



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

**PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO
DE UN PROYECTO EMPRESARIAL
BAILÉN MOVIE**

Sara Navío Carmona

Abril, 2016

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	4
1.1.- Abstract	4
1.2.- La idea de negocio	5
1.3.- Forma jurídica	5
1.4.- Nombre de la empresa.....	5
2.- PROMOTORES.....	6
2.1.- Identificación de los emprendedores.....	6
2.2.- División de poder	6
3.- ANÁLISIS EXTERNO	6
3.1.- Entorno económico	6
3.2.- Factores legales	9
3.3.- Factores demográficos	11
3.4.- Factores sociológicos	11
3.5.- Factores tecnológicos.....	12
4.- ANÁLISIS INTERNO	12
4.1.- Análisis del sector	13
4.2.- Proveedores	14
4.3.- Clientes.....	15
4.4.- Competencia.....	16
5.- ANÁLISIS DAFO	17
6.- INVESTIGACIÓN COMERCIAL	18
6.1.- Cuestionario	18
7.- SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CONSUMIDORES	20
8.- PLAN DE MARKETING.....	21

8.1.- Producto y/o servicio.....	21
8.2.- Publicidad.....	22
8.3.- Promociones.....	23
8.4.- Atención al cliente.....	23
8.5.- Relaciones públicas.....	24
8.6.- Merchandasing.....	24
8.7.- Estrategia de marketing.....	25
9.-INSTALACIONES Y UBICACIÓN	25
9.1.- Instalaciones.....	25
9.2.- Imágenes de la empresa.....	28
9.3.- Plano.....	29
9.4.- Localización.....	29
10.- ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	30
10.1.- Elementos de la estructura organizativa.....	30
10.2.- Organigrama.....	31
10.2.1.- Descripción del organigrama.....	31
10.2.2.- Reparto de tareas y trabajadores.....	32
10.3.- Horario de personal.....	33
10.4.- Registro de tiempo diario de los empleados.....	34
10.5.- Turnos del personal.....	35
11. IMAGEN DE LA EMPRESA	36
11.1.- Logotipo.....	36
11.2.- Calendario.....	36
11.3.- Uniformes.....	37
12.- PLAN DE VIABILIDAD.....	38

12.1.- Plan de inversión	38
12.1.1- Activo	38
12.1.2.- Cuadro de amortización	40
12.2.- Plan de financiación	41
12.2.1.- Patrimonio Neto y Pasivo.....	41
12.2.2.- Subvención de capital.....	42
12.2.3.- Cuadro de amortización del préstamo	42
12.3.- Plan operativo.....	44
12.3.1.- Seguridad Social a cargo de la empresa	44
12.3.2.- Estimación de ventas	48
12.3.3.- Cuadro de gastos	51
13.- BALANCE DE SITUACIÓN.....	52
14.- ANÁLISIS DE VIABILIDAD.....	52
14.1.- Ratios.....	52
14.2.- Fondo de maniobra.....	54
14.3.- Coeficiente básico de financiación.....	54
15.- BIBLIOGRAFÍA.....	55

1.- INTRODUCCIÓN.

El trabajo de fin de grado que voy a desarrollar consiste en la elaboración de una empresa ficticia. Esto lo llevaré a cabo mediante el estudio de diferentes análisis del sector, búsqueda y descripción de la tecnología relacionada con la empresa, así como, el estudio de viabilidad, entre otras cosas.

En primer lugar realizaré un estudio de análisis externo de la empresa, donde mostraré los distintos factores que afectan a esta área, como el entorno económico, los factores legales o los factores tecnológicos entre otros. Seguidamente ejecutaré el análisis interno, donde hablo de la competencia, los clientes o los proveedores. Estos apartados han necesitado de una gran búsqueda de información en distintas páginas oficiales, como la búsqueda de proveedores, datos necesarios en cifras para comprender el entorno económico o en el Boletín Oficial del Estado (BOE) para conocer los factores legales. Como finalización de estos análisis, interno y externo, explicaré el análisis DAFO de mi empresa, mostrando las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

La investigación comercial, la segmentación de la población o el plan de marketing, son elementos que nos muestran el producto/servicio, así como, la estrategia a seguir por la empresa y además nos enseñan una parte importante de la estructura de la compañía y de la tipología de los clientes.

Con la organización de la empresa quiero mostrar la estructura organizativa que se desea seguir y con la imagen de ésta pretendo que se pueda visualizar lo que sería el proyecto una vez finalizado.

Para concluir encontramos el apartado de viabilidad de este proyecto, donde veremos la estimación tanto de gastos como de ventas, el balance y el estudio de algunos ratios.

1.1.- Abstract

This Final Project will be the creation of a fictitious Company. For this, it will detail all information regarding the company, its environment, and we will make a series of studies or analysis to see the attractiveness that the idea will have, investment and funding necessary, the expected profitability and other important aspects.

With the study of the external and internal analysis our company will know the different aspects, direct and indirect, that may affect to it. This part ends with the analysis

called DAFO, in order to know the weaknesses, threats, strengths and opportunities that it can have and / or find the company.

The commercial investigation, the segmentation of the population or the marketing plan will show us the public who can include the company, the product / service or the strategy to developing.

To sump up, the plan of viability will expose different studies where we could see the estimation of revenue and expenditure, as well as, the study of different ratios.

1.2.- La idea de negocio

He tomado la decisión de instalar un cine en Bailén, lugar donde resido, puesto que no hay ninguno y los habitantes de la población tienen que desplazarse hasta un pueblo cercano para ir a ver una película. Pienso que tendrá una buena acogida puesto que desde hace un par de años, en los meses de verano, habilitan un espacio como cine de verano y tiene gran aceptación. También creo que será bueno para los ciudadanos, especialmente para los jóvenes, que no tendrán que desplazarse en la noche por carretera para ir a una sala de cine. Además de todo esto, es una actividad dirigida para casi todo el público, por lo que tiene más oportunidades de mercado. Aparte es una oportunidad para crear puestos de trabajo en un pueblo muy afectado por la crisis, lo que supondrá, una mejora en la calidad del pueblo y de sus vecinos.

1.3.- Forma jurídica

La idea es crear una sociedad limitada formada por tres personas. Puesto que el proyecto que tengo decidido es de gran envergadura. Pienso que la mejor decisión es compartir la responsabilidad de este negocio con otros socios, con capacidad y estudios suficientes como para desarrollar sus funciones dentro de la organización, de forma profesional y que permitan el buen funcionamiento de la misma.

1.4.- Nombre de la empresa

Por decisión de los socios hemos decidido ponerle el nombre de “Bailén Movie, S.L.”, porque nos parece un nombre divertido, juvenil, corto y fácil de memorizar. Además puede asociarse a nombres como Scary movie o Spanish movie, las cuales son películas de género cómico y, al pensar en ellas, creemos que la gente lo relacionará con el cine y con aspectos divertidos.

2.- PROMOTORES

2.1.- Identificación de los emprendedores

Como he mencionado anteriormente esta sociedad estaría compuesta por tres socios, uno sería una compañera de ADE graduada el año pasado, otro sería un compañero de colegio con formación profesional de electricidad y electrónica y con conocimientos de informática, que cuenta con amplia experiencia, y, por último estaría yo, estudiante de FICO y en pocos meses graduada. Así se completa esta sociedad.

2.2.-División de poder

Lo que pretendemos es dividir en tres las funciones de la empresa. El compañero con formación en electricidad y electrónica y conocimientos de informática, debido a sus capacidades, estaría encargado de la página web, las diferentes instalaciones, la reproducción de películas y el mantenimiento de los equipos. La compañera de ADE se haría responsable del área de productos agregados, como pueden ser palomitas y refrescos, típicos del cine, así como de los proveedores de estos artículos y el personal encargado de distribuir estos productos en nuestro cine. Yo estaría encargada de todo lo relacionado con las películas, las productoras, la taquilla, la promoción y el personal de esta área. En lo relativo a la documentación pertinente de la empresa, tanto mi compañera como yo, contamos con experiencia en trabajo de gestión, ya que ambas trabajamos durante un tiempo en la misma asesoría y, si fuera necesario, también contamos con el apoyo de ésta.

3.-ANÁLISIS EXTERNO

Con este análisis podemos estudiar el entorno en general, con el cual se ponen de manifiesto los factores indirectos que definen el contexto en el que la empresa desarrolla su actividad y que afectan a este plan de negocio.

3.1.-Entorno económico

En los últimos años el cine en España ha alcanzado cifras bastante considerables, tanto si hablamos en términos de recaudación como de personas que han acudido a las salas, concretamente en 2014, se llegó al punto de inflexión registrándose la cifra más alta de los últimos años obteniendo 518.176.130 € y un total de 87.988.991 espectadores, según informa el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). Esta repercusión se debe, ya no solo al cine hollywoodense, sino también al avance del cine

español que gracias a obras cinematográficas como, *Lo imposible*, *Ocho apellidos vascos* o *Palmeras en la nieve*, consiguen que las taquillas españolas lleguen a números hasta hace unos años insospechables.

Curiosamente en 2015 la película más taquillera fue española, la comedia *Ocho apellidos catalanes* fue la película con mayor recaudación en España, alcanzando la cifra de 32.093.594 euros, en un segundo lugar está la película de animación *Los minions* que llegó a recaudar 24.433.591 euros, y en un tercer puesto encontramos *Jurassic World*, con una cantidad de 22.219.960 euros y relegando a un sexto lugar a cintas tan esperadas como *Cincuenta sombras de Grey* con 19.791.214 euros. La información aquí expuesta se encuentra en el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA).

En la siguiente tabla podemos ver los datos expuestos en el párrafo anterior.

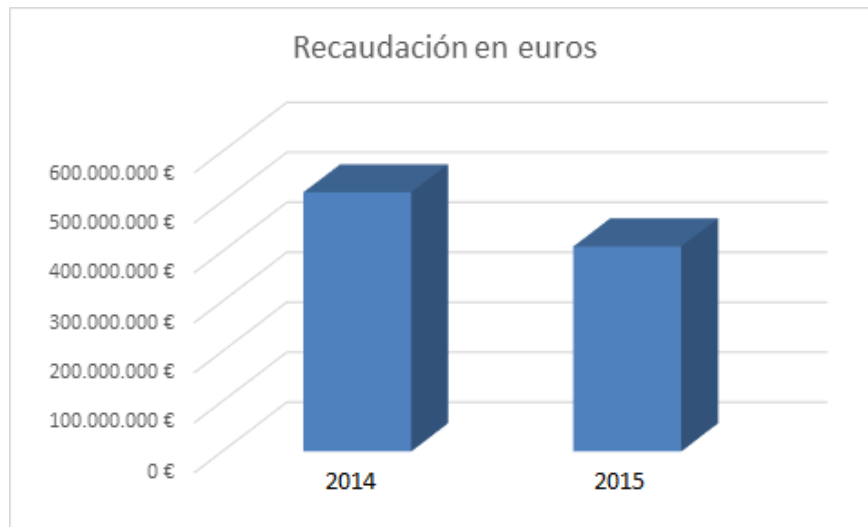
Tabla 1 Largometrajes con mayor recaudación de 2015

RANK*	TÍTULO	FECHA ESTRENO	RECAUDACIÓN 2015	ESPECTADORES 2015
1	Ocho apellidos catalanes	20/11/2015	32.093.594 €	5.134.311
2	Minions, Los	03/07/2015	24.433.591 €	4.321.250
3	Jurassic World	12/06/2015	22.219.960 €	3.607.874
4	Star Wars: El despertar de la fuerza	18/12/2015	22.101.956 €	3.352.435
5	Del Reves (Inside Out)	17/07/2015	21.732.854 €	3.831.769
6	Cincuenta sombras de Grey	13/02/2015	19.791.214 €	3.135.926

Elaboración de los datos contenidos en la publicación de carácter periódico del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) que recoge el balance anual de la cinematografía en España, en los ámbitos de producción, distribución, exhibición y comercialización, y que se encuentra disponible online: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/industria-cine/taquilla/historico-anos-anteriores.html>

El cine en 2015 disminuyó en términos económicos con respecto a 2014 en un 0,79%, aun así alcanzó cifras muy altas, solo el cine español aportó 123.003.278€, algo mayor fue la contribución del cine extranjero con 286.923.443€, consiguiendo así una recaudación total de 409.926.721€ euros.

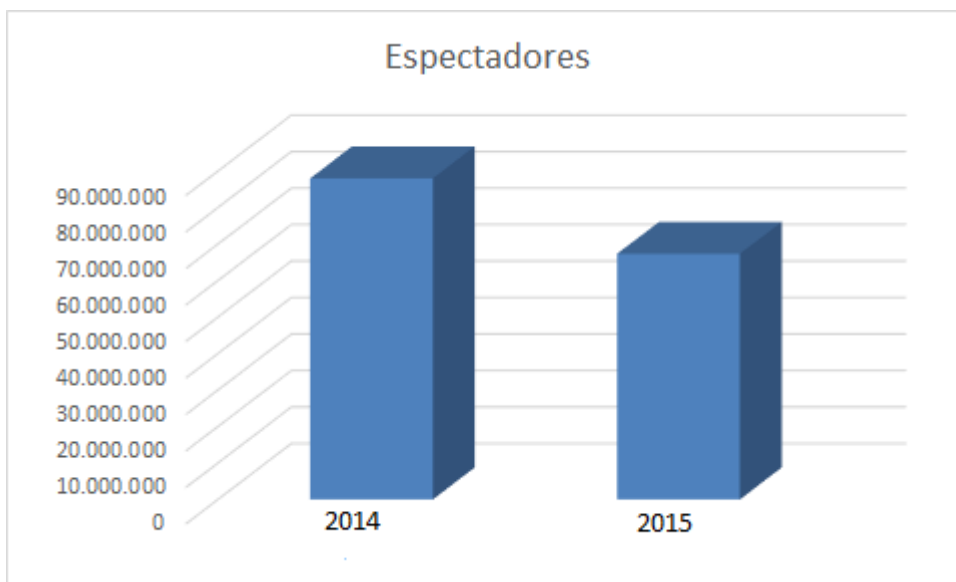
Gráfica 1 Recaudación en euros.



Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la (ICCA)

En relación a los espectadores en 2015 comparado con 2014 se redujo en un 0,76%, entre largometrajes españoles y extranjeros, con 17.262.829 y 50.044.649 espectadores respectivamente, las salas de cine españolas llegaron a acoger un total de 67.307.478 espectadores.

Gráfica 2 Espectadores



Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la (ICCA)

3.2.-Factores legales

El preámbulo de la ley 55/2007 del 28 de diciembre, del Cine, por el Boletín Oficial del Estado (BOE) publicado el 29 de diciembre de 2007, establece un marco normativo basado en cuatro principios fundamentales: La definición y el apoyo a los sectores independientes que existen en nuestra cinematografía, tanto en el ámbito de la producción, como en los de distribución y exhibición. La creación de mecanismos que eviten los desequilibrios que actualmente existen en el mercado audiovisual. La adaptación de las nuevas tecnologías y formatos que se han ido introduciendo en este campo, con especial atención a cuanto suponen los inminentes procesos de digitalización. El respaldo a la creación y a los autores como fuente de origen de la relación que las obras tienen que mantener con sus destinatarios naturales, los ciudadanos.

La actividad cinematográfica y audiovisual conforma un sector estratégico de nuestra cultura y de nuestra economía. Como manifestación artística y expresión creativa, es un elemento básico de la entidad cultural de un país. Su contribución al avance tecnológico, al desarrollo económico y a la creación de empleo, junto a su aportación al mantenimiento de la diversidad cultural, son elementos suficientes para que el Estado establezca las medidas necesarias para su fomento y promoción, y determine los sistemas más convenientes para la conservación del patrimonio cinematográfico y su difusión dentro y fuera de nuestras fronteras. Todo ello considerando que la cultura audiovisual, de la que sin duda el cine constituye una parte fundamental, se halla presente en todos los ámbitos de la sociedad actual.

A continuación citaré los artículos, que dentro de esta ley, afectan directamente a la reproducción audiovisual y comentaré brevemente lo que viene a exponer cada uno de estos artículos.

Artículo 14. Normas generales

Nos informan que las empresas que realicen esta actividad podrán distribuir obras cinematográficas procedentes de cualquier país, en cualquier versión, doblada o subtitulada en las diferentes lenguas oficiales del Estado, todo ello, sin perjuicio de las competencias atribuidas al Ministerio de Economía y Hacienda en lo relativo a la importación de películas y con respeto a las reglas de la competencia, en particular en relación con los ingresos de taquilla.

Artículo 15. Normas generales

Dentro de este artículo encontramos varios apartados donde nos comentan que los titulares de salas de exhibición cinematográfica, antes de iniciar su actividad, deberán

dirigirse al Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales o al órgano competente correspondiente de la Comunidad Autónoma.

La regulación relativa al funcionamiento de las salas será la que reglamentariamente se establezca por los órganos competentes.

Queda prohibida la grabación de películas proyectadas en salas de exhibición cinematográfica u otros locales o recintos, incluso si la entrada es gratuita. Asimismo, los responsables de estas salas, locales o recintos velarán por evitar tales grabaciones, advirtiendo de su prohibición y pudiendo prohibir la introducción de cámaras o cualquier otro instrumento destinado a grabar imagen o sonido. Los responsables, comunicarán a los titulares de las obras cualquier intento de grabación de las mismas.

En los términos que se determinen reglamentariamente, las Administraciones Públicas que efectúen proyecciones cinematográficas gratuitas o con precio simbólico, no incluirán en su programación películas de una antigüedad inferior a 12 meses desde su estreno en salas de exhibición.

Las Administraciones estatal y autonómica, en el ámbito de sus respectivas competencias, podrán colaborar con las Administraciones locales en la creación de salas de titularidad municipal que promuevan el cine en sus diversas expresiones, siempre que en los municipios donde pretendan radicarse exista un déficit de salas de exhibición de titularidad privada.

Artículo 16. Control de asistencia y rendimientos de las obras cinematográficas

En este artículo también encontramos diversos apartados, en concreto tres, que vienen a decir que, los titulares de las salas cumplirán los procedimientos establecidos o que puedan establecerse de control de asistencia y declaración de rendimientos que permitan conocer con la mayor exactitud, rapidez y fiabilidad los ingresos que obtienen las películas. Dicho procedimiento será el que reglamentariamente se establezca por los órganos competentes. A los fines previstos en este artículo, se establecerán los mecanismos oportunos de colaboración entre el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales y los órganos correspondientes de las Comunidades Autónomas.

Artículo 18. Cuota de pantalla

Este es el último artículo que voy a citar y nos habla, dentro de sus largos apartados, de que las salas de exhibición están obligadas a proyectar dentro del año natural, al menos, un 25 por 100 de obras cinematográficas de Estados miembros de la Unión Europea. Para el

cumplimiento de la cuota de pantalla, con respecto al porcentaje mencionado anteriormente, se tendrán en cuenta aquellas sesiones en las que se proyectan: películas comunitarias, documentales comunitarios y programas de cortometrajes comunitarios de más de sesenta minutos. Todo esto se podrá ejecutar conjuntamente, computándose el total de sesiones proyectadas anualmente, si el complejo está formado por dos o más salas de exhibición.

Las películas producidas por las Administraciones Públicas, las publicitarias o de propaganda de partidos políticos, las calificadas como películas «X» y las que, por sentencia firme, fueran declaradas constitutivas de delito, no contabilizarán para el cumplimiento de esta obligación.

Transcurridos cinco años desde la plena entrada en vigor de esta Ley, el Ministerio de Cultura evaluará el impacto cultural, económico e industrial de la cuota de pantalla.

Jefatura del Estado (2007). Ley 55/2007, del 28 de diciembre, del Cine” Documento consolidado BOE-A-2007-22439. Disponible online: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22439>

3.3.-Factores demográficos

La demografía contiene las bases del estudio sobre población en distintos campos, como puede ser la cuantificación demográfica y la cualitativa, es decir, las cualidades en su estado laboral, su renta, su edad, etc. La ciudad de Bailén, cuenta con una población de 18.473 habitantes, este dato se obtiene de la página web oficial del Ayuntamiento de Bailén en el apartado de Economía y Censo (2016), y que se encuentra disponible online en <http://www.ayto-bailen.com/index.php/ayuntamiento65/economia>

Teniendo en cuenta esto y sabiendo que nuestra actividad va dirigida para todos los públicos, el número de habitantes es clave para valorar la viabilidad del proyecto, sin contar, con la parte de la población que para nosotros sería inactiva, como por ejemplo, los bebés o personas de la tercera edad. También sería útil conocer la población de pueblos vecinos, que al igual que nosotros, carecen de estas instalaciones y que, por proximidad, sus habitantes estarían dispuestos a venir a nuestras salas de cine en lugar de ir a otras. Este puede ser el caso de Baños de la Encina con 2.669 habitantes o Guarromán con 2.874 habitantes.

3.4.-Factores sociológicos

El último grito tecnológico en los cines es el 4DX, un nuevo sistema que estimula los cinco sentidos del espectador, de acuerdo con los datos ofrecidos por euronews (2015) y

disponible online <http://es.euronews.com/2015/02/02/4dx-el-ultimo-grito-tecnologico-en-las-salas-de-cine/>

El objetivo de las salas de cine 4DX es brindar a los espectadores una nueva forma de vivir las películas con la mayor inmersión posible. La estimulación no se limita a la vista y al oído sino que también se notará el movimiento, los aromas, el humo de las explosiones, el agua, etc.

Esta nueva tecnología desarrollada en Corea del Sur ya está presente en unas 150 salas de 30 países.

Los testimonios de los espectadores tras probar estas salas de cine dejan un muy buen sabor de boca, ya que lo describen como algo impresionante, con increíbles detalles, destacando que la butaca estuviera en movimiento o las sensaciones producidas por el agua y el humo. Todo esto lo califican como una experiencia que no puedes vivir en el sofá de tu casa o en un cine convencional.

3.5.-Factores tecnológicos

Referente a las últimas tecnologías en reproducción de salas de cine cabe destacar el formato 4K, que es la nueva resolución de video para cine digital.

El 4K significa un increíble nivel de detalle. Una imagen de este tipo proyectada en una pantalla de cine contiene 4096×2160 píxeles o, en lenguaje llano, puntos diminutos, según www.sony.es.

Con esta calidad de reproducción de imagen tan nítida se elimina por completo el pixelado, que es inapreciable incluso para los espectadores que ocupan las primeras filas de la sala.

SONY (2015) disponible online: <http://www.sony.es/pro/article/digital-cinema-what-is-4k>

4.-ANÁLISIS INTERNO

A continuación se va a definir el mercado en el que vamos a establecer nuestra empresa. Para ello, se determinará la tecnología utilizada para satisfacer la función básica de la empresa. Los proveedores, los diferentes grupos de clientes y la competencia.

4.1.-Análisis del sector

Las salas de cine podrán acoger un aforo de 500 espectadores. Este cine estará ubicado en el local del antiguo cine de Bailén, que en estos momentos se encuentra cerrado. Las salas de cine estarían situadas en el centro del pueblo junto a la plaza del Ayuntamiento, así la gente que se desplace en coche podrá disfrutar del parking ubicado debajo de la misma.

En principio y teniendo en cuenta el estudio previo realizado en los apartados anteriores con respecto a la tecnología de este sector, implementaremos 3 salas de reproducción, la primera y segunda sala estarán adaptadas para la calidad 4K, con capacidad 150 y 200 personas respectivamente. La tercera y, última sala, se adaptará para el cine en 3D, y podrá albergar a 150 espectadores.

Con respecto a la tecnología 4DX debemos declinar la instalación de una sala adaptada a la misma, dado que la instalación supondría una inversión demasiado grande y que tardaría alrededor de unos 5 meses debido a lo complejo del sistema. No obstante, es bueno conocer todo lo relacionado con el sector y mantenerse atento a las últimas tecnologías.

El complejo de exhibición contará con unos setecientos metros cuadrados construidos. Este espacio cinematográfico dispondrá de la tecnología más avanzada en sistemas de protección y sonido que existen en el mercado.

Las salas ofrecerán una visibilidad total, ya que todas ellas estarán dispuestas en grada y también se disfrutará de una mayor distancia entre filas.

Debido a varios factores, como la población, la inversión y el gasto, entre otros, hemos decidido abrir el cine solo 4 días a la semana. Los miércoles, los viernes y, por supuesto, fines de semana.

Este complejo también dispondrá de un servicio denominado “CineExpress” que consiste en la posibilidad de adquirir las entradas a través de la página web oficial del cine mediante un proceso cómodo y sin colas.

Junto con el servicio anterior el cliente dispondrá del “Print at Home”, por el cual la persona que adquiera las entradas mediante la página web, podrá imprimir sus entradas desde casa con una impresora convencional, y dirigirse directamente a la entrada del cine.

Otra alternativa para los más familiarizados con la tecnología móvil, será la posibilidad de mostrar la entrada adquirida online directamente desde su teléfono sin

necesidad de imprimir las entradas, simplemente con la imagen que muestren del código de compra se podrán comprobar los datos, en un proceso fácil y cómodo.

Por último, otro servicio que proporcionamos al cliente desde nuestra taquilla es la compra de entradas por vía telefónica, así, las personas que son reacias a comprar por internet podrán tener una mayor seguridad para facilitar sus datos y podrán obtener las entradas desde casa, únicamente deberán entregar en taquilla su identificación (DNI).

4.2.-Proveedores

Los principales proveedores de esta industria son las importantes distribuidoras que según la Federación de Cines de España (FECE)¹ y Fedicine son las siguientes:



Sony Pictures Releasing de España, S.A.



Universal Pictures International Spain, S.L.



Warner Bros. Pictures International España



eOne



Paramount Pictures Spain



Hispano Fox Films, S.A.E



The Walt Disney Company Iberia S.L.



A contracorriente Films S. L.

¹ La Federación de Cines de España (FECE) es una asociación empresarial sin ánimo de lucro que, representa y defiende los intereses, de los empresarios del sector de exhibición cinematográfico en España.

Otro proveedor a tener en cuenta es el que nos proporcionará los productos de consumo. Para ello he buscado un proveedor, Popcorn que ofrece todos los productos necesarios, como son, la máquina para palomitas, los envases, tanto para palomitas como de refrescos, mantequilla, maíz, grasa, sal, etc. La imagen es obtenida de la página web oficial de esta empresa PCO Group, disponible online: <http://www.pco-group.com/es/>



4.3.- Clientes

Como he dicho anteriormente el servicio que ofrecemos va dirigido a todo el público, desde niños hasta adultos, ya que el cine es un sector bastante amplio que abarca todas las edades, de ahí las múltiples oportunidades que pueden ajustarse a cada segmento. Esto se debe al gran abanico de posibilidades que ofrece, puesto que hay reproducciones cinematográficas dirigidas a las diversas edades del público.

También hay que tener en cuenta que dentro de ofrecer posibilidades a diferentes segmentos de edad, dispone también, de una extensa gama de géneros, donde encontramos, entre otros, comedia, terror, suspense, ciencia ficción, etc. Dentro de todos estos, y muchos más, el consumidor puede elegir la opción que más le agrade.

Si hablamos de la segmentación con respecto a la demanda de las diferentes categorías, a primera vista, las películas del género de animación o fantasía atraen a los pequeños de la casa, así como, las películas de romance, terror y ciencia ficción, suelen conquistar, mayormente, a los adolescentes. Mientras que las películas de acción, dramas, suspense o thriller, suelen abarcar a un público más adulto.

Lo expuesto aquí no es obtenido de ninguna fuente, es una apreciación que se puede observar cuando vas al cine y eliges algunos de estos géneros.



4.4.-Competencia

La mayor competencia o amenaza que tendría es, la piratería. Contra esto lo único que se puede intentar es poner un precio de entrada lo más bajo posible, dentro de unos límites, para que el espectador prefiera gastar un poco y a cambio pueda ver una película con la mayor calidad posible y con el mejor servicio a su alcance.

Por lo que se refiere a otras instituciones, no hay ninguna en la ciudad de Bailén que ofrezca este servicio, aparte del espacio que se habilita en verano como cine, pero este no es competencia puesto que reproduce películas que ya no están en cartelera. Tampoco hay ningún otro sitio de ocio y/o entretenimiento, que pueda suponer una alternativa. Aun así, las instalaciones de este cine estarán en la medida de lo posible, avanzadas con respecto a tecnología e innovación cinematográfica, para atraer, no solo a los vecinos de Bailén, sino también, a los de otras localidades cercanas a la zona.

Otro competidor directo es la llamada televisión a la carta, modalidad televisiva de reciente implantación en España que permite al espectador comprar películas que llevan poco tiempo en cartelera.



5.-ANÁLISIS DAFO

Debilidades:

- Ningún socio domina el “Know How”².
- Aun siendo tres socios, no disponemos de la suficiente solvencia para hacer frente al gasto económico de la empresa, por lo que crea la necesidad y dependencia de la concesión de un préstamo bancario y de otro tipo de ayudas como subvenciones.

Amenazas:

- Nuestra principal amenaza, como ya he mencionado en la página anterior, es la piratería, ya que en internet hay múltiples páginas web dedicadas al cine, donde las personas pueden ver o descargar cualquier película desde su casa.
- Una segunda amenaza, casi tan importante como la anterior, es la situación en la que se encuentra el país, ya que, ante la elevada tasa de desempleo, es un motivo de peso por el cual las familias destinan poco dinero al ocio.

Fortalezas:

- Conocimientos relacionados con lo necesario para llevar a cabo la documentación imprescindible de la empresa, concretamente en el área de gestión y contabilización, con el debido respaldo que me otorga la experiencia laboral en las mismas.
- Que somos tres socios jóvenes emprendedores con iniciativa, fuerza y creatividad.

Oportunidades:

- El área donde se realizará el proyecto es un sitio privilegiado, ya que está en el centro del pueblo y dispone de un amplio aparcamiento, puesto que, las calles cercanas son zona blanca, y en el caso de grandes aglomeraciones, el municipio dispone de un parking ubicado en la plaza del Ayuntamiento, justo enfrente de nuestras instalaciones.

² La palabra know how es una palabra compuesta que proviene del idioma inglés que data desde el año 1838 que significa "saber cómo o saber hacer" con el uso de esta expresión se indica que una persona conoce cómo hacer las cosas por haberlas hecho previamente, es decir, a través de la experiencia que proporciona la habilidad o capacidad para hacer algo. El término know how también se observa en el área de marketing y publicidad, la cual se refiere al conjunto de conocimientos o experiencias en los procesos productivos, ventas u otras actividades del mercado. Información obtenida de la página web <http://www.significados.com/know-how/>

- Suponemos tendría una gran acogida debido, en especial, a los jóvenes, ya que Bailén no dispone con ninguna instalación de este tipo, ni similares.

6.-INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Mediante esta investigación podremos saber si la empresa tendría una buena acogida.

6.1.- Cuestionario

La realización de un cuestionario nos permitirá conocer, no solo la aceptación por parte del público de la implantación de un cine, sino que también nos mostrará la frecuencia con la que la gente va al cine, sus preferencias a la hora de elegir un género, el dinero que estaría dispuesto a gastar en este tipo de ocio o incluso el tipo de reproducción que prefiere para ver una película.

En este cuestionario usaré preguntas de todo tipo como cerradas, semi-abiertas o abiertas completamente.

Muestra de cuestionario:

Buenas días o buenas tardes, estamos realizando un cuestionario relacionado con la apertura de un cine en el pueblo, si no le importa, le agradeceríamos que nos concediera unos minutos para contestar a unas preguntas.

- 1) ¿Le gusta el cine?
 - a) Sí
 - b) No
- 2) ¿Cuántas veces va usted al cine?

.....

- 3) ¿Qué género prefiere?
 - a) Ciencia ficción
 - b) Acción
 - c) Comedia
 - d) Romántico
 - e) Drama
 - f) Terror
 - g) Suspense
 - h) Animación
 - i) Otros

- 4) ¿Qué servicio prefiere para adquirir su entrada de cine?
- a) Mediante taquilla
 - b) Por teléfono
 - c) A través de la página web (internet)
- 5) Nuestro cine solo abre los miércoles y fines de semana, viernes incluidos. ¿qué opina usted?
- a) Son muy pocos
 - b) Son muchos
 - c) Estos días son suficientes.
- 6) El precio actual de una entrada normal de cine está entre los 5 y 12 euros ¿Qué le parece a usted?
- a) Caro
 - b) Normal
 - c) Barato
 - d) Bien si es entre 5 y 7 euros, mal si es entre 8 y 12 euros.
- 7) ¿Qué le parecen las nuevas tecnologías del cine como el 3D?
- a) Bien, me gustan las nuevas tecnologías
 - b) Mal, prefiero el cine convencional
 - c) Me es indiferente
- 8) ¿Qué es lo que más le gusta del cine y lo que menos?
-
- 9) El cine dispondrá de 3 salas ¿Qué opina?
- a) Son muchas
 - b) Son pocas
 - c) Son suficientes
- 10) Y por último ¿Cuándo prefiere ir usted al cine?
- a) Por la tarde
 - b) Por la tarde-noche
 - c) Por la noche

Gracias por su tiempo y disculpe las molestias.

Con estas preguntas específicas y personalizadas se obtendría una muestra para nuestra empresa, mediante la cual podremos conocer de antemano qué aspectos gustan más y cuales menos, pudiendo así, mejorar aquello que menos agrade al público.

7.- SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CONSUMIDORES

Tabla 2 Segmentación de la población.

Bailén	2016
De 0 a 4 años	1.096
De 5 a 9 años	1.133
De 10 a 19 años	2.523
De 20 a 29 años	2.766
De 30 a 39 años	3.005
De 40 a 49 años	2.885
De 50 a 59 años	1.909
De 60 a 69 años	1.497
De 70 a 79 años	1.122
De 80 a 84 años	352
Más de 85 años	186
TOTAL	18473

Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por el Ayuntamiento de Bailén.

La población activa para este sector va desde los 5 a los 69 años, el color azul indica la población inactiva como se muestra en la tabla, siendo un total de 15.717 personas de población activa.

Con esto podemos ver el fraccionamiento de la población y, así, poder diferenciar la parte que no es indiferente al sector cinematográfico.

Estos datos se conocen gracias a un estudio previo, como el cuestionario anteriormente expuesto y por estadísticas del mercado. También por lógica, ya que, un bebe de 0 años no es apto para el servicio que ofrece nuestra empresa.

8.-PLAN DE MARKETING

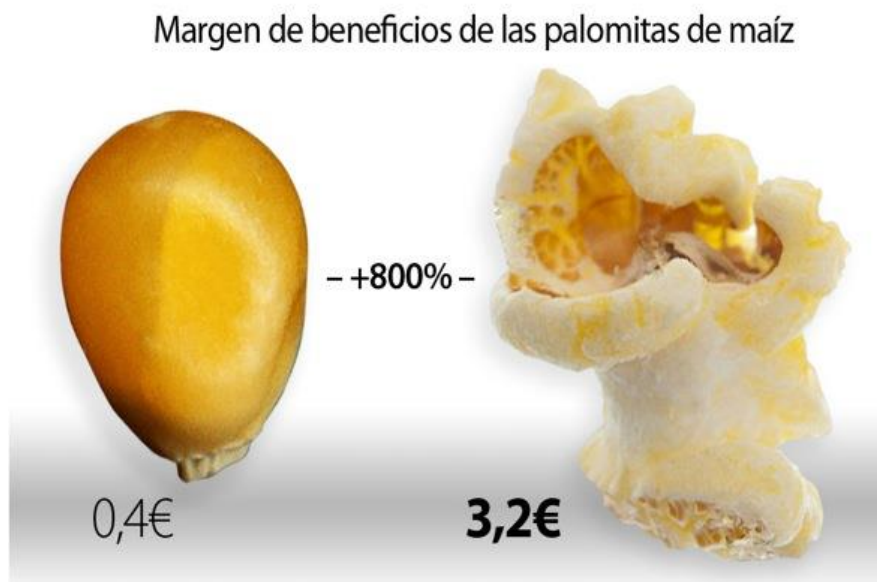
El plan de marketing nos mostrará distintas facetas de la empresa muy importantes para poder conocer detalladamente todo lo que esta sociedad ofrece, así como la estrategia a seguir, su localización o las instalaciones.

8.1.- Producto y/o servicio

El principal servicio de esta sociedad es la reproducción cinematográfica de películas, que se podrá disfrutar en sus distintas salas y con la mejor calidad.

Las salas cinematográficas no solo obtienen beneficios de la venta de entradas, sino que la venta de productos alimentarios aporta un gran beneficio a esta industria.

Casi tan importante son las palomitas en el cine como el cine en sí, así lo demuestra un estudio que dice, que en tiempos flojos los ingresos por entradas sirven para cubrir costes y que la venta de palomitas es lo que realmente aporta los beneficios. Esta información es analizada a partir del artículo ofrecido por el periódico EL PAÍS, disponible online: <http://www.cinemanía.es/noticias/con-las-peliculas-cubrimos-costes-los-beneficios-los-dan-las-palomitas/>



Este amplio beneficio se explica en esta imagen ya que la materia prima, en este caso, el grano de maíz, cuesta apenas unos 0,40 céntimos los cien gramos, mientras que los envases de palomitas pueden llegar a costar en el cine, dependiendo de su tamaño, más de 3 euros, lo que se traduce en un porcentaje de beneficios de aproximadamente el 800 por ciento.

8.2.- Publicidad

La principal promoción del cine se llevará a cabo mediante la página web, de la que estará a cargo nuestra sección de mantenimiento. Desde allí los interesados podrán conocer las películas que hay en taquilla y los próximos estrenos, además cada una de esas reproducciones cuenta con un enlace en el que se podrá ver la sinopsis, el género, la duración, y otros datos de interés.

Los días de estreno se repartirán folletos por las distintas calles de Bailén para que los vecinos puedan conocer las películas que están en reproducción en el cine en este momento. Estos folletos contendrán la carátula de las películas, la sala en la que se reproduce cada una y la fecha de estreno en taquilla, sin olvidar, los días de apertura y el horario.

Otra forma de hacer al público conocedor de nuestro cine y sus reproducciones, será mediante la radio de Bailén, muy famosa y escuchada por los vecinos de este pueblo.

Por último, y más importante, será la exposición de grandes carteles que promocionen las películas que están en cartelera, así como, los próximos estrenos. Dichos carteles se encontrarán distribuidos por las distintas zonas de la localidad.

Folleto

Carteles



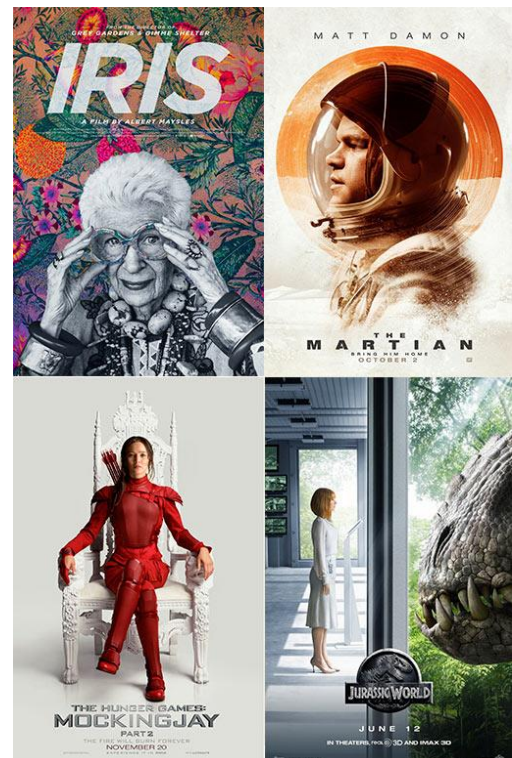
BAILÉN MOVIE
Estrenos de películas

El cazador y la bruja
Reproducción sala 1
En taquilla desde el 8 de abril

Objetivo: Londres
Reproducción sala 2
En taquilla desde el 8 de abril

El libro de la selva
Reproducción sala 3 (3D)
Nuevo estreno en taquilla 15 de abril

REGALOS.



8.3.- Promociones

Para promocionar la empresa hemos decidido poner en marcha distintas formas de captación del público.

La primera y poniendo en práctica la estrategia de marketing diferencial, va dirigida a la población activa más joven de este sector. Para captar a los más pequeños e introducirlos en este ámbito vamos a poner los viernes como el “día del niño”. Esto consiste en que dicho día los niños de entre 5 a 12 años gozarán de un descuento en su entrada, siendo esta un euro más barata de lo habitual y se advertirá que los grupos de niños de entre 5 a 8 años deberán venir acompañados, al menos, de un adulto.

Otra idea de promoción es sortear, a través de la radio, dos entradas de cine los días de estreno, promoviendo así la asistencia en dichos días.

Por supuesto, no podía faltar el llamado “miércoles al cine” este es el día del espectador, por lo tanto, las entradas estarán a mitad de precio. Esto es algo que la mayoría de cines ofrecen, y que es una buena forma de atraer al público entre semana.

Por último y para promover no solo la venta de entradas, sino también los productos que ofrecemos, se incluirán en los folletos antes mencionados, un apartado donde la gente podrá recortar un ticket descuento para los productos de consumición. En el ticket se aclarará que solo se puede presentar uno por persona.



Para el público más interesado también hay carnet de socio, de esta manera podemos fidelizar al cliente. Este carnet es gratuito y tiene descuentos. A cambio obtenemos el email y móvil del socio, a los cuales enviaremos información directa sobre próximos estrenos, promociones nuevas, descuentos, etc.

8.4.- Atención al cliente

El establecimiento dispondrá de un libro de hojas de reclamaciones, así como un número telefónico de atención al cliente, donde puedan resolver las dudas más frecuentes como horarios de sesiones, horarios de apertura, las diferentes formas de compra de entradas, los servicios que ofrecemos, el cierre de taquilla, etc.

Nuestra página web dispondrá de un enlace donde los clientes podrán valorar las películas en cartelera y dejar sus comentarios para que el resto del público puedan leerlos.

8.5.- Relaciones públicas

Con la compra de entradas para grupos de 6 o más personas o con la compra de productos de consumo superiores a 8 euros por persona, se les regalará un calendario de bolsillo con el logotipo de la empresa, que repartirán los respectivos miembros del personal encargados de cada área.

Esto podrá verse más adelante en el apartado de la imagen de la empresa.

8.6.- Merchandasing

El merchandasing es el conjunto de técnicas y tareas que intentan mejorar la creación, comercialización y promoción de un producto en función de las necesidades del mercado.

Según la naturaleza, la situación del cliente o la vida del producto se pueden diferenciar distintos tipos.

Para nuestro propósito el mejor es el merchandasing de presentación, que se define como la manera de presentar los artículos, de modo que el acto de comprar sea lo más fácil para el cliente y lo más rentable posible para el comerciante. También se puede describir como visual, es decir, todo lo que se ve se vende, esto es denominado compra por impulso.

Para que nuestros espectadores tengan un mejor conocimiento de nuestras ofertas y promociones y poner así en práctica el merchandasing de presentación o visual, ofreceremos la publicación en un gran cartel en el lugar de venta de los productos de consumición, donde se podrán ver los distintos combinados de estos, pudiendo así comparar precio y tamaño.



Imagen de elaboración propia a partir de la obtenida online en la página web oficial <http://www.romeroartero.com/trabajos/diseno-menu-yelmo-cines/>

8.7.- Estrategia de marketing

Las estrategias de marketing definen cómo se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa.

Dentro de las distintas estrategias, la que vamos a utilizar es la conocida como marketing diferenciado. En ella se utiliza una estrategia de segmentación, que consiste en identificar y atender a los segmentos deseados adaptando a ellos la estrategia de marketing.

Creemos que esta es la estrategia más adecuada a seguir, porque es la que mejor se adapta al servicio que prestamos, ya que la venta de entradas dependerá del cliente y de la película que se reproduzca en ese momento, puesto que, hay varios géneros y no todos gustan de la misma forma o es específica para un segmento de la población determinado.

Si las distinguimos por géneros, las películas de animación y fantasía gustarán más al público infantil, mientras que, las de ciencia ficción o las románticas, entre otros, atraerán más espectadores adolescentes y, por último, las películas de acción y aventura suelen abarcar un sector más adulto.

También encontramos cierto tipo de películas que no están disponibles para todas las edades, ya sea por las escenas de violencia o de sexo.

Un ejemplo de esta estrategia es la anteriormente comentada, donde los viernes sería el “día del niño”, aplicando un descuento en la entrada de éstos para poder así atraer esta parte del sector.

9.- INSTALACIONES Y UBICACIÓN

9.1- Instalaciones

Las instalaciones de esta empresa cuentan con la última tecnología.

Como punto de partida para las instalaciones de este cine reutilizaremos todo lo posible de las instalaciones que ya tiene el antiguo cine, como la instalación de insonorización, así como una mejora de las pantallas y saneamiento del circuito contra incendios.

En primer lugar todas las salas están equipadas con sistema de audio especializado, una visualización perfectamente definida y detallada, para que el espectador pueda disfrutar de una imagen nítida y un sonido envolvente. Esta tecnología cuenta con un software de alta

frecuencia denominado software de HFR (frecuencia de cuadro alta) LSM-A1 que facilita la proyección en 4K de contenido 2D y 3D.

Responderemos a la demanda de presentaciones en 3D con el LKRL-A002 PACK, también conocido como “paquete 3D” que incluye objetivo dual y filtros polarizadores compatible con el uso del sistema en 4K. Estos proyectores muestran de forma simultánea dos imágenes que el público ve por medio de gafas polarizadas.



REPRODUCTOR 3D



GAFAS 3D

Con referencia a las reproducciones en 2D completaremos el sistema de proyección de cine digital 4K integrados con los proyectores SRX-R320S y SRX-R320, esto quiere decir que este sistema es compatible con el que usamos para las reproducciones en 3D.

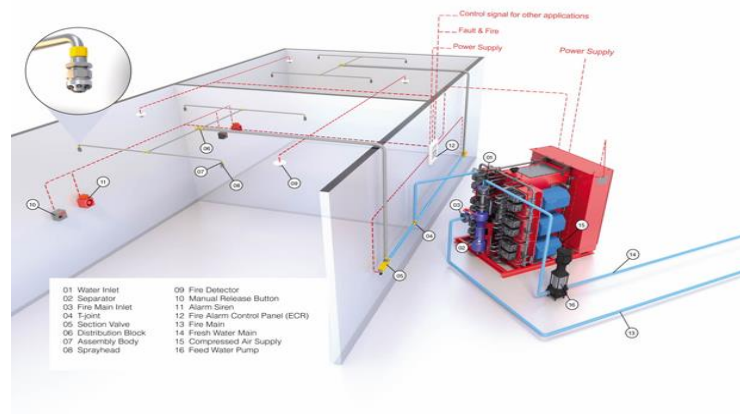
Nuestro software cuenta con un sistema denominado Theatre Management System (TMS) que es una aplicación que proporciona una gestión centralizada de las operaciones de las salas, incluyendo la gestión de la programación, la gestión de los datos de contenido y el monitoreado del estado, lo que permite a los complejos de cines canalizar el funcionamiento rutinario de las salas. Toda esta información la he obtenido de la página web oficial de SONY (2016) Disponible online: <http://www.sony.es/pro/products/digital-cinema>



REPRODUCTOR 4K

Otra instalación de la que se beneficia esta empresa es que todas las salas cuentan con un perfecto acondicionamiento de protección contra el ruido, ya que deben tener un aislamiento adaptado al tipo de servicio que ofrecemos, para que el sonido solo pueda apreciarse en el interior de la sala.

Una destacada e imprescindible instalación que ofrece nuestro cine es la seguridad en caso de incendio, puesto que goza de un sistema HI-FOG. Este sistema es muy flexible y permite una amplia gama de configuraciones. Estos datos y la imagen que ofrecemos se encuentra en la página web oficial de Marioff (2016), disponible online: <http://www.marioff.com/es/proteccion-contra-incendios/tipos-de-sistemas-de-extincion-hi-fogr>



En lo referente al gas, contamos con el programa de CYPE Ingenieros. Este sistema integra la aplicación de todas las instalaciones de diversos tipos, que ofrece, entre otros servicios, climatización e iluminación. La información aquí expuesta es obtenida de la página web oficial de CYPE Ingenieros (2016), disponible online: <http://programas.cype.es/>

Para finalizar, el edificio cuenta con un programa de salubridad que está concebido para llevar a cabo el cumplimiento del listado que genera las condiciones prescritas en el documento básico (DB) de salubridad del Código Técnico de la Edificación (CTE)³. Información recogida en la página web oficial de CTE Código Técnico de la Edificación (2016), y disponible online: <http://www.codigotecnico.org/index.php/menu-salubridad>

³ La (CTE) es el código técnico de la edificación que recoge, como ya he dicho, este documento básico (DB). Tiene por objeto establecer reglas y procedimientos que permiten cumplir las exigencias básicas de salubridad.

9.2.- Imágenes de la empresa

Las siguientes imágenes, obtenidas online del buscador, son instalaciones de otros cines que ofrezco para que se hagan una idea de las infraestructuras que ofrecería el cine.

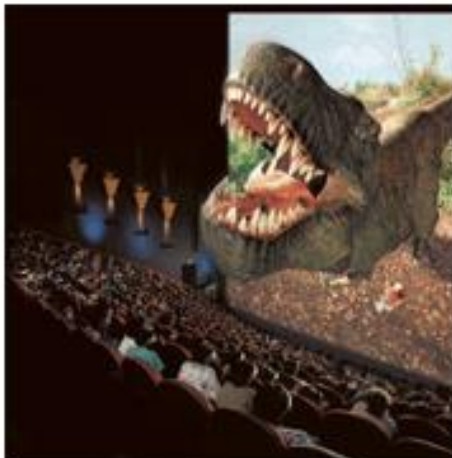
SALA 1



SALA 2



SALA 3



ENTRADA



MOSTRADOR

TAQUILLAS



10.- ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Podemos distinguir la existencia de diferentes niveles de organización según la dimensión de la empresa y según el ámbito. Dentro de la organización empresarial distinguimos distintos apartados donde se explica la división de poder o el reparto de tareas.

En principio se seleccionará al personal estrictamente necesario para ahorrar costes, después si la empresa crece podremos aumentar el personal y delegar en ellos más tareas.

10.1.- Elementos de la estructura organizativa

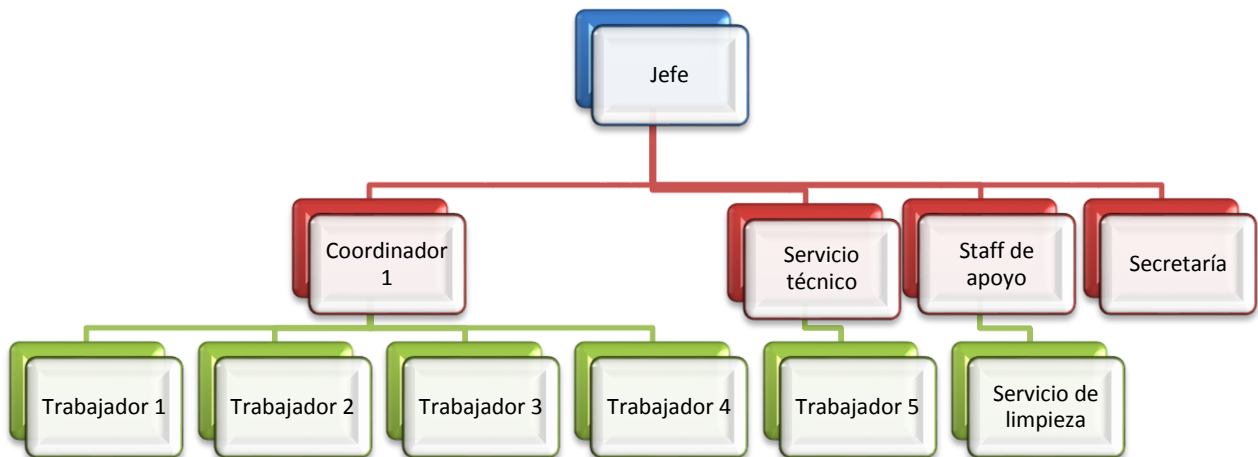
Se pueden distinguir distintas secciones dentro de la empresa.

- Alta dirección: Este puesto está ocupado por las personas que tienen a su cargo el control de la empresa.
- Línea media: Aquí encontramos al personal encargado del nivel organizativo.
- Núcleo de operaciones: Este apartado está compuesto por el nivel técnico que se ocupa de ejecutar las tareas.
- Staff de apoyo: Contiene a personal variado con tareas específicas que no pertenecen a la empresa.



10.2.- Organigrama

El organigrama empresarial es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa. Es como una fotocopia de la distribución de la organización, captada en un momento de su vida.



10.2.1.- Descripción del organigrama

Jefe: En este caso serían los tres socios a partes iguales.

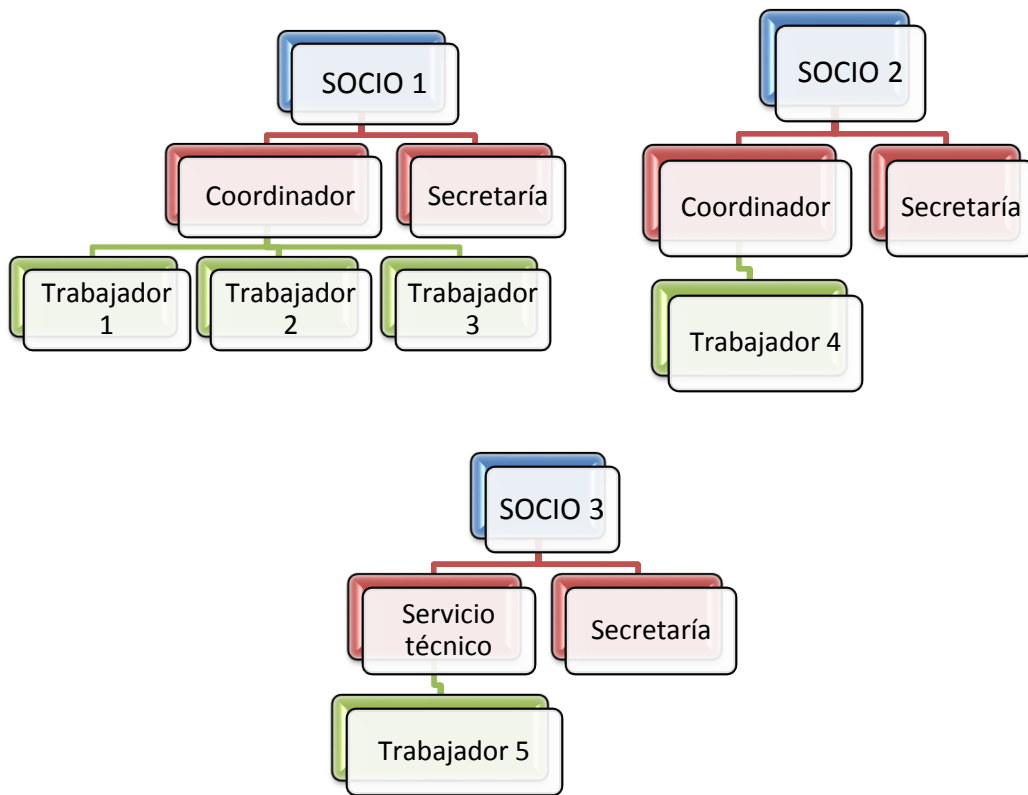
Secretaría: Sería un trabajador/a con conocimientos de administración e informática para poder ayudarnos con la documentación cotidiana de la empresa y poder atender las taquillas informatizadas.

Coordinador: Este puesto estaría desempeñado por un empleado que sería el jefe de grupo, encargado de que los demás realicen las tareas y que coordine los turnos de trabajo de cada mes, además de realizar el resto de tareas como sus subordinados.

Trabajadores: Grupo de personas que desempeñan las tareas cotidianas de la empresa como, vender los productos de alimentación o acomodar a los espectadores en las salas.

Staff de apoyo: Este sería un servicio realizado por empresas independientes donde cabe destacar el servicio de limpieza o asesoramiento legal, si lo necesitásemos en algún momento.

10.2.2.- Reparto de tareas y trabajadores



SOCIO 1:

En este caso sería yo. Estaré a cargo de lo relacionado con el cine y tendría a mi disposición al coordinador, que llevaría a cabo las mismas tareas que el resto de trabajadores, pero con un cargo de mayor responsabilidad, ya que debe ocuparse de que el resto de trabajadores cumplan con su trabajo y de coordinar los grupos de trabajo. El coordinador estaría compartido con el socio dos, ya que, este es el encargado de todos los trabajadores y todos estos van a ir rotando en los distintos puestos para que ningún trabajador sea imprescindible. Las tareas llevadas a cabo por estos serán: venta de entradas en taquillas, recoger los tickets, acomodar a los espectadores y atender el mostrador.

La secretaria al igual que el coordinador tiene las tareas compartidas, en esta ocasión, con los tres socios.

SOCIO 2:

Es el encargado del mostrador, por tanto, se encarga de todo lo relacionado con los productos de alimentación. Junto con este socio se encontrará el coordinador que la ayudará al igual que uno de los trabajadores.

La secretaría también se encuentra a su disposición.

SOCIO 3:

Este será el encargado del área técnica, bajo su mando estará el servicio técnico, compuesto, en primer lugar, por un trabajador con los conocimientos necesarios para poder atender esta área.

Por último, al igual que el resto de socios, también dispondrá de los servicios de la secretaría.

Cada uno de los socios trabajará como el resto y conocerá las funciones dispuestas para cada trabajador de su área, puesto que en principio, debido al coste, el número de trabajadores es mínimo, y los socios deberemos de desarrollar las mismas tareas que ellos.

10.3.- Horario del personal

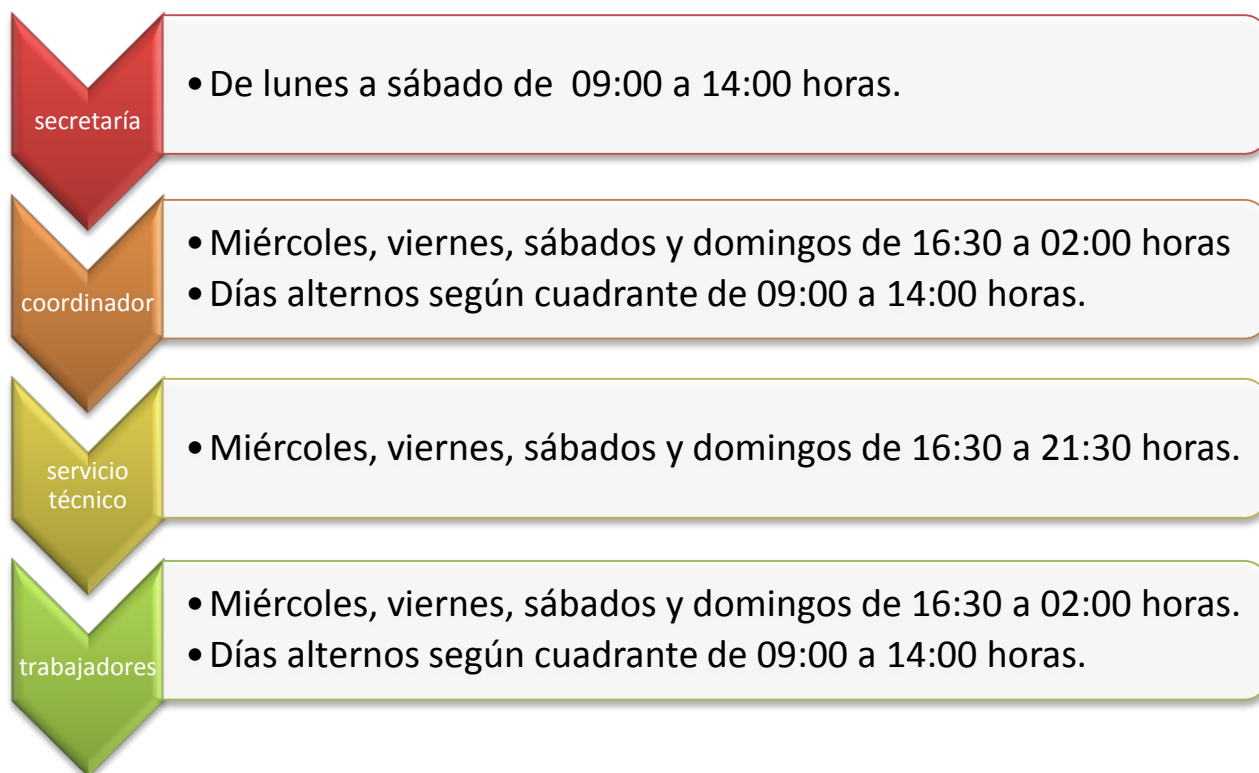
El horario de apertura al público del cine es de 17:00 a 24:00 horas.

Como he explicado anteriormente el cine en un principio solo abrirá los miércoles, viernes, sábados y domingos.

Dependiendo del puesto del trabajo que realice cada trabajador deberá venir a una hora determinada y los días especificados.

Los trabajadores que realicen los distintos puestos de cine y mostrador, irán según cuadrante, alternando los distintos días de la semana que no abrimos al público, para atender la venta de entradas y el servicio al cliente.

Los trabajadores de la sección de cine estarán más horas los días de apertura al público para la sesión de las 12 pm.



10.4.- Registro de tiempo diario de los empleados

Debido a que el servicio que prestamos no puede tener unas horas fijas determinadas, ya que, dependiendo de la duración de la película que se reproduzca, se terminará antes o después. Para poder llevar un control de las horas de cada trabajador se opta por implantar un programa de registro de trabajadores.

Cada trabajador tendrá su propia identificación con un código de barras, a través del lector de código de barras, permite capturar los datos del personal, y cruzar el DNI con la información de la base de datos filtrado por cada trabajador.

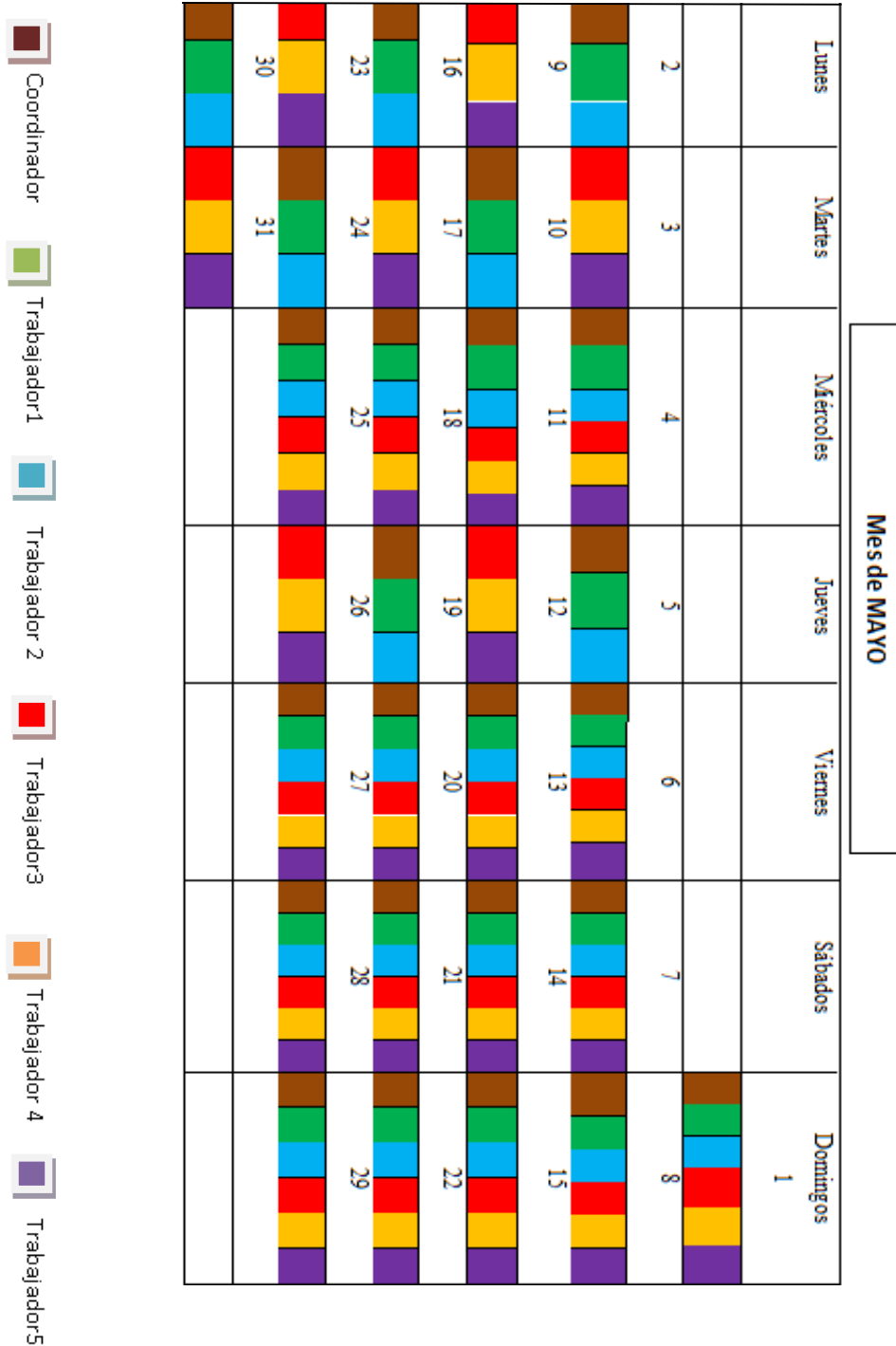
Al ingresar el número de DNI del personal y al validar la existencia del trabajador de la empresa en la base de datos, captura la fecha y hora de ingreso o salida.



Imagen obtenida de la página web B&S disponible online:
http://www.bs.com.pe/erp/control_de_asistencia.php

10.5.- Turnos del personal

En este apartado, se puede ver, a modo de ejemplo con el mes de mayo, la repartición de los turnos de los trabajadores, los cuales, están diferenciados por colores.



11.- IMAGEN DE LA EMPRESA

En este apartado se mostrará la imagen que la empresa ofrece al público.

11.1.- Logotipo

Nos hemos decidido por esta imagen como logotipo y representación del cine, porque, independientemente de que expone los servicios que vamos a prestar, me parece alegre, divertida, llamativa y con un toque juvenil que es lo que pretendemos transmitir al público.



11.2.- Calendario

Este es el calendario de mano que hemos mencionado anteriormente y que regalaremos a los consumidores.



11.3.- Uniformes

La presencia del personal es importante, ya que, es una imagen que la empresa muestra al público mediante sus trabajadores, por eso pienso que es importante cuidar estos detalles, puesto que es una de las cosas que llaman más la atención del cliente.

Hemos apostado por un uniforme algo informal y divertido para que los más jóvenes se sientan atraídos e identificados, pero también, apostando por imágenes del cine consolidado.

Uniforme de chico



Uniforme de chica



Sudadera Unisex



Las sudaderas son una clara muestra del cine, puesto que expone la famosa película Eduardo Manostijeras protagonizada por el famoso actor hollywoodense Johnny Depp. Al igual que la camiseta de las chicas, con el tan célebre rostro de la conocida cantante y actriz Marilyn Monroe.

12.- PLAN DE VIABILIDAD

Con esta última fase del proyecto exponemos en números las decisiones de las partes anteriores, para que con métodos adecuados, podamos llegar a la conclusión sobre si el proyecto propuesto es viable o no.

12.1.- Plan de inversión

En el plan de inversiones vamos a hablar del activo de la empresa y todo lo relacionado con este.

El activo está compuesto por el conjunto de bienes y derechos de los que es titular la empresa, así como otras partidas con la característica común de que se utilizan en la generación de ingresos. Dentro del activo, distinguimos entre activo no corriente o activo fijo y el activo corriente o circulante.

Denominamos activo no corriente o fijo a aquellos bienes y derechos adquiridos con intención de que permanezcan en la empresa durante más de un año. Por el contrario, lo que conocemos como el activo corriente o circulante está compuesto por los bienes y derechos que la sociedad adquiere con intención de que su permanencia en la empresa sea inferior al año.

A continuación mostraremos la situación inicial de la empresa.

12.1.1- Activo

Activo no corriente (grupo 2)

<u>20 Inmovilizado Intangible:</u>	950,00€
206 Aplicaciones informáticas:	950,00€
206001 Paquete Office (4 uds. x 150€).....	750,00€
206002 Paquete programas gestión (Gesco3, Conta3 y Nomina3).....	200,00€
<u>21 Inmovilizado Material:</u>	72.393,10€
212 Instalaciones Técnicas.....	5.280,00€
212001 Instalaciones de iluminación	680,00€
212002 Instalaciones de sonido.....	550,00€

212003 Instalaciones climatizador	2.700,00€
212004 Instalaciones alarma de seguridad.....	500,00€
212005 Instalación del cartel.....	350,00€
213 Maquinaria:	11.192,00€
213001 Proyector de películas (3 uds. x 2.247€).....	6.741,00€
213002 Impresora de entradas.....	250,00€
213003 Cajas registradoras (2 uds. x 499€).....	998,00€
213004 Maquina de maíz	1.290,00€
213005 Surtidor de bebidas.....	1.263,00€
213006 Botellero refrigerador	450,00€
214 Utillaje:.....	100,00€
214001 Cordón de seguridad.....	100,00€
216 Mobiliario:.....	49.571,10€
216001 Mesas de oficina (3uds. x 130€).....	390,00€
216002 Sillas de oficina (2 uds. x 73,90€).....	147,80€
216003 Sillón de oficina (2 uds. x 130,30€)	220,30€
216004 Mostrador	670,00€
216005 Mueble archivador.....	448,00€
216006 Cuadros	150,00€
216007 Butacas (500 uds. x 933,25€).....	46.625,00€
216008 Televisores (2 uds. x 130€)	260,00€
216009 Cortinas (3 uds. x 30€)	90,00€
216010 Jaboneras (4 uds. x 15€).....	60,00€
216011 Dispensador de papel para manos (2 uds. x 30).....	60,00€
216012 Sofá (2 uds. x 150€)	300,00€

216013 Sillas (6 uds. x 25€).....	150,00€
217 Equipos para procesos de información:	2.166,00€
217001 Ordenador portátil	369,00€
217002 Ordenador de sobremesa (3 uds. x 599).....	1.797,00€
219 Otro Inmovilizado material:	3.759,00€
219001 Extintores (6 uds. x 34,00€)	204,00€
219002 Botiquín.....	50,00€
219003 Contenedor de reciclado (3 uds. x 110€).....	330,00€
219004 Papeleras.....	75,00€
219005 Gafas 3D (200 uds. x 15,50€)	3.100,00€

Cuentas financieras (grupo 5)

<u>57 Tesorería:</u>	28.000,00€
570 Caja, Euros	8.000,00€
572 Bancos e instrumentos de crédito c/c vista euros.....	20.000,00€

La amortización es un término contable que se entiende como la representación contable de la pérdida de valor o depreciación con carácter irreversible que experimenta el activo no corriente o activo fijo

12.1.2.- Cuadro de amortización

Inmovilizado	Precio de compra	Vida útil	Valor residual	Amortización
Aplicaciones Informáticas	950,00€	5 años	0€	190,00€
Maquinaria	11.192,00€	18 años	5.600,00€	310,66€
Mobiliario	49.571,10€	20 años	24.785,55€	1.239,28€
Equipos para procesos de información	2.166,00€	8 años	700,00€	183,25€
Otro inmovilizado material	4.084,00€	4 años	0€	1.021,00€

12.2.- Plan de financiación

A continuación redactaremos la forma de financiación o de pago del inmovilizado material mencionado anteriormente. El inmovilizado de la empresa se financiará mediante la aportación de los socios al capital, mediante proveedores a corto plazo, con subvenciones concedidas por las Administraciones Públicas oficiales y, por último, con un crédito a largo plazo con una entidad financiera.

El pasivo está formado por el conjunto de recursos financieros obtenidos por la empresa para el desarrollo de sus funciones y por las estimaciones de gastos futuros. Los recursos financieros del pasivo son clasificados en función de su exigibilidad, diferenciando entre aquellos recursos que son propiedad de los titulares del capital y, por tanto, no son exigibles, salvo reembolso de participaciones o distribución de las reservas, y aquellos otros recursos que son propiedad de terceras personas ajenas a la empresa, por tanto, son exigibles y deben devolverse en un determinado momento.

A su vez, dentro de los recursos ajenos o exigibles, diferenciamos, al igual que el activo, entre pasivo corriente y no corriente, en función de si el plazo en que deberá efectuarse el reembolso es inferior o superior al año.

Por su parte, el patrimonio neto, es la diferencia entre el activo y el pasivo de la empresa. Está formado por los fondos propios, los ajustes por cambio de valor y las subvenciones, donaciones y legados recibidos.

12.2.1- Patrimonio Neto y Pasivo

Financiación básica (grupo 1)

10 Capital

100 Capital social	6.000,00€
--------------------------	-----------

13 Subvenciones, donaciones y ajustes por cambios de valor

130 Subvenciones oficiales de capital.....	33.000,00€
--	------------

17 Deudas a largo plazo por préstamos recibidos, empréstitos y otros conceptos

170 Deudas a largo plazo con entidades de crédito	19.024,32€
---	------------

Acreeedores y deudores por operaciones comerciales (grupo 4)

40 Proveedores

400 Proveedores	35.609,90€
401 Proveedores efectos comerciales pagar	34.010,50€
401001 Envases y reciclado, S.L.	33.010,50€

Cuentas financieras (grupo 5)

52 Deudas a corto plazo por préstamos recibidos y otros conceptos

520 Deudas a corto plazo con entidades de crédito	5.975,68€
---	-----------

Seguidamente paso a exponer el cuadro de amortización financiera del préstamo que la empresa solicita a la entidad de crédito.

12.2.2.- Subvención de capital

La subvención que me concede el Estado, viene dada por el Ministerio de Cultura. Es concedida a las empresas que aportan algo a este Ministerio, como es en nuestro caso la creación de un cine. Estas subvenciones o becas están previstas para los años 2016 y 2017. Información obtenida de la página web oficial del Ministerio de Cultura, disponible online: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/becas-ayudas-y-subsvenciones/becas/becas-formarte-2016.html>

12.2.3.- Cuadro de amortización del préstamo

En el siguiente cuadro se muestra la amortización del crédito para un plazo de 4 años, de 48 pagos mensuales y con una tasa efectiva anual del 3%. Para realizar los pagos mensualmente es necesario obtener el tanto por ciento de interés mensual, para ello, es necesario realizar la siguiente función: $(1+i)^{(1/12)}-1$. Al realizar dicha función obtenemos que la tasa periódica es del 0,25% y con ésta es con la que vamos a operar para calcular los intereses del préstamo.

Deuda	25.000,00 €
Tasa Efectiva	3%
Años	4
Pagos anuales	12
Cuotas	48
Tasa Periódica	0,25%

PRIMER AÑO	
Cuotas	6.634,93 €
Intereses	659,26 €
Capital Amortizado	5.975,68 €
Capital Pendiente	19.024,32 €

Periodos	Cuotas	Intereses	Capital amortizado	Capital pendiente
1	552,91 €	61,66 €	491,25 €	24.508,75 €
2	552,91 €	60,45 €	492,47 €	24.016,28 €
3	552,91 €	59,23 €	493,68 €	23.522,60 €
4	552,91 €	58,01 €	494,90 €	23.027,70 €
5	552,91 €	56,79 €	496,12 €	22.531,58 €
6	552,91 €	55,57 €	497,34 €	22.034,24 €
7	552,91 €	54,34 €	498,57 €	21.535,67 €
8	552,91 €	53,11 €	499,80 €	21.035,87 €
9	552,91 €	51,88 €	501,03 €	20.534,84 €
10	552,91 €	50,64 €	502,27 €	20.032,58 €
11	552,91 €	49,41 €	503,51 €	19.529,07 €
12	552,91 €	48,16 €	504,75 €	19.024,32 €
13	552,91 €	46,92 €	505,99 €	18.518,33 €
14	552,91 €	45,67 €	507,24 €	18.011,09 €
15	552,91 €	44,42 €	508,49 €	17.502,60 €
16	552,91 €	43,17 €	509,74 €	16.992,86 €
17	552,91 €	41,91 €	511,00 €	16.481,85 €
18	552,91 €	40,65 €	512,26 €	15.969,59 €
19	552,91 €	39,39 €	513,53 €	15.456,07 €
20	552,91 €	38,12 €	514,79 €	14.941,27 €
21	552,91 €	36,85 €	516,06 €	14.425,21 €
22	552,91 €	35,58 €	517,33 €	13.907,88 €
23	552,91 €	34,30 €	518,61 €	13.389,27 €
24	552,91 €	33,02 €	519,89 €	12.869,38 €
25	552,91 €	31,74 €	521,17 €	12.348,21 €
26	552,91 €	30,45 €	522,46 €	11.825,75 €
27	552,91 €	29,17 €	523,75 €	11.302,00 €
28	552,91 €	27,87 €	525,04 €	10.776,97 €
29	552,91 €	26,58 €	526,33 €	10.250,63 €
30	552,91 €	25,28 €	527,63 €	9.723,00 €
31	552,91 €	23,98 €	528,93 €	9.194,07 €
32	552,91 €	22,68 €	530,24 €	8.663,84 €
33	552,91 €	21,37 €	531,54 €	8.132,29 €
34	552,91 €	20,06 €	532,85 €	7.599,44 €
35	552,91 €	18,74 €	534,17 €	7.065,27 €
36	552,91 €	17,42 €	535,49 €	6.529,78 €
37	552,91 €	16,10 €	536,81 €	5.992,98 €
38	552,91 €	14,78 €	538,13 €	5.454,85 €
39	552,91 €	13,45 €	539,46 €	4.915,39 €
40	552,91 €	12,12 €	540,79 €	4.374,60 €
41	552,91 €	10,79 €	542,12 €	3.832,48 €
42	552,91 €	9,45 €	543,46 €	3.289,02 €
43	552,91 €	8,11 €	544,80 €	2.744,22 €
44	552,91 €	6,77 €	546,14 €	2.198,07 €

45	552,91 €	5,42 €	547,49 €	1.650,58 €
46	552,91 €	4,07 €	548,84 €	1.101,74 €
47	552,91 €	2,72 €	550,19 €	551,55 €
48	552,91 €	1,36 €	551,55 €	0,00 €

12.3.- Plan operativo

El plan operativo es un fragmento de la organización empresarial donde se enumeran los objetivos y las directrices que deben marcar el corto plazo. Por ello, un plan operativo se establece generalmente con una duración efectiva de un año, lo que hace que también sea conocido como plan operativo anual o POA.

Seguidamente mostraremos el cuadro de gastos anuales y los gastos de la seguridad social derivados de los trabajadores.

12.3.1- Seguridad Social a cargo de la empresa.

A continuación se explica el desembolso que se deriva de los distintos trabajadores de la empresa para conocer el coste de estos y, así, posteriormente poder implementarlo en el cuadro de gastos de la empresa.

Los porcentajes utilizados en este caso para poder realizar estos cálculos, están recogidos en la seguridad social y pueden verse online mediante su página web oficial: http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm

Trabajador 1

Puesto de trabajo: Auxiliar administrativo

Contrato: Obra y servicio

Salario base: 655,20€

Media jornada = 327,60€

Prorrata de pagas extras: $327,60€ \times 2/12 = 54,60€$

Base de cotización de contingencias comunes (Bccc): $327,60€ + 54,60€ = 382,20€$

Tabla 3 coste del trabajador 1

Concepto	%	Base (€)	Total (€)
C.C.	23,60	382,20	90,20
Desempleo	6,70	382,20	25,61
FOGASA	0,20	382,20	0,76
FP	0,60	382,20	2,29
IT	1,70	382,20	6,50
IMS	1,30	382,20	4,97
		TOTAL	130,33

Trabajador 2

Puesto de trabajo: Operador de cabina

Contrato: Obra y servicio

Salario base: 709,80€

Media jornada = 354,90€ + 144,49€ plus nocturnidad = 499,39€

Plus de nocturnidad: 2,11€/h x 4h/día = 8,44€/día x 4días/semana = 33,76€ semanales x 4,28 semanas/mes = 144,49 €

Prorrata de pagas extras: 499,39€ x 2/12 = 83,23€

Base de cotización de contingencias comunes (Bccc): 499,39€ + 83,23€ = 582,62€

Tabla 4 coste del trabajador 2

Concepto	%	Base (€)	Total (€)
C.C.	23,60	931,19	219,76
Desempleo	6,70	931,19	62,39
FOGASA	0,20	931,19	1,86

FP	0,60	931,19	5,59
IT	1,70	931,19	15,83
IMS	1,30	931,19	12,10
		TOTAL	317,53

Trabajador 3

Puesto de trabajo: Auxiliar técnico

Contrato: Formación

Salario Base: $25,48\text{€/día} \times 4 \text{ días/semana} = 101,92\text{€} \times 4,28 \text{ semanas/mes} = 436,22\text{€}$

Media jornada: 220,00€

Prorrata de pagas extras: $220,00\text{€} \times 2/12 = 36,67\text{€}$

Bccc: $220,00\text{€} + 36,67\text{€} = 256,67\text{€}$

Tabla 5 coste del trabajador 3

Concepto	%	Base (€)	Total (€)
C.C.	23,60	256,67	60,57
Desempleo	6,70	256,67	17,20
FOGASA	0,20	256,67	0,51
FP	0,60	256,67	1,54
IT	1,70	256,67	4,36
IMS	1,30	256,67	3,34
		TOTAL	87,52

Trabajadores 4, 5, 6 y 7

Puesto de trabajo: Acomodadores/taquilleros

Contrato: Obra y servicio

Salario Base: 655,20€

Media Jornada: $327,60€ + 144,49 = 472,09€ \times 4 \text{ trabajadores} = 1888,36€$

Plus de nocturnidad: $2,11€/h \times 4h/día = 8,44€/día \times 4días/semana = 33,76€ \text{ semanales} \times 4,28 \text{ semanas/mes} = 144,49 €$

Prorrata de pagas extras: $427,09€ \times 2/12 = 71,18€$

Base de cotización de contingencias comunes (Bccc): $427,09€ + 71,18€ = 498,27€ \times 4 \text{ trabajadores} = 1993,09€$

Tabla 6 coste de los trabajadores 4, 5, 6 y 7

Concepto	%	Base (€)	Total (€)	Trabajadores(€)
C.C.	23,60	498,27	117,59€	470,37€
Desempleo	6,70	498,27	33,38	133,54
FOGASA	0,20	498,27	0,99	3,98
FP	0,60	498,27	2,99	11,96€
IT	1,70	498,27	8,47	33,88
IMS	1,30	498,27	6,48	19,43
		TOTAL	169,90	679,60

12.3.2.- Estimación de ventas

Precio de venta público (pvp): Jaén es la segunda ciudad más cara en el importe de la entrada con un precio de 7,00€, solo superada por Sevilla con un precio por entrada de 7,02€. Almería por otro lado es la ciudad andaluza con el precio más bajo, 4,00€ por entrada. Los datos aquí expuestos se obtienen de un artículo publicado en la página de cineandcine disponible online: <http://www.cineandcine.tv/curiocinedades/1314-ir-al-cine-en-andalucia-sevilla-la-mas-cara-almeria-la-mas-barata.html>

Teniendo en cuenta estos datos, he decidido seguir una estrategia de penetración en el mercado, proporcionando al espectador precios más asequibles, con un precio medio de unos 5,50€ por entrada, para reproducciones en 4K y unos 6,50€ para reproducciones en 3D, consiguiendo así una ventaja sobre la competencia más cercana.

Para conocer más o menos la estimación de ventas de entradas hay que tener en cuenta que los miércoles, día del espectador, las entradas son a mitad de precio y que los viernes, “día del niño” las entradas salen 1,00€ más baratas para los más pequeños de la casa. También hay que observar el público que asistiría de media, aunque esta cifra es muy relativa y variable, puesto que hay películas que atraen a un gran número de espectadores, mientras que otras solo atraen un público más específico, pero lo cierto es que no se puede tener en cuenta una clientela fija como puede pasar en otro tipo de empresas.

Aparte de los ingresos de las entradas de cine, hay que tener en cuenta los beneficios que reportan la venta de los productos comestibles, como las palomitas y los refrescos, que son los que según estudios comentados anteriormente, reportan más ingresos a los cines.

Jaén ocupa el puesto número 36 de un total de 52 provincias con una recaudación de 3.082.760,37€ entre las 28 salas de cine de las que dispone la provincia y con un total de 580.308 espectadores. Información obtenida por la página oficial del Ministerio de Cultura y disponible online: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2014/c/cine-provincias.html>

Nuestra población activa como mostrábamos en el apartado de segmentación es de 15.717 posibles espectadores y la capacidad de nuestro cine es de 500 espectadores.

También es importante saber que cada sala de cine ofrecerá al menos, 3 reproducciones por día.

Teniendo en cuenta esto y sabiendo que no hay otras alternativas de ocio o culturales en Bailén, y suponiendo, que el primer año de apertura tendremos más éxito debido a la novedad, estipulamos que las salas de cine estarán casi a un 60% de ocupación, lo que supone unos 300 espectadores por reproducción.

Con estos datos vamos a expresar en las siguientes tablas la estimación de ventas de entradas de cine.

Tabla de ingresos de ventas de entradas de los sábados y domingos

Ventas de fin de semana	Ocupación 100%	Ocupación 60%	Ingreso diario al 60%
Sala 1	1.100,00 €	660,00 €	3.960,00 €
Sala 2	825,00 €	495,00 €	2.970,00 €
Sala 3	975,00 €	585,00 €	3.510,00 €
Total Diario	2.900,00 €	1.740,00 €	10.440,00 €

Elaboración propia a partir de los datos arriba expuestos.

Los ingresos diarios es el resultado de multiplicar la ocupación al 60% por tres reproducciones diarias, en el caso de los fines de semana sería por 6, puesto que son 2 días.

Tabla de ingresos de ventas de entradas para los miércoles

Ventas Miércoles	Ocupación 100%	Ocupación 60%	Ingreso diario al 60%
Sala 1	550,00 €	330,00 €	990,00 €
Sala 2	412,50 €	247,50 €	742,50 €
Sala 3	487,50 €	292,00 €	877,50 €
Total Diario	1.450,00 €	870,00 €	2.610,00 €

Elaboración propia a partir de los datos arriba expuestos.

Tabla de ingresos de ventas de entradas para los viernes

Ventas Viernes	Ocupación 100%	Ocupación 60%	Ingreso diario al 60%
Sala 1	950,00 €	570,00 €	1.710,00 €
Sala 2	725,00 €	435,00 €	1.305,00 €
Sala 3	875,00 €	525,00 €	1.575,00 €
Total Diario	2.550,00 €	1.530,00 €	4.590,00 €

Elaboración propia a partir de los datos arriba expuestos.

Tabla total de ingresos por ventas de entrada de cine

Estimación ventas	Ocupación 100%	Ocupación 60%	Ingreso diario al 60%
Total Semanal	6.900,00 €	4.140,00 €	17.640,00 €
Total Mensual	27.600,00 €	16.560,00 €	70.560,00 €
Total Anual	331.200,00 €	198.720,00 €	846.720,00 €

Elaboración propia a partir de los datos arriba expuestos.

Con respecto a los ingresos de las palomitas y demás productos podemos estimar los ingresos anuales, jugando con los distintos combinados de palomitas y refrescos que ofrecemos y otros productos. Lo que hemos realizado es la multiplicación del precio unitario por el número de espectadores, ya que hay varias reproducciones y que las palomitas, en especial, es uno de los productos que más consumen los espectadores, lo hemos calculado para la capacidad del 40% y, por comparación, hemos realizado también la del 60%.

Tabla de ingresos de los productos alimentarios

Venta de palomitas	Precio unitario	Ocupación 40%	Ocupación al 60%
Combinado pequeño	5,50 €	550,00 €	825,00 €
Combinado mediano	6,75 €	675,00 €	1.012,00 €
Combinado grande	8,00 €	800,00 €	1.200,00 €
Otros	5,00 €	500,00 €	750,00 €
Total diario	25,25 €	2.525,00 €	3.787,50 €
Total Semanal	101,00 €	10.100,00 €	15.150,00 €
Total Mensual	404,00 €	40.400,00 €	60.600,00 €
Total Anual	4.848,00 €	484.800,00 €	727.200,00 €

Elaboración propia a partir de los datos arriba expuestos.

Tabla de ingresos total con una ocupación al 60% y una venta de productos del 40%.

Estimación ventas	Ingresos totales
Total Semanal	27.740,00 €
Total Mensual	110.960,00 €
Total Anual	1.331.520,00 €

Elaboración propia a partir de los datos arriba expuestos.

Estas estimaciones de ventas están realizadas desde un punto de vista optimista debido a la falta de alternativas de ocio y de competencia en esta ciudad y por la novedad, como he mencionado anteriormente, pero para los años siguientes, probablemente las ventas decaigan o estas mismas no se cumplan en su primer año. Como ya he expresado, estas cifras son muy relativas y pueden variar según la película que se esté estrenando o el gusto del consumidor.

12.3.3.- Cuadro de gastos

Conceptos	Datos Mensuales	Datos Anuales
Total Gastos Personal:	4.429,56€	53.154,72€
Salario Medio Mensual:	3.214,58€	38.574,96€
Coste Seguridad Social:	1.214,98€	14.579,76€
Arrendamiento:	750,00€	9.000,00€
Suministros:	880,39€	10.564,68€
Seguros:	50,00€	600,00€
Otros Gastos:	40,00€	480,00€
Gastos de apertura:	6.000,00€	6.000,00€
Servicios profesionales independiente:	100,00€	1.200,00€
Compra de otros aprovisionamientos:	500,00€	6.000,00€
Compra de mercaderías:	10.000,00€	120.000,00€
Compras de materia prima:	58,75€	705,00€
Reparación y conservación:	500,00€	6.000,00€
Publicidad, propaganda y relaciones públicas:	200,00€	2.400,00€
Servicios bancarios y similares:	50,00€	600,00€
Intereses de deudas:	552,91€	6.634,92€
Amortización del inmovilizado intangible:	15,75€	189,00€
Amortización del inmovilizado material:	229,52€	2.754,19€
TOTAL GASTOS	24.356,88€	226.282,51€

13.- BALANCE DE SITUACIÓN

BALANCE DE INICIO	2016	2017	2018
ACTIVO	132.816,21 €	85.160,53 €	83.587,96 €
ACTIVO NO CORRIENTE	70.398,91 €	64.510,53 €	55.677,96 €
Inmovilizado Intangible	950,00 €	760,00 €	570,00 €
Inmovilizado Material	72.393,10 €	69.638,91 €	66.884,72 €
Amortizaciones	-2.944,19 €	-5.888,38 €	-11.776,76 €
ACTIVO CORRIENTE	62.417,30 €	20.650,00 €	27.910,00 €
Existencias	200,00 €	300,00 €	350,00 €
Deudores Comerciales	34.217,30 €	10.350,00 €	12.560,00 €
Efectivo y otros líquidos	28.000,00 €	10.000,00 €	15.000,00 €
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	132.816,21 €	85.160,53 €	83.587,96 €
PATRIMONIO NETO	46.000,00 €	53.777,83 €	61.555,65 €
Capital Social	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
Reservas	0,00 €	10.000,00 €	20.000,00 €
Resultados negativos	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Subvenciones	40.000,00 €	37.777,83 €	35.555,65 €
PASIVO NO CORRIENTE	53.706,22 €	26.573,11 €	18.301,81 €
Proveedores	34.681,90 €	13.703,73 €	11.772,03 €
Deudas a l/p con entidades de crédito	19.024,32 €	12.869,38 €	6.529,78 €
Tesorería negativa	0,00 €	0,00 €	0,00 €
PASIVO CORRIENTE	33.109,99 €	4.809,59 €	3.730,50 €
Deudas a c/p con entidades de crédito	5.975,68 €	6.154,94 €	6.339,60 €
Acreedores comerciales	33.109,99 €	4.809,59 €	3.730,50 €
TOTAL PASIVO	86.816,21 €	31.382,70 €	22.032,31 €

14.- ANÁLISIS DE VIABILIDAD

14.1.- Ratios

Ratio de tesorería o liquidez

Este ratio es considerado uno de los más representativos de la situación financiera de la empresa. El ratio de tesorería tiene como objeto medir la capacidad que tiene la empresa de hacer frente a sus deudas a corto plazo con sus activos disponibles, es decir, los activos a corto plazo.

El valor de este ratio debe ser próximo a la unidad.

ACTIVO	PASIVO
Activo No Corriente	Patrimonio Neto
Existencias	Pasivo No Corriente (exigible l/p)
ACTIVO FINANCIERO (efectivo + realizable cierto)	PASIVO CORRIENTE

Fórmula del Ratio de tesorería = (Activo corriente (efectivo + realizable cierto) – Existencias)/ Pasivo corriente

$$\text{Ratio de tesorería} = (28.000 - 200) / 33.109,99 = 0,84$$

Si el resultado no se aproxima al 1 y la empresa no dispone de nuevas posibilidades de crédito o fuentes de financiación, nos indicaría el peligro de tensiones de tesorería si se produce un problema en el ciclo de realización normal de las existencias.

Ratio de solvencia:

Se denomina solvencia a la relación que existe entre el activo corriente y el pasivo corriente.

Para algunos este ratio es considerado como el más representativo de la liquidez de la empresa.

$$\text{Ratio de solvencia} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Ratio de solvencia} = 62.417,30 / 33.109,99 = 1,89$$

ACTIVO	PASIVO
Activo No Corriente	Patrimonio Neto
Activo Corriente	PASIVO NO CORRIENTE
	Pasivo Corriente

Este ratio debe ser superior a la unidad. Su valor depende de la velocidad con que se realicen las cuentas a cobrar y sean exigibles los saldos a pagar.

Ratio de autonomía o independencia financiera

Este nos muestra la independencia que tiene la empresa frente a las deudas con acreedores.

Para ello usamos las magnitudes del Patrimonio Neto y el Pasivo Corriente

ACTIVO	PASIVO
Activo No Corriente	PATRIMONIO NETO
Activo Corriente	PASIVO NO CORRIENTE
	Pasivo Corriente

$$\text{Ratio de autonomía financiera} = \text{Patrimonio Neto} / \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Ratio de autonomía financiera} = 46.000,00 / 33.109,99 = 1,39$$

Este ratio debe ser mayor a la unidad.

14.2.- Fondo de maniobra

El fondo de maniobra es la parte de recursos propios a largo plazo que financia el activo corriente. Aunque los recursos de largo plazo se deban dedicar primero a financiar los activos no corrientes, cuando estos últimos sean menores que los recursos de largo plazo, el excedente se utiliza para financiar los activos corrientes.

Esto se consigue aplicando la siguiente fórmula:

$$FM = (\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo No Corriente}) - \text{Activo No Corriente}$$

$$FM = (46.000,00 + 53.706,22) - 70.398,91 = 29.307,31$$

Por lo general, las compañías con fondo de maniobra positivo tendrán una mejor posición para hacer frente a sus necesidades de financiación a corto plazo, sin que produzca tensiones de tesorería para la empresa.

14.3.- Coeficiente básico de financiación

Este coeficiente nos indica en qué medida los recursos permanentes de la empresa cubren las necesidades de financiación a largo plazo.

$$CBF = (\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo No Corriente}) / (\text{Activo No Corriente} + FM)$$

$$CBF = (46.000,00 + 53.706,22) / (70.398,91 + 29.307,31) = 1$$

El coeficiente derivado de esta fórmula es 1, significa que la empresa tiene cubierto adecuadamente sus activos fijos y su fondo de maniobra mínimo o ideal

15.- BIBLIOGRAFÍA

Ayuntamiento de Bailén (2016), Economía y Censo. Disponible online: <http://www.ayto-bailen.com/>

Cineandcine la revista digital del sector audiovisual andaluz (2014). Disponible online: <http://www.cineandcine.tv/curiocinedades/1314-ir-al-cine-en-andalucia-sevilla-la-mas-cara-almeria-la-mas-barata.html>

CINEMANIA (2012) Artículo ofrecido por “EL PAÍS”, disponible online: <http://www.cinemanía.es/noticias/con-las-peliculas-cubrimos-costes-los-beneficios-los-dan-las-palomitas/>

CTE Código Técnico de la Edificación (2016). Disponible online: <http://www.codigotecnico.org/index.php/menu-salubridad>

CYPE Ingenieros (2016) Página web oficial. Disponible online: <http://programas.cype.es/>

Euroeows (2015). “*Cultura cinema*”, disponible online: <http://es.euronews.com/2015/02/02/4dx-el-ultimo-grito-tecnologico-en-las-salas-de-cine/>

Fedicine (2016) “*Federación de distribuidores cinematográficos*” Distribuidoras. Disponible online: <http://fedicine.com/distribuidoras/>

Gobierno de España (2016) Ministerio de educación, cultura y deporte; el cine y el vídeo en datos y cifras, disponible online: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/portada.html>

Ley 55/2007, del 28 de diciembre, del Cine” Documento consolidado BOE-A-2007-22439. Disponible online: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22439>

Marioff (2016) Página web oficial. Disponible online: <http://www.marioff.com/es/proteccion-contra-incendios/tipos-de-sistemas-de-extincion-hi-fogr>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016). Disponible online: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2014/c/cine-provincias.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016). Disponible online: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/catalogo/cultura/becas-ayudas-y-subvenciones/becas/becas-formarte-2016.html>

Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2016). Disponible online: http://www.seg-social.es/Internet_1/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm

PCO Group, disponible online: <http://www.pco-group.com/es/>

SONY (2015) Página web oficial. Disponible online: <http://www.sony.es/pro/article/digital-cinema-what-is-4k>

SONY (2016) Página web oficial. Disponible online: <http://www.sony.es/pro/products/digital-cinema>