protección personales de datos puesto a que, la empresa, trata constantemente con consumidores como con desarrolladoras.

## Ámbito Europeo

GDPR: Reglamento General de Protección de Datos

Este reglamento es una normativa a **nivel europeo** que se relaciona con la protección de los datos personales de las personas físicas y la libre circulación de los mismos. Es importante

aplicar esta ley ya que The Indie Code maneja información personal de cualquier tipo y, **en el caso de incumplimiento las multas pueden llegar a los 20 millones de euros.**

## Ámbito Español / BOE

LOPD: Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.

Según la **Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales**, los datos personales obtenidos de terceros, deben ser guardados correctamente y protegidos de forma que, en caso de incumplimiento, la empresa deberá hacer frente a sanciones **desde 300.000 hasta 600.000 euros**.

LSSI: Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico

Esta ley se relaciona con aquellas empresas que disponen de un comercio electrónico dónde se venden los productos ya sea E-commerce, plataforma digital etc. Es por ello que es imprescindible que The Indie Code la tenga en cuenta. Esta ley obliga a hacer visible la siguiente información: **NIF, Códigos de conducta, Productos y Precio, Información de inscripción y otra información**. La publicidad en correos electrónicos tendrá que ser clara y la empresa se deberá identificar de modo que el cliente/consumidor sepa que es publicidad. **Todo estará reflejado en la Política de Privacidad.**

En el caso de que surgieran posibles cambios normativos en las leyes de protección de datos (GDPR / LOPD), la empresa estaría preparada para cambiar la arquitectura y metodología de tratamiento de base de datos. En el caso de que se realizaran cambios en la normativa para la venta de productos en comercios electrónicos (LSSI), The Indie Code se adaptaría y cambiaría la Política de Privacidad.

## 13. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### Fuentes de financiación

La financiación del proyecto se hará a través de capital propio de los dos socios y de **business angels** que estén dispuestos a invertir en la App. Es por eso, que **Álvaro aportará 25.000 euros** y Francisco unos **26.500 euros** sumando entre los dos una cifra total de **51.500 euros** y se espera encontrar inversores que aporten un total de **75.000 euros**. Es por eso que se pondrán participaciones a la venta. En el supuesto de que no se encontrara financiación

mediante **business angels**, poco probable, se acudiría a métodos como el **crowdfunding**. Como **último recurso** se optaría por pedir un **préstamo bancario**.

The Indie Code plantea una cifra de **75.000 euros** por parte de terceros, sumados a los **51.500 euros** de los socios, para funcionar durante el primer año ya que, **los gastos superan los 100.000 euros**. Además, ambos socios esperan aportar 5.000 euros de capital propio para aumentar el fondo común.

Tabla 15 Aportación Socios

APORTACIONES DELS SOCIIS		DATA	CONCEPTE	%	COMENTARIS
SOCI	IMPORT				
Francisco Ramírez Morales	26.500	01/07/2021	Capital Social	51,46%	Constitución de la Empresa
Álvaro Martínez Caparrós	25.000	01/07/2021	Capital Social	48,54%	Constitución de la Empresa
Francisco Ramírez Morales	5.000	01/10/2022	Aportacions de Socis		
Álvaro Martínez Caparrós	5.000	01/10/2022	Aportacions de Socis		

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 Subvención por inversión

SUBVENCIO PER INVERSIÓ		COBRAMENT	MESOS	FINAL
SUBVENCIO PER INVERSIÓ	IMPORT			
App	75.000	01/10/2021	12	01/10/2022

Fuente: Elaboración Propia

## Previsión de inversión

La empresa llevará a cabo una inversión en Inmovilizado Material, todo lo relacionado con ordenadores, cascos, teclados, monitores, alfombrillas, etc. e Inmaterial (Software o programas de edición, sistema operativo). La tabla utilizada a continuación también la podemos encontrar en el apartado de Plan de Operaciones ya que es todo el material necesario para poder llevar a cabo la creación y mantenimiento del proyecto.

Los gastos de constitución de la empresa alcanzan un total de **4.150 euros** y se ha desglosado la tabla anterior según la sección de inmovilizado a la que pertenece cada elemento.

Se ha tenido en cuenta que se prevé invertir en I+D+I a partir del final del primer año y en los consiguientes debido a que se dispondrá de suficientes fondos como para hacerlo. Como empresa tecnológica, The Indie Code, investigará nuevas formas de programación de la App, la creación de un gestor de incidencias propio, la fabricación de sedes para que los videojuegos se hospeden en servidores propios, etc.

Tabla 17 Presupuesto de la previsión de inversión año 1

DESPESAS DE CONSTITUCIÓN		DATA											
4.150		01/07/2021											
ANY 1	Total	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
Immobilitzat intangible	131.170	762	37	37	37	37	37	5.037	15.037	15.037	15.037	15.037	65.037
Recerca i Desenvolupament	130.000	0	0	0	0	0	0	5.000	15.000	15.000	15.000	15.000	65.000
Concessions administratives	0												
Patents, llicències i marques	0												
Drets de traspàs	0												
Aplicacions informàtiques	1.170	762	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Altres immobilitzat intangible	0												
<b>Immobilitzat material</b>	<b>8.637</b>	<b>8.307</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
Terrenys	0												
Construccions	0												
Instal·lacions Tècniques	390	60	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Maquinària	0												
Utilatge	0												
Altres instal·lacions	0												
Mobiliari	1.087	1.087											
Equips per a processos informac	7.160	7.160											
Elements de transport	0												
Altres immobilitzat material	0												
<b>Finances i Dipòsits a ll/t</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Finances a llarg termini	0												
Dipòsits a llarg termini	0												
<b>TOTAL</b>	<b>139.806</b>	<b>9.069</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>5.067</b>	<b>15.067</b>	<b>15.067</b>	<b>15.067</b>	<b>15.067</b>	<b>65.067</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 Presupuesto de la previsión de inversión año 2

ANY 2	Total	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
Immobilitzat intangible	15.445	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287
Recerca i Desenvolupament	7.500	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625
Concessions administratives	0												
Patents, llicències i marques	0												
Drets de traspàs	0												
Aplicacions informàtiques	7.945	662	662	662	662	662	662	662	662	662	662	662	662
Altres immobilitzat intangible	0												
<b>Immobilitzat material</b>	<b>360</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
Terrenys	0												
Construccions	0												
Instal·lacions Tècniques	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Maquinària	0												
Utilatge	0												
Altres instal·lacions	0												
Mobiliari	0												
Equips per a processos informac	0												
Elements de transport	0												
Altres immobilitzat material	0												
<b>Finances i Dipòsits a ll/t</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Finances a llarg termini	0												
Dipòsits a llarg termini	0												
<b>TOTAL</b>	<b>15.805</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>	<b>1.317</b>

Fuente: Elaboración Propia

Durante el segundo año, la empresa prevé la creación de un gestor de incidencias. Con esto quiere mejorar el servicio de reporte de problemas de los clientes para gestionarlos con mayor eficacia y eficiencia al mismo tiempo que, facilite el trabajo del departamento de recursos humanos.

Tabla 19 Presupuesto de la previsión de inversión año 3

ANY 3	Total	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
Immobilitzat intangible	23.445	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	9.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287	1.287
Recerca i Desenvolupament	15.500	625	625	625	625	625	8.625	625	625	625	625	625	625
Concessions administratives	0												
Patents, llicències i marques	0												
Drets de traspàs	0												
Aplicacions informàtiques	7.945	662	662	662	662	662	662	662	662	662	662	662	662
Altres immobilitzat intangible	0												
<b>Immobilitzat material</b>	<b>56.360</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>12.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>	<b>4.030</b>
Terrenys	0												
Construccions	48.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Instal·lacions Tècniques	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Maquinària	0												
Utilatge	0												
Altres instal·lacions	0												
Mobiliari	0												
Equips per a processos informac	8.000						8.000						
Elements de transport	0												
Altres immobilitzat material	0												
<b>Finances i Dipòsits a ll/t</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Finances a llarg termini	0												
Dipòsits a llarg termini	0												
<b>TOTAL</b>	<b>79.805</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>21.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>	<b>5.317</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20 Presupuesto de la previsión de inversión en I+D+I

ANY 1	TOTAL	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
Aplicacions informàtiques	0												
Equips per a processos informació	0												
	0												
	0												
<b>DESPESES ACTIVABLES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

ANY 2	TOTAL	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
Aplicacions informàtiques	7.500	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625
Equips per a processos informació	0												
	0												
	0												
<b>DESPESES ACTIVABLES</b>	<b>7.500</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>

ANY 3	TOTAL	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
Aplicacions informàtiques	7.500	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625
Equips per a processos informació	8.000						8.000						
	0												
	0												
<b>DESPESES ACTIVABLES</b>	<b>15.500</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>8.625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>	<b>625</b>

Fuente: Elaboración Propia

La amortización de la aplicación sigue durante el tercer año y duraría aproximadamente 3 años más. En cuanto a equipamiento informático, se va a invertir 8000 euros para mejorar los equipos existentes. Este gasto, aunque se amortiza en varios años, al ser una cifra tan pequeña se deja en un mismo mes.

Por otro lado, se invertirá en construcciones ya que, The Indie Code, pretende el adquirir oficinas para más adelante adquirir servidores y hospedar los juegos de las desarrolladoras. Tanto la amortización de los servidores como la de las oficinas está prevista para que sea a 8 años.

## Resultados

### Escenario Realista o Esperado

En la cuenta de pérdidas y ganancias, es posible ver cómo los **resultados del ejercicio finales** durante los 2 últimos años de la empresa, son positivos y ascendentes menos en el primero que, aunque es una buena cifra, a causa de toda la inversión realizada, es menor. En cuanto a las ventas realizadas, se prevé que estas incrementarán a medida que pasen los años.

Adicionalmente, como se ha comentado anteriormente, la empresa tiene altos gastos de personal ya que, su actividad, se basa en la creación y mantenimiento de una plataforma online, motivo por el cual, en vez de invertir en infraestructuras, se invierte en el personal necesario para la aplicación. Como puede observarse, la variación de existencias también será de 0 ya que, la plataforma no adquirirá los videojuegos físicos como tal sino que se encargará de distribuirlos online mediante códigos.

En cuanto a gastos financieros, estos son nulos puesto a que no se va a pedir ningún crédito bancario, motivo por el cual no cobrarán intereses algunos puesto a que no se deberá devolver. En la cuenta de pérdidas y ganancias se tiene en cuenta la ganancia de la empresa descontando la parte proporcional que las empresas independientes de videojuegos indie reciben al vender sus productos en nuestra plataforma.

Tabla 21 Resultados Escenario Realista o Esperado

Pèrdues i Guanys	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2024
Vendes	194.749	253.169	354.438
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	7.500	15.500
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(229.988)	(229.988)	(229.988)
Altres despeses d'explotació	(36.339)	(32.833)	(33.489)
Amortització de l'immobilitzat	(1.840)	(3.364)	(8.651)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	56.250	18.750	0
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>(17.168)</b>	<b>13.234</b>	<b>97.809</b>
Despeses financeres	0	0	0
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)</b>	<b>(17.168)</b>	<b>13.234</b>	<b>97.809</b>
Impost sobre beneficis	2.575	(1.985)	(29.343)
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>(14.593)</b>	<b>11.249</b>	<b>68.467</b>

Fuente: Elaboración Propia

Para un análisis más detallado de los ingresos consultar en el [anexo](#).

## Tesorería

### Escenario Realista o Esperado

En el escenario realista o esperado, la tesorería, en todo momento es positiva desde el primer año. Esto se debe a que, la empresa, dispone de bastante capital propio aportado por los socios (51.500 euros) y de una subvención de 75.000 euros por la creación de la App. Además, si se tienen en cuenta las ventas realizadas mensualmente, es posible ver que sumando el capital del que se dispone y de las ventas que se realizan, los costes/gastos no llegan a superar a las ganancias. Las entradas de capital en el año 1 y los siguientes, son positivas a lo largo de los meses a causa de las ventas realizadas, el financiamiento, las subvenciones y el capital social.

Por ese mismo motivo, el saldo final de cada mes es positivo ya que, algunos costes desaparecen y los más elevados son los que están relacionados con los contratos de personal, el IVA de las ventas y las inversiones en I+D+I que al final reportan beneficios a la empresa. Las salidas de capital provienen de inversiones, gastos de personal, servicios exteriores e IVA. En este caso, las salidas no superan a las entradas de capital, por ese



motivo al final del ejercicio nos encontramos con un saldo final positivo. Para más detalles del plan de tesorería según los escenarios mirar en los [anexos aquí](#).

## Viabilidad del proyecto

### Escenario Realista o Esperado

Tabla 22 Fondo de maniobra - Escenario Realista o Esperado

FONS DE MANIOBRA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Actiu corrent	59.190	52.220	71.774
Passiu corrent	14.074	17.087	36.713
<b>FONS DE MANIOBRA</b>	<b>45.115</b>	<b>35.134</b>	<b>35.061</b>

Fuente: Elaboración Propia

El fondo de maniobra es el encargado de garantizar que la empresa pueda hacer frente a pagos o deudas a corto plazo. Como puede observarse, la empresa dispone de liquidez suficiente para hacer frente a posibles imprevistos y aunque desciende del primero al tercer año, a causa de las inversiones realizadas en I+D+I, es favorable.

Tabla 23 Rendimiento de la inversión - Escenario Realista o Esperado

RENDIMENT DE LA INVERSIÓ			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Inversió	13.956	15.805	79.805
BAI	-17.168	13.234	97.809
<b>RENDIMENT DE LA INVERSIÓ</b>	<b>-123%</b>	<b>84%</b>	<b>123%</b>

Fuente: Elaboración Propia

El rendimiento sobre la inversión en la empresa es negativo durante el primer año debido a que los gastos por poner en marcha el negocio y lo que se invierte en él, no generan el suficiente rendimiento. Tiene sentido ya que, durante el primer año de una empresa, todos son gastos y no suele haber rendimientos positivos o incluso beneficios.

Sin embargo, a partir del segundo año, los beneficios que se obtienen en referencia a los que se ha invertido para conseguirlos, nos indica lo beneficiosa que ha sido la inversión y lo bien que ha rendido. Es lógico que se vea un alto rendimiento en la inversión ya que la empresa la aumenta a partir del segundo año, momento en el que ésta, dispone de los medios para realizarla. El tercer año de hecho se muestra como la inversión ha tenido un rendimiento superior al total de lo que se ha invertido.

Tabla 24 Rendimiento del Fondo - Escenario Realista o Esperado

RENDIMENT DELS FONS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	194.749	253.169	354.438
BAI	-17.168	13.234	97.809
<b>Rendiment dels fons</b>	<b>-8%</b>	<b>6%</b>	<b>38%</b>

Fuente: Elaboración Propia

Aunque más adelante también se observará, el rendimiento sobre las ventas obtenido es favorable y aumenta después del primer año. Esto significa que el fondo en el tercer año proporcionará una rentabilidad de un 38%.

*Tabla 25 TIR - Escenario Realista o Esperado*

<b>TIR</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Inversió	13.956	15.805	79.805	
Cash-flow	57.458	-7.397	16.999	
	-109.566	57.458	-7.397	16.999
<b>TIR</b>				<b>34%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

En esta tabla, se ve cómo a través del cashflow la empresa se encuentra en un momento saludable. En el caso de necesitar dinero para pagar gastos o deudas lo podrá hacer, al menos en el primer año y tercer año. Además, referente a la inversión que se realiza, explicada en puntos anteriores, es natural que la TIR indique que el proyecto es rentable puesto a que la inversión realizada en comparación a las ganancias, es menor.

*Tabla 26 EBITDA - Escenario Realista o Esperado*

<b>EBITDA</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
BAI	-17.168	13.234	97.809	
Intereses	0	0	0	
BAII	-17.168	13.234	97.809	
Amortitzacions	1.840	3.364	8.651	
<b>EBITDA</b>	<b>-15.328</b>	<b>16.598</b>	<b>106.460</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

El ebitda nos indica la capacidad por parte de la empresa de generar beneficios. En el primer año, es negativo debido a que esta es superada por los gastos que tiene. Sin embargo, a partir del segundo año, remonta hasta alcanzar cifras positivas.

*Tabla 27 VAN - Escenario Realista o Esperado*

<b>VAN</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Any	1	2	3	
Cash-flow	57.458	-7.397	16.999	
Taxa actualització	2,00%	2,00%	2,00%	
Valor Actualitzat	56.331	-7.110	16.019	
<b>VAN</b>	<b>276.054</b>	<b>219.723</b>	<b>226.833</b>	

*Fuente: Elaboración Propia*

En números absolutos, el VAN es el encargado de indicar, en caso de que sea positivo, si una empresa es rentable o no. Juntamente con el TIR que nos lo indica en porcentaje, se puede asegurar que, en este escenario, la empresa es rentable.

*Tabla 28 Ratio de endeudamiento - Escenario Realista o Esperado*

<b>RATI ENDEUDAMENT</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Passiu	14.074	17.087	36.713	
Fons propis	55.657	58.156	126.623	
<b>RATI ENDEUDAMENT</b>	<b>25,29%</b>	<b>29,38%</b>	<b>28,99%</b>	

Este tipo de ratio nos indica lo endeudada que se encuentra la empresa. En el caso de The Indie Code, el endeudamiento no supera el 30%, razón por la cual, la empresa podría endeudarse tranquilamente si así quisiera para no utilizar fondos propios.

### Conclusión escenario realista

Una vez se han analizado las distintas ratios del escenario realista, puede decirse que el proyecto es viable. Aunque a partir del segundo año, será cuando la empresa comience a ser rentable, desde el primero ésta posee un fondo de maniobra favorable razón que indica que en todo momento tiene líquido suficiente para pagar gastos a corto plazo.

Además, puede observarse como la ratio de endeudamiento no llega al 30%, razón que nos indica que la empresa dispone de fondos suficientes para funcionar por ella misma. De hecho, se puede decir que la empresa podría incluso endeudarse si ello le aportara beneficios como la obtención de mejores o la adquisición de inmovilizado.

Por último, los indicadores que enseñan si el proyecto es viable o no que, sin ser descabellado el TIR se encuentra en un 34%, razón por la cual puede asegurarse que el proyecto es realista y puede llevarse a cabo. Tanto la viabilidad como las conclusiones de los otros escenarios pueden verse en [anexos](#).

## 14. CONCLUSIONES

El mercado de los videojuegos independientes, aunque es antiguo, ha sido recientemente cuando ha incrementado en cuanto a ventas y valor percibido por el mercado. Las nuevas tecnologías (como los equipos informáticos), la novedad o incluso las plataformas en streaming son algunos de los detonantes que han propiciado su auge y reciente popularidad.

Por este motivo, The Indie Code, pretende hacerse un hueco e intentar ser la empresa referencia en un mundo especializado a los videojuegos independientes y a sus desarrolladoras. Mediante una comisión del 20% por unidad vendida, pretende ser la primera opción para las desarrolladoras en el momento de vender sus productos y, mediante su personalización y precio de la carta de videojuegos, ser la mejor opción para el videojugador como se ha expuesto anteriormente.

El target analizado se caracteriza por pasar las horas delante de una pantalla ya sea por trabajo o por ocio. Al margen de su uso, suele consumir mucho contenido en streaming y



## 16.BIBLIOGRAFÍA

20 minutos. (2020, 14 abril). Los jugadores de videojuegos en España superan ya los 15 millones. Recuperado 11 de diciembre de 2020. <https://cutt.ly/vhFcy34>

Abc. (2020). Videojuegos Indie, la clave de la supervivencia de los estudios españoles. Recuperado 19 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/ZhFcSTz>

Aevi. (2020, 8 octubre). El Gobierno apuesta por el videojuego como sector palanca de la recuperación. Recuperado 20 de noviembre de 2020 <http://www.aevi.org.es/gobierno-apuesta-videojuego-sector-palanca-la-recuperacion/>

Antevenio. (2020, 7 marzo). La industria del videojuego en España: todos los datos de 2019. Recuperado 1 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/whFvo5d>

Asociación Española de Videojuegos. (2019). La Industria del videojuego en España. Recuperado 17 de noviembre de 2020 <http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/04/AEVI-ANUARIO-2019.pdf>

Asociación Española de Videojuegos AEVI. (2020). El videojuego en España. Recuperado 17 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/NhFcgAe>

Asociación Español de Videojuegos. (2018). Libro Blanco de los esports España. Recuperado 20 de noviembre de 2020: <https://cutt.ly/xhFcZVd>

Colaboradores de Wikipedia. (2021, 4 abril). Reglamento General de Protección de Datos. Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado 19 de abril de 2021 [https://es.wikipedia.org/wiki/Reglamento\\_General\\_de\\_Protecci%C3%B3n\\_de\\_Datos](https://es.wikipedia.org/wiki/Reglamento_General_de_Protecci%C3%B3n_de_Datos)

Cristine Brownell. (2018, 8 agosto). Who is playing games on Steam? Recuperado 27 de noviembre de 2020 <https://medium.com/@cbrownell/who-is-playing-games-on-steam-e765142cd983>

Díaz, C. (2020, 1 septiembre). Among Us: la nueva tendencia en Twitch perfecta para streamear. Movistar eSports. Recuperado 3 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/ghFc5WQ>

Díaz, G. J. F. T. W. |. (2020, 19 febrero). Tendencias del Gaming 2020. El Plural. Recuperado 1 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/ThFvt6w>

Dr. John Flackett. (2015, 22 noviembre) How much does it cost to build a software application? Recuperado 30 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/XhFvxTb>

Earnest. (2020, 12 mayo). Video Game Demographics. Recuperado 26 de noviembre de 2020. <https://www.earnest.com/blog/the-demographics-of-video-gaming/>

Epdata. (2020, 25 septiembre) ¿Cómo evoluciona la industria del videojuego en España? Recuperado 17 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/thFcv10>

Epdata. (25 septiembre 2020). ¿Cómo evoluciona la industria del videojuego en España? Recuperado 20 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/uhFcJDW>

Gamer, F. (2020, 14 abril). La industria del videojuego facturó 1.479 millones de euros en España en 2019. El Correo. Recuperado 17 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/mhFcmuF>

González, S. (2020b, octubre 1). ¿A qué se juega más en España? Top-10 videojuegos más jugados en 2020. MeriStation. Recuperado 2 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/ChFvwqb>

Guijarro Marín, A. (2019). Análisis cuantitativo sobre los E-Sports (Tesis de grado). Universidad de Alicante, España.

Itreseller. (2020, 7 abril). El sector del gaming repunta en nuestro país debido al confinamiento. Recuperado 20 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/lhFcVoR>

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Boletín Oficial del Estado, 294, de 6 de diciembre de 2018, 119788 a 119857. Recuperado 19 de abril <https://www.boe.es/boe/dias/2018/12/06/pdfs/BOE-A-2018-16673.pdf>

Macdonald-Smith, A. (2020, 20 agosto). Origin Energy profit slumps 93pc. Australian Financial Review. Recuperado 7 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/dhFcXuY>

Malo, E. (2020, 20 abril). El sector de los videojuegos factura menos, pero aumenta su mercado y usuarios. MuyCanal. Recuperado 19 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/ZhFcPrI>

Newzoo. (2020, 8 Mayo). The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 Billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. Recuperado 30 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/lhFvIKF>

Palco23 (2019, 26 febrero). El equipo de g2 cierra una ronda de 15 millones para acelerar su expansión global. Recuperado 20 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/ihFcG0R>

Pineda, F. (2020, 26 septiembre). Varios clásicos de la saga Metal Gear, ya disponibles en la tienda de GOG. Juegos Adn. Recuperado 10 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/thFclaV>

Playthegame Agency. (2020, 4 diciembre). Una industria en continua crecimiento. Recuperado 23 de noviembre de 2020. <https://www.playthegame.agency/>

Portaltic. (2020, 2 enero). La industria de los videojuegos alcanza los 120.100 millones de dólares en 2019. europapress.es. Recuperado 18 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/8hFcUqi>

R. (2016, 26 octubre). ¿Qué es la LSSI? Blog de comercio electrónico, Ecommerce y Marketing Online | urbeCOM. Recuperado 19 de abril de 2021 <https://www.urbecom.com/blog/%C2%BFque-es-la-iss/>

Reid, C. (2017, 30 julio). At Humble Bundle, Some Growth to Brag About. Recuperado el 8 de diciembre de 2020. <https://cutt.ly/9hFckQg>

Requena Farinós, C. (2014). Análisis de la industria del videojuego en España (Tesis de grado). Universidad de Valencia, España.

Ruete, B. (2019, 8 octubre). El 30% de los ingresos que se lleva Steam de cada compra es lo habitual en la industria. MeriStation. Recuperado 3 de diciembre de 2020. <https://cutt.ly/lhFcB8h>

Ruiz, A. (2019, 24 noviembre). Las ventas mundiales de videojuegos casi alcanzan los 150.000 millones de dólares en 2019. Dexerto.es. Recuperado 25 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/8hFvSki>

Sanmartín, J. (2021, 15 febrero). Valheim mantiene su ascenso meteórico: supera los dos millones de ventas en menos de dos semanas. Vidaextra. Recuperado 12 de marzo 2021 <https://www.vidaextra.com/rpg/valheim-mantiene-su-ascenso-meteorico-supera-dos-millones-ventas-dos-semanas>

Santana Rodríguez, N. & Díaz Santana, Octavio (2020). Género Gamers y Videojuegos. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.

Sillas Gaming. (2020). Industria del videojuego - 24 datos. Recuperado 25 de noviembre de 2020 <https://sillas-gaming.com/industria-videojuegos-estadisticass/>

Statista. (2019, 11 septiembre). Número de usuarios de realidad virtual en el mundo 2015-2018. <https://cutt.ly/VhFcwL8>

Statista. (2020, 10 marzo). Video game consumer market value by distribution type 2011-2021. Recuperado 30 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/1hFvbhu>

Statista. (2020, 28 agosto). Gaming market value worldwide 2012-2023. Recuperado 30 de noviembre de 2020 <https://www.statista.com/statistics/292056/video-game-market-value-worldwide/>

Statista. (2020). Video Games - Spain | Statista Market Forecast. Recuperado 30 de noviembre de 2020 <https://www.statista.com/outlook/203/153/video-games/spain#market-marketDriver>

Statista. (s. d.). Video Games - Spain | Statista Market Forecast. Recuperado 30 de noviembre de 2020 <https://www.statista.com/outlook/203/153/video-games/spain>

Statsmash. (2020) ¿Cuántos Gana G2 Esports ?. Recuperado 17 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/RhFcE2H>



Steam:: Steamworks Development :: Looking Back At Autumn Sale 2020. (2020, 21 diciembre). Steam. Recuperado 13 de marzo 2021 [https://steamcommunity.com/groups/steamworks/announcements/detail/2947007387788837679?snr=1\\_2108\\_group\\_2107](https://steamcommunity.com/groups/steamworks/announcements/detail/2947007387788837679?snr=1_2108_group_2107)

Steamworks Development - Steam - 2020 Year in Review - Steam News. (2021, 19 enero). SteamPowered. Recuperado 13 de marzo 2021 <https://store.steampowered.com/news/group/4145017/view/2961646623386540826>

Strickland, D. (2020, 3 noviembre). GOG.com is barely making any profit. TweakTown. Recuperado 9 de diciembre 2020. <https://cutt.ly/5hFcHVA>

Twitch Revenue and Usage Statistics (2020). (2020, 30 octubre). Business of Apps. Recuperado 12 de diciembre de 2020. <https://cutt.ly/NhFc2v0>

uVeJuegos.com. (2019, 11 diciembre) Los indies españoles más prometedores de 2020. Recuperado 20 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/KhFcD2X>

Vandal. (2020, 11 octubre). El consumo de Twitch aumenta un 32% en España tras el confinamiento por el Coronavirus. Recuperado el 23 de noviembre de 2020 <https://cutt.ly/4hFvFqm>

Wepc. (2020). Video Game Industry Statistics In 2020. Recuperado 26 de noviembre de 2020. <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>










Wikipedia contributors. (2020, 15 diciembre). Valve Corporation. Wikipedia. Recuperado 9 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/ZhFcFPp>

Wikipedia contributors. (2020, 17 noviembre). Itch.io. Recuperado 4 de diciembre de 2020 <https://cutt.ly/9hFc8dM>

## 17. ANEXOS

### Ilustraciones

Ilustración 14 Ranking juegos más vistos en Twitch 2020

	1	<b>Just Chatting</b>	40,123,854 hours	605,346 hours	426,685	5,233	140,872	238,832	3,603	66.28
	2	<b>League of Legends</b>	33,836,333 hours	729,048 hours	707,347	5,966	99,337	201,406	4,339	46.41
	3	<b>Fortnite</b>	24,130,861 hours	1,945,568 hours	497,250	19,982	282,404	143,636	11,580	12.40
	4	<b>Fall Guys</b>	21,394,586 hours	519,525 hours	713,229	5,884	157,830	127,348	3,092	41.18
	5	<b>Call of Duty: Modern Warfare</b>	19,736,288 hours	1,534,056 hours	951,957	31,506	184,185	117,477	9,131	12.87
	6	<b>Grand Theft Auto V</b>	17,002,527 hours	326,960 hours	371,836	3,387	42,756	101,205	1,946	52
	7	<b>Counter-Strike: Global Offensive</b>	12,755,288 hours	245,215 hours	244,291	2,446	45,400	75,924	1,459	52.02
	8	<b>Among Us</b>	12,728,492 hours	164,826 hours	266,564	3,044	44,179	75,764	981	77.22
	9	<b>New World</b>	11,124,037 hours	165,205 hours	344,240	2,986	17,689	66,214	983	67.33
	10	<b>VALORANT</b>	10,189,716 hours	599,835 hours	123,683	5,856	96,778	60,653	3,570	16.99

Fuente: Meristation

Ilustración 15 Comisiones Plataformas Online



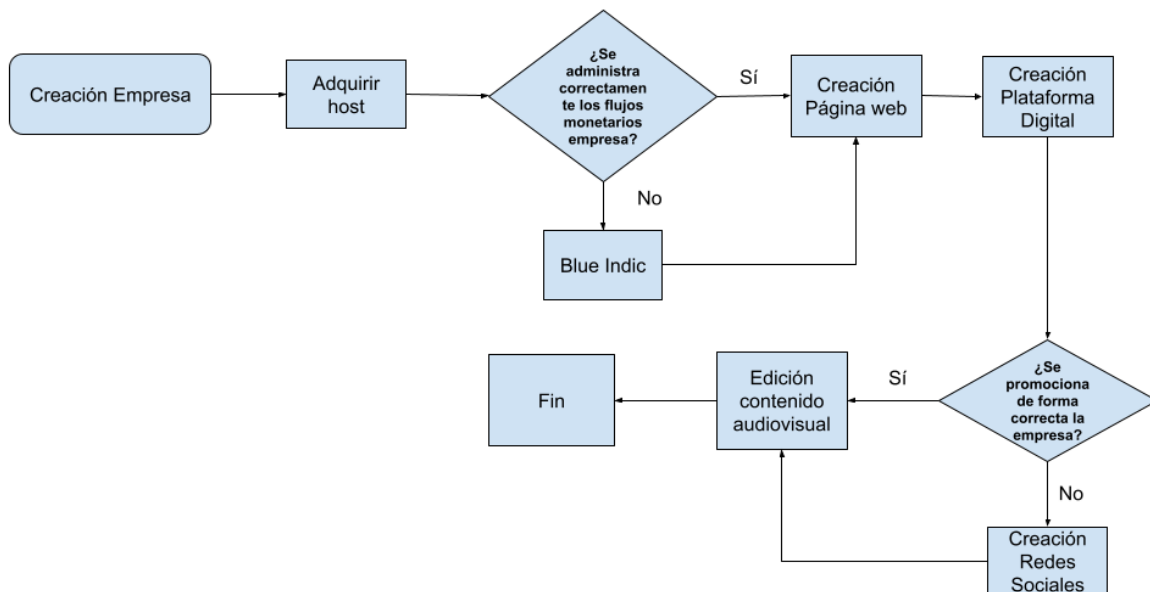
Fuente: IGN

Ilustración 16 Resumen Estadístico de Steam 2020



Fuente: Steam

Ilustración 17 Diagrama de flujos del Proceso de producción



Fuente: Elaboración propia

## Tablas

### Kpi's y Objetivos de la campaña

Tabla 30 Acciones, Objetivos y Kpi's

Acción	Objetivo	Kpi
<b>SEO</b>	Aumento de visitas en un 5%	<b>Tráfico</b> = Volumen de búsquedas x CTR orgánico
<b>SEM</b>	CPM inferior a 0,50 céntimos	<b>CPM</b> = Coste total / (Nº de impresiones/ 1.000)
<b>Instagram</b>	Engagement del 2%	<b>Engagement</b> = Interacciones totales en la red social en los últimos 28 días/ Usuarios alcanzados en los últimos 28 días) x 100
	5% usuarios alcanzados por publicación	<b>Usuarios alcanzados promedio por publicación</b> = número de usuarios alcanzados últimos 28 días/total publicaciones en ese periodo
<b>Facebook</b>	Engagement del 5%	<b>Engagement</b> = Interacciones totales en la red social en los últimos 28 días/ Usuarios alcanzados en los últimos 28 días) x 100
	10% usuarios alcanzados por publicación	<b>Usuarios alcanzados promedio por publicación</b> = número de usuarios alcanzados últimos 28 días/total publicaciones en ese periodo
<b>App/Web Landing</b>	Tasa de Rebote inferior al 50%	Tasa de Rebote = (Numero de personas que abandonan la página sin interacción/numero total de visitas) x 100
<b>Email Marketing</b>	Tasa de apertura del 6%	<b>Tasa de Clic</b> = Número de clics (únicos) en los enlaces de tu correo electrónico/ Número de correos electrónicos entregados x100
<b>Twitter</b>	10% usuarios alcanzados por publicación	<b>Usuarios alcanzados promedio por publicación</b> = número de usuarios alcanzados últimos 28 días/total publicaciones en ese periodo
	Engagement del 3%	<b>Engagement</b> = Interacciones totales en la red social en los últimos 28 días/ Usuarios alcanzados en los últimos 28 días) x 100
<b>Youtube</b>	50.000 impresiones	<b>Impresiones</b>
	20.000 visualizaciones	<b>Visualizaciones</b>
	40% de visualizaciones	<b>Porcentaje de visualizaciones</b> = (Número de veces que se muestra anuncio/visualizaciones o interacciones ) x 100
<b>Twitch</b>	3.000 espectadores	<b>Espectadores concurrentes promedio</b> = número de usuarios alcanzados últimos 28 días/total de streamings en ese periodo
<b>Campaña de marketing</b>	Roi de 20%	<b>ROI</b> = Beneficios de la campaña en redes sociales – Costo de la campaña en redes sociales/Costo de la campaña en redes sociales) x 100

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31 Costes Operativos

	Año 1												Total	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Dep. Producción/Programación	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	357,47 €	4.289,64 €
Dep. Marketing Digital	1.411,72 €	1.322,36 €	1.331,72 €	1.328,60 €	1.331,72 €	1.328,60 €	1.331,72 €	1.331,72 €	1.328,60 €	1.331,72 €	1.328,60 €	1.331,72 €	1.331,72 €	16.038,80 €
Dep. Ventas y Finanzas	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	45,85 €	550,20 €
Dep. Atención al cliente	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	1.205,00 €	14.460,00 €
<b>Total</b>	<b>3.020,04 €</b>	<b>2.930,68 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>2.936,92 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>2.936,92 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>2.936,92 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>2.936,92 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>2.940,04 €</b>	<b>35.338,64 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Previsión de Ingresos y gastos

### Escenario Realista o Esperado

#### Gastos

Como puede observarse, los gastos se dividen en alquileres, servicios profesionales (gestor), el marketing que se realizará mensualmente, los suministros y RRHH, siendo estos últimos los más elevados. Los recursos humanos suponen un **86% del total de los gastos** puesto a que, como la plataforma que se desarrollará no necesita de una infraestructura física (más allá del lugar de trabajo de los distintos departamentos), para su realización y funcionamiento, el dinero irá destinado a la contratación de personal. El grueso del gasto irá destinado a los programadores y diferentes departamentos para que creen, publiquen y mantengan la plataforma online.

Además, no existen gastos financieros puesto a que, The Indie Code, cuenta capital propio de 51.500 euros junto con una subvención de un business angel en vez de un crédito bancario.

Tabla 32 Previsión de gastos año 1 - Escenario Realista o Esperado

ANY 1	TOTAL	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Marketing i Publicitat	24.197	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>32.189</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33 Previsión de gastos año 2 - Escenario Realista o Esperado

ANY 2	TOTAL	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
Lloguers	7.344	612	612	612	612	612	612	612	612	612	612	612	612
Rentings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	367	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Transports	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Marketing i Publicitat	24.681	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057
Subministraments	441	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Altres Serveis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>32.833</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>	<b>2.736</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34 Previsión de gastos año 3 - Escenario Realista o Esperado

ANY 3	TOTAL	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
Lloguers	7.491	624	624	624	624	624	624	624	624	624	624	624	624
Rentings	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	375	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
Transports	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0												
Marketing i Publicitat	25.174	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098	2.098
Subministraments	449	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37
Altres Serveis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>33.489</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>	<b>2.791</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 35 Recursos humanos

PROMOTORS	PAGUES	RÈGIM	TIPUS	SALARI BRUT	SALARI NET	%	IRPF	BASE SS	%	SSE	%	SST	COST
Álvaro Martínez Caparrós	12	Autonom	Fixe	2.260	1.750	23%	510	1.200	0,00%	0	28,30%	340	2.260
Francisco Ramírez Morales	12	Autonom	Fixe	2.260	1.750	23%	510	1.200	0,00%	0	28,30%	340	2.260
TREBALLADORS	PAGUES	RÈGIM	TIPUS	SALARI BRUT	SALARI NET	%	IRPF	BASE SS	%	SSE	%	SST	COST
Programador Senior	12	General	Fixe	2.667	1.925	23%	616	2.667	23,60%	629	4,70%	125	3.296
Programador Junior	12	General	Fixe	1.417	1.106	17%	244	1.417	23,60%	334	4,70%	67	1.751
Programador Junior	12	General	Fixe	1.417	1.106	17%	244	1.417	23,60%	334	4,70%	67	1.751
Programador Junior	12	General	Fixe	1.417	1.106	17%	244	1.417	23,60%	334	4,70%	67	1.751
Becario	12	General	Fixe	200	191	0%	0	200	23,60%	47	4,70%	9	247
Becario 2	12	General	Fixe	200	191	0%	0	200	23,60%	47	4,70%	9	247
Becario 3	12	General	Fixe	200	191	0%	0	200	23,60%	47	4,70%	9	247
Community Manager	12	General	Fixe	1.583	1.218	18%	291	1.583	23,60%	374	4,70%	74	1.957
Diseñador	12	General	Fixe	1.583	1.218	18%	291	1.583	23,60%	374	4,70%	74	1.957
Atención al Cliente	12	General	Fixe	1.167	929	16%	182	1.167	23,60%	275	4,70%	55	1.442

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36 Porcentaje de gastos totales



Fuente: Elaboración Propia

Como puede observarse, el grueso de los gastos que tiene la empresa provienen de la mano de obra de los trabajadores/as en los distintos departamentos (Producción, RRHH, Marketing Digital, Finanzas).



## Ingresos

Tabla 37 Precios medio de los productos

PRODUCTES / SERVEIS	PC	PV	MARGE	IVA Vendes	COBRES
5 € o menys	Servei	2,50	20,00%	21,00%	Comptat
5 € a 10 €	Servei	7,50	20,00%	21,00%	Comptat
10 € a 15€	Servei	12,50	20,00%	21,00%	Comptat
15 € a 20€	Servei	17,50	20,00%	21,00%	Comptat

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38 Unidades vendidas año 1 Escenario Realista o Esperado

VENDES	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
5 € o menys	819	630	630	630	630	895	895	630	630	630	630	819
5 € a 10 €	2.457	1.890	1.890	1.890	1.890	2.684	2.684	1.890	1.890	1.890	1.890	2.457
10 € a 15€	2.457	1.890	1.890	1.890	1.890	2.684	2.684	1.890	1.890	1.890	1.890	2.457
15 € a 20€	2.457	1.890	1.890	1.890	1.890	2.684	2.684	1.890	1.890	1.890	1.890	2.457
<b>TOTAL</b>	<b>8.190</b>	<b>6.300</b>	<b>6.300</b>	<b>6.300</b>	<b>6.300</b>	<b>8.947</b>	<b>8.947</b>	<b>6.300</b>	<b>6.300</b>	<b>6.300</b>	<b>6.300</b>	<b>8.190</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39 Unidades vendidas año 2 Escenario Realista o Esperado

	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
1.065	819	819	819	819	819	1.163	1.163	819	819	819	819	1.065
3.194	2.457	2.457	2.457	2.457	2.457	3.489	3.489	2.457	2.457	2.457	2.457	3.194
3.194	2.457	2.457	2.457	2.457	2.457	3.489	3.489	2.457	2.457	2.457	2.457	3.194
3.194	2.457	2.457	2.457	2.457	2.457	3.489	3.489	2.457	2.457	2.457	2.457	3.194
<b>10.647</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>11.630</b>	<b>11.630</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>8.190</b>	<b>10.647</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40 Unidades vendidas año 3 Escenario Realista o Esperado

	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
1.491	1.147	1.147	1.147	1.147	1.147	1.628	1.628	1.147	1.147	1.147	1.147	1.491
4.472	3.440	3.440	3.440	3.440	3.440	4.884	4.884	3.440	3.440	3.440	3.440	4.472
4.472	3.440	3.440	3.440	3.440	3.440	4.884	4.884	3.440	3.440	3.440	3.440	4.472
4.472	3.440	3.440	3.440	3.440	3.440	4.884	4.884	3.440	3.440	3.440	3.440	4.472
<b>14.906</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>16.281</b>	<b>16.281</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>11.466</b>	<b>14.906</b>

Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en los dos gráficos y en las tablas anteriores, el crecimiento en ventas o unidades vendidas que la empresa genera, son ascendentes, con claros picos en las épocas estacionales, comprendidas siempre en 2 meses de invierno y 2 de verano. Las estacionalidades despuntan y marcan un crecimiento en el nivel de ventas respecto a los meses anteriores puesto a que estos, son constantes y no son crecientes.

En este escenario, el grueso de las ventas está distribuido mayoritariamente entre los 5 y 20 euros. Es por eso que, en el segundo gráfico de líneas, se puede ver como la línea amarilla colapsa las otras 2 y sin embargo, la azul muestra las unidades vendidas de 5 euros o menos.



A continuación, puede verse una aproximación numérica al alza (teniendo en cuenta que cualquier decimal será redondeado al alza) sobre las ventas según el 20% de margen que la empresa se lleva.

Tabla 41 Ventas en euros Escenario Realista o Esperado

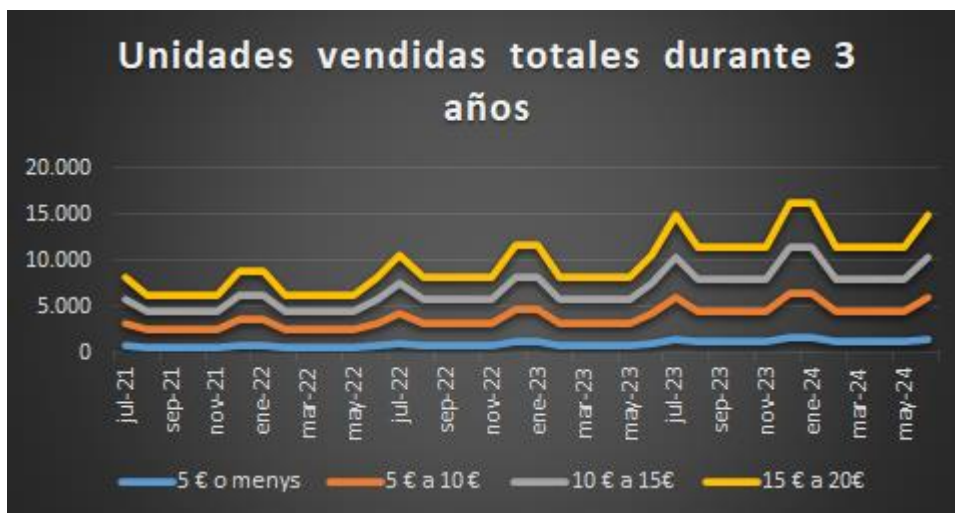
VENDES		
ANY 1	ANY 2	ANY 3
4.234 €	5.504 €	7.705 €
38.103 €	49.533 €	69.347 €
63.505 €	82.555 €	115.578 €
88.907 €	115.577 €	161.809 €
<b>194.749 €</b>	<b>253.169 €</b>	<b>354.438 €</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Escenarios financieros

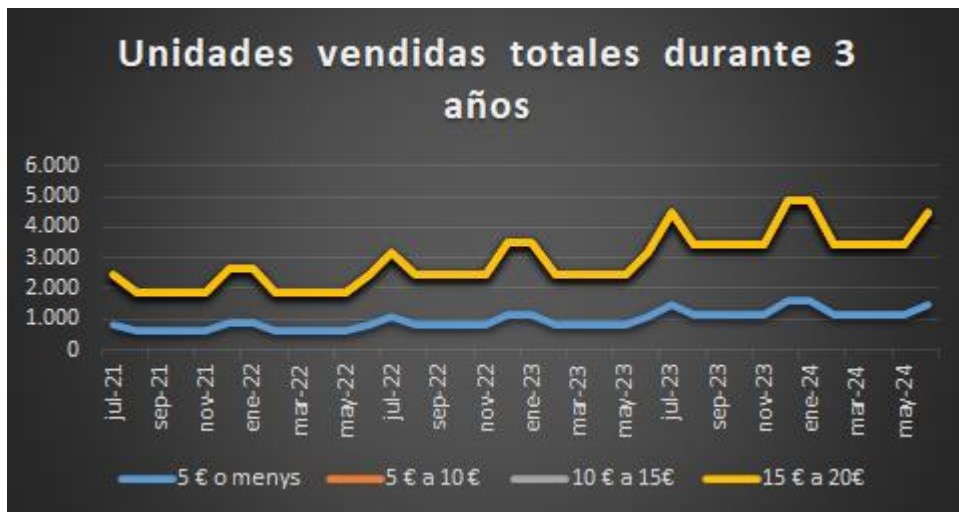
### Realista o Esperado

Tabla 42 Unidades vendidas totales durante los 3 años



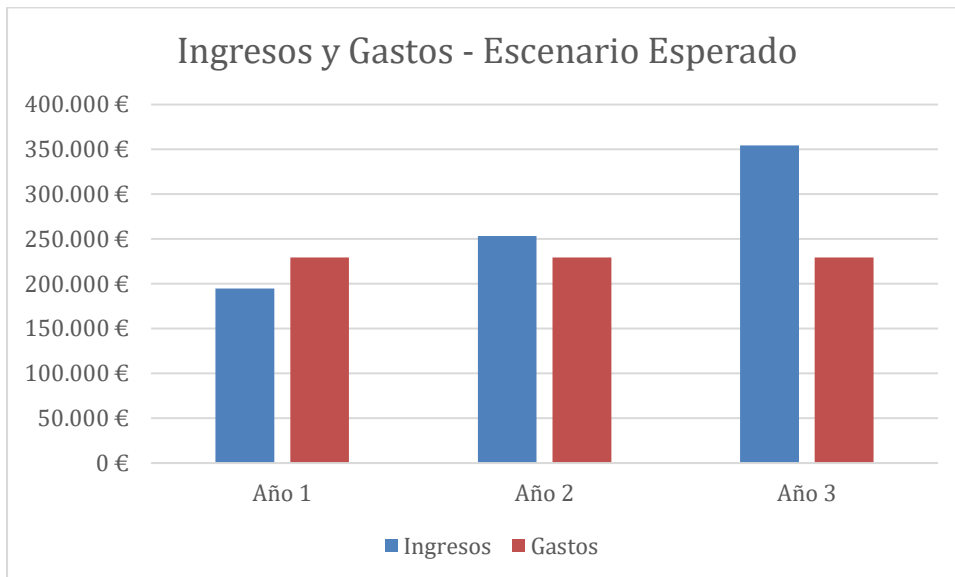
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43 Unidades vendidas totales durante los 3 años



Fuente: Elaboración Propia

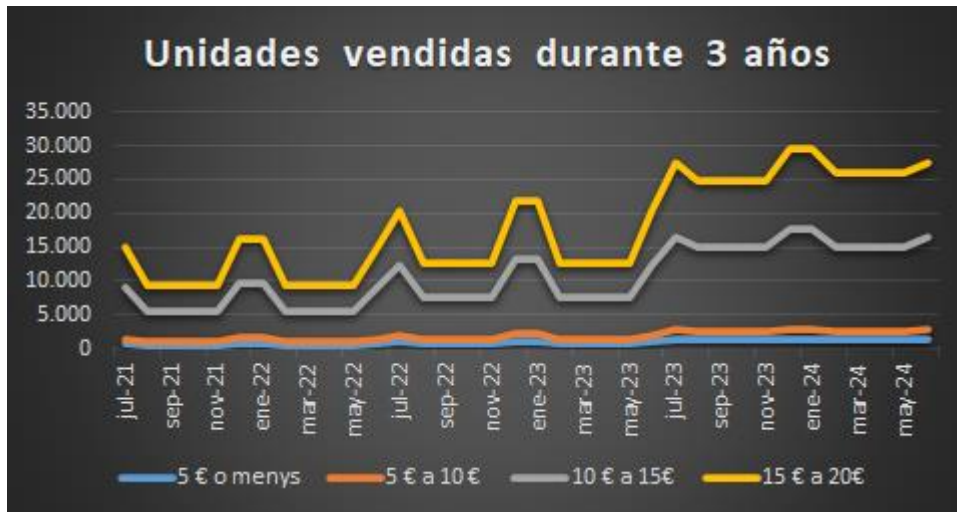
Tabla 44 Ingresos y Gastos - Escenario Esperado



Fuente: Elaboración Propia

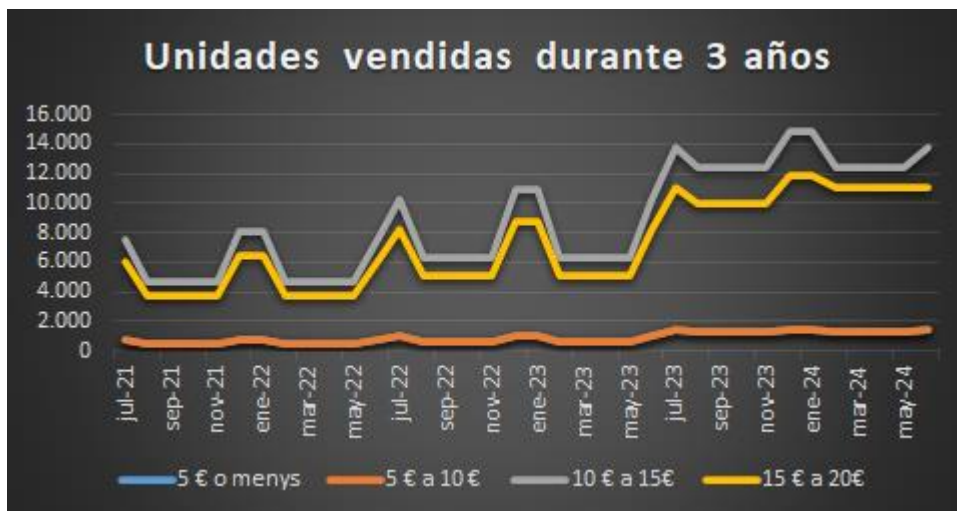
## Optimista

Tabla 45 Unidades vendidas totales durante los 3 años



Fuente: Elaboración Propia

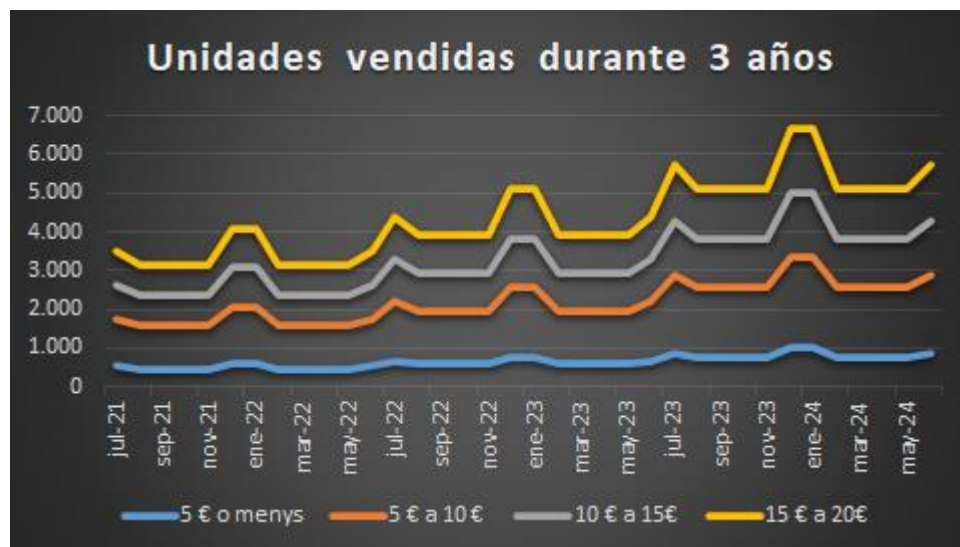
Tabla 46 Unidades vendidas totales durante los 3 años



Fuente: Elaboración Propia

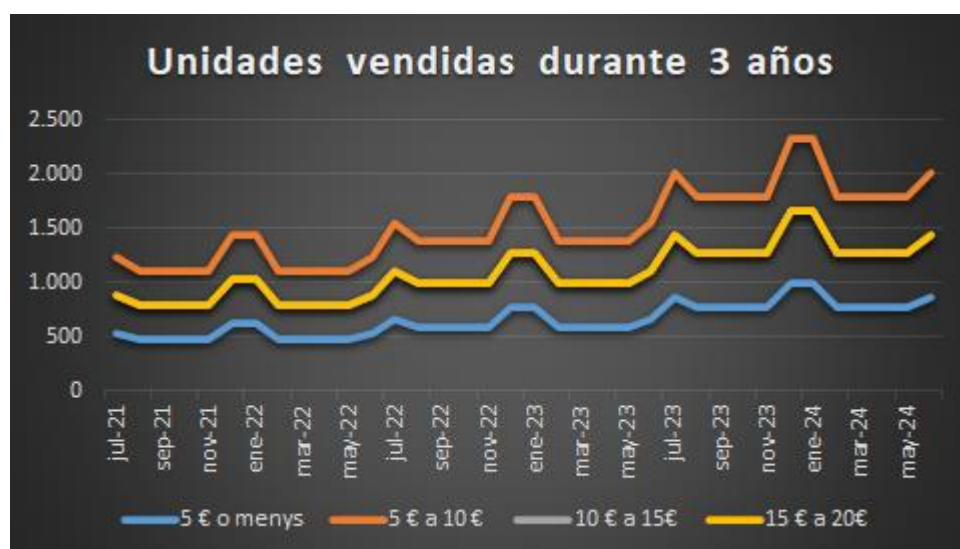
## Pesimista

Tabla 47 Unidades vendidas totales durante los 3 años - Escenario Pesimista



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 48 Unidades vendidas totales durante los 3 años - Escenario Pesimista



Fuente: Elaboración Propia

## Previsión de ingresos y gastos

### Escenario Optimista

#### Gastos

Los gastos en el escenario optimista respecto al escenario realista o esperado se mantienen igual en cuanto al primer año se refiere. Sin embargo, a partir del segundo y tercer año varían ya que, como puede apreciarse, la empresa aumenta en los gastos de marketing y publicidad.

Esto se debe a que, debido a las altas ventas, se dispone de bastante dinero para aumentar el gasto en publicidad y mejorarla.

Tabla 49 Previsión de gastos año 1 - Escenario Optimista

ANY 1	TOTAL	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0												
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0												
Marketing i Publicitat	24.197	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>32.189</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50 Previsión de gastos año 2 - Escenario Optimista

ANY 2	TOTAL	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0												
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Marketing i Publicitat	49.992	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166	4.166
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>57.984</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>	<b>4.832</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51 Previsión de gastos año 3 - Escenario Optimista

ANY 3	TOTAL	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0												
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançament	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0												
Marketing i Publicitat	72.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>79.992</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>	<b>6.666</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Ingresos

Tabla 52 ingresos Escenario Optimista

jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
756	473	473	473	473	813	813	473	473	473	473	756
756	473	473	473	473	813	813	473	473	473	473	756
7.560	4.725	4.725	4.725	4.725	8.127	8.127	4.725	4.725	4.725	4.725	7.560
6.048	3.780	3.780	3.780	3.780	6.502	6.502	3.780	3.780	3.780	3.780	6.048
<b>15.120</b>	<b>9.450</b>	<b>9.450</b>	<b>9.450</b>	<b>9.450</b>	<b>16.254</b>	<b>16.254</b>	<b>9.450</b>	<b>9.450</b>	<b>9.450</b>	<b>9.450</b>	<b>15.120</b>

jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
1.020	638	638	638	638	1.097	1.097	638	638	638	638	1.020
1.020	638	638	638	638	1.097	1.097	638	638	638	638	1.020
10.206	6.379	6.379	6.379	6.379	10.971	10.971	6.379	6.379	6.379	6.379	10.206
8.165	5.103	5.103	5.103	5.103	8.777	8.777	5.103	5.103	5.103	5.103	8.165
20.412	12.758	12.758	12.758	12.758	21.943	21.943	12.758	12.758	12.758	12.758	20.412
jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
1.378	1.247	1.247	1.247	1.247	1.481	1.481	1.247	1.247	1.247	1.247	1.378
1.378	1.247	1.247	1.247	1.247	1.481	1.481	1.247	1.247	1.247	1.247	1.378
13.778	12.474	12.474	12.474	12.474	14.811	14.811	12.474	12.474	12.474	12.474	13.778
11.023	9.979	9.979	9.979	9.979	11.849	11.849	11.023	11.023	11.023	11.023	11.023
27.556	24.948	24.948	24.948	24.948	29.623	29.623	25.991	25.991	25.991	25.991	27.556

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53 Ventas en euros Escenario Optimista

VENDES		
ANY 1	ANY 2	ANY 3
3.459 €	4.670 €	7.848 €
10.376 €	14.009 €	23.545 €
172.935 €	233.463 €	392.428 €
193.687 €	261.478 €	454.127 €
380.456 €	513.619 €	877.949 €

Fuente: Elaboración Propia

En el escenario optimista, la mayoría de las ventas se encuentran en el intervalo de 15€ a 20€. También puede apreciarse una gran cantidad de unidades vendidas entre los 10€ y 15€. Al ser el escenario optimista se prevé que los clientes optarán por las opciones más caras, es por ello que los intervalos con números inferiores no tienen tanta relevancia e incluso se solapan. En este caso, de 5€ a 10€ y de 5€ o menos que se encuentra por debajo de la línea. Como puede observarse, la cifra de las ventas tiene un aumento de casi el 100% de año a año.

## Escenario Pesimista

### Gastos

En cuanto a los gastos en el escenario pesimista, estos no varían respecto a los primeros años de los escenarios realista/esperado e incluso del optimista. Esto es debido a que el coste de funcionamiento, junto al de contratación y creación de la App será exactamente el mismo para los 3 escenarios en el primer año. Los gastos se mantienen iguales a lo largo de los años en el pesimista ya que se dispone de poca capacidad para invertir.



Tabla 54 Previsión de gastos año 1 - Escenario Pesimista

ANY 1	TOTAL	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0												
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançaent	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0												
Marketing i Publicitat	24.197	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>32.189</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 55 Previsión de gastos año 2 - Escenario Pesimista

ANY 2	TOTAL	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0												
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançaent	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0												
Marketing i Publicitat	24.197	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>32.189</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 56 Previsión de gastos año 3 - Escenario Pesimista

ANY 3	TOTAL	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
Lloguers	7.200	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Rentings	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparacions	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Serveis professionals independents	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Transports	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primes d'assegurança	0												
Serveis Bancaris	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Despeses Finançaent	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altres serveis bancaris	0												
Marketing i Publicitat	24.197	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016	2.016
Subministraments	432	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Altres Serveis	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL SERVEIS EXTERIORS</b>	<b>32.189</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>	<b>2.682</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Ingresos

Tabla 57 Ingresos Escenario Pesimista

jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
529	473	473	473	473	615	615	473	473	473	473	529
1.235	1.103	1.103	1.103	1.103	1.434	1.434	1.103	1.103	1.103	1.103	1.235
882	788	788	788	788	1.024	1.024	788	788	788	788	882
882	788	788	788	788	1.024	1.024	788	788	788	788	882
<b>3.528</b>	<b>3.150</b>	<b>3.150</b>	<b>3.150</b>	<b>3.150</b>	<b>4.096</b>	<b>4.096</b>	<b>3.150</b>	<b>3.150</b>	<b>3.150</b>	<b>3.150</b>	<b>3.528</b>
jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
662	591	591	591	591	768	768	591	591	591	591	662
1.544	1.378	1.378	1.378	1.378	1.792	1.792	1.378	1.378	1.378	1.378	1.544
1.102	984	984	984	984	1.280	1.280	984	984	984	984	1.102
1.102	984	984	984	984	1.280	1.280	984	984	984	984	1.102
<b>4.410</b>	<b>3.938</b>	<b>3.938</b>	<b>3.938</b>	<b>3.938</b>	<b>5.119</b>	<b>5.119</b>	<b>3.938</b>	<b>3.938</b>	<b>3.938</b>	<b>3.938</b>	<b>4.410</b>

jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
860	768	768	768	768	998	998	768	768	768	768	860
2.007	1.792	1.792	1.792	1.792	2.329	2.329	1.792	1.792	1.792	1.792	2.007
1.433	1.280	1.280	1.280	1.280	1.664	1.664	1.280	1.280	1.280	1.280	1.433
1.433	1.280	1.280	1.280	1.280	1.664	1.664	1.280	1.280	1.280	1.280	1.433
5.733	5.119	5.119	5.119	5.119	6.655	6.655	5.119	5.119	5.119	5.119	5.733

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58 Ventas en euros Escenario Pesimista

VENDES		
ANY 1	ANY 2	ANY 3
3.034 €	3.792 €	4.930 €
21.236 €	26.544 €	34.506 €
25.280 €	31.600 €	41.078 €
35.392 €	44.240 €	57.509 €
84.941 €	106.176 €	138.022 €

Fuente: Elaboración Propia

En el escenario pesimista, la mayoría de las ventas se encuentran en el intervalo de 5€ a 10€. En el caso de los intervalos de 15€ a 20€ y 15€ a 10€ se puede ver que no tienen tanta relevancia. además de que se solapan entre sí. En el escenario pesimista se prevé que la mayoría de los consumidores, optará por videojuegos con los precios más baratos.

Es cierto que habrá un aumento en las ventas a medida que los años pasen y con las respectivas estacionalidades, pero el hecho que la mayor parte de las ventas se centre en los intervalos más bajos, provocará que The Indie Code no pueda hacer frente a los gastos.

[Ver en el gráfico](#)

## Resultados

### Escenario Optimista

En el caso del escenario optimista y como ocurría en los anteriores, en la cuenta de pérdidas y ganancias, las ventas aumentan proporcionalmente en los próximos años así como los gastos. Al ser el escenario optimista las ganancias superan de forma considerable las pérdidas. Es posible ver cómo los **resultados del ejercicio finales** son favorables para la ejecución y mantenimiento del proyecto además de que propicia a la inversión.

La variación de existencias sigue siendo la misma que en el escenario anterior, la empresa sigue operando con productos online. En el caso de los gastos financieros estos tampoco varían ya que no se dispondrá de un crédito bancario ni intereses a devolver.



Tabla 59 Resultados Escenario Optimista

Pèrdues i Guanys	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2024
Vendes	380.456	513.619	877.949
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	29.600	94.080
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(229.988)	(229.988)	(229.988)
Altres despeses d'exploració	(36.339)	(57.984)	(79.992)
Amortització de l'immobilitzat	(1.840)	(4.518)	(28.443)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	56.250	18.750	0
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>168.539</b>	<b>269.478</b>	<b>633.606</b>
Despeses financeres	0	0	0
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)</b>	<b>168.539</b>	<b>269.478</b>	<b>633.606</b>
Impost sobre beneficis	(25.281)	(40.422)	(190.082)
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>143.258</b>	<b>229.057</b>	<b>443.524</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Escenario Pesimista

En el caso del escenario pesimista, se puede observar que las ventas aumentan en los dos años siguientes al igual que en los escenarios anteriores. Pero en este caso, las pérdidas superan las ganancias de forma considerable en los 3 años y la empresa no podría hacer frente a los gastos a corto plazo. Para el año 2 las pérdidas aumentan respecto al año anterior mientras que en el último estas vuelven a bajar. En el caso de encontrarse con este escenario, al tener como resultado números muy poco favorables, The Indie Code no sería viable.

Tabla 60 Resultados Escenario Pesimista

Pèrdues i Guanys	30/06/2022	30/06/2023	30/06/2024
Vendes	84.941	106.176	138.022
Variació d'existències	0	0	0
Treballs realitzats per l'empresa per al seu actiu (I+D)	0	0	0
Aprovisionaments	0	0	0
Despeses de personal	(229.988)	(229.988)	(229.988)
Altres despeses d'exploració	(36.339)	(32.189)	(32.189)
Amortització de l'immobilitzat	(1.840)	(2.218)	(2.438)
Imputació de subvencions d'immobilitzat no financer i altres	56.250	18.750	0
<b>A) RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>(126.976)</b>	<b>(139.469)</b>	<b>(126.594)</b>
Despeses financeres	0	0	0
<b>B) RESULTAT FINANCER</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C) RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS (A+B)</b>	<b>(126.976)</b>	<b>(139.469)</b>	<b>(126.594)</b>
Impost sobre beneficis	19.046	20.920	18.989
<b>D) RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>(107.929)</b>	<b>(118.549)</b>	<b>(107.605)</b>

Fuente: Elaboración Propia

# Tesorería

## Escenario Realista o Esperado

Años

Tabla 61 Tesorería Año 1 - Escenario Realista o Esperado

	Jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	Jun-22
<b>Capital</b>	<b>51.500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	51.500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>75.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	75.000	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>18.837</b>	<b>14.490</b>	<b>14.490</b>	<b>14.490</b>	<b>14.490</b>	<b>20.577</b>	<b>20.577</b>	<b>14.490</b>	<b>14.490</b>	<b>14.490</b>	<b>14.490</b>	<b>18.837</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>3.956</b>	<b>3.043</b>	<b>3.043</b>	<b>3.043</b>	<b>3.043</b>	<b>4.321</b>	<b>4.321</b>	<b>3.043</b>	<b>3.043</b>	<b>3.043</b>	<b>3.043</b>	<b>3.956</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>74.293</b>	<b>17.533</b>	<b>17.533</b>	<b>92.533</b>	<b>17.533</b>	<b>24.898</b>	<b>24.898</b>	<b>17.533</b>	<b>17.533</b>	<b>17.533</b>	<b>17.533</b>	<b>22.793</b>
<b>Despeses de constitució</b>	<b>4.150</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Inversions</b>	<b>10.973</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>
Inversions immaterials	922	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Inversions materials	10.051	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>	<b>11.999</b>
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	0	3.134	6.267	3.401	0	0	3.401	0	0	3.401	0	0
SST	0	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	0	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres Leas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6.419</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.675</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.675</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>30.366</b>	<b>22.493</b>	<b>25.626</b>	<b>35.179</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>37.435</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>37.435</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>
<b>SALDO PERIODE</b>	<b>43.925</b>	<b>-4.960</b>	<b>-8.093</b>	<b>57.354</b>	<b>-1.826</b>	<b>5.540</b>	<b>-12.536</b>	<b>-1.826</b>	<b>-1.826</b>	<b>-19.902</b>	<b>-1.826</b>	<b>3.434</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>0</b>	<b>43.925</b>	<b>38.965</b>	<b>30.872</b>	<b>88.226</b>	<b>86.400</b>	<b>91.940</b>	<b>79.404</b>	<b>77.578</b>	<b>75.751</b>	<b>55.850</b>	<b>54.024</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>43.925</b>	<b>38.965</b>	<b>30.872</b>	<b>88.226</b>	<b>86.400</b>	<b>91.940</b>	<b>79.404</b>	<b>77.578</b>	<b>75.751</b>	<b>55.850</b>	<b>54.024</b>	<b>57.458</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 62 Tesorería Año 2 - Escenario Realista o Esperado

	Jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	Jun-23
<b>Capital</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	0	0	0	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socios	0	0	0	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>24.487</b>	<b>18.837</b>	<b>18.837</b>	<b>18.837</b>	<b>18.837</b>	<b>26.749</b>	<b>26.749</b>	<b>18.837</b>	<b>18.837</b>	<b>18.837</b>	<b>18.837</b>	<b>24.487</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>5.142</b>	<b>3.956</b>	<b>3.956</b>	<b>3.956</b>	<b>3.956</b>	<b>5.617</b>	<b>5.617</b>	<b>3.956</b>	<b>3.956</b>	<b>3.956</b>	<b>3.956</b>	<b>5.142</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>29.630</b>	<b>22.793</b>	<b>22.793</b>	<b>32.793</b>	<b>22.793</b>	<b>32.366</b>	<b>32.366</b>	<b>22.793</b>	<b>22.793</b>	<b>22.793</b>	<b>22.793</b>	<b>29.630</b>
<b>Despeses de constitució</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>	<b>837</b>
<b>Inversions</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
Inversions immaterials	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversions materials	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>	<b>3.311</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	3.401	0	0	3.401	0	0	3.401	0	0	3.401	0	0
SST	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres Leas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>8.309</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.894</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11.369</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11.369</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.012</b>	<b>0</b>	<b>337</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>675</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>37.890</b>	<b>20.180</b>	<b>20.180</b>	<b>41.487</b>	<b>20.180</b>	<b>20.518</b>	<b>40.950</b>	<b>20.180</b>	<b>20.180</b>	<b>41.625</b>	<b>20.180</b>	<b>20.180</b>
<b>SALDO PERIODE</b>	<b>-8.261</b>	<b>2.613</b>	<b>2.613</b>	<b>-8.695</b>	<b>2.613</b>	<b>11.849</b>	<b>-8.584</b>	<b>2.613</b>	<b>2.613</b>	<b>#####</b>	<b>2.613</b>	<b>9.449</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>57.458</b>	<b>49.197</b>	<b>51.810</b>	<b>54.422</b>	<b>45.728</b>	<b>48.340</b>	<b>60.189</b>	<b>51.605</b>	<b>54.218</b>	<b>56.831</b>	<b>37.999</b>	<b>40.611</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>49.197</b>	<b>51.810</b>	<b>54.422</b>	<b>45.728</b>	<b>48.340</b>	<b>60.189</b>	<b>51.605</b>	<b>54.218</b>	<b>56.831</b>	<b>37.999</b>	<b>40.611</b>	<b>50.061</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63 Tesorería Año 3 - Escenario Realista o Esperado

	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
<b>Capital</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>34.284</b>	<b>26.372</b>	<b>26.372</b>	<b>26.372</b>	<b>26.372</b>	<b>37.447</b>	<b>37.447</b>	<b>26.372</b>	<b>26.372</b>	<b>26.372</b>	<b>26.372</b>	<b>34.284</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>7.200</b>	<b>5.538</b>	<b>5.538</b>	<b>5.538</b>	<b>5.538</b>	<b>7.864</b>	<b>7.864</b>	<b>5.538</b>	<b>5.538</b>	<b>5.538</b>	<b>5.538</b>	<b>7.200</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>41.484</b>	<b>31.910</b>	<b>31.910</b>	<b>31.910</b>	<b>31.910</b>	<b>45.310</b>	<b>45.310</b>	<b>31.910</b>	<b>31.910</b>	<b>31.910</b>	<b>31.910</b>	<b>41.484</b>
<b>Despeses de constituició</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>15.357</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>	<b>5.677</b>
<b>Inversions</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>	<b>801</b>
Inversions immaterials	4.876	4.876	4.876	4.876	4.876	14.556	4.876	4.876	4.876	4.876	4.876	4.876
Inversions materials	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>	<b>3.377</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939
IRPF	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres Leas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>10.894</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13.562</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12.546</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14.226</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6.162</b>	<b>0</b>	<b>2.054</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4.108</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>45.381</b>	<b>25.086</b>	<b>25.086</b>	<b>54.211</b>	<b>25.086</b>	<b>36.820</b>	<b>47.033</b>	<b>25.086</b>	<b>25.086</b>	<b>52.821</b>	<b>25.086</b>	<b>25.086</b>
<b>SALDO PERIODE</b>	<b>-3.897</b>	<b>6.824</b>	<b>6.824</b>	<b>*****</b>	<b>6.824</b>	<b>8.490</b>	<b>-1.723</b>	<b>6.824</b>	<b>6.824</b>	<b>-20.911</b>	<b>6.824</b>	<b>16.397</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>50.061</b>	<b>46.163</b>	<b>52.987</b>	<b>59.811</b>	<b>37.510</b>	<b>44.334</b>	<b>52.824</b>	<b>51.102</b>	<b>57.926</b>	<b>64.749</b>	<b>43.839</b>	<b>50.663</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>46.163</b>	<b>52.987</b>	<b>59.811</b>	<b>37.510</b>	<b>44.334</b>	<b>52.824</b>	<b>51.102</b>	<b>57.926</b>	<b>64.749</b>	<b>43.839</b>	<b>50.663</b>	<b>67.060</b>

Fuente: Elaboración Propia

# Escenario Optimista

Años

Tabla 64 Tesorería Año 1 - Escenario Optimista

	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
<b>Capital</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	50.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>75.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	75.000	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>41.580</b>	<b>25.988</b>	<b>25.988</b>	<b>25.988</b>	<b>25.988</b>	<b>44.698</b>	<b>44.698</b>	<b>25.988</b>	<b>25.988</b>	<b>25.988</b>	<b>25.988</b>	<b>41.580</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>8.732</b>	<b>5.457</b>	<b>5.457</b>	<b>5.457</b>	<b>5.457</b>	<b>9.387</b>	<b>9.387</b>	<b>5.457</b>	<b>5.457</b>	<b>5.457</b>	<b>5.457</b>	<b>8.732</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>100.312</b>	<b>31.445</b>	<b>31.445</b>	<b>106.445</b>	<b>31.445</b>	<b>54.084</b>	<b>54.084</b>	<b>31.445</b>	<b>31.445</b>	<b>31.445</b>	<b>31.445</b>	<b>50.312</b>
<b>Despeses de constitució</b>	<b>4.150</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Inversions</b>	<b>10.973</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>
Inversions immaterials	922	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Inversions materials	10.051	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>11.999</b>	<b>19.166</b>	<b>22.299</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	0	3.134	6.267	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	0	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	0	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres Leas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16.024</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18.569</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18.569</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12.893</b>	<b>0</b>	<b>4.298</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.595</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>30.368</b>	<b>22.493</b>	<b>25.626</b>	<b>57.677</b>	<b>19.359</b>	<b>23.657</b>	<b>47.329</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>55.924</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>0</b>	<b>69.944</b>	<b>78.896</b>	<b>84.715</b>	<b>133.483</b>	<b>145.569</b>	<b>175.996</b>	<b>182.752</b>	<b>194.838</b>	<b>206.924</b>	<b>182.444</b>	<b>194.530</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>69.944</b>	<b>78.896</b>	<b>84.715</b>	<b>133.483</b>	<b>145.569</b>	<b>175.996</b>	<b>182.752</b>	<b>194.838</b>	<b>206.924</b>	<b>182.444</b>	<b>194.530</b>	<b>225.483</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65 Tesorería Año 2 - Escenario Optimista

	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
<b>Capital</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	10.000	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>56.134</b>	<b>35.083</b>	<b>35.083</b>	<b>35.083</b>	<b>35.083</b>	<b>60.342</b>	<b>60.342</b>	<b>35.083</b>	<b>35.083</b>	<b>35.083</b>	<b>35.083</b>	<b>56.134</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>11.788</b>	<b>7.367</b>	<b>7.367</b>	<b>7.367</b>	<b>7.367</b>	<b>12.672</b>	<b>12.672</b>	<b>7.367</b>	<b>7.367</b>	<b>7.367</b>	<b>7.367</b>	<b>11.788</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>67.922</b>	<b>42.451</b>	<b>42.451</b>	<b>52.451</b>	<b>42.451</b>	<b>73.014</b>	<b>73.014</b>	<b>42.451</b>	<b>42.451</b>	<b>42.451</b>	<b>42.451</b>	<b>67.922</b>
<b>Despeses de constitució</b>	<b>1.049</b>	<b>1.049</b>	<b>1.049</b>	<b>1.049</b>	<b>1.049</b>	<b>1.049</b>	<b>1.049</b>	<b>10.729</b>	<b>10.729</b>	<b>10.729</b>	<b>10.729</b>	<b>10.729</b>
Inversions	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013	1.013
Inversions materials	36	36	36	36	36	36	36	9.716	9.716	9.716	9.716	9.716
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fiances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>	<b>5.847</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>17.914</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22.933</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23.816</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20.456</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20.615</b>	<b>0</b>	<b>6.872</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13.743</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>50.243</b>	<b>22.928</b>	<b>22.928</b>	<b>75.876</b>	<b>22.928</b>	<b>29.800</b>	<b>56.145</b>	<b>32.608</b>	<b>32.608</b>	<b>76.209</b>	<b>32.608</b>	<b>32.608</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>225.483</b>	<b>243.162</b>	<b>262.685</b>	<b>282.208</b>	<b>258.782</b>	<b>278.305</b>	<b>321.519</b>	<b>338.389</b>	<b>348.231</b>	<b>358.074</b>	<b>324.316</b>	<b>334.159</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>243.162</b>	<b>262.685</b>	<b>282.208</b>	<b>258.782</b>	<b>278.305</b>	<b>321.519</b>	<b>338.389</b>	<b>348.231</b>	<b>358.074</b>	<b>324.316</b>	<b>334.159</b>	<b>369.473</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 66 Tesorería Año 3 - Escenario Optimista

	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
<b>Capital</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>75.780</b>	<b>68.607</b>	<b>68.607</b>	<b>68.607</b>	<b>68.607</b>	<b>81.462</b>	<b>81.462</b>	<b>72.259</b>	<b>72.259</b>	<b>72.259</b>	<b>72.259</b>	<b>75.780</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>15.914</b>	<b>14.407</b>	<b>14.407</b>	<b>14.407</b>	<b>14.407</b>	<b>17.107</b>	<b>17.107</b>	<b>15.174</b>	<b>15.174</b>	<b>15.174</b>	<b>15.174</b>	<b>15.914</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>91.694</b>	<b>83.014</b>	<b>83.014</b>	<b>83.014</b>	<b>83.014</b>	<b>98.570</b>	<b>98.570</b>	<b>87.433</b>	<b>87.433</b>	<b>87.433</b>	<b>87.433</b>	<b>91.694</b>
<b>Despeses de constitució</b>	<b>22.070</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>
<b>Inversions</b>	<b>22.070</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>	<b>18.440</b>
Inversions immaterials	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046	5.046
Inversions materials	17.025	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395	13.395
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fiances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>	<b>8.066</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>17.893</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30.298</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>32.121</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>33.655</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>39.917</b>	<b>0</b>	<b>13.306</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26.611</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>73.462</b>	<b>42.538</b>	<b>42.538</b>	<b>122.154</b>	<b>42.538</b>	<b>55.844</b>	<b>84.060</b>	<b>42.538</b>	<b>42.538</b>	<b>112.206</b>	<b>42.538</b>	<b>42.538</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>369.473</b>	<b>387.705</b>	<b>428.181</b>	<b>468.657</b>	<b>429.517</b>	<b>469.994</b>	<b>512.719</b>	<b>527.228</b>	<b>572.123</b>	<b>617.018</b>	<b>592.245</b>	<b>637.140</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>387.705</b>	<b>428.181</b>	<b>468.657</b>	<b>429.517</b>	<b>469.994</b>	<b>512.719</b>	<b>527.228</b>	<b>572.123</b>	<b>617.018</b>	<b>592.245</b>	<b>637.140</b>	<b>686.296</b>

Fuente: Elaboración Propia

El escenario optimista, es un apéndice del éxito que tendría la empresa si el escenario realista/esperado generará mejores cifras. Es decir, en este escenario, los saldos finales son más del doble que del esperado/realista teniendo en cuenta que la mayoría de los gastos son los mismos. Además, el escenario optimista tiene en cuenta las múltiples inversiones que se realizan. Por ejemplo, inversiones en gestor de incidencias, en construcciones a amortizar, cámaras web, etc.

Al igual que el escenario realista/esperado, en este, los gastos están muy lejos de superar las ganancias.

# Escenario Pesimista

Años

Tabla 67 Tesorería Año 1 - Escenario Pesimista

	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	ene-22	feb-22	mar-22	abr-22	may-22	jun-22
<b>Capital</b>	<b>50.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	50.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>75.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	75.000	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>7.409</b>	<b>6.615</b>	<b>6.615</b>	<b>6.615</b>	<b>6.615</b>	<b>8.602</b>	<b>8.602</b>	<b>6.615</b>	<b>6.615</b>	<b>6.615</b>	<b>6.615</b>	<b>7.409</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>1.556</b>	<b>1.389</b>	<b>1.389</b>	<b>1.389</b>	<b>1.389</b>	<b>1.806</b>	<b>1.806</b>	<b>1.389</b>	<b>1.389</b>	<b>1.389</b>	<b>1.389</b>	<b>1.556</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>58.965</b>	<b>8.004</b>	<b>8.004</b>	<b>83.004</b>	<b>8.004</b>	<b>10.408</b>	<b>10.408</b>	<b>8.004</b>	<b>8.004</b>	<b>8.004</b>	<b>8.004</b>	<b>8.965</b>
<b>Despeses de constitució</b>	<b>4.150</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Inversions</b>	<b>10.973</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>
Inversions immaterials	322	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Inversions materials	10.051	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>11.999</b>	<b>19.166</b>	<b>22.299</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	0	3.134	6.267	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	0	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	0	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres Leas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>712</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.852</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.852</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>30.368</b>	<b>22.493</b>	<b>25.626</b>	<b>29.471</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>31.612</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>31.612</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>0</b>	<b>28.597</b>	<b>14.109</b>	<b>-3.513</b>	<b>50.019</b>	<b>38.665</b>	<b>29.713</b>	<b>8.509</b>	<b>-2.846</b>	<b>-14.200</b>	<b>-37.808</b>	<b>-49.163</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>28.597</b>	<b>14.109</b>	<b>-3.513</b>	<b>50.019</b>	<b>38.665</b>	<b>29.713</b>	<b>8.509</b>	<b>-2.846</b>	<b>-14.200</b>	<b>-37.808</b>	<b>-49.163</b>	<b>-59.557</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 68 Tesorería Año 2 - Escenario Pesimista

	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23
<b>Capital</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	<b>9.261</b>	<b>8.269</b>	<b>8.269</b>	<b>8.269</b>	<b>8.269</b>	<b>10.751</b>	<b>10.751</b>	<b>8.269</b>	<b>8.269</b>	<b>8.269</b>	<b>8.269</b>	<b>9.261</b>
<b>IVA Vendes</b>	<b>1.945</b>	<b>1.737</b>	<b>1.737</b>	<b>1.737</b>	<b>1.737</b>	<b>2.258</b>	<b>2.258</b>	<b>1.737</b>	<b>1.737</b>	<b>1.737</b>	<b>1.737</b>	<b>1.945</b>
<b>IVA a cobrar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	<b>11.206</b>	<b>10.006</b>	<b>10.006</b>	<b>10.006</b>	<b>10.006</b>	<b>13.009</b>	<b>13.009</b>	<b>10.006</b>	<b>10.006</b>	<b>10.006</b>	<b>10.006</b>	<b>11.206</b>
<b>Despeses de constituïció</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>	<b>81</b>
<b>Inversions</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>45</b>
Inversions immaterials	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Inversions materials	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA Compres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Serveis exteriors</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>	<b>3.246</b>
<b>Despeses de personal</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>	<b>25.433</b>	<b>16.032</b>	<b>16.032</b>
Salari NET	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939	11.939
IRPF	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Despeses financeres Leas</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IVA a pagar</b>	<b>2.602</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3.686</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3.999</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3.999</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pag a compte IS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>IS Empreses</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	<b>31.362</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>32.445</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>32.758</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>	<b>32.758</b>	<b>19.359</b>	<b>19.359</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>-59.557</b>	<b>-79.713</b>	<b>-89.067</b>	<b>-98.420</b>	<b>-120.860</b>	<b>-130.213</b>	<b>-136.564</b>	<b>-156.313</b>	<b>-165.667</b>	<b>-175.020</b>	<b>-197.772</b>	<b>-207.126</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>-79.713</b>	<b>-89.067</b>	<b>-98.420</b>	<b>-120.860</b>	<b>-130.213</b>	<b>-136.564</b>	<b>-156.313</b>	<b>-165.667</b>	<b>-175.020</b>	<b>-197.772</b>	<b>-207.126</b>	<b>-215.279</b>

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 69 Tesorería Año 3 - Escenario Pesimista

	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
<b>Capital</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima Emisió	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportacions de Socis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capitalització	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subvencions	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Vendes</b>	12.039	10.749	10.749	10.749	10.749	13.975	13.975	10.749	10.749	10.749	10.749	12.039
<b>IVA Vendes</b>	2.528	2.257	2.257	2.257	2.257	2.935	2.935	2.257	2.257	2.257	2.257	2.528
<b>IVA a cobrar</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>ENTRADES DE CAPITAL</b>	14.567	13.007	13.007	13.007	13.007	16.909	16.909	13.007	13.007	13.007	13.007	14.567
<b>Despeses de constitució</b>												
<b>Inversions</b>	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
Inversions immaterials	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Inversions materials	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Finances a llarg Termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dipòsits a llarg termini	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Finançament</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstecs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Compres</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>IVA Compres</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Serveis exteriors</b>	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246	3.246
<b>Despeses de personal</b>	25.433	16.032	16.032	25.433	16.032	16.032	25.433	16.032	16.032	25.433	16.032	16.032
Salari NET	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999	11.999
IRPF	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0	9.401	0	0
SST	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236	1.236
SSE	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797	2.797
<b>Despeses financeres</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Despeses financeres Leas</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>IVA a pagar</b>	3.686	0	0	5.311	0	0	5.717	0	0	5.717	0	0
<b>Pag a compte IS</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>IS Empreses</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>SORTIDES DE CAPITAL</b>	32.445	19.359	19.359	34.070	19.359	19.359	34.477	19.359	19.359	34.477	19.359	19.359
<b>SALDO INICIAL</b>	-215.279	-233.158	-239.510	-245.862	-266.926	-273.278	-275.728	-293.295	-299.647	-306.000	-327.470	-333.822
<b>SALDO FINAL</b>	-233.158	-239.510	-245.862	-266.926	-273.278	-275.728	-293.295	-299.647	-306.000	-327.470	-333.822	-338.614

Fuente: Elaboración Propia

A diferencia del escenario realista/esperado u optimista, el pesimista muestra como el saldo final mensual aumenta muy lentamente, aproximadamente un 5%. Otra diferencia del escenario pesimista al de los otros es que, en éste, no se ha invertido en I+D+I por el hecho de que no se tienen suficientes fondos. Además, las ventas realizadas son inferiores a los otros escenarios.

En las ratios financieras se podrá ver el líquido de la empresa y si, con lo que genera, se pueden pagar los gastos a corto plazo.

Las salidas de capital superan con creces a las entradas es por eso que el saldo final es negativo. En este caso, el proyecto no se podría mantener ni poner en marcha.

## Viabilidad del proyecto

### Escenario Optimista

Tabla 70 Fondo de Maniobra - Escenario Optimista

<b>FONS DE MANIOBRA</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Actiu corrent	227.215	378.103	700.096
Passiu corrent	23.679	30.556	159.229
<b>FONS DE MANIOBRA</b>	<b>203.536</b>	<b>347.548</b>	<b>540.868</b>

Fuente: Elaboración Propia

En este escenario, se puede observar, al igual que en el realista, un incremento a lo largo de los años pero a diferencia del anterior, los números son superiores. En este caso, la empresa tiene líquido necesario para el desempeño de sus actividades a corto plazo. Aunque el resultado del realista es positivo, aquí hay mucho más margen para pagar deudas e imprevistos a corto plazo. Se podría invertir más.

Tabla 71 Rendimiento de la inversión - Escenario Optimista

<b>RENDIMENT DE LA INVERSIÓ</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Inversió	13.956	80.005	279.961
BAI	168.539	269.478	633.606
<b>RENDIMENT DE LA INVERSIÓ</b>	<b>1208%</b>	<b>337%</b>	<b>226%</b>

Fuente: Elaboración Propia

El rendimiento de la inversión disminuye para los años siguientes y sobretodo en este tipo de escenario. Significa que lo que se invierte no genera la rentabilidad en beneficios que se espera. Sin embargo, los porcentajes son altos y, aunque desciendan puede apreciarse como la rentabilidad es elevada.

Tabla 72 Rendimiento de los fondos - Escenario Optimista

<b>RENDIMENT DELS FONS</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Vendes	380.456	513.619	877.949
BAI	168.539	269.478	633.606
<b>Rendiment dels fons</b>	<b>80%</b>	<b>110%</b>	<b>259%</b>

Fuente: Elaboración Propia

De la misma forma que en el escenario anterior, el rendimiento de los fondos sigue teniendo números positivos y estos aumentan en los tres años lo que significa que el rendimiento de las ventas provoca que los beneficios antes de impuestos sean elevados.

Tabla 73 TIR - Escenario Optimista

<b>TIR</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Inversió	13.956	80.005	279.961
Cash-flow	225.483	143.990	316.823
	-373.922	225.483	316.823
<b>TIR</b>	<b>61%</b>		

Fuente: Elaboración Propia

El TIR del escenario nos indica que el proyecto es rentable. De hecho, es casi el doble de rentable que el del escenario realista. Es lógico.

Tabla 74 EBITDA - Escenario Optimista

<b>EBITDA</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
<b>BAI</b>	<b>168.539</b>	<b>269.478</b>	<b>633.606</b>
Intereses	0	0	0
<b>BAII</b>	<b>168.539</b>	<b>269.478</b>	<b>633.606</b>
Amortitzacions	1.840	4.518	28.443
<b>EBITDA</b>	<b>170.379</b>	<b>273.997</b>	<b>662.049</b>

Fuente: Elaboración Propia

El ebitda nos indica la capacidad por parte de la empresa de generar beneficios. Desde el primer año, la empresa posee una bastante capacidad para generar cifras positivas.

Tabla 75 VAN - Escenario Optimista

<b>VAN</b>			
	<b>ANY 1</b>	<b>ANY 2</b>	<b>ANY 3</b>
Any	1	2	3
Cash-flow	225.483	143.990	316.823
Taxa actualització	2,00%	2,00%	2,00%
Valor Actualitzat	221.062	138.399	298.549
<b>VAN</b>	<b>1.448.439</b>	<b>1.227.377</b>	<b>1.088.979</b>

Fuente: Elaboración Propia

Al tener un VAN superior a 0 y una TIR positiva hace que el proyecto sea viable en este escenario.

### Conclusión escenario Optimista

Una vez se han analizado las distintas ratios del escenario optimista, puede decirse que al igual que el escenario realista, el proyecto es totalmente viable. Como el escenario optimista es un apéndice lo bien que irían las cosas en el realista, es lógico que las cifras sean tan positivas y la viabilidad tan alta.

## Escenario Pesimista

Tabla 76 Fondo de maniobra - Escenario Pesimista

FONS DE MANIOBRA			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Actiu corrent	-57.825	-213.547	-336.882
Passiu corrent	8.367	9.451	11.076
<b>FONS DE MANIOBRA</b>	<b>-66.192</b>	<b>-222.998</b>	<b>-347.958</b>

Fuente: Elaboración Propia

Lo que el fondo de maniobra muestra en este escenario, es que no se podrán pagar deudas o imprevistos a corto plazo durante el transcurso de los tres años. Es por eso que si la empresa decidiera cerrar, debería dinero.

Tabla 77 Rendimiento de la inversión - Escenario Pesimista

RENDIMENT DE LA INVERSIÓ			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Inversió	13.956	805	805
BAI	-126.976	-139.469	-126.594
<b>RENDIMENT DE LA INVERSIÓ</b>	<b>-910%</b>	<b>-17329%</b>	<b>-15729%</b>

Fuente: Elaboración Propia

El rendimiento de la inversión durante los tres años es negativo, es decir, invirtiendo se pierde dinero. El motivo es que los beneficios antes de impuestos que se obtienen son negativos teniendo en cuenta la inversión que se hace.

Tabla 78 Rendimiento de los fondos - Escenario Pesimista

RENDIMENT DELS FONDS			
	ANY 1	ANY 2	ANY 3
Vendes	84.941	106.176	138.022
BAI	-126.976	-139.469	-126.594
<b>Rendiment dels fons</b>	<b>-60%</b>	<b>-57%</b>	<b>-48%</b>

Fuente: Elaboración Propia

El rendimiento de las ventas sobre los beneficios antes de impuestos que se obtienen, son negativos. El motivo son las pocas ventas que se realizan y los grandes gastos que se tienen. Aunque el rendimiento mejora, sigue siendo bastante negativo.

Tabla 79 TIR - Escenario Pesimista

<b>TIR</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Inversió	13.956	805	805	
Cash-flow	-59.557	-155.722	-123.335	
	-15.566	-59.557	-155.722	-123.335
<b>TIR</b>		<b>0%</b>		

Fuente: Elaboración Propia

Puede observarse como la TIR tiene una cifra de 0% debido a las grandes pérdidas y los pocos beneficios. El proyecto, no es rentable.

Tabla 80 EBITDA - Escenario Pesimista

<b>EBITDA</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
<b>BAI</b>	<b>-126.976</b>	<b>-139.469</b>	<b>-126.594</b>	
Intereses	0	0	0	
<b>BAII</b>	<b>-126.976</b>	<b>-139.469</b>	<b>-126.594</b>	
Amortitzacions	1.840	2.218	2.438	
<b>EBITDA</b>	<b>-125.136</b>	<b>-137.251</b>	<b>-124.155</b>	

Fuente: Elaboración Propia

En este caso, se pueden observar números negativos en los tres primeros años, esto es debido a que el desempeño en la previsión de ventas expuesta anteriormente proporcionaba números negativos que influyen de forma clave en el EBITDA. La empresa no tiene capacidad para generar beneficios.

Tabla 81 VAN - Escenario Pesimista

<b>VAN</b>				
	ANY 1	ANY 2	ANY 3	
Any	1	2	3	
Cash-flow	-59.557	-155.722	-123.335	
Taxa actualització	2,00%	2,00%	2,00%	
Valor Actualitzat	-58.389	-149.675	-116.221	
<b>VAN</b>	<b>-540.943</b>	<b>-482.554</b>	<b>-332.879</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Como se ha comentado en la TIR, concretamente de un 0% y un VAN muy por debajo de 0 el proyecto en cifras absolutas no es rentable en este escenario y The Indie Code no podría poner en marcha su negocio digital.

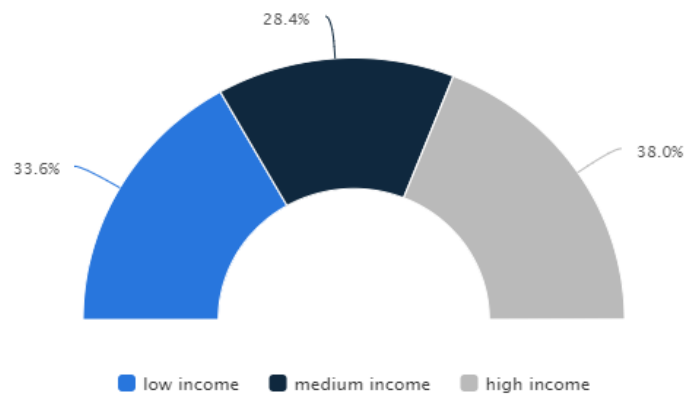
## Conclusión escenario Pesimista

El escenario pesimista provoca grandes pérdidas para la empresa en los tres años lo que provocaría grandes dificultades para poder llevar a cabo el negocio.

La empresa no se puede arriesgar a operar con este escenario ya que, al basarse en previsiones, puede que los números varíen tanto de forma positiva como negativa y, la fiabilidad, es bastante baja. Es por ello que el escenario pesimista no sería una opción rentable.

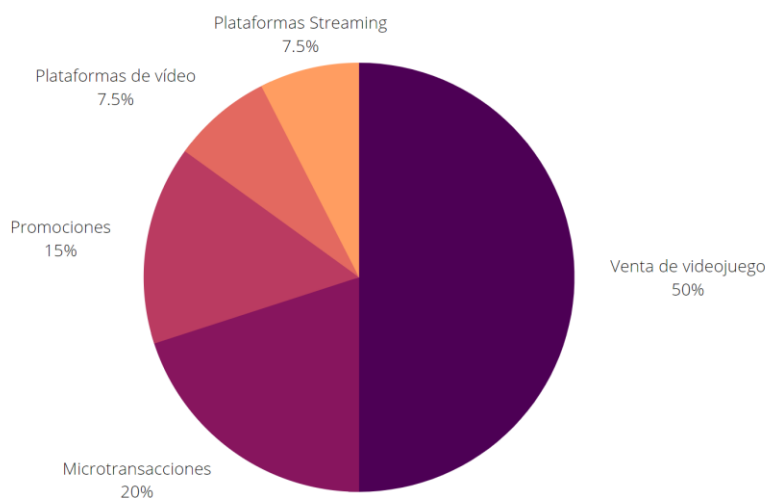
## Gráficos

Gráfico 11 Ingresos población consumidora de videojuegos en España



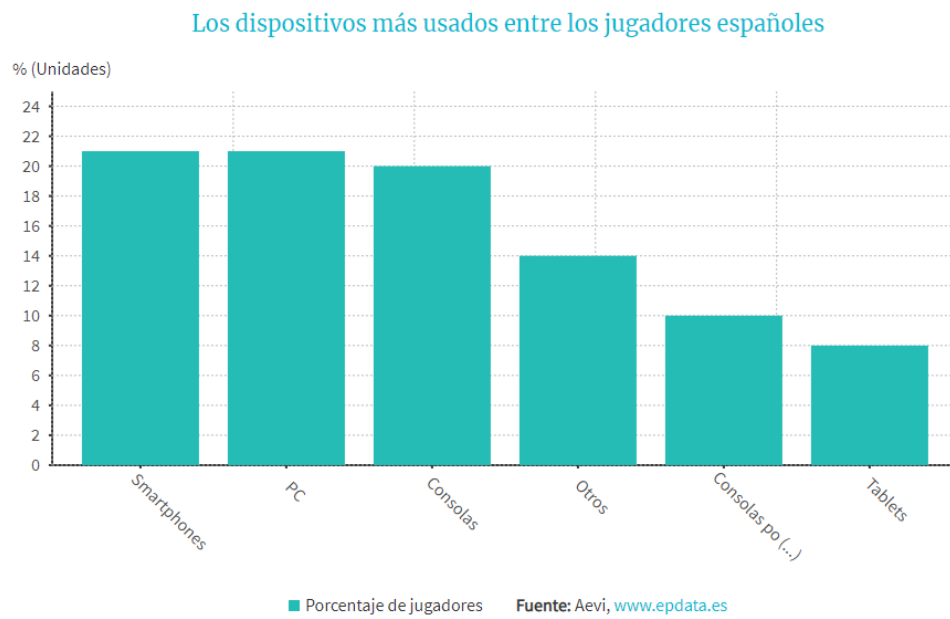
Fuente: Asociación Española de Videojuegos

Gráfico 12 Fuentes de Beneficios



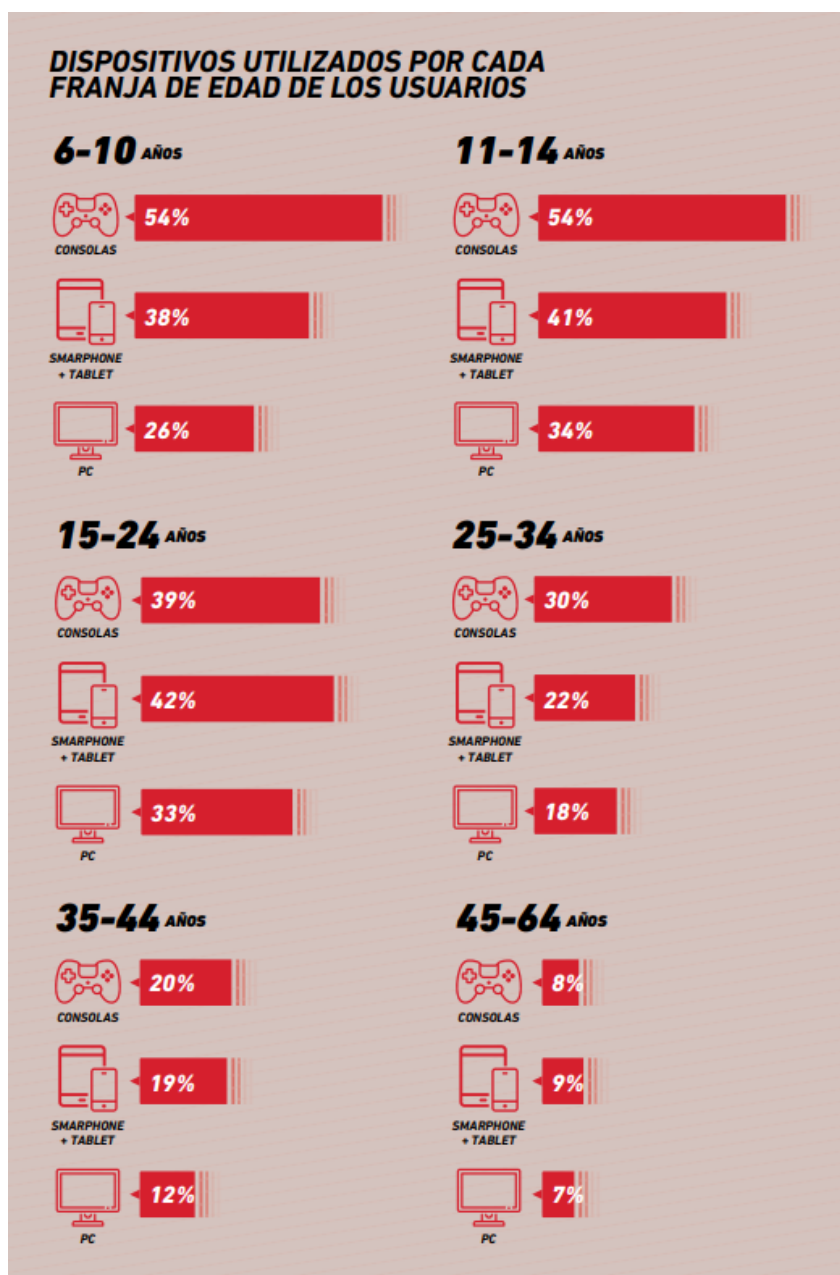
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 13 Dispositivos más usados entre gamers españoles 2020



Fuente: Asociación Española de videojuegos

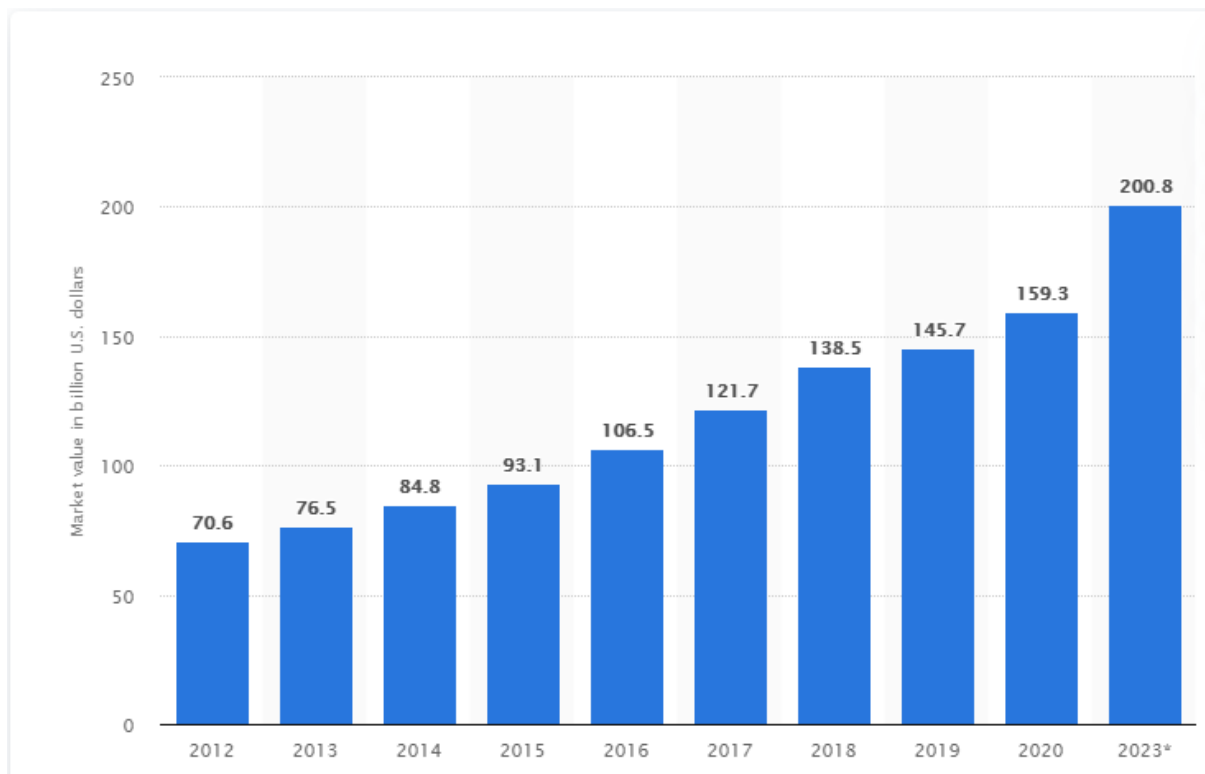
Gráfico 14 Dispositivos más utilizados según franja de edad España



Fuente: Asociación Española de Videojuegos

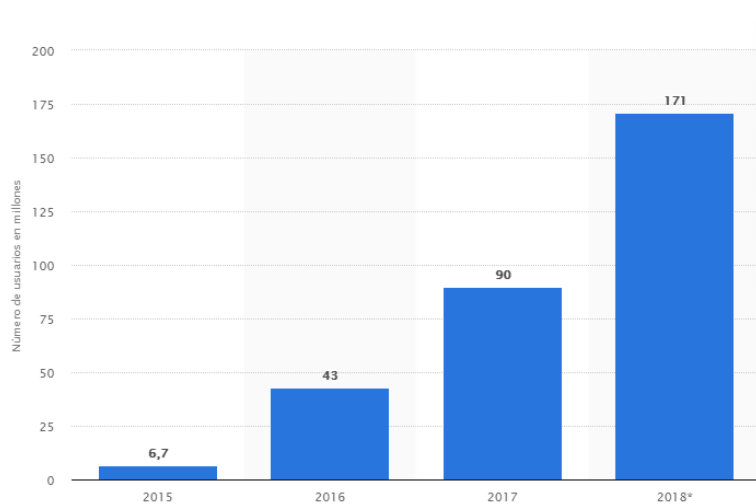


Gráfico 15 Video Game Market value worldwide 2012 - 2023



Fuente: Statista

Gráfico 16 Número de usuarios mundial Realidad Virtual de 2015 a 2018



Fuente: Statista

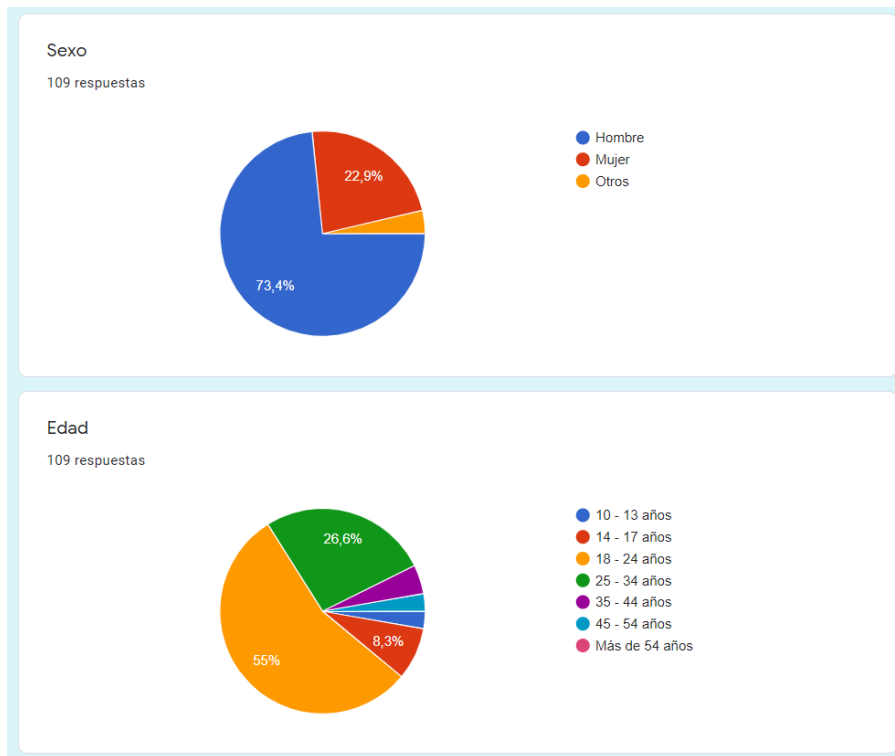
## Características y funciones de la plataforma

The Indie Code contará con:

- Parte social / Comunidad
  - Perfil de usuario
  - Lista de logros
  - Lista de amistades
  - Foro
  - Reviews
  - Recomendaciones
  - Promoción mediante Redes Sociales y Plataformas Streaming
- E - Commerce
  - Venta de videojuegos
  - Descarga de videojuegos
  - Promoción de los productos
  - Noticias
- Multiplataforma
  - Pc
  - Smartphones/Tablets
- Idiomas de la plataforma
  - Castellano
  - Inglés
- Desarrolladoras
  - Espacio personalizable
    - Precio mínimo - máximo
    - Promoción
    - Creación de packs
    - Foro con la comunidad

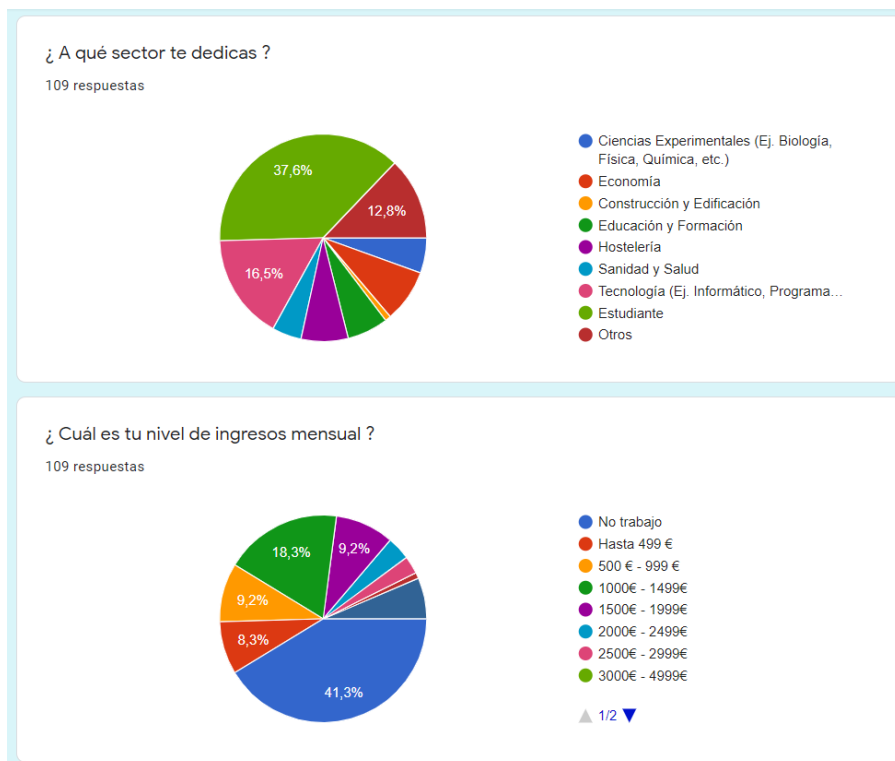
# Encuesta

Gráfico 17 Sexo y Edad



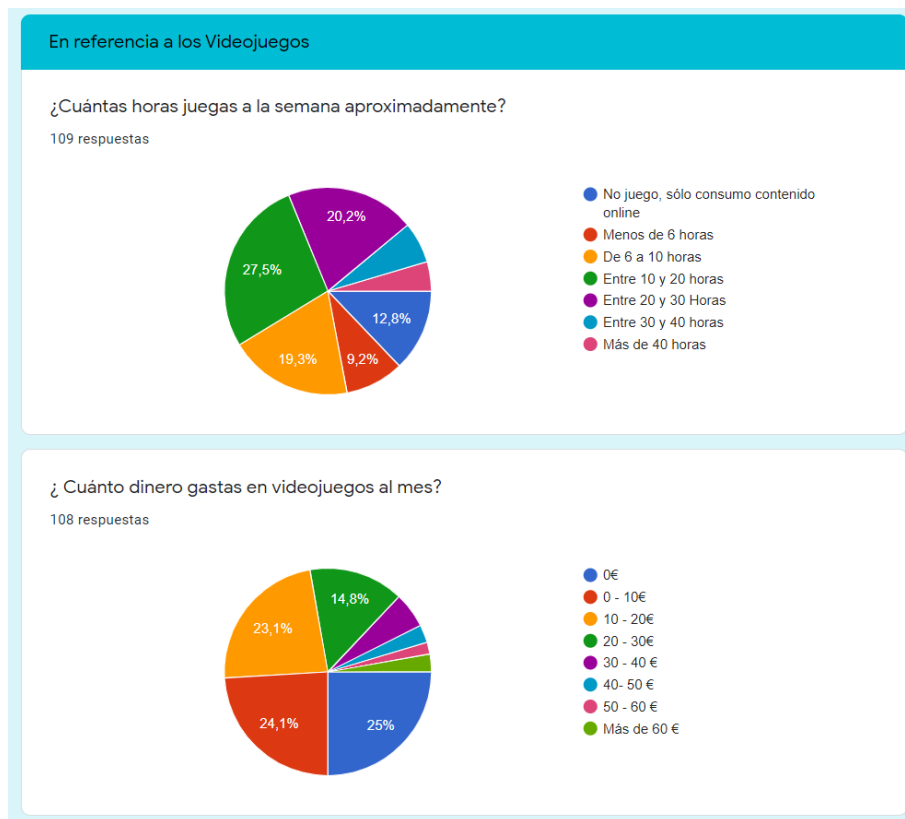
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 18 Sector y mensualidad



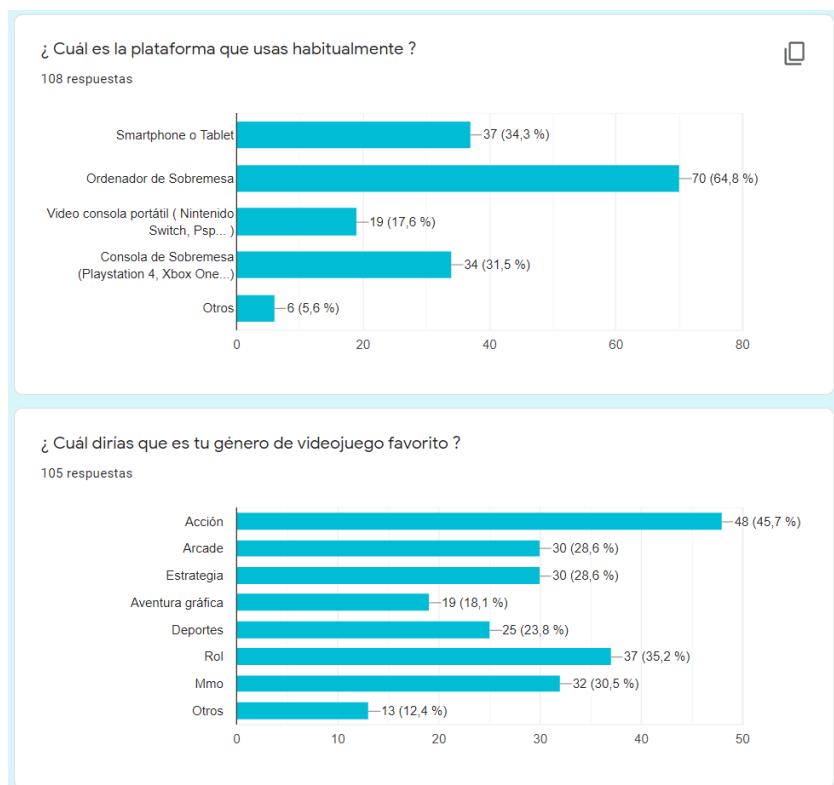
Fuente: Elaboración Propia

## Gráfico 19 Horas y Dinero Gastado



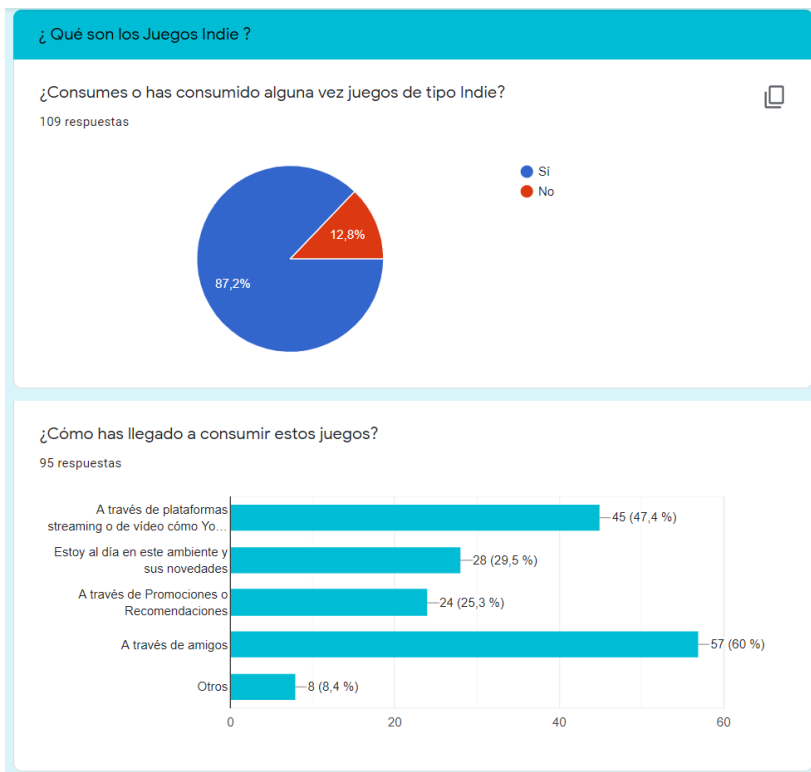
Fuente: Elaboración Propia

## Gráfico 20 Plataforma de uso y género favorito



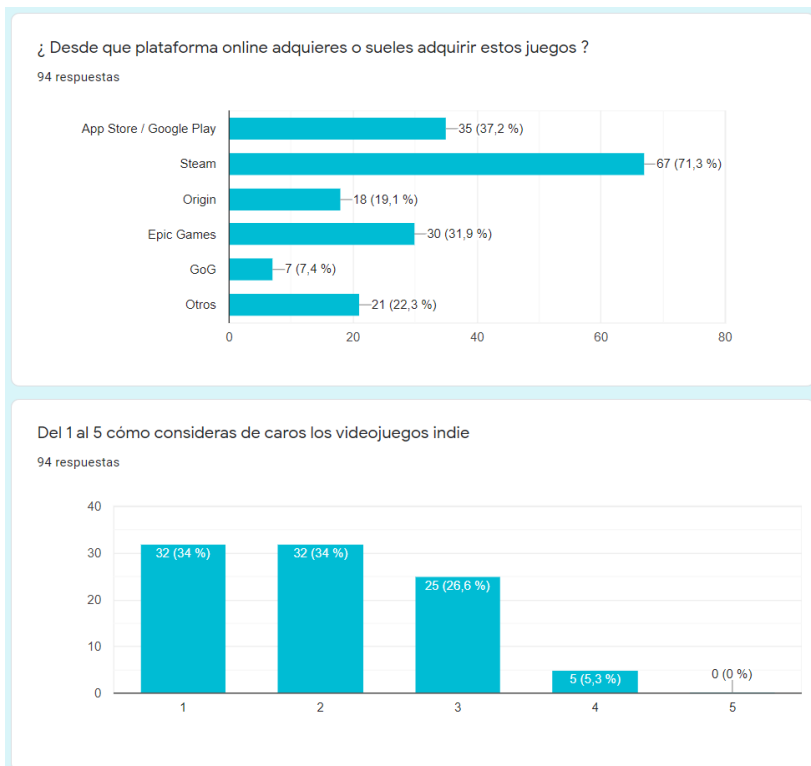
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 21 Consumo juegos indie



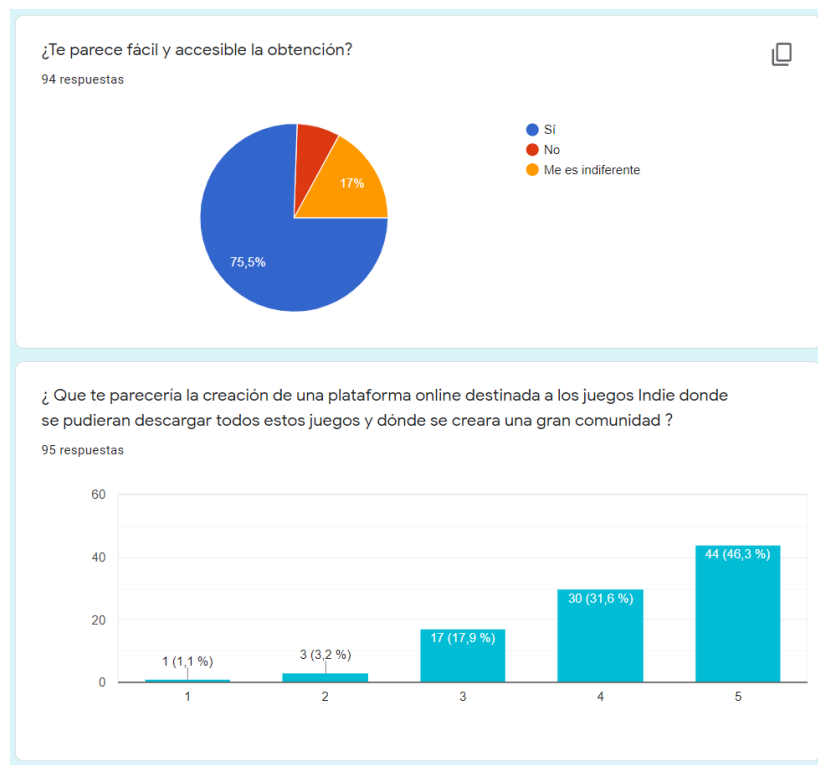
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 22 Plataforma de adquisición y Consideración de precio



Fuente: Elaboración Propia

### Gráfico 23 Obtención y Plataforma digital



Fuente: *Elaboración Propia*