



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

**PLAN DE NEGOCIO DE LA STARTUP:  
NIGHTOUT**

Autor: Mercedes Delclaux Squella

Director: Juan Antonio Gil Serra

MADRID | JUNIO 2024

## **RESUMEN**

NightOut es una startup innovadora que busca revolucionar el mercado del ocio nocturno en Madrid mediante una aplicación móvil que conecta a usuarios con eventos y servicios exclusivos en discotecas. Este plan de negocio detalla su estructura de costes, estrategias de financiación, modelo de ingresos, y plan de operaciones. La financiación inicial se busca a través de inversores ángeles, subvenciones y créditos, enfocándose posteriormente en rondas de financiación de capital de riesgo para escalar operaciones. La estrategia de ingresos combina un modelo de comisiones con publicidad y colaboraciones estratégicas. La reinversión de beneficios y el control de costes son esenciales para la sostenibilidad y crecimiento de NightOut. La aplicación promete ser una herramienta indispensable para explorar la vida nocturna, ofreciendo desde la reserva de entradas y mesas VIP hasta promociones exclusivas, todo en una interfaz intuitiva. La colaboración con discotecas y marcas de bebidas alcohólicas, así como la implementación de prácticas publicitarias que respetan al usuario, son claves para su éxito. NightOut se posiciona para ser líder en el entretenimiento nocturno, fomentando experiencias únicas y seguras para sus usuarios.

Palabras clave: NightOut, startup, ocio nocturno, Madrid, aplicación móvil, experiencia del usuario.

## **ABSTRACT**

NightOut is an innovative startup aiming to revolutionize the nightlife market in Madrid through a mobile app that connects users with events and exclusive services in nightclubs. This business plan outlines its cost structure, financing strategies, revenue model, and operational plan. Initial funding is sought through angel investors, grants, and credits, focusing later on venture capital financing rounds to scale operations. The revenue strategy combines a commission model with advertising and strategic collaborations. Reinvesting profits and cost control are essential for NightOut's sustainability and growth. The app promises to be an indispensable tool for exploring nightlife, offering everything from ticket and VIP table bookings to exclusive promotions, all within an intuitive interface. Collaborating with nightclubs and alcoholic beverage brands, as well as implementing user-respecting advertising practices, are key to its success. NightOut positions itself to be a leader in nightlife entertainment, fostering unique and safe experiences for its users.

Keywords: NightOut, startup, nightlife, Madrid, mobile app, user experience.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	7
1.1. Interés por el tema.....	7
1.2. Objetivos del trabajo .....	7
1.3. Metodología .....	8
1.4. Estructura .....	10
2. ESTUDIO SOBRE EL OCIO NOCTURNO DE MADRID .....	13
2.1. Análisis PESTEL .....	13
2.1.1. Factores políticos .....	13
2.1.2. Factores económicos .....	14
2.1.3. Factores socioculturales .....	14
2.1.4. Factores tecnológicos.....	15
2.1.5. Factores ecológicos .....	16
2.1.6. Factores legales .....	16
2.2. Cinco fuerzas de Porter .....	17
2.2.1. Amenaza de entrada de competidores potenciales.....	17
2.2.2. Rivalidad entre competidores existentes.....	18
2.2.3. Productos sustitutivos como amenaza .....	19
2.2.4. Poder de negociación de clientes .....	19
2.2.5. Poder de negociación de proveedores .....	20
2.3. Análisis DAFO.....	20
2.3.1. Amenazas .....	21
2.3.2. Oportunidades .....	21
2.3.3. Debilidades .....	22
2.3.4. Fortalezas .....	23
2.4. Conclusiones sobre el ocio nocturno en Madrid.....	24
3. MODELO DE NEGOCIO NIGHTOUT.....	26
3.1. Descripción de la idea .....	26
3.2. Business Model Canvas .....	27
3.2.1. Propuesta de valor .....	27
3.2.2. Segmento de mercado .....	28
3.2.3. Relaciones con clientes .....	29
3.2.4. Canales .....	29
3.2.5. Socios clave .....	30

3.2.6. Actividades clave .....	31
3.2.7. Recursos clave .....	31
3.2.8. Estructura de costes.....	32
3.2.9. Fuente de ingresos.....	35
4. PLAN DE OPERACIONES .....	37
5. PLAN FINANCIERO .....	42
5.1. Necesidades de inversión .....	42
5.2. Estados financieros a tres años .....	43
5.3. Rentabilidad del proyecto .....	48
5.4. Valoración de la empresa .....	48
5.4.1. Cálculo del WACC.....	49
5.4.2. Cálculo de los FCF y valor a perpetuidad.....	51
6. CONCLUSIONES .....	54
BIBLIOGRAFÍA .....	56
ANEXOS .....	58
A. Tablas resumen cinco fuerzas de Porter .....	58
B. Encuesta realizada a 211 usuarios .....	64
C. Resultados encuesta realizada a 211 usuarios .....	69
D. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado.....	77

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Propuesta de logo .....	27
Figura 2- Business Model Canvas. Fuente: Business Insider .....	27

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Interés por el tema

La concepción de NightOut surge a partir de una inquietud compartida entre los fundadores, todos ellos estudiantes universitarios del último año en la Universidad Pontificia Comillas: la pasión por el mundo del ocio nocturno y la innovación tecnológica. Durante la fase inicial de investigación, analizamos y evaluamos las aplicaciones existentes en el mercado que ofrecen servicios relacionados con la vida nocturna y la compra de entradas, así como la posibilidad de reservas de antemano bebidas en las discotecas. En este proceso, identificamos la ausencia de una plataforma integral que permita a los usuarios disfrutar de una experiencia nocturna completa, desde la compra de entradas hasta la selección de música y la reserva de consumiciones, todo ello desde una sola aplicación móvil.

NightOut ha sido concebida y desarrollada en colaboración con expertos del sector del ocio nocturno y la tecnología, con el objetivo de proporcionar una solución innovadora y conveniente para los amantes de la vida nocturna en Madrid. A través de NightOut, los usuarios podrán reservar entradas con anticipación, seleccionar sus canciones favoritas para la noche y encargas sus bebidas en los locales participantes, todo ello desde la comodidad de sus dispositivos móviles.

El lanzamiento de la startup se realizará en el marco de una campaña de marketing estratégica, dirigida a jóvenes profesionales y amantes de la vida nocturna en Madrid. A través de asociaciones con discotecas, así como campañas publicitarias en redes sociales y eventos promocionales, NightOut se posicionará como la plataforma líder para la planificación y reserva de experiencias nocturnas en la capital española. Con un equipo dedicado y una visión clara, NightOut está preparada para transformar la industria del ocio nocturno en Madrid y ofrecer a los usuarios una experiencia única y memorable en cada salida nocturna.

## 1.2. Objetivos del trabajo

Los objetivos que se pretenden alcanzar con la elaboración de este trabajo son los siguientes:

1. **Aplicación de conocimientos teóricos en un contexto práctico:** se aspira a aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica en la construcción de un plan de negocio viable para una startup innovadora en el sector del

entretenimiento nocturno. Este objetivo demuestra la capacidad para integrar conceptos de gestión empresarial, marketing, finanzas y operaciones en un proyecto real.

2. **Desarrollo de habilidades analíticas y de investigación:** Se propone profundizar sus habilidades analíticas y de investigación mediante un estudio de mercado exhaustivo, análisis competitivo y evaluación de las necesidades del consumidor. El TFG representa una oportunidad significativa para refinar la capacidad de análisis de datos, crucial para cualquier profesional de negocios.
3. **Fomento de la creatividad y la innovación:** se busca explorar la creatividad y capacidad de innovación al abordar los desafíos que enfrenta NightOut, proponiendo estrategias de marketing originales, innovaciones tecnológicas y nuevos modelos de ingresos. Este enfoque subraya la importancia de la innovación en el desarrollo y éxito de startups.
4. **Mejora de habilidades de planificación y gestión de proyectos:** El TFG sirve como una plataforma para perfeccionar habilidades de planificación y gestión de proyectos, estableciendo objetivos claros, definiendo plazos y gestionando recursos de manera eficiente. Este proceso refleja la preparación para manejar proyectos complejos y adaptarse a cambios y desafíos.
5. **Preparación para la carrera profesional:** A través de este proyecto, se adquiere experiencia práctica relevante en el campo de los negocios y el emprendimiento. Este TFG no solo demuestra capacidades sino que también refleja interés y compromiso con el sector del entretenimiento y la tecnología.

Al cumplir con estos objetivos, no solo se demostrará la competencia y preparación para enfrentar los retos del mundo empresarial sino que también se contribuirá al estudio y desarrollo de estrategias innovadoras para startups en el sector del entretenimiento nocturno. Este proyecto representa una culminación de la formación académica recibida, enfocando un futuro exitoso en la trayectoria profesional.

### 1.3. Metodología

La primera parte del trabajo se enfoca en el desarrollo del plan de negocio de NightOut. Para ello, se ha seguido el Business Model Canvas (BMC), un modelo que facilita la presentación,



visualización y descripción de una idea de negocio con el fin de identificar posibles debilidades y evaluar su viabilidad en el mercado objetivo. El BMC fue creado por el teórico económico Alexander Osterwalder y el informático Yves Pigneur en 2009, y desde entonces ha ganado popularidad debido a su estructura clara y centrada en los aspectos esenciales del negocio, convirtiéndose en un recurso fundamental para emprendedores en el diseño y desarrollo de startups. Este modelo se basa en la división de la idea de negocio en nueve categorías principales (véase Figura 2), todas interrelacionadas entre sí y que facilitan el proceso de creación de valor. Gracias a su estructura visual y ordenada, el BMC permite seguir un proceso lógico con el objetivo último de evaluar la viabilidad de la idea de negocio y su implementación práctica.

Durante los últimos meses, el equipo ha colaborado estrechamente para alcanzar los objetivos establecidos por la plataforma. Han elaborado los nueve pasos del BMC, lo que ha permitido crear un modelo visual y ordenado que facilita la comprensión y la ejecución del proyecto. Además, este proceso ha fortalecido la conexión entre los miembros del equipo, fomentando un ambiente de colaboración y creatividad.

Para la elaboración del BMC, se han utilizado diversas herramientas, entre las que destacan el Value Proposition Canvas de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, que ayuda a definir la propuesta de valor de un modelo de negocio alineándola con las necesidades de los clientes. Asimismo, se ha aplicado el concepto de Lean Start-up, el cual busca acelerar el tiempo promedio que se tarda en lanzar un producto al mercado mediante la elaboración de prototipos o experimentos que permiten obtener retroalimentación de los clientes para aplicar al producto final (Ries, 2012).

Además, para comprender la situación y las necesidades del público objetivo, se han distribuido encuestas a través de redes sociales como Instagram y WhatsApp. Estas encuestas, desarrolladas conjuntamente por todo el equipo en el marco del concurso, han proporcionado una mejor comprensión del problema a abordar y las posibles soluciones a establecer. En resumen, el proceso de desarrollo del BMC ha sido un esfuerzo colaborativo que ha permitido a los emprendedores avanzar de manera significativa en la materialización de sus proyectos. Se adjuntan como Anexo B.

El análisis estratégico de NightOut se fundamenta en la visión de Porter (1980), quien define la estrategia empresarial como la creación de una posición única y valiosa en el mercado. En

este contexto, se explorarán los componentes esenciales de la estrategia, incluyendo el análisis externo a través de las Cinco Fuerzas de Porter y el análisis PESTEL, así como el análisis interno mediante la matriz DAFO.

El entorno globalizado actual ha intensificado las interdependencias empresariales, destacando la importancia de analizar la competencia dentro del sector empresarial.

El análisis externo se basa en las Cinco Fuerzas de Porter y el análisis PESTEL. Las Cinco Fuerzas de Porter examinan la competencia en una industria y orientan las estrategias empresariales hacia oportunidades y amenazas identificadas. Estas fuerzas, que incluyen el poder del cliente, el poder del proveedor, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos y la intensidad de la rivalidad, determinan la rentabilidad a largo plazo del sector.

El análisis PESTEL, por otro lado, explora factores externos como Políticos, Económicos, Socioculturales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales, que afectan la estrategia empresarial y requieren una adaptación continua debido a la naturaleza cambiante del entorno macroeconómico.

El análisis interno se realiza a través de la matriz DAFO, que identifica Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Este modelo divide los factores internos y externos en cuatro cuadrantes, permitiendo a las empresas controlar las debilidades, explotar las fortalezas, mitigar las amenazas y capitalizar las oportunidades para desarrollar estrategias efectivas y mantener una ventaja competitiva.

#### 1.4. Estructura

El plan de negocio de NightOut se presenta como un documento integral y estructurado, diseñado para explorar y definir la viabilidad y estrategia para el lanzamiento de una innovadora plataforma de ocio nocturno en Madrid. Este documento está organizado en varias secciones clave que juntas ofrecen una visión completa del proyecto, desde el análisis de mercado hasta la propuesta de valor y estrategias operativas.

La introducción establece el marco del plan, presentando NightOut como un emprendimiento destinado a revolucionar el ocio nocturno en Madrid. Se proporciona una visión general del

negocio, subrayando su propósito de conectar a los usuarios con una amplia gama de experiencias nocturnas mediante una aplicación móvil intuitiva y fácil de usar.

En la sección de estudio sobre el ocio nocturno de Madrid se profundiza en el contexto específico de esta actividad, comenzando con un análisis PESTEL que examina los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en este sector. Este análisis detallado ayuda a comprender el entorno operativo de NightOut y a identificar tanto desafíos como oportunidades de negocio, proporcionando una base sólida para la planificación estratégica.

El núcleo del plan de negocio se centra en el Modelo de Negocio Canvas de NightOut, detallando cada uno de sus componentes:

- Propuesta de valor: Se define claramente qué hace única a NightOut y cómo satisface las necesidades de su mercado objetivo.
- Segmento de mercado: Se identifica y describe el público objetivo, enfatizando en sus preferencias y comportamientos.
- Relaciones con clientes y canales: Se delinear las estrategias para la interacción con los clientes y los canales a través de los cuales NightOut llegará a su audiencia.
- Socios clave, actividades clave y recursos clave: Se especifican los colaboradores estratégicos, las actividades esenciales para el éxito de la plataforma y los recursos necesarios.
- Estructura de costes y fuentes de ingresos: Se analiza el modelo financiero de NightOut, incluyendo costes operativos y estrategias de monetización.

En la sección de estrategia de comunicación y marketing, se realiza un Análisis DAFO para identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de NightOut. Este análisis informa la estrategia de marketing y comunicación, delineando cómo la empresa se posicionará en el mercado y atraerá a su audiencia objetivo.

A continuación, en el plan de operaciones se describe detalladamente cómo NightOut llevará a cabo sus operaciones diarias, abarcando desde el desarrollo técnico de la aplicación hasta la gestión del servicio al cliente y la relación con los socios comerciales. Esta sección asegura

que se han considerado todos los aspectos logísticos para el funcionamiento eficiente de NightOut.

Finalmente, el plan culmina con una sección de conclusiones que resume los hallazgos clave y las estrategias propuestas para el lanzamiento y crecimiento sostenible de NightOut. Esta conclusión refleja una evaluación crítica de la viabilidad del negocio y destaca los pasos fundamentales hacia el éxito de la startup en el competitivo entorno del ocio nocturno de Madrid.

En conjunto, el plan de negocio de NightOut ofrece un enfoque meticuloso y estratégico para la introducción de una solución innovadora en el mercado del ocio nocturno, subrayando el compromiso del proyecto con la excelencia, la innovación y la satisfacción del cliente.

## **2. ESTUDIO SOBRE EL OCIO NOCTURNO DE MADRID**

El estudio sobre el ocio nocturno de Madrid constituye una indagación profunda en la dinámica y los factores que influyen en este aspecto vital de la vida urbana. En esta sección, nos adentraremos en un análisis exhaustivo del panorama del ocio nocturno en la capital española. Desde los vibrantes bares y discotecas hasta los encantadores cafés y locales culturales, Madrid ofrece una amplia gama de experiencias nocturnas que atraen tanto a residentes como a visitantes de todo el mundo.

### 2.1. Análisis PESTEL

#### **2.1.1. Factores políticos**

Los factores políticos desempeñan un papel fundamental en el entorno operativo de NightOut, la startup enfocada en el ocio nocturno de Madrid. La legislación sobre los horarios de apertura y cierre de locales nocturnos en la ciudad es un aspecto crítico que puede afectar directamente a la dinámica y la viabilidad de las operaciones. Por ejemplo, la normativa actual permite que los bares cierren a las 3:00 AM los fines de semana, mientras que las discotecas pueden operar hasta las 6:00 AM. Estos horarios determinan la disponibilidad de eventos y actividades que se puede ofrecer a los usuarios.

Además, las normativas relacionadas con la venta y consumo de alcohol representan otro aspecto clave dentro del contexto político. En Madrid, la venta de alcohol está permitida hasta las 5:00 AM en discotecas y bares de copas, según la Ley 5/2002 de Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos. Las restricciones en esta área pueden afectar la experiencia de ocio nocturno y las actividades promovidas a través de NightOut, influyendo en los tipos de eventos permitidos y en las opciones de bebida disponibles.

Por otro lado, las políticas gubernamentales sobre seguridad y regulación de eventos nocturnos son un elemento esencial que hay que tener en cuenta en este tipo de modelo de negocio. La normativa de seguridad en locales de ocio nocturno incluye requisitos como la instalación de sistemas de videovigilancia y la contratación de personal de seguridad certificado. Estos requisitos tienen como objetivo garantizar la protección y el bienestar de los asistentes, así como prevenir incidentes no deseados. NightOut debe estar al tanto de estas normativas y asegurarse de que los eventos promovidos a través de su plataforma cumplan con los estándares de seguridad establecidos por las autoridades locales.

### **2.1.2. Factores económicos**

Los aspectos económicos son fundamentales para el funcionamiento y la sostenibilidad de NightOut. Las tendencias económicas tienen un impacto directo en el poder adquisitivo y los hábitos de gasto de los usuarios. Durante períodos de crecimiento económico, como el registrado en Madrid entre 2015 y 2019 con un aumento del PIB del 3% anual, es probable que los consumidores dispongan de más ingresos para gastar en actividades de ocio, lo que puede impulsar la demanda de eventos y experiencias nocturnas ofrecidas por nuestra startup. Por el contrario, en épocas de recesión económica, como la sufrida en 2020 con una caída del PIB del 11%, es posible que los consumidores reduzcan sus gastos discrecionales, lo que podría afectar la participación en eventos nocturnos y el uso de la aplicación.

Las tasas de desempleo también son un factor económico clave que influye en la participación en eventos de ocio nocturno. En Madrid, la tasa de desempleo ha fluctuado significativamente, desde un 12% en 2013 hasta un 10% en 2023. En períodos de alto desempleo, los individuos pueden tener menos recursos disponibles para gastar en entretenimiento, lo que puede disminuir la demanda de eventos nocturnos y servicios ofrecidos por NightOut. Por otro lado, en momentos de pleno empleo, es probable que haya una mayor disposición a gastar en experiencias de ocio, lo que puede beneficiar a NightOut y aumentar la participación en sus eventos.

Además, las fluctuaciones en los precios de las entradas y bebidas pueden tener un impacto significativo en la rentabilidad y la competitividad de NightOut, así como en sus proveedores. Por ejemplo, los precios de las entradas a eventos nocturnos en Madrid pueden variar entre 10 y 50 euros, y el precio de las bebidas puede oscilar entre 5 y 15 euros por consumición. Las variaciones en los costes operativos, incluidos los costes de alquiler de locales, personal y suministros, pueden afectar los márgenes de beneficio de NightOut y su capacidad para ofrecer eventos a precios competitivos. Del mismo modo, los proveedores de NightOut, como las discotecas y bares, pueden enfrentarse a desafíos relacionados con la gestión de costes y la fijación de precios en un entorno de fluctuaciones económicas.

### **2.1.3. Factores socioculturales**

Los factores socioculturales son fundamentales para comprender el entorno en el que NightOut opera dentro del mercado del ocio nocturno en Madrid. Las preferencias de entretenimiento nocturno de la población madrileña son un aspecto crucial que influye en la demanda de

eventos y actividades promovidas por NightOut. Esto incluye la preferencia por ciertos tipos de música, ambientes y experiencias que pueden variar según las tendencias culturales y sociales del momento.

Las tendencias sociales y culturales desempeñan un papel importante en la configuración de la demanda de eventos y actividades de ocio nocturno. Por ejemplo, cambios en las preferencias de entretenimiento, la popularidad de ciertos géneros musicales o estilos de vida emergentes pueden afectar la atracción de ciertos eventos promovidos por NightOut. Además, las tendencias en moda, tecnología y estilo de vida pueden influir en las expectativas y experiencias de los usuarios durante los eventos nocturnos.

Los cambios en los hábitos de consumo de alcohol y la creciente conciencia sobre la salud y el bienestar también son factores socioculturales importantes que considerar. En los últimos años, ha habido un aumento en la preocupación por la salud y el bienestar, lo que ha llevado a cambios en los hábitos de consumo de alcohol y la demanda de opciones de entretenimiento más saludables y equilibradas. NightOut debe estar al tanto de estas tendencias y adaptar su oferta de eventos y servicios para satisfacer las necesidades y preferencias cambiantes de los usuarios conscientes de la salud.

#### **2.1.4. Factores tecnológicos**

Los factores tecnológicos son determinantes en el desarrollo y la evolución de la aplicación. Los avances tecnológicos tienen un impacto significativo en la experiencia del usuario dentro de la aplicación NightOut. Por ejemplo, la integración de sistemas de pagos móviles permite a los usuarios comprar entradas y consumir dentro de las discotecas de manera rápida y conveniente. En 2023, el uso de pagos móviles en España creció un 150%, lo que mejora la experiencia general del usuario y fomenta la participación en eventos nocturnos.

Además, las innovaciones en las plataformas de redes sociales tienen un impacto significativo en la promoción y participación en eventos nocturnos. En 2022, se reportó que el 80% de los usuarios de redes sociales en España interactúan con contenido relacionado con eventos. NightOut puede aprovechar estas tendencias para promocionar sus eventos, interactuar con los usuarios y crear una comunidad en línea activa y comprometida. Las funciones avanzadas de redes sociales, como la transmisión en vivo de eventos y la creación de contenido generado por usuarios, pueden aumentar la visibilidad y el atractivo de NightOut entre su audiencia objetivo.

La integración de la inteligencia artificial (IA) en NightOut puede proporcionar una serie de beneficios significativos para mejorar la experiencia del usuario y optimizar las operaciones de la aplicación. La IA puede utilizarse para personalizar y mejorar las recomendaciones de eventos nocturnos basadas en los intereses y el historial de actividad de los usuarios. Por ejemplo, los algoritmos de IA pueden analizar el comportamiento de navegación y las interacciones de los usuarios dentro de la aplicación para ofrecer sugerencias de eventos en discotecas que se ajusten a sus preferencias individuales. Además, la IA puede ser empleada para mejorar la atención al cliente y la interacción con los usuarios. Concretamente, los algoritmos de IA pueden analizar datos históricos de asistencia y comportamiento de los usuarios para predecir la demanda de eventos y ajustar la planificación y logística en consecuencia.

#### **2.1.5. Factores ecológicos**

Los factores ecológicos son cada vez más importantes en la industria del ocio nocturno, y NightOut puede desempeñar un papel crucial al promover prácticas sostenibles a través de acuerdos con las discotecas asociadas. Puede trabajar en colaboración con las discotecas para fomentar el uso de materiales reciclables, la reducción de residuos, utilizar energías renovables y la adopción de prácticas eco amigables durante los eventos y en los locales nocturnos.

Es esencial que NightOut promueva consideraciones sobre sostenibilidad y prácticas medioambientales entre las discotecas asociadas. Esto puede incluir la implementación de medidas para minimizar el impacto ambiental de la gestión de residuos y el consumo de recursos en eventos nocturnos. Aunque la responsabilidad ecológica es de las discotecas, la startup puede catalizar el cambio facilitando medidas eco amigables y fomentando una cultura de sostenibilidad en el sector.

#### **2.1.6. Factores legales**

Los factores legales representan un aspecto fundamental que NightOut debe considerar en su operación y desarrollo. El cumplimiento de regulaciones y normativas relacionadas con la protección de datos de los usuarios es de suma importancia. NightOut debe asegurarse de adherirse estrictamente a las leyes de privacidad de datos, garantizando la seguridad y confidencialidad de la información de sus usuarios en cumplimiento con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea. En 2023, las multas por



incumplimiento del RGPD en la UE ascendieron a más de 1.200 millones de euros, subrayando la importancia de este cumplimiento.

En cuanto a la legislación laboral y las regulaciones de seguridad en eventos y locales nocturnos, NightOut debe estar al tanto de estas normativas, aunque son las discotecas las encargadas de cumplirlas. Es fundamental que esta colabore estrechamente con las discotecas para asegurarse de que estas cumplan con las leyes laborales vigentes y proporcionen un entorno de trabajo seguro para su personal y los asistentes a los eventos. Según datos del Ministerio de Trabajo, en 2022 se realizaron más de 25,000 inspecciones laborales en el sector de la hostelería en España, reflejando la estricta supervisión de las condiciones laborales.

Asimismo, NightOut debe ser consciente de la responsabilidad legal en caso de incidentes o accidentes durante eventos nocturnos. Aunque la responsabilidad principal recae en las discotecas, la startup debe contar con políticas y procedimientos claros para responder adecuadamente en situaciones adversas. Esto incluye establecer protocolos de emergencia, colaborar con las autoridades competentes y garantizar que las discotecas cuenten con los seguros adecuados para cubrir posibles contingencias. En 2022, el número de incidentes reportados en eventos nocturnos en Madrid fue de 350, resaltando la necesidad de estar preparados para gestionar estos eventos de manera efectiva.

## 2.2. Cinco fuerzas de Porter

### **2.2.1. Amenaza de entrada de competidores potenciales**

Considerar la entrada de posibles nuevos competidores es vital para el éxito de NightOut. Dado que esta ofrece un servicio innovador, existe un potencial considerable para atraer la atención de nuevos competidores que deseen ingresar al mercado con propuestas similares.

En un mercado dinámico como el del entretenimiento nocturno, donde la demanda de experiencias únicas y convenientes es alta, las barreras de entrada pueden ser relativamente bajas para los competidores potenciales. Estas barreras podrían incluir el desarrollo de una aplicación similar, la negociación de acuerdos con discotecas y la inversión en tecnología para brindar una experiencia fluida a los usuarios.

La facilidad con la que los competidores potenciales pueden replicar el modelo de negocio de la startup y la creciente demanda de soluciones tecnológicas en el sector del ocio nocturno

pueden aumentar la amenaza de entrada. Además, la disposición de las discotecas a asociarse con nuevas aplicaciones puede hacer que sea más fácil para los competidores potenciales establecerse en el mercado.

Para NightOut, enfrentar esta amenaza implica mantenerse innovador y diferenciarse constantemente de los competidores potenciales. Esto puede implicar la expansión de su oferta de servicios, el fortalecimiento de las relaciones con las discotecas y la mejora continua de la experiencia del usuario a través de características únicas y personalizadas.

La capacidad de NightOut para establecer una base de usuarios sólida, construir relaciones sólidas con las discotecas y ofrecer una experiencia de usuario excepcional será fundamental para prevenir la amenaza de entrada de competidores potenciales y mantener su posición en el mercado del ocio nocturno de Madrid. Ver anexo A.

### **2.2.2. Rivalidad entre competidores existentes**

La rivalidad de competidores es alta, por ello, habría que considerar la presencia de empresas como Fourvenues, que ofrecen servicios similares de organización de eventos nocturnos, así como competidores como Fever, que ofrecen entradas para discotecas además de planes alternativos al ocio nocturno, como cine, teatro, monólogos, etc. Este panorama competitivo diverso y complejo presenta desafíos significativos para la startup en el mercado del entretenimiento y la organización de eventos de noche en Madrid.

Por un lado, la competencia directa de empresas como Fourvenues puede generar una intensificación de la rivalidad en términos de precios, calidad del servicio y alcance de las ofertas. La lucha por la atención y preferencia de los usuarios en el ámbito del ocio nocturno puede llevar a estrategias agresivas por parte de todos los competidores involucrados. Por ejemplo, en 2022, Fourvenues reportó un crecimiento del 30% en su base de usuarios, lo que refleja su fuerte presencia en el mercado.

Por otro lado, la presencia de competidores como Fever, que ofrecen una variedad de planes de entretenimiento que van más allá del ocio nocturno, amplía las opciones disponibles para los usuarios y aumenta la competencia por su participación. En 2023, Fever organizó más de 5,000 eventos en diversas categorías, destacando su capacidad para atraer a una audiencia amplia.

Para NightOut, enfrentar esta rivalidad entre competidores existentes implica la necesidad de diferenciarse de manera efectiva en el mercado. Esto puede incluir la implementación de características únicas en su plataforma, como la personalización de recomendaciones de eventos y la creación de ofertas exclusivas en colaboración con discotecas.

Además, en su vertiente social, NightOut se enfrenta a una rivalidad feroz por parte de diversas aplicaciones móviles, entre ellas, Beer Buddy (Anexo A). Esta aplicación se destaca por ofrecer una experiencia social centrada en el consumo de bebidas alcohólicas y la interacción entre amigos en entornos de ocio. Con su enfoque específico en la cultura de la bebida y la sociabilidad, Beer Buddy representa una alternativa directa a NightOut, compitiendo por la atención y preferencia de los usuarios en el mercado del entretenimiento móvil.

### **2.2.3. Productos sustitutivos como amenaza**

La presencia de productos sustitutivos representa una amenaza significativa para NightOut y su posición en el mercado del entretenimiento en Madrid. Los productos sustitutivos son alternativas que los usuarios pueden elegir en lugar de utilizar los servicios ofrecidos por NightOut.

Por ejemplo, aplicaciones de reserva de entradas para eventos de ocio nocturno, como las ofrecidas por competidores como Fever y Fourvenues, ya mencionadas anteriormente, son productos sustitutivos directos que compiten directamente en el mismo espacio de mercado. Además, productos y servicios que no están específicamente relacionados con el ocio nocturno, como plataformas de streaming de música, servicios de transmisión de películas, opciones de entretenimiento en el hogar o eventos culturales y deportivos, también se consideran sustitutivos potenciales. Si los usuarios encuentran opciones más atractivas, convenientes o económicas fuera de la oferta de nuestra empresa, existe el riesgo de que pierda participación en el mercado.

### **2.2.4. Poder de negociación de clientes**

El poder de negociación de clientes en este sector de empresas es alto debido a la disponibilidad de alternativas en el mercado. En 2023, el 75% de los usuarios de aplicaciones de entretenimiento en España utilizaron más de una plataforma para comparar opciones de ocio nocturno, lo que les otorga poder para exigir precios competitivos, una amplia gama de eventos y una experiencia de usuario satisfactoria.

Por otro lado, las discotecas y locales nocturnos que colaboran con NightOut también ejercen presión sobre la empresa en términos de negociación. Estos establecimientos buscan maximizar su visibilidad y participación en la plataforma. Según un informe de 2022, las tarifas de comisión para discotecas pueden variar entre el 10% y el 20%, dependiendo de la prominencia de la promoción y otros términos comerciales acordados entre NightOut y los locales.

### **2.2.5. Poder de negociación de proveedores**

Los proveedores, en este contexto, incluyen tanto a las empresas que suministran tecnología y servicios relacionados con la plataforma NightOut, como a los proveedores de contenido y entretenimiento, como las discotecas, bares y locales nocturnos que ofrecen sus servicios a través de la aplicación.

En términos de tecnología y servicios, la empresa depende de proveedores externos para mantener y mejorar su plataforma, asegurando la funcionalidad óptima y la experiencia del usuario. Estos proveedores pueden incluir empresas de desarrollo de software, proveedores de servicios en la nube, procesadores de pagos y otros proveedores de tecnología. El poder de negociación de estos proveedores radica en su capacidad para establecer precios, términos de servicio y condiciones de colaboración que afectan directamente.

Por otro lado, NightOut también depende de relaciones sólidas con los proveedores de contenido y entretenimiento, como las discotecas y locales nocturnos que ofrecen eventos a través de la plataforma. Estos proveedores tienen el poder de dictar las condiciones de colaboración, incluidos los precios de las entradas, la disponibilidad de eventos y la exclusividad de ciertos acuerdos. Su capacidad para atraer a los usuarios finales y proporcionar experiencias de entretenimiento de calidad es fundamental para el éxito.

Para gestionar eficazmente el poder de negociación de los proveedores, NightOut puede explorar oportunidades de colaboración y co-creación con proveedores para desarrollar nuevas características y experiencias que agreguen valor tanto para los usuarios finales como para los proveedores. Ver anexo A.

### 2.3. Análisis DAFO

Tras una evaluación exhaustiva del entorno del ocio nocturno en Madrid mediante el análisis PESTEL y las Cinco Fuerzas de Porter, que han ofrecido una visión amplia de los factores

externos e internos que inciden en el sector, el siguiente paso en nuestra indagación estratégica es la realización de un Análisis DAFO.

Este análisis, conocido también por sus siglas en inglés como SWOT, se centrará en identificar de manera sistemática las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades específicas de NightOut. Al hacerlo, buscamos destilar las perspectivas clave obtenidas de los análisis previos para desarrollar estrategias que no solo aborden los desafíos identificados, sino que también capitalicen las ventajas inherentes y las potenciales oportunidades del mercado.

### **2.3.1. Amenazas**

La industria del entretenimiento nocturno está experimentando una competencia creciente, impulsada por la rápida evolución tecnológica y la diversificación de las expectativas de los consumidores. La proliferación de nuevas plataformas, , hace que sea esencial para NightOut continuar innovando y diferenciándose a través de características exclusivas, colaboraciones estratégicas, y una comprensión profunda de las necesidades y preferencias de su audiencia objetivo.

Por otro lado, los cambios en la regulación representan un desafío significativo para el funcionamiento de discotecas, bares y eventos nocturnos. Las leyes y normativas en constante evolución, especialmente aquellas relacionadas con licencias de operación, horarios permitidos, y medidas de seguridad, pueden impactar directamente la operatividad y rentabilidad de estos establecimientos. Para NightOut, es crucial monitorear de cerca estas regulaciones y trabajar en colaboración con sus socios comerciales para asegurar el cumplimiento y minimizar interrupciones en el servicio, esto podría incluir la implementación de sistemas de reservas flexibles que puedan adaptarse a cambios regulatorios.

Las tendencias cambiantes en el comportamiento del consumidor, especialmente aquellas relacionadas con la seguridad y la salud pública, también juegan un papel primordial en la planificación estratégica. En respuesta a una mayor conciencia sobre estos temas, los usuarios demandan no solo experiencias de entretenimiento de alta calidad, sino también garantías de que su bienestar está siendo priorizado.

### **2.3.2. Oportunidades**

Dentro del dinámico sector de las salidas nocturnas, NightOut se enfrenta a un panorama repleto de oportunidades significativas que pueden ser aprovechadas para impulsar su crecimiento y consolidación en el mercado.

Una de las oportunidades más prometedoras es la expansión de su mercado a nuevas ciudades o países que se caracterizan por tener una rica y vibrante vida nocturna. En 2022, el mercado global del entretenimiento nocturno alcanzó un valor de 30,000 millones de dólares, con ciudades como Berlín y Tokio liderando el crecimiento. Esta expansión geográfica no solo aumentaría su alcance y visibilidad, sino que también diversificaría su oferta de entretenimiento, adaptándose a las peculiaridades culturales y preferencias locales. Para realizar esta expansión de manera efectiva, es crucial realizar estudios de mercado detallados que permitan identificar las áreas con mayor potencial y diseñar estrategias de entrada adaptadas a las características específicas de cada nuevo mercado. Aunque esta oportunidad de expandir se debería considerar cuando el negocio sea estable y habría que hacer un análisis de mercado para ver si beneficiaría al negocio.

Las alianzas estratégicas con marcas de bebidas alcohólicas, discotecas y servicios de transporte representan otra vía de crecimiento y fortalecimiento para. Estas colaboraciones pueden enriquecer la oferta de la plataforma, proporcionando a los usuarios acceso a experiencias exclusivas, descuentos y promociones especiales. Por ejemplo, asociarse con marcas de bebidas puede permitir la creación de eventos temáticos exclusivos. Según un estudio de 2023, el 60% de los consumidores prefieren eventos con ofertas exclusivas de bebidas. Estas alianzas no solo incrementan el valor añadido para los usuarios, sino que también fortalecen la posición de NightOut como una plataforma integral.

Finalmente, la tendencia creciente de los consumidores hacia experiencias personalizadas y exclusivas abre un campo de oportunidades. Desarrollar características y servicios que permitan una personalización profunda de las experiencias de entretenimiento nocturno puede fomentar una mayor lealtad y satisfacción del usuario. En 2022, el 70% de los usuarios de aplicaciones de entretenimiento preferían recomendaciones personalizadas. Esto podría incluir recomendaciones basadas en la configuración de eventos privados y acceso VIP a locales y eventos.

### **2.3.3. Debilidades**

Las debilidades son determinantes que cualquier negocio debe abordar para fortalecer su posición en el mercado y asegurar su viabilidad a largo plazo. Para NightOut, identificar estas vulnerabilidades es el primer paso hacia la implementación de estrategias efectivas que mitigan su impacto y transforman potenciales desventajas en oportunidades de crecimiento.

Una dependencia significativa de socios comerciales para proporcionar contenido y servicios puede limitar la capacidad para controlar la calidad y disponibilidad de las experiencias ofrecidas a los usuarios. Esta situación podría afectar negativamente la percepción de la marca y la satisfacción del usuario. Para contrarrestar esta debilidad, NightOut podría diversificar su red de socios comerciales y explorar la posibilidad de desarrollar contenido propio o exclusivo. Además, establecer acuerdos más sólidos y colaboraciones a largo plazo con socios clave podría mejorar la consistencia y calidad del contenido y los servicios ofrecidos.

Las limitaciones presupuestarias pueden restringir las opciones de marketing, desarrollo de producto y expansión, especialmente al competir con empresas más grandes que disponen de recursos financieros más amplios. Para mitigar esta debilidad, NightOut podría enfocarse en estrategias de marketing de bajo coste y alto impacto, como el marketing de contenidos, las campañas en redes sociales y el marketing de influencia.

#### **2.3.4. Fortalezas**

Las fortalezas de NightOut son fundamentales para su éxito y diferenciación en el competitivo mercado del entretenimiento nocturno. Cada una de estas fortalezas representa una ventaja competitiva que NightOut puede aprovechar para consolidar y expandir su presencia.

La interfaz de usuario intuitiva y la experiencia de usuario optimizada son aspectos centrales que distinguen a NightOut de sus competidores. Una plataforma fácil de usar no solo facilita la navegación y la realización de reservas para los usuarios, sino que también mejora significativamente su experiencia general. Esto es particularmente importante en el ámbito del entretenimiento nocturno, donde la simplicidad y rapidez en la gestión de planes pueden ser decisivas para los usuarios.

La amplia variedad y alta calidad de las opciones de entretenimiento disponibles en NightOut son también pilares de su éxito. Al ofrecer una diversa gama de eventos, locales y experiencias, esta atiende a un amplio espectro de gustos y preferencias, lo que le permite capturar una mayor cuota de mercado. La variedad en la oferta atrae nuevos usuarios e impulsa tanto la exploración

como las visitas recurrentes en la aplicación, lo que aumenta las oportunidades de ingresos y la interacción del usuario.

Finalmente, la capacidad de NightOut para recopilar y analizar datos del usuario es una ventaja estratégica que permite optimizar su marketing para alcanzar de manera más efectiva a su público objetivo. La personalización impulsada por datos mejora la experiencia del usuario al proporcionar contenido relevante y alineado con sus intereses, además de aumentar la efectividad de las campañas de marketing y maximizar el retorno de la inversión.

#### 2.4. Conclusiones sobre el ocio nocturno en Madrid

NightOut se encuentra en una posición estratégica favorable, respaldada por un análisis exhaustivo de las cinco fuerzas de Porter, el análisis PESTEL y el análisis DAFO, lo que revela una oportunidad prometedora en el mercado del ocio nocturno de Madrid.

En primer lugar, la startup aprovecha el poder de negociación de los proveedores, dado que colabora estrechamente con discotecas y establecimientos nocturnos. Al establecer relaciones sólidas con estos proveedores, NightOut puede acceder a una amplia variedad de eventos y ofertas exclusivas, lo que enriquece la experiencia de los usuarios y aumenta la lealtad hacia la plataforma.

Además, NightOut capitaliza la rivalidad entre competidores existentes, como Fourvenues y Fever, al ofrecer una propuesta de valor única y centrada en las preferencias del público objetivo. Su enfoque en la personalización, la conveniencia y la diversidad de opciones le permite diferenciarse en un mercado saturado, atrayendo a una base de usuarios más amplia y consolidando su posición como líder del mercado.

El análisis PESTEL revela tendencias económicas y socioculturales favorables que respaldan la oportunidad de negocio de NightOut. Las tendencias económicas positivas, como el aumento del poder adquisitivo y el crecimiento del sector del ocio, brindan un entorno propicio para el crecimiento de NightOut y la expansión de su base de usuarios. En último lugar, la integración de tecnologías emergentes, como los pagos móviles y la realidad aumentada, enriquece la oferta y mejora la satisfacción del usuario, posicionándola como una plataforma líder en el mercado del ocio nocturno.



En suma, NightOut se encuentra en una posición única para capitalizar las oportunidades del mercado del ocio nocturno de Madrid, respaldada por su capacidad para aprovechar el poder de negociación de los proveedores, diferenciarse de la competencia, y adaptarse a las tendencias económicas, socioculturales y tecnológicas en evolución.

### **3. MODELO DE NEGOCIO NIGHTOUT**

#### 3.1. Descripción de la idea

El modelo de negocio de NightOut se centra en ofrecer una plataforma digital innovadora que transforma la experiencia del ocio nocturno en Madrid. NightOut es una aplicación móvil que conecta a los usuarios con una amplia variedad de discotecas, bares y eventos nocturnos, brindándoles acceso rápido y conveniente a una oferta diversa de actividades y entretenimiento.

La idea principal detrás de NightOut es proporcionar a los usuarios una herramienta integral para planificar y disfrutar de su vida nocturna en Madrid. Con esta aplicación, los usuarios pueden explorar una amplia gama de opciones de entretenimiento de discotecas.

NightOut permite a los usuarios buscar eventos por ubicación, tipo de música, precio y otros criterios relevantes, lo que les permite encontrar fácilmente opciones que se adapten a sus preferencias y necesidades. Además, la aplicación ofrece funciones avanzadas, como la compra anticipada de entradas, reservas de mesas VIP y la posibilidad de preordenar bebidas, lo que agiliza el proceso de planificación y garantiza una experiencia sin contratiempos en la noche.

Una de las características distintivas de NightOut es su capacidad para personalizar la experiencia del usuario. La aplicación utiliza algoritmos inteligentes que aprenden de las preferencias y comportamientos de los usuarios para ofrecer recomendaciones personalizadas y sugerencias de eventos que se ajusten a sus gustos individuales. Esto crea una experiencia más relevante y atractiva para los usuarios, aumentando su satisfacción y fidelidad hacia la plataforma.

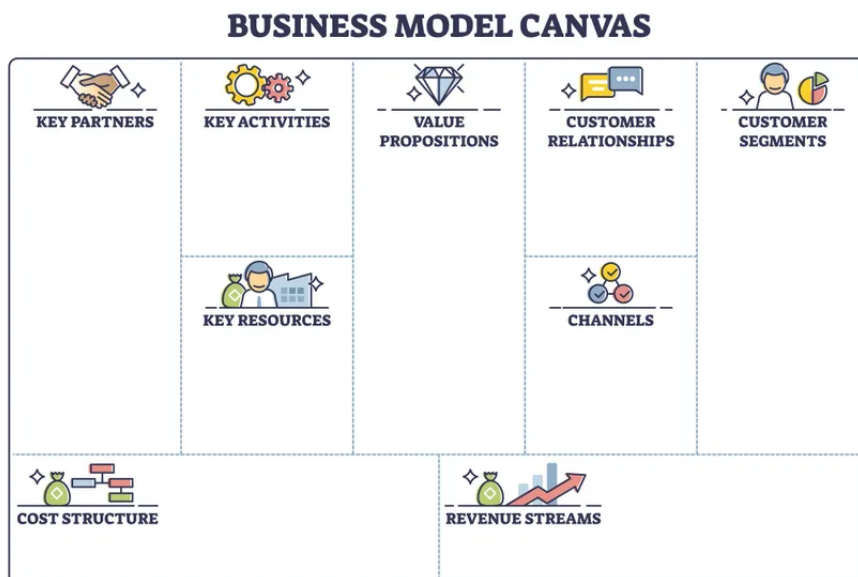
En resumen, NightOut se posiciona como una solución integral para el ocio nocturno en Madrid, ofreciendo a los usuarios una forma conveniente y personalizada de descubrir, reservar y disfrutar de una amplia variedad de eventos en discotecas. Con su enfoque en la comodidad, la personalización y la innovación, NightOut busca transformar la forma en que las personas experimentan la vida nocturna en la ciudad.



*Figura 1 – Propuesta de logo*

### 3.2. Business Model Canvas

El Business Model Canvas de NightOut es la representación visual de cómo nuestra startup innovadora transforma su visión en realidad operativa. Este análisis detallado permite comprender los elementos clave que componen nuestro modelo de negocio, desde la creación de valor hasta la entrega final al cliente. A través del Business Model Canvas, exploraremos las interconexiones estratégicas que impulsan el crecimiento y el éxito de NightOut en el próspero mercado del ocio nocturno de Madrid.



*Figura 2- Business Model Canvas. Fuente: Business Insider*

#### **3.2.1. Propuesta de valor**

NightOut se posiciona como la puerta de entrada al vibrante mundo del ocio nocturno en Madrid. Nuestra propuesta de valor se extiende más allá de simplemente proporcionar una plataforma para comprar entradas o reservar mesas en discotecas; se trata de ofrecer una experiencia completa y personalizada que transforma cada noche de fiesta en una aventura inolvidable. Con NightOut, los usuarios no solo pueden acceder a las mejores ofertas y promociones en las discotecas más populares de la ciudad, sino que también tienen la oportunidad de influir directamente en la atmósfera musical al solicitar sus canciones favoritas a los DJs en tiempo real y se distingue por su capacidad para conectar a las personas. Nuestra aplicación sirve como un punto de encuentro virtual donde los usuarios pueden conectar con sus amigos, planificar sus salidas y descubrir las tendencias y lugares más populares. Al fomentar la interacción social y facilitar la organización de planes entre amigos, NightOut fortalece los lazos comunitarios y promueve un sentido de pertenencia dentro de la vibrante cultura nocturna de la ciudad.

Por último, nuestra aplicación se compromete a proporcionar una experiencia segura y confiable para todos los usuarios. Esta implementa estrictas medidas de seguridad y privacidad para proteger los datos personales de los usuarios y garantizar que disfruten de sus salidas nocturnas sin preocupaciones.

### **3.2.2. Segmento de mercado**

El segmento de mercado de NightOut se compone de dos categorías demográficas clave: usuarios recurrentes y usuarios de paso. Los usuarios recurrentes son aquellos que forman parte activa de la vibrante escena del ocio nocturno en Madrid. Estos individuos, que suelen residir en la ciudad o en sus alrededores, están familiarizados con las discotecas, bares y eventos populares de la zona. Para ellos, la vida nocturna es una parte integral de su estilo de vida y están constantemente en búsqueda de nuevas experiencias y lugares emocionantes para disfrutar con amigos y conocidos. La plataforma se presenta como una herramienta esencial para estos usuarios al proporcionarles acceso a información actualizada sobre eventos, promociones y tendencias en el ámbito del ocio nocturno, permitiéndoles descubrir y planificar sus salidas de manera eficiente y emocionante.

Por otro lado, los usuarios de paso representan aquellos visitantes temporales o turistas que llegan a Madrid con la intención de sumergirse en su vibrante vida de noche. Para ellos, NightOut ofrece una guía integral que les permite explorar la escena nocturna de Madrid de

manera segura y conveniente. Desde recomendaciones personalizadas hasta ofertas exclusivas, NightOut les brinda la oportunidad de descubrir los lugares más populares y emocionantes de la ciudad, conectándolos con eventos y actividades que se alinean con sus intereses y preferencias.

### **3.2.3. Relaciones con clientes**

NightOut establece relaciones con sus clientes a través de dos canales principales: Business-to-Consumer (B2C) y mediante intermediarios como relaciones públicas y discotecas.

En el modelo Business-to-Consumer (B2C), NightOut interactúa directamente con los usuarios a través de su aplicación móvil y su plataforma web. Tanto la aplicación como la web sirven como puntos de contacto clave entre NightOut y sus clientes. Estas plataformas digitales ofrecen una amplia gama de servicios y funcionalidades diseñadas para mejorar la experiencia del usuario en el vibrante mundo del ocio nocturno de Madrid.

Además, también establece relaciones a través de intermediarios como relaciones públicas y discotecas. Las relaciones públicas actúan como agentes clave en la promoción de NightOut entre los usuarios, generando conciencia sobre la aplicación y sus beneficios a través de diversas estrategias de marketing y comunicación. Por otro lado, colabora estrechamente con las discotecas y locales de ocio nocturno de Madrid para garantizar una experiencia fluida y enriquecedora para los usuarios. En conjunto, estas relaciones con clientes fortalecen la presencia y la relevancia para la aplicación en el mercado del ocio nocturno de Madrid, facilitando conexiones significativas entre los usuarios y la vibrante vida nocturna de la ciudad.

### **3.2.4. Canales**

NightOut se posiciona como una plataforma innovadora en el sector del ocio nocturno en Madrid, ofreciendo una experiencia completa a través de su aplicación móvil. Esta aplicación se erige como el canal primordial para la interacción con los usuarios, permitiéndoles acceder a una variedad de servicios diseñados para enriquecer su vida nocturna.

Complementando la aplicación móvil, NightOut extiende su presencia en el entorno digital mediante una plataforma web. Esta ofrece una experiencia similar a la de la aplicación pero adaptada para navegadores de escritorio, permitiendo a los usuarios acceder a información detallada sobre eventos, realizar compras de entradas y explorar las funcionalidades de

NightOut desde cualquier dispositivo. Esta dualidad entre la aplicación móvil y la plataforma web asegura una accesibilidad y versatilidad maximizadas, adaptándose a las preferencias de navegación de cada usuario.

La estrategia de marketing de NightOut se extiende a plataformas sociales como TikTok e Instagram, donde colabora con influencers para generar contenido que resuena con la audiencia joven interesada en el ocio nocturno. La presencia en estas plataformas, junto con las asociaciones con discotecas y marcas de bebidas, potencia la promoción de eventos y ofertas especiales, consolidando a NightOut como una referencia indispensable en la vida nocturna de Madrid.

### **3.2.5. Socios clave**

En primera instancia, DJs con reconocimiento y presencia significativa en redes sociales como Instagram, TikTok, y X (anteriormente Twitter) constituyen un pilar esencial como socios clave. Estos colaboradores utilizan su influencia para atraer usuarios a la plataforma, ofreciendo listas de reproducción personalizadas y actuaciones en vivo que intensifican la experiencia de ocio de los usuarios.

Por otro lado, las discotecas de Madrid proporcionan los espacios físicos para la realización de eventos y experiencias promovidas por la aplicación. La colaboración con estos locales facilita la organización de eventos exclusivos y especiales, los cuales incluyen desde noches temáticas hasta presentaciones de DJs destacados, creando un valor añadido y fomentando una mayor interacción con la aplicación. Además, estas asociaciones estratégicas permiten ofrecer beneficios exclusivos a los usuarios de NightOut, como acceso VIP y promociones especiales, reforzando la lealtad hacia la plataforma.

Finalmente, las relaciones públicas y los inversores desempeñan roles clave en la estrategia de promoción y expansión. Mientras que las relaciones públicas amplifican la visibilidad y fortalecen la imagen de marca a través de la cobertura mediática y la organización de eventos promocionales, los inversores aportan no solo soporte financiero sino también un conocimiento profundo del mercado nocturno madrileño y una red de contactos valiosa. Este apoyo integral asegura que NightOut no solo se mantenga como una plataforma innovadora y relevante en Madrid, sino que también explore oportunidades de crecimiento y desarrollo continuo, marcando la diferencia en la manera en que los usuarios experimentan la vida nocturna.

### **3.2.6. Actividades clave**

Las actividades clave de NightOut constituyen la columna vertebral de su estrategia para captar y fidelizar a los usuarios en Madrid. La primera de estas actividades es la gestión dinámica y el mantenimiento de su red social y plataforma interactiva. NightOut se compromete a ofrecer una experiencia de usuario excepcional, facilitando a sus usuarios la exploración de eventos, el compartir experiencias y el descubrimiento de nuevas opciones de entretenimiento nocturno. Esto implica un esfuerzo continuo en el desarrollo tecnológico y la optimización de la aplicación, así como la implementación de estrategias orientadas a estimular la participación y la interacción entre los usuarios.

En sus etapas iniciales, la startup se enfoca intensamente en ampliar su base de usuarios a través de estrategias de marketing y publicidad bien dirigidas. La colaboración con influencers locales y el uso de publicidad tanto en plataformas digitales como en espacios físicos estratégicos, son fundamentales para aumentar la visibilidad de la aplicación. Estas acciones, combinadas con la oferta de una experiencia de usuario sin precedentes, buscan no solo incrementar las descargas de forma orgánica sino también posicionar a NightOut como una herramienta indispensable para el ocio nocturno en Madrid. Las promociones y descuentos exclusivos para usuarios de la aplicación refuerzan esta estrategia, fomentando la fidelización y el uso recurrente de NightOut.

Por último, pero no menos importante, el mantenimiento técnico y un servicio de soporte al cliente eficiente son cruciales para el funcionamiento óptimo de NightOut. La inversión en una infraestructura técnica robusta y en un equipo de desarrollo altamente cualificado garantiza la fiabilidad y el rendimiento continuo de la aplicación, aspectos esenciales para mantener la satisfacción y la confianza del usuario. Además, la implementación de un servicio de atención al cliente que pueda resolver de manera efectiva cualquier incidencia o consulta complementa la experiencia de usuario y contribuye a la consolidación de NightOut como líder en el mercado del entretenimiento nocturno digital en Madrid.

### **3.2.7. Recursos clave**

Los recursos clave de NightOut juegan un rol esencial en apuntalar sus operaciones y propiciar su crecimiento en el dinámico mercado del entretenimiento nocturno de Madrid. La tecnología emerge como el soporte fundamental de la estrategia operativa de NightOut, siendo su aplicación móvil la piedra angular del modelo de negocio. Esta no solo demanda una inversión

inicial significativa en su desarrollo, sino también un compromiso continuo con su mantenimiento y actualización para adaptarse a las necesidades evolutivas de los usuarios y garantizar una experiencia sin fisuras.

El proceso de desarrollo y mejora de la aplicación es un esfuerzo colaborativo llevado a cabo por un equipo especializado en tecnología, enfocado en la innovación continua y la resolución eficiente de problemas técnicos. Este equipo es responsable de enriquecer la aplicación con nuevas funcionalidades y optimizaciones que mejoren la interacción del usuario, evidenciando el compromiso de NightOut con la entrega de una experiencia de usuario excepcional. Cada actualización y mejora busca no solo mantener la relevancia de la aplicación sino también amplificar su atractivo y facilidad de uso.

Paralelamente, NightOut se distingue en el mercado por ofrecer una plataforma integral que va más allá de la simple transacción de compra de entradas, al habilitar a los usuarios para descubrir eventos y conectar con la comunidad nocturna de Madrid de manera enriquecedora y personalizada. Este enfoque refleja un entendimiento profundo de las expectativas de sus usuarios y se alinea con su misión de proveer una experiencia completa de ocio nocturno. Además, la estratégica utilización de redes sociales como TikTok e Instagram amplía su alcance y fortalece su presencia de marca, permitiendo a NightOut interactuar dinámicamente con su audiencia y fomentar un compromiso activo con la plataforma. Esta combinación de recursos tecnológicos avanzados y estrategias de comunicación efectivas cimienta la posición de NightOut como líder innovador en el sector del entretenimiento nocturno en Madrid.

### **3.2.8. Estructura de costes**

La estructura de costes de NightOut se compone de varios elementos fundamentales que son necesarios para mantener el funcionamiento y el crecimiento de la empresa. Estos incluyen:

- **Desarrollo y mantenimiento de la app**

El desarrollo y mantenimiento de la aplicación móvil NightOut constituyen aspectos cruciales de su estructura de costes, englobando desde la fase inicial de diseño y desarrollo hasta el mantenimiento y actualización post-lanzamiento. En sus etapas tempranas, la inversión se centra en la creación de una aplicación funcional y estéticamente atractiva, gracias a la colaboración entre desarrolladores de software y diseñadores UX/UI, quienes aseguran que la app no solo sea operativa y segura, sino también intuitiva y visualmente agradable para los



usuarios. Esta fase establece las bases para una experiencia de usuario optimizada, esencial para satisfacer y superar las expectativas del mercado.

Posteriormente, la estrategia evoluciona hacia la actualización constante y el mantenimiento riguroso de la app, esenciales para adaptarse a la dinámica del sector tecnológico y las necesidades cambiantes de los usuarios. Este proceso incluye tanto la incorporación de nuevas funcionalidades como la implementación de medidas de seguridad avanzadas para proteger contra amenazas cibernéticas, asegurando así la funcionalidad, competitividad y confiabilidad de la aplicación en un entorno digital en constante cambio. Este enfoque holístico en el ciclo de vida de la aplicación subraya el compromiso de NightOut con la entrega de una experiencia segura, atractiva y de vanguardia a sus usuarios.

- **Tecnología**

La infraestructura tecnológica constituye una faceta crítica en la estructura de costes de NightOut, proveyendo el soporte esencial para la operación efectiva y segura de la aplicación dentro del ecosistema digital. Este componente multifacético abarca desde el alojamiento web, que asegura la accesibilidad constante de la aplicación a los usuarios, hasta la implementación de medidas avanzadas de ciberseguridad, destinadas a proteger los datos y la privacidad de los usuarios frente a amenazas emergentes.

Adicionalmente, la inversión en ciberseguridad y en el desarrollo continuo de la aplicación resalta el compromiso de NightOut con la innovación y la seguridad. Paralelamente, la aplicación se beneficia de la integración de tecnologías avanzadas y herramientas de desarrollo que facilitan la actualización constante de sus funcionalidades, mejorando así la experiencia del usuario y adaptándose a sus necesidades cambiantes.

En síntesis, la infraestructura tecnológica de NightOut no solo soporta la funcionalidad básica de la aplicación, sino que también juega un papel vital en el fortalecimiento de la seguridad, la escalabilidad y la capacidad de innovación de la plataforma. La gestión eficaz de estos recursos tecnológicos, acompañada de una estrategia de inversión a largo plazo, es fundamental para el mantenimiento de la competitividad de la startup en el mercado del ocio nocturno digital. La selección estratégica de tecnologías y la colaboración con proveedores líderes son esenciales para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento futuro de la aplicación en el dinámico entorno digital.

- **Marketing**

El marketing desempeña un papel vital en la estrategia integral de NightOut, asignándosele una porción significativa del presupuesto operativo para lograr dos objetivos principales: incrementar la visibilidad de la aplicación en un ambiente competitivo y captar nuevos usuarios mediante la generación de interés. Este esfuerzo abarca el uso diversificado de canales y estrategias de marketing, incluyendo publicidad en línea y campañas en redes sociales como Facebook Ads, Instagram y TikTok. Estos esfuerzos no solo están dirigidos a segmentos específicos del mercado para maximizar el alcance a potenciales interesados, sino que también permiten una optimización constante de las campañas para mejorar el retorno de la inversión.

Por otro lado, NightOut se esfuerza por fomentar la lealtad y retener a los usuarios a través de estrategias de marketing que incluyen la creación de contenido valioso, la interacción directa en redes sociales y la implementación de promociones exclusivas. Además, NightOut explora continuamente nuevos métodos para ampliar su mercado mediante la participación en eventos, el email marketing y programas de referidos. La combinación de estas estrategias multifacéticas asegura un diálogo constante con la audiencia y abre nuevas oportunidades para aumentar el alcance y la presencia en el mercado.

- **Payroll**

La estructura de costes de NightOut subraya la importancia del capital humano como uno de sus componentes más críticos, reflejando una inversión sustancial en salarios, beneficios y otras formas de compensación para su equipo, que abarca desde el desarrollo y diseño hasta marketing y atención al cliente. La competencia por retener y atraer talento calificado en un mercado laboral desafiante impulsa a NightOut a ofrecer un paquete competitivo de remuneraciones y beneficios. Esto no solo cumple con las expectativas salariales, sino que también fomenta un ambiente laboral positivo y brinda oportunidades para el desarrollo profesional. Tales incentivos son cruciales para asegurar la dedicación, creatividad y habilidad del equipo, elementos indispensables para el avance y crecimiento sostenible de la empresa.

Además, la promoción de una cultura corporativa saludable y la inversión en el bienestar de los empleados emergen como estrategias fundamentales para fortalecer la lealtad y la productividad del equipo. Reconocer los logros individuales y ofrecer claras oportunidades de crecimiento dentro de la organización son esenciales para fomentar un sentido de pertenencia y compromiso. En el dinámico sector tecnológico, donde la retención del conocimiento es vital,

mantener una baja rotación de personal a través de prácticas laborales positivas no solo reduce los costes asociados con la contratación y capacitación, sino que también asegura la competitividad y estabilidad de NightOut en el mercado.

### **3.2.9. Fuente de ingresos**

Las fuentes de ingresos de NightOut se diversifican en distintas categorías, cada una con su propia estrategia y contribución al modelo de negocio global de la empresa. Estas fuentes incluyen un porcentaje de las ventas realizadas a través de discotecas, así como ingresos generados por publicidad centrada en bebidas alcohólicas, servicios de transporte y las propias discotecas. A continuación, se detalla cada una de estas fuentes:

- **%Ventas discotecas**

La colaboración entre NightOut y las discotecas asociadas es fundamental para el modelo de ingresos de la aplicación, proporcionando beneficios mutuos que impulsan tanto la afluencia de clientes como los ingresos. Al integrar su tecnología con las operaciones de las discotecas, esta facilita la reserva de entradas y servicios exclusivos a través de una interfaz intuitiva, atrayendo a una demografía joven y tecnológicamente adeptos.

El modelo de negocio basado en comisiones de NightOut resulta especialmente atractivo, estableciendo una relación simbiótica con las discotecas que fomenta el crecimiento sostenido y beneficios compartidos. Por un lado, NightOut se beneficia directamente del éxito de las discotecas al recibir un porcentaje de cada transacción realizada a través de la plataforma, lo que incentiva a la mejora continua y la promoción activa de la aplicación. Por otro lado, las discotecas obtienen un incremento en ventas y clientela, además de mejoras en su oferta de servicios gracias a los datos y retroalimentación proporcionados por NightOut.

- **Publicidad: alcohol, transportes y discotecas**

La estrategia publicitaria de NightOut se caracteriza por un enfoque dirigido y la integración orgánica de los anuncios, lo que garantiza que cada campaña genere no solo ingresos, sino también valor agregado tanto para los anunciantes como para los usuarios. Este método cuidadosamente seleccionado enfatiza la cohesión y relevancia del contenido publicitario relacionado con el estilo de vida nocturno, asegurando así el mantenimiento del interés y la participación activa de los usuarios en la plataforma. La colaboración con marcas de bebidas

alcohólicas destaca dentro de esta estrategia, proporcionando un canal efectivo para alcanzar al público objetivo de NightOut y fomentar un consumo responsable.

Los paquetes publicitarios personalizados para discotecas son una estrategia efectiva que beneficia a la aplicación y a sus discotecas asociadas. Aumentan la visibilidad de las discotecas y ofrecen a los usuarios de NightOut la posibilidad de encontrar nuevas experiencias. Este método colaborativo ayuda a incrementar los ingresos por publicidad de la startup y al mismo tiempo fomenta el desarrollo de las discotecas.

## 4. PLAN DE OPERACIONES

Para una startup como NightOut, que se encuentra en las etapas iniciales de desarrollo, el Plan de Operaciones es un paso importante para el desarrollo del business plan. Un Plan de Operaciones detalla cómo una empresa llevará a cabo sus operaciones diarias para alcanzar sus objetivos. Es una hoja de ruta que describe las prácticas, procesos, y procedimientos esenciales para la producción, entrega de servicios, y otras funciones operativas clave de la organización. Este plan se enfoca en la implementación práctica de la visión de la empresa, asegurando que todos los aspectos operativos estén alineados con las metas y objetivos estratégicos globales.

A continuación, se presenta un esquema detallado para el Plan de Operaciones de NightOut:

### 1. Estructura organizativa

La estructura organizativa de NightOut se compone de un equipo de liderazgo altamente capacitado y especializado en diferentes áreas clave para el funcionamiento de la empresa.

En primer lugar, el equipo de liderazgo está encabezado por el CEO, quien es responsable de la visión estratégica y el crecimiento de la empresa. A su lado, se encuentra el CTO, encargado de liderar el desarrollo tecnológico de la aplicación, garantizando su eficiencia y funcionalidad.

Además, contamos con un equipo de desarrolladores de software, compuesto por ingenieros y programadores con experiencia en el desarrollo de aplicaciones móviles. Estos profesionales son responsables de llevar a cabo las actualizaciones, mejoras y mantenimiento continuo de la aplicación NightOut.

En el área de marketing, contamos con especialistas en marketing digital y social media, cuya tarea principal es promocionar la marca NightOut, atraer nuevos usuarios y mantener la relevancia de la aplicación en el mercado.

Los diseñadores de UX/UI son otro componente esencial del equipo, encargados de diseñar una experiencia de usuario intuitiva y atractiva que satisfaga las necesidades y expectativas de nuestros usuarios, analizando los puntos débiles de la aplicación y de marketing.

Por último, tenemos un equipo de gestores de relaciones con socios comerciales, cuya labor es establecer y mantener relaciones sólidas con discotecas, DJs, relaciones públicas y otros

colaboradores clave. Estos profesionales son fundamentales para garantizar el éxito de las asociaciones y promociones que NightOut ofrece a sus usuarios.

En cuanto al reclutamiento y desarrollo de personal, NightOut utilizaría estrategias de reclutamiento efectivas, como la búsqueda activa en redes profesionales y el establecimiento de programas de formación y desarrollo profesional. Además, se ofrecerán oportunidades de crecimiento y capacitación continua para que los empleados puedan alcanzar su máximo potencial y contribuir al éxito continuo de NightOut.

## 2. Desarrollo de la aplicación

El desarrollo de la aplicación NightOut sigue un proceso meticuloso y estructurado que abarca varias fases clave.

En primer lugar, se inicia con la fase de diseño, donde se elaboran los wireframes y mockups que representan la estructura y el flujo de la aplicación. Posteriormente, se procede a la fase de desarrollo, donde se lleva a cabo la codificación del software siguiendo las especificaciones del diseño. Esta fase implica la creación de la interfaz de usuario, la integración de funcionalidades y la optimización del rendimiento de la aplicación.

Una vez completada la fase de desarrollo, se pasa a las pruebas de usuario, donde se realizan pruebas exhaustivas para identificar y corregir posibles errores y mejorar la experiencia del usuario. Estas pruebas incluyen pruebas de funcionalidad, usabilidad y compatibilidad con diferentes dispositivos y sistemas operativos.

Finalmente, tras superar las pruebas de usuario satisfactoriamente, se procede al lanzamiento oficial de la aplicación en las tiendas de aplicaciones, como App Store y Google Play Store. En esta fase, se establecen los plazos estimados para cada etapa del desarrollo, asegurando un lanzamiento oportuno y exitoso de la aplicación.

En cuanto a la tecnología y herramientas utilizadas en el desarrollo de la aplicación, NightOut emplea tecnologías modernas y herramientas de vanguardia que permiten una creación eficiente y de alta calidad. Esto incluye el uso de lenguajes de programación como Swift para iOS y Kotlin para Android.

## 3. Operaciones diarias

Las operaciones diarias de NightOut están diseñadas para garantizar el funcionamiento óptimo de la aplicación y mantener una relación efectiva con los socios comerciales y los usuarios.

En lo que respecta a la gestión de la aplicación, se establece un plan de mantenimiento regular que incluye actualizaciones periódicas para mejorar la experiencia del usuario y abordar cualquier problema técnico que pueda surgir.

En cuanto a las relaciones con los socios comerciales, NightOut implementa un proceso de selección cuidadoso para identificar y colaborar con discotecas, marcas de bebidas alcohólicas que se alineen con la visión y los valores de la empresa. Una vez establecida la asociación, se mantiene una comunicación regular y transparente con los socios comerciales para garantizar una colaboración efectiva y el cumplimiento de los objetivos mutuos.

Por otro lado, en cuanto a la atención al cliente, NightOut ofrece un sistema de soporte integral que incluye varios canales de comunicación, como correo electrónico, chat en vivo y redes sociales, para que los usuarios puedan plantear sus dudas, sugerencias o problemas técnicos. Se establecen tiempos de respuesta estimados para garantizar una atención rápida y eficiente a las consultas de los usuarios, lo que contribuye a una experiencia positiva y satisfactoria para el cliente.

#### 4. Logística y cadena de suministro

En cuanto a la logística y la cadena de suministro, NightOut se centra en la gestión eficiente de proveedores y recursos digitales para garantizar un funcionamiento fluido de la aplicación.

En primer lugar, se establece un proceso riguroso para seleccionar y gestionar proveedores de servicios y productos necesarios para el funcionamiento de la aplicación. Esto incluye la evaluación de proveedores potenciales en función de criterios como la calidad, el precio y la fiabilidad. Una vez seleccionados, se establecen relaciones sólidas y transparentes con los proveedores para garantizar un suministro continuo y satisfactorio de los servicios y productos requeridos.

En cuanto al inventario de recursos digitales, NightOut implementa un sistema de gestión cuidadoso para administrar activos críticos como bases de datos de usuarios, contratos con socios comerciales y otros recursos digitales clave. Esto implica el establecimiento de protocolos de seguridad y acceso para proteger la integridad de los datos y garantizar su

disponibilidad cuando sea necesario. Además, se lleva a cabo una supervisión regular del inventario de recursos digitales para identificar posibles áreas de mejora y optimización en el manejo de estos activos.

## 5. Control de calidad

En primer lugar, se establecen métodos detallados para las pruebas y aseguramiento de la calidad de la aplicación. Esto implica una serie de pruebas exhaustivas que abarcan diferentes aspectos de la aplicación, como funcionalidad, rendimiento, usabilidad y seguridad. Se llevan a cabo pruebas rigurosas en todas las etapas del desarrollo, desde el diseño inicial hasta las pruebas de usuario finales, para identificar y corregir cualquier error o defecto antes del lanzamiento oficial de la aplicación. Además, se implementan sistemas de monitoreo continuo para detectar y abordar cualquier problema que pueda surgir después del lanzamiento.

En cuanto a la retroalimentación del usuario, NightOut tiene un enfoque proactivo para recopilar y utilizar los comentarios de los usuarios para mejorar la aplicación. Se establecen múltiples canales de comunicación, como formularios de comentarios en la aplicación, encuestas periódicas y redes sociales, para fomentar la participación de los usuarios y recopilar sus opiniones y sugerencias. Esta retroalimentación se analiza de forma regular y se utiliza para identificar áreas de mejora y realizar ajustes en la aplicación para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios de manera efectiva.

## 6. Cumplimiento y regulaciones

En cuanto al cumplimiento legal, NightOut se compromete a cumplir con todas las regulaciones y requisitos legales aplicables a su operación. Esto incluye el cumplimiento de las leyes de protección de datos personales, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) en la Unión Europea, para garantizar la privacidad y seguridad de la información de los usuarios. Además, NightOut obtendrá todas las licencias y permisos necesarios para operar legalmente, especialmente aquellas relacionadas con la venta y promoción de eventos en la ciudad de Madrid.

En cuanto a la gestión de riesgos, NightOut realiza un análisis minucioso de los riesgos operativos y desarrolla estrategias para mitigarlos de manera efectiva. Se identifican y analizan los principales riesgos, como problemas de seguridad de datos, interrupciones del servicio, competencia en el mercado y cambios en la regulación gubernamental. Se implementan



medidas preventivas y de contingencia para minimizar la probabilidad de ocurrencia de estos riesgos y mitigar su impacto en caso de que ocurran. Además, NightOut establece un plan de gestión de crisis para responder rápidamente a situaciones imprevistas y mantener la continuidad del negocio en caso de emergencia.

## 7. Escalabilidad y expansión

En cuanto a la escalabilidad y expansión, NightOut tiene planes bien definidos para el crecimiento futuro y la expansión a nuevos mercados. Se establecen criterios claros para la selección de nuevas ciudades o países objetivo, considerando factores como la densidad de población, la actividad nocturna existente, la disponibilidad de socios comerciales y las oportunidades de crecimiento del mercado. NightOut se enfocará inicialmente en consolidar su presencia en Madrid, aprovechando al máximo el mercado local y estableciendo una base sólida de usuarios antes de expandirse a otras ciudades. Una vez que el negocio esté creciendo y sea estable en Madrid, pasaríamos a realizar un estudio de mercado nacional e internacional, para ver si sería factible poder expandirnos a otras ciudades.

Este Plan de Operaciones debe ser revisado y actualizado regularmente para reflejar los cambios en el entorno operativo y asegurar que NightOut se mantenga en camino hacia el logro de sus objetivos estratégicos. La claridad y la precisión en este plan son fundamentales para guiar las operaciones diarias de la startup y sentar las bases para su éxito futuro.

## 5. PLAN FINANCIERO

A lo largo de nuestro estudio sobre NightOut, hemos desentrañado los intrincados detalles de su operativa y estrategias, preparándonos para aventurarnos en el terreno de las proyecciones financieras. Este capítulo no solo refleja una síntesis de nuestro aprendizaje previo, sino que también nos invita a proyectar nuestra visión personal sobre el futuro financiero de la empresa. Enfocándonos en combinar análisis crítico con perspectiva innovadora, buscamos esbozar no sólo cómo se presentará el mañana para NightOut, sino cómo podría moldearse para liderar en su sector, equilibrando entre el pragmatismo de las cifras y la audacia de las aspiraciones.

### 5.1. Necesidades de inversión

En términos de recursos financieros, se contempla una inversión inicial donde se estudia cual es la mejor opción para un elemento clave de este negocio: la oficina desde la cual se atenderá a los comerciales del sector y, en mayor parte, se realizará el trabajo más importante. Sabemos que existen varias oficinas a lo largo de la capital de España que están en venta, cuyo precio medio es de 600.000 €. Por contactos de los socios sabemos que varios bancos estarían dispuestos a financiarnos hasta el 90 % de esta compra, por lo que el 10 % restante sería objeto de esa inversión inicial necesaria. Además, hemos de añadir un 7 % de ITPAJD (Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados) por la transmisión y aproximadamente un 3% de otros gastos notariales, gestoría, etc. Así, necesitaríamos una inversión inicial, en caso de la compra de la oficina, de 120.000 €.

Esto lo tenemos que comparar con la opción de una oficina situada a un par de kilómetros de la zona de las cinco torres de Madrid, que se encuentra paralizada desde hace ya más de 2 años. Su propietaria estaría dispuesta arrendárnosla por 6.000 € mensuales a condición de que le entreguemos 6.000 € de fianza y además asumamos nosotros los gastos de puesta a punto de las instalaciones existentes, limpieza, etc. Hemos estimado estos gastos de puesta a punto en 10.000 €, de tal forma que el total de inversión inicial, en el caso de arrendamiento, serían 22.000 €. Es por ello por lo que, en aras de favorecer una mejor calidad del servicio y poder permitirnos unos salarios competitivos, se ha optado por esta última opción.

Además del alquiler de la oficina y su puesta a punto, hemos de asumir la compra de mobiliario y equipos informáticos, modernos y adecuados para el trabajo a realizar y la imagen que queremos ofrecer, que ascienden a un total de 15.000 y 15.000 € respectivamente.

Con ello tendremos una inversión inicial de 52.000 €. Pero además hemos de tener en cuenta los gastos que hemos de acometer para que todo lo anterior entre en funcionamiento. Es decir, costes mensuales de alquiler, salarios, gastos generales, gastos de marketing, etc. Los costes en personal se estiman en 29.000 €; los gastos generales y administrativos se calculan en 2.000 € por mes, y la inversión en marketing mensual se estima en 1.500 €. También debemos incluir, en un primer término, la externalización de la gestión contable y fiscal de la empresa a una gestoría externa, que tiene un coste mensual de 500 €. Con todo ello, y contando con los 6.000 € mensuales de alquiler, obtenemos unos costes fijos mensuales estimados de 39.000 €.

A continuación, hemos de conocer la capacidad que tiene nuestro modelo de negocio de, además de cubrir costes variables, cubrir costes fijos como los indicados. En base a nuestros estudios, la diferencia entre ingresos y costes variable nos supone, en momentos iniciales, 20.000 € de margen (debido a los reducidos costes variables del servicio, pues la mayoría lo absorben las discotecas). Con una proyección de ingresos crecientes, el umbral de rentabilidad se alcanza a los 10 meses, de forma que aproximadamente 133.000 € de costes fijos deberán ser cubiertos por la inversión inicial.

De este modo, si sumamos los costes fijos que la empresa no va a poder cubrir durante 10 meses, los 30.000 € de inversión en activos y los 22.000 € necesarios para poner la oficina a punto, obtendremos que la inversión inicial necesaria del negocio asciende a 185.000 €.

Esta inversión tendrá dos fuentes:

- 30.000 € de capital social aportado por los socios.
- 155.000 € de financiación externa bancaria, préstamo bullet a devolver íntegramente en 10 años.

## 5.2. Estados financieros a tres años

El balance inicial de la empresa, a 01/01/X1 será el siguiente:

01/01/X1		01/01/X1	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO NETO</b>	
Inmovilizado intangible	0	Fondo social	30.000
Inmovilizado material	30.000	Reservas	0
Inversiones inmobiliarias	0	Resultado de ejercicios anteriores	0
Inversiones empresas grupo y asoc LP	0	Resultado del ejercicio	0
Inversiones financieras LP	0	Subvenciones, donaciones, legados	0
Activos por impuesto diferido	0	<b>Total patrimonio neto</b>	<b>30.000</b>
Deudores comerciales no corriente	0	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>Total activo no corriente</b>	<b>30.000</b>	Provisiones a LP	0
		Deudas a LP	155.000
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		Pasivos por impuestos diferidos	0
Activos no corrientes mant venta	0	Periodificaciones a LP	0
Existencias	0	<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>155.000</b>
Deudores comerciales y otras ctas	0	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Inversiones financieras a CP	0	Provisiones a CP	0
Periodificaciones a CP	0	Deudas a CP	0
Efectivo y otros activos liquidos equiv	155.000	Acreedores comerciales y otras ctas	0
<b>Total activo corriente</b>	<b>155.000</b>	Periodificaciones a CP	0
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>185.000</b>	<b>Total pasivo corriente</b>	<b>0</b>
		<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>185.000</b>

*Tabla 1 - Balance inicial NightOut*

En este balance inicial de NightOut, se registra como activo no corriente el mobiliario y los equipos informáticos esenciales para el inicio de las operaciones de la empresa, los cuales, como se detallará en la sección de necesidades de financiación del proyecto, tienen un valor de 30.000 €. Además, al comienzo del ejercicio, la empresa contará con un efectivo aportado por los socios y obtenido a través de financiación externa, que después de cubrir el costo del equipamiento inicial, resultará en un saldo disponible de 155.000 €.

El patrimonio neto inicial de NightOut se compone del capital social de la entidad, que se establecerá en 30.000 €. En cuanto al pasivo, la empresa contará con un único préstamo tipo bullet con una duración de 10 años por un monto de 155.000 €.

El balance proyectado para los próximos tres cierres de ejercicio será el siguiente:

	31/12/X1	31/12/X2	31/12/X3
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			
Inmovilizado intangible	0	0	0
Inmovilizado material	27.000	24.000	40.000
Inversiones inmobiliarias	0	0	0
Inversiones empresas grupo y asoc LP	0	0	0
Inversiones financieras LP	0	0	0
Activos por impuesto diferido	0	0	0
Deudores comerciales no corriente	0	0	0
<b>Total activo no corriente</b>	<b>27.000</b>	<b>24.000</b>	<b>40.000</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Activos no corrientes mant venta	0	0	0
Existencias	0	0	0
Deudores comerciales y otras ctas	2.163	15.000	19.500
Inversiones financieras a CP	0	0	0
Periodificaciones a CP	0	0	0
Efectivo y otros activos liquidos equiv	20.000	104.963	142.200
<b>Total activo corriente</b>	<b>22.163</b>	<b>119.963</b>	<b>161.700</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>49.163</b>	<b>143.963</b>	<b>201.700</b>

	31/12/X1	31/12/X2	31/12/X3
<b>PATRIMONIO NETO</b>			
Fondo social	30.000	30.000	30.000
Reservas	0	0	0
Resultado de ejercicios anteriores	0	-135.838	-41.038
Resultado del ejercicio	-135.838	94.800	57.737
Subvenciones, donaciones, legados	0	0	0
<b>Total patrimonio neto</b>	<b>-105.838</b>	<b>-11.038</b>	<b>46.700</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
Provisiones a LP	0	0	0
Deudas a LP	155.000	155.000	155.000
Pasivos por impuestos diferidos	0	0	0
Periodificaciones a LP	0	0	0
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>155.000</b>	<b>155.000</b>	<b>155.000</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
Provisiones a CP	0	0	0
Deudas a CP	0	0	0
Acreedores comerciales y otras ctas	0	0	0
Periodificaciones a CP	0	0	0
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>49.163</b>	<b>143.963</b>	<b>201.700</b>

*Tabla 2 - Balance proyectado a 3 años NightOut*

Al cierre del primer año (X1), la situación financiera de NightOut presenta similitudes con la inicial, aunque con algunas diferencias notables. El valor del inmovilizado material ha disminuido un 10% debido a su amortización. En el activo corriente, destacamos la presencia

de 2.163 € en cuentas por cobrar de clientes pendientes al final del año. Además, el saldo de efectivo ha experimentado una reducción significativa, reflejando la necesidad de la empresa de obtener liquidez adicional no generada por sus actividades operativas en este momento.

En cuanto al patrimonio neto, se registra un resultado negativo de -105.838 €, que será objeto de un análisis detallado. El importe de las deudas a largo plazo se mantiene constante en 155.000 €, correspondiente al préstamo tipo bullet a 10 años, y, notablemente, la empresa no ha generado pasivo corriente al cierre del año ni se prevé que lo haga en los próximos tres ejercicios.

Al finalizar el segundo año (X2), la situación financiera muestra una mejora significativa en comparación con X1. Se observa un incremento en el saldo de efectivo debido a una mayor generación de liquidez, reflejada en la cuenta de pérdidas y ganancias. El patrimonio neto también muestra una mejora, reduciendo la magnitud del valor negativo registrado el año anterior gracias a los positivos resultados obtenidos.

El tercer año (X3) marca un punto de consolidación para NightOut en el mercado nocturno de Madrid. Con un incremento del 7,5% en ingresos y demanda, la empresa invierte en mejoras del mobiliario y equipos informáticos para potenciar la prestación de sus servicios. A pesar de esta inversión, el buen desempeño del año anterior permite que el saldo de tesorería continúe aumentando, alcanzando los 142.200 €.

Por primera vez, el resultado positivo del ejercicio X3 no solo compensa los resultados negativos anteriores, sino que también contribuye a incrementar el patrimonio neto de la empresa. Este hito refleja la capacidad de NightOut para superar los desafíos iniciales y establecer una presencia firme y rentable en el sector, subrayando la efectividad de su modelo de negocio y estrategias operativas.

El resultado del ejercicio X1, X2 y X3 es el siguiente:

	31/12/X1	31/12/X2	31/12/X3
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>			
Importe neto cifra de negocios	1.080.000	1.912.500	2.055.938
Trabajos realizados por la empresa para su activo	0	0	0
Aprovisionamientos	-739.800	-1.310.063	-1.408.317
Otros ingresos de explotación	0	0	0
Gastos de personal	-347.400	-347.400	-416.880
Otros gastos de explotación	-120.600	-120.600	-144.720
Amortización inmovilizado	-3.000	-3.000	-4.000
Imputación subvenciones	0	0	0
Exceso de provisiones	0	0	0
Deterioro y rdo enajenaciones inmovilizado	0	0	0
Dotaciones y aplicaciones de provisiones	0	0	0
<b>RESULTADO DE EXPLOTACION</b>	<b>-130.800</b>	<b>131.438</b>	<b>82.020</b>
<b>OPERACIONES FINANCIERAS</b>			
Ingresos financieros	0	0	0
Gastos financieros	-5.038	-5.038	-5.038
Diferencias de cambio	0	0	0
Deterioro y rdo enajenaciones instrumentos finan	0	0	0
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-5.038</b>	<b>-5.038</b>	<b>-5.038</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-135.838</b>	<b>126.400</b>	<b>76.983</b>
Impuestos sobre beneficios		-31.600	-19.246
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>-135.838</b>	<b>94.800</b>	<b>57.737</b>

*Tabla 3 – Pérdidas y ganancias proyectado a 3 años NightOut*

En el ejercicio X1, si bien es cierto que el resultado operativo es positivo desde el primer momento (margen de 20.000 € aproximadamente), hay otros costes que afectan estos resultados, como son los gastos de personal, otros gastos de explotación o de amortización de inmovilizado, (que genera un resultado de explotación negativo de 130.800 €) y los gastos financieros por el préstamo bullet, que dan lugar a un resultado negativo del ejercicio de -135.838 €.

Es en el ejercicio X2 cuando la empresa comienza a dar sus frutos. La cifra de negocios aumenta a causa del aumento de la capacidad de prestación de servicios. Ello incrementa también los aprovisionamientos y, con un mismo coste de plantilla y de otros gastos de explotación arroja un resultado de explotación de 131.438 € de beneficio. Tras intereses e impuestos, el resultado del ejercicio asciende a 94.800 €.

Por último, en el ejercicio X3 la empresa se estabiliza a nivel de facturación y de costes variables asociados a la misma, sin embargo aumenta la plantilla considerablemente (un 20 %)

para ofrecer un mejor servicio, lo que lleva a que, si bien el resultado de explotación siga siendo positivo, decaiga hasta los 82.020 €, que tras intereses e impuestos da como resultado un resultado del ejercicio positivo de 57.737 €

### 5.3. Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad financiera de un proyecto es una medida crucial para evaluar su viabilidad y éxito a largo plazo. Se expresa generalmente como un porcentaje y proporciona una indicación de la eficiencia con la que el proyecto utiliza los recursos para generar beneficios económicos.

La rentabilidad financiera se calcula como la proporción entre el resultado de cada ejercicio y el valor medio del capital empleado, es decir, del patrimonio neto. Un valor positivo indica que el proyecto genera beneficios, mientras que un valor superior al coste de capital refleja una rentabilidad positiva y, por lo general, se considera deseable.

	<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>
Resultado neto	-135.838 €	94.800 €	57.737 €
PN inicial	30.000 €	-105.838 €	-11.038 €
PN final	-105.838 €	-11.038 €	46.700 €
<b>RF</b>	<b>-358%</b>	<b>-162%</b>	<b>324%</b>

*Tabla 4 – Rentabilidad financiera a 3 años NightOut*

Como podemos observar y ya se ha indicado al analizar la previsión de pérdidas y ganancias hasta el año X2 y X3 esta inversión no demuestra todo su potencial. Si bien es cierto que en los dos primeros ejercicios supone una rentabilidad bastante negativa (fruto del elevado resultado negativo del primer ejercicio) en el tercero la pérdida de los anteriores ejercicios es totalmente asumida, con una rentabilidad financiera de un 324% que generará beneficios a los socios inversores.

### 5.4. Valoración de la empresa

Tras haber consolidado y analizado meticulosamente las proyecciones financieras de NightOut, este capítulo se adentra en la esencia de la valoración empresarial, un proceso crítico para comprender el valor intrínseco de la compañía. Utilizando el método del descuento de flujos de caja, uno de los enfoques más reconocidos y robustos en el ámbito financiero, buscamos traducir las expectativas futuras en términos monetarios presentes. Este método no solo refleja



la capacidad de la empresa para generar valor a lo largo del tiempo, sino que también proporciona una base sólida para inversores, socios y partes interesadas al evaluar la viabilidad y el potencial de crecimiento de nuestro proyecto.

La valoración mediante el descuento de flujos de caja nos permite adentrarnos en el corazón financiero de la empresa, considerando no solo sus flujos de caja proyectados, sino también el riesgo inherente y las expectativas del mercado. Al ajustar estos flujos de caja futuros a su valor presente, obtenemos una estimación tangible del valor de la empresa, una cifra crucial para la toma de decisiones estratégicas. Este análisis se sustenta en la premisa de que el verdadero valor de NightOut se encuentra en su capacidad para generar beneficios futuros, ajustados por el tiempo y el riesgo, ofreciendo así una perspectiva integral y dinámica sobre su valoración.

#### 5.4.1. Cálculo del WACC

Para realizar la valoración necesitarás calcular una tasa de descuento que nos servirá para actualizar los Flujos de Caja libres y el valor a perpetuidad que calcularemos en el siguiente apartado.

La tasa de descuento que se utiliza comúnmente en el método del DCF es el Coste Promedio Ponderado del Capital (WACC, por sus siglas en inglés). El WACC refleja el coste total de financiamiento de la empresa y se calcula como una ponderación de los costes de capital propio y deuda. La fórmula general del WACC es:

$$WACC=(E/V \times Re)+(D/V \times Rd \times (1-Tc)).$$

Donde:

- $E$  es el valor de mercado del capital propio (equity). Dado que en el momento de partida esta empresa no va a cotizar en ningún mercado bursátil, no podremos realizar esta valoración bursátil, por lo que emplearemos el valor del Patrimonio Neto a esta fecha, es decir, **30.000 €**.
- $D$  es el valor de mercado de la deuda. Ante la falta de mejor información disponible asumiremos que es el valor de pasivo, que en el momento constitutivo asciende a **155.000 €**.

- $V$  es el valor total de la empresa surgido de la suma de los valores de E+D, es decir, **185.000 €**.
- $Re$  es la tasa de rendimiento requerida por los accionistas. se puede calcular utilizando el Modelo de Valoración de Activos Financieros (CAPM, por sus siglas en inglés). El CAPM relaciona el rendimiento esperado de una acción con su riesgo sistemático (beta), la tasa libre de riesgo y la prima de riesgo del mercado. La fórmula del CAPM es:

$$Re = Rf + \beta \times (Rm - Rf)$$

Donde:

- $Rf$  es la tasa libre de riesgo, que generalmente se asocia con los bonos del gobierno a largo plazo. Utilizaremos el bono español a 10 años, que a fecha de 31 de diciembre de 2023 tenía un valor de 2,99%.
- $\beta$  es el coeficiente beta, que mide la sensibilidad de los rendimientos de las acciones de la empresa con respecto a los movimientos del mercado. Se puede obtener a partir de análisis de mercado o de bases de datos financieras. Ésta mide la volatilidad de los títulos emitidos de la empresa con la variabilidad del mercado. Esto quiere decir que unos valores altos, superiores a 1 en la beta, muestran tendencias muy volátiles respecto al mercado y lo contrario si son por debajo de 1. Para el caso de empresas del sector servicios, su beta, conforme los indicadores analíticos que la estudian, es de 1,08.
- $Rm$  es la tasa de rendimiento esperada del mercado, que representa el rendimiento promedio que se espera que los inversionistas obtengan al invertir en el mercado de valores en general. Para este caso se empleará el IBEX 35 como mercado objetivo, que en 2023 obtuvo un rendimiento esperado del 4 %.
- $(Rm - Rf)$  es la prima de riesgo del mercado, que refleja la compensación adicional que los inversores requieren por asumir el riesgo del mercado en lugar de invertir en bonos libres de riesgo. En nuestro caso será la diferencia entre 4 y 2,99, es decir, 1,01 %.

Así, la tasa  $Re$  será igual a  $2,99 + 1,08 \times 1,01 = 4,0808 \%$ .

- $Rd$  es la tasa de interés de la deuda. Puede obtenerse revisando los costes de endeudamiento actuales de la empresa en relación con su nivel de deuda financiera. Como hemos indicado al hablar de la financiación, el coste de la financiación ajena inicial es de 3,25 %.
- $Tc$  es la tasa impositiva corporativa, que se ha estimado en un 25 %.

Con todo lo anterior, podemos calcular el WACC:

$$WACC = (E/V \times Re) + (D/V \times Rd \times (1 - Tc)) = (30.000/185.000 \times 4,0808) + (155.000/185.000 \times 3,25 \times (1 - 0,25)) = 2,70398$$

#### 5.4.2. Cálculo de los FCF y valor a perpetuidad.

Para calcular los flujos de caja futuros partiremos de los datos proyectados para los estados financieros (balance y cuenta de pérdidas y ganancias) para el escenario probable, que se ha presentado en los apartados anteriores y que incluyen información detallada sobre los ingresos, los gastos, la depreciación y amortización, los impuestos, y cualquier otro aspecto relevante para el cálculo de los flujos de efectivo.

Los flujos de caja libre (CFe) representan el efectivo neto generado por las operaciones comerciales de una empresa después de deducir los gastos de capital necesarios para mantener y hacer crecer su negocio. Estos flujos son una medida fundamental de la salud financiera de una empresa, ya que reflejan la capacidad de generar efectivo disponible para los accionistas, pagar deudas, realizar inversiones adicionales o distribuir dividendos. Los FCL se calculan típicamente restando los gastos de capital, que incluyen inversiones en activos fijos y de capital de trabajo, de los flujos de efectivo operativos. Los inversores y analistas utilizan los flujos de caja libre para evaluar la capacidad de una empresa para generar rendimientos atractivos y su capacidad para reinvertir en el negocio o devolver valor a los accionistas.

Los flujos de caja futuros se calculan generalmente como el resultado de explotación más los ajustes por partidas que no afectan directamente al efectivo. Los cálculos realizados son los siguientes:

en €	X1	X2	%	X3	%	X4	X5	X6	X7	X8
<b>Resultado contable</b>	-135.837,50	126.400,00	-193%	76.982,81	-39%	46.885,71	28.555,33	17.391,37	10.592,06	6.451,00
<b>BAIT (EBIT)</b>	-130.800,00	131.437,50	-200%	82.020,31	-38%	51.182,74	31.939,32	19.930,94	12.437,41	7.761,26
+Amortizaciones	3.000,00	3.000,00	0%	4.000,00	33%	5.333,33	7.111,11	9.481,48	12.641,98	16.855,97
+Deterioro de valor	0,00	0,00	#DIV/0!	0,00	#DIV/0!	0,00	0,00	1,00	2,00	3,00
<b>BAAIT (EBITDA)</b>	-127.800,00	134.437,50		86.020,31		56.516,08	39.050,43	29.413,42	25.081,38	24.620,22
-Inversion en activo circulante	2.162,50	12.837,50	494%	4.500,00	-65%	1.577,41	552,94	193,82	67,94	23,82
-Inversion en activo fijo	27.000,00	0,00	-100%	16.000,00	#DIV/0!	0,00	0,00	1,00	2,00	3,00
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	-156.962,50	121.600,00		65.520,31		54.938,67	38.497,49	29.218,60	25.011,44	24.593,41
-Impuestos sin deuda (t x BAIT)	-32.700,00	32.859,38		20.505,08		12.795,69	7.984,83	4.982,74	3.109,35	1.940,31
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE (CFe)</b>	-124.262,50	88.740,63		45.015,23		42.142,98	30.512,66	24.235,86	21.902,09	22.653,09

Tabla 5 - Cálculo flujos caja futuros esperados. Elaboración propia.

Con los datos proyectados para los ejercicios X1, X2 y X3 calculamos, partiendo del resultado contable el EBIT, que es el resultado antes de impuestos e intereses; y el EBITDA que es el EBIT antes de aplicarle las amortizaciones y el deterioro de valor. A este valor le deberemos restar la inversión realizada tanto en activo circulante (deudores comerciales) como en activo fijo. Con ello obtenemos el **flujo de caja operativa** al cual debemos sumarle los impuestos sin deuda, es decir, aplicar el porcentaje genérico de gravamen del Impuesto de Sociedades del 25 % al EBIT, obteniendo con ello el flujo de caja libre para estos ejercicios.

Posteriormente, para realizar las proyecciones a cinco años vista, podríamos haber optado por obtener un porcentaje medio de evolución de los parámetros referidos. Sin embargo, dados los resultados del ejercicio X1, el primero de actividad de la empresa, aplicaremos a todos los ejercicios posteriores los porcentajes de variación de X2 a X3, que, si bien no es realmente representativo (por la cantidad de variables que pueden afectar a las variaciones de un ejercicio a otro), es la información más fiable de la que disponemos. Con ellos, obtenemos los resultados arriba reflejados relativos al flujo de caja libre esperado para los cinco años siguientes.

Una vez que calculado el WACC en el punto anterior, lo utilizaremos para descontar los flujos de caja futuros y calcular el valor a perpetuidad de la empresa.

Para ello, en primer lugar, actualizaremos todos los flujos de caja calculados a 5 años vista con el WACC obtenido, con la siguiente formula:

$$\frac{FFn}{(1 + WACC)^n}$$

Dando como resultado un total de **137.722,69 €**:

	<b>CFe</b>	<b>CFe descontado</b>
X4	42.142,98	41.033,44
X5	30.512,66	29.709,33
X6	24.235,86	23.597,78
X7	21.902,09	21.325,45
X8	22.653,09	22.056,69
		<b>137.722,69</b>

*Tabla 6 - CFe descontados. Elaboración propia.*

Descontados los flujos de caja futuros a 5 años, hemos de calcular el valor a perpetuidad de la empresa. El valor a perpetuidad representa el valor esperado de la empresa al final del período de proyección de flujos de caja. Puede calcularse como la suma del último flujo de caja proyectado (X8) dividido por la diferencia entre el WACC y la tasa de crecimiento perpetuo (g), si se asume un crecimiento perpetuo. La fórmula es:

$$VR = FF5 \times \frac{1 + g}{WACC - g}$$

Ubicándonos en un periodo entre finales de 2023 e inicios de 2024 como la fecha real de esta valoración de empresa, utilizaremos las previsiones de la Unión Europea para el crecimiento en la eurozona que es de un 0,9 para 2024 y de un 1,7 para 2025. Optando por un valor intermedio, g adoptara un valor de 1,3 %.

De este modo, el valor a perpetuidad será igual a  $22.056,69 \times (1+0,013)/(0,0270398 - 0,013)$   
**= 1.591.433,27 €.**

## 6. CONCLUSIONES

El análisis exhaustivo del proyecto NightOut revela una iniciativa prometedora en el dinámico sector del entretenimiento nocturno y lifestyle, destacándose por su innovadora aplicación móvil diseñada para enriquecer la experiencia de los usuarios en la vida nocturna. A través de este trabajo, se han identificado diversas áreas críticas para el desarrollo y éxito de NightOut, incluyendo su modelo de negocio, estrategias de marketing, análisis DAFO, y un detallado plan de operaciones. A continuación, se presentan las conclusiones clave:

1. **Potencial de mercado y diferenciación:** NightOut se posiciona en un mercado con gran potencial de crecimiento, dirigido a un segmento joven y tecnológicamente hábil que valora experiencias únicas y personalizadas. La propuesta de valor de NightOut, centrada en una interfaz intuitiva y una amplia oferta de entretenimiento, la distingue de otras aplicaciones en el sector, ofreciendo una plataforma única para explorar la vida nocturna.
2. **Desafíos y estrategias de mitigación:** Aunque NightOut enfrenta desafíos significativos, como la competencia creciente y la dependencia de socios comerciales, la startup ha delineado estrategias claras para su mitigación. Esto incluye la expansión geográfica, el desarrollo de alianzas estratégicas, y la inversión en tecnología e innovación, como la realidad aumentada, para mejorar la experiencia del usuario.
3. **Oportunidades de crecimiento:** Existen oportunidades notables para NightOut, particularmente en el desarrollo de alianzas estratégicas con marcas de bebidas alcohólicas, discotecas, y servicios de transporte. Estas oportunidades no solo pueden aumentar significativamente la base de usuarios de NightOut sino también enriquecer la diversidad y calidad de las experiencias ofrecidas.
4. **Importancia del análisis de datos:** La capacidad de NightOut para recopilar y analizar datos de usuario se destaca como una fortaleza crítica, permitiéndole personalizar ofertas y optimizar sus estrategias de marketing. Este enfoque basado en datos es fundamental para adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado y satisfacer las expectativas de los usuarios.
5. **Necesidad de flexibilidad y adaptabilidad:** El éxito a largo plazo de NightOut dependerá de su capacidad para adaptarse a los cambios rápidos en el mercado del entretenimiento

nocturno, incluyendo las tendencias de consumo, la regulación, y la tecnología. Mantener una postura flexible y proactiva será esencial para navegar por estos cambios y aprovechar las oportunidades emergentes.

En conclusión, NightOut se presenta como un proyecto con un potencial considerable para revolucionar el acceso y la experiencia del entretenimiento nocturno. Su enfoque en la tecnología, junto con una estrategia bien definida para superar desafíos y capitalizar oportunidades, establece una base sólida para su éxito. A medida que NightOut avance en su desarrollo y ejecución, será crucial mantener un compromiso con la innovación, la calidad, y la satisfacción del usuario para asegurar su posición como líder en el mercado del entretenimiento nocturno.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Adventurees (2020). Toolkit Goldsmith. Obtenido el 25 de marzo de 2024 de <https://www.adventurees.com/>

Baena, E., Jairo, J., y Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Revista Scientia et Technica*, Vol. 9 (23), pp. 61-66.

Blank, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*. K&S Ranch.

Cardona, J. R., del Carmen Azpelicueta-Criado, M., & Sánchez-Fernández, M. D. (2016). Una clasificación de los establecimientos de ocio nocturno: El caso de Ibiza (España). *HOLOS*, 7, 418-437.

Cassinello, N., Conte, I. C., Jiménez, J. W. I., y del Villar, C. L. (2018). El desarrollo de las soluciones Fintech en España. *Revista Icade. Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, Nº 101.

Dirección General de la Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (2020). Herramienta DAFO. Obtenido el 24 de marzo de 2024 de <https://dafo.ipyme.org/Home>

European Data Protection Board. (2023). GDPR fines and penalties. Recuperado de [https://edpb.europa.eu/news/national-news/2023/gdpr-fines-and-penalties-2023\\_en](https://edpb.europa.eu/news/national-news/2023/gdpr-fines-and-penalties-2023_en)

Ferriss, T. (2007). *The 4-Hour Workweek: Escape 9-5, Live Anywhere, and Join the New Rich*. Harmony.

Godín, S. (2008). *Tribes: We Need You to Lead Us*. Portfolio.

Holiday, R. (2014). *Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising*. Portfolio.

IAB Spain. (2022). Estudio anual de redes sociales 2022. Recuperado de <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2022/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Pearson.



MarketsandMarkets. (2023). Augmented Reality in Entertainment Market Size. Recuperado de <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/augmented-reality-entertainment-market-24527310.html>

Martín, J. (2018). ¿Entiendes las Cinco Fuerzas? Cerem International Business School. Obtenido el 19 de marzo de 2024 de <https://www.cerem.es/blog/entiendes-lascinco-fuerzas>

Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. O'Reilly Media.

Ministerio de Trabajo y Economía Social. (2023). Informe de inspección de trabajo en hostelería 2022. Recuperado de <https://www.mites.gob.es/estadisticas/inspeccion-de-trabajo/hosteleria-2022>

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2009). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers. Ed. John Wiley y Sons. Hoboken, NJ, Estados Unidos.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Papadacos, T., Kyhnau, J. et al. (2015). Value Proposition Design: How to create products and services consumers want. Journal of Business Models. Vol. 3 (1), pp. 81-89.

Peiró, R. (2020). Análisis PEST. Economipedia. Obtenido el 17 de marzo de 2024 de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>

PwC. (2022). Personalization in Entertainment Apps. Recuperado de <https://www.pwc.com/entertainment-personalization>

Quintana, I. L., & Ortuzar, A. M. (2016). El ocio nocturno de la juventud en España. In *La marcha nocturna: ¿ Un rito exclusivamente español?* (pp. 34-95). Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).

Ries, E. (2012). El método Lean Start-up. Ed. Deusto Ediciones S.A.

Statista. (2023). Mobile payments in Spain. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/1057119/mobile-payment-usage-spain/>

Statista. (2023). Usage of multiple entertainment apps in Spain. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/1171458/spain-multiple-app-usage/>

## ANEXOS

### A. Tablas resumen cinco fuerzas de Porter

FUERZA	PODER DE NEGOCIACIÓN	ARGUMENTOS
<b>Amenaza de entrada de competidores potenciales:</b>	<b>MEDIO</b>	<b>los nuevos participantes pueden ingresar al mercado del entretenimiento nocturno en Madrid, pero enfrentan barreras de entrada moderadas, como la necesidad de establecer relaciones con locales y usuarios, así como la necesidad de desarrollar una plataforma tecnológica competitiva.</b>

PROVEEDORES	PODER DE NEGOCIACIÓN	ARGUMENTOS
<b>Rivalidad entre competidores existentes:</b>	<b>ALTO</b>	<b>La rivalidad entre competidores existentes, especialmente considerando la presencia de competidores como Fever y Fourvenues, puede considerarse alta. La competencia intensa puede conducir a presiones significativas sobre los precios, la promoción y la innovación, lo que afecta directamente a NightOut y sus competidores en el mercado del entretenimiento nocturno.</b>

PROVEEDORES	PODER DE NEGOCIACIÓN	ARGUMENTOS
<b>Productos sustitutivos como amenaza:</b>	<b>MEDIO</b>	<p>La amenaza de productos sustitutos puede considerarse de nivel medio, ya que existen alternativas como aplicaciones de redes sociales centradas en el consumo de alcohol, como Beer Buddy, que podrían desviar la atención y el uso de los usuarios de NightOut. Sin embargo, la lealtad de los usuarios y la oferta única de NightOut pueden mitigar esta amenaza en cierta medida.</p>

PROVEEDORES	PODER DE NEGOCIACIÓN	ARGUMENTOS
<p><b>Poder de negociación de clientes:</b></p>	<p><b>MEDIO</b></p>	<p><b>El poder de negociación de los clientes puede considerarse de nivel medio. Si bien los usuarios finales tienen opciones alternativas de entretenimiento nocturno, su lealtad puede depender de factores como la conveniencia, la calidad de la experiencia y la diversidad de eventos ofrecidos a través de NightOut y otras plataformas.</b></p>

FUERZA	PODER DE NEGOCIACIÓN	ARGUMENTOS
<b>Proveedores de tecnología y servicios</b>	MEDIO	Aunque estos proveedores pueden tener un cierto nivel de control sobre la calidad y la disponibilidad de los servicios tecnológicos, NightOut también tiene la opción de elegir entre una variedad de proveedores y soluciones tecnológicas similares en el mercado. Esto equilibra el poder de negociación y permite que NightOut busque opciones que se ajusten mejor a sus necesidades y presupuesto.
<b>Proveedores de contenido y entretenimiento (discotecas, bares, locales nocturnos):</b>	ALTO	Los proveedores de contenido y entretenimiento, como las discotecas y locales nocturnos, tienen un alto poder de negociación debido a su capacidad para ofrecer experiencias exclusivas y demandadas por los usuarios finales. Tienen la capacidad de dictar precios, condiciones de colaboración y exclusividad de eventos, lo que puede influir significativamente en las operaciones y los ingresos de NightOut.



## B. Encuesta realizada a 211 usuarios

Preguntas Respuestas **211** Configuración

### Estudio de ocio nocturno

**B** *I* U ↻ ✕

Somos emprendedores y estamos intentado buscar a ver si existe una oportunidad para mejorar la gestión del ocio nocturno de Madrid. Respecto a la compra de entradas, búsqueda de discotecas, conectar con amigos y elegir música. COMPLETAMENTE ANÓNIMO

Sexo \*

Masculino

Femenino

Edad \*

- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26



10. 27

11. 28

12. 29

13. 30

14. 30-40

15. 40-50



¿A qué universidad has ido?

Texto de respuesta corta

¿Cuántos días a la semana sales de discoteca? \*

0

1

2

3

4

5 o más

¿Cómo de importante consideras la música a la hora de salir a una discoteca? \*

	1	2	3	4	5	
poco importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	muy importante

¿Que tipo de música te gusta en una discoteca? (Reggaeton, techno, house...) \*

Texto de respuesta corta  
.....

¿Dónde sueles comprar las entradas de una discoteca? \*

- Link de relaciones
- Puerta de la discoteca (listas)
- Puerta de la discoteca (no listas)
- Otra...

¿Sueles tener dudas sobre dónde salir? \*

- Si
- No



¿Si has contestado "SI" porque?

Texto de respuesta larga

---

¿Pagas entrada o sueles pasar gratis? \*

- Pago
- No pago

¿que factores te parecen más importantes a la hora de elegir una discoteca? \*

Texto de respuesta larga

---

¿Estarías dispuesto a llegar antes o entre una franja horaria para tener beneficios (descuento, copas/chupito gratis o pulsera de vip)? \*

- Si
- No

¿Qué características consideras esenciales en una aplicación de ocio nocturno para que la uses regularmente? \*

Texto de respuesta larga

---

¿Te importaría que la gente sepa a qué discoteca vas a salir? \*

- Si
- No

¿Utilizarías esta aplicación para ligar? Ejemplo: Ver a donde va el/la que te gusta. \*

- Si
- No

¿Te gustaría saber donde salen tus amigos? \*

- Si
- No

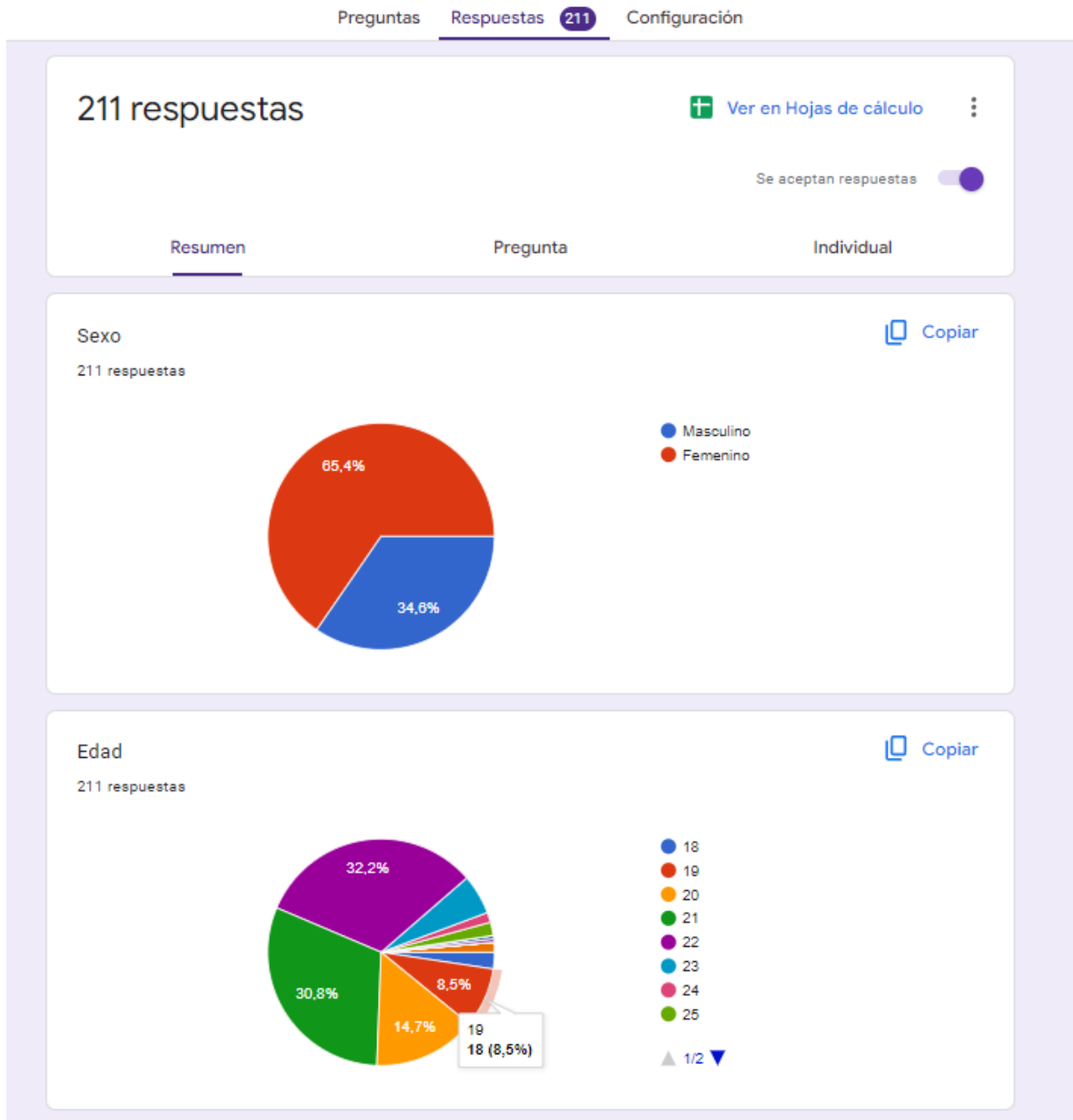
¿Estarías dispuesto recibir notificaciones sobre eventos o fiestas temáticas? \*

- Si
- No

¿Consideras importante conocer el tipo de gente que asiste a un lugar antes de ir? \*

- Si
- No

## C. Resultados encuesta realizada a 211 usuarios



### ¿A qué universidad has ido?

208 respuestas

ICADE

Icade

Lancaster University

Francisco de Vitoria

UFV

Cunef

Carlos III

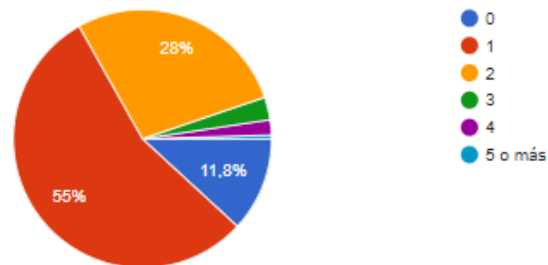
Lancaster University

Icade

### ¿Cuántos días a la semana sales de discoteca?

[Copiar](#)

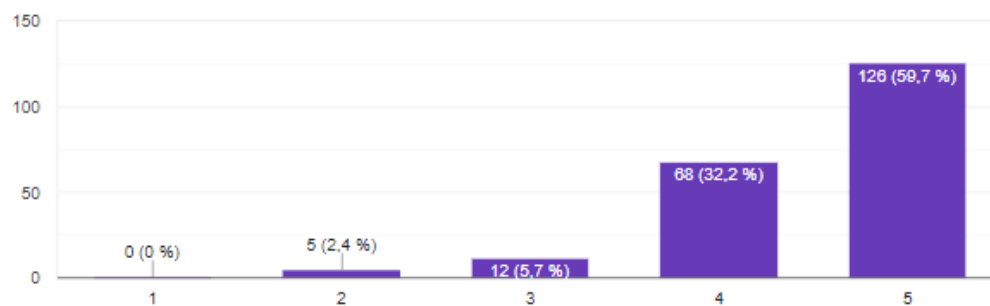
211 respuestas



### ¿Cómo de importante consideras la música a la hora de salir a una discoteca?

[Copiar](#)

211 respuestas



### ¿Que tipo de música te gusta en una discoteca? (Reggaeton, techno, house...)

211 respuestas

Reggaeton

Reggaeton

reggaeton

Reggaeton y house

Techno

Reggaeton y techno

Reggaeton y techno

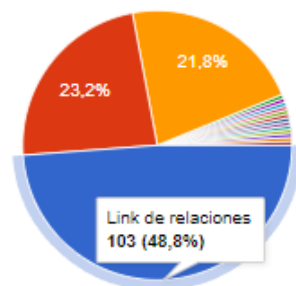
REGGAETON

De todo

### ¿Dónde sueles comprar las entradas de una discoteca?

 Copiar

211 respuestas



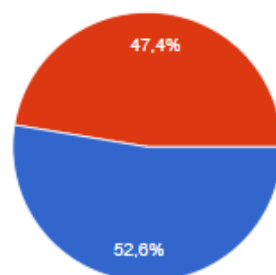
- Link de relaciones
- Puerta de la discoteca (listas)
- Puerta de la discoteca (no listas)
- Un poco de todo
- Soy relaciones
- suelo entrar por amigos, no compro e...
- Dice, o plataforma para tenerlas antici...
- Internet

▲ 1/2 ▼

### ¿Sueles tener dudas sobre dónde salir?

 Copiar

211 respuestas



- Si
- No

¿Si has contestado "SI" porque?

103 respuestas

Porque hay muchas opciones

Depende de la gente

Muchas opciones

por no saber a donde sale la gente o como de caro es

Por que hay muchas opciones de discotecas

Me gustar salir a un sitio donde haya buen ambiente y con gente

no se a donde va la gente

Porque no sabes que tal va a estar el ambiente en cada sitio

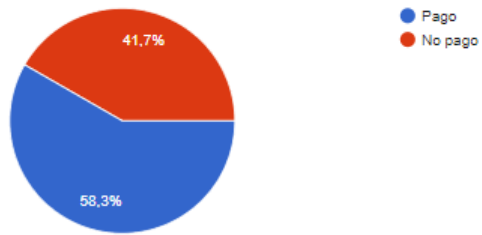
tengo amigos de distintos entornos (madrid, ciu) y no salen a los mismos sitios



### ¿Pagas entrada o sueles pasar gratis?

 Copiar

211 respuestas



### ¿que factores te parecen más importantes a la hora de elegir una discoteca?

211 respuestas

El ambiente

Ambiente

El ambiente

La gente

La gente

Gente

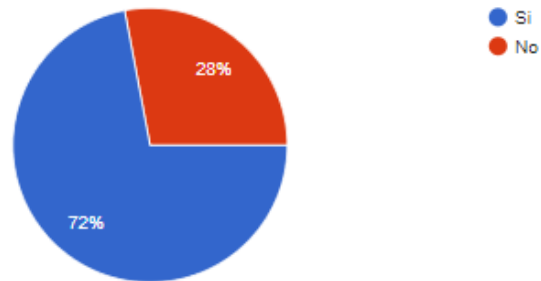
Ambiente

Ambiente y música

La gente que va

¿Estarías dispuesto a llegar antes o entre una franja horaria para tener beneficios (descuento, copas/chupito gratis o pulsera de vip)?

211 respuestas



¿Qué características consideras esenciales en una aplicación de ocio nocturno para que la uses regularmente?

211 respuestas

Descuentos

Descuentos

.

Precios

Ofertas

Ver a donde va la gente

-

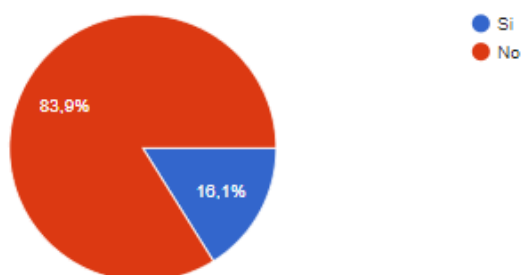
Que funcione bien y sea fiable

Que este actualizada

¿Te importaría que la gente sepa a qué discoteca vas a salir?

 Copiar

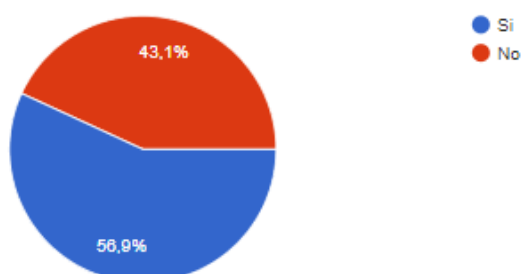
211 respuestas



¿Utilizarías esta aplicación para ligar? Ejemplo: Ver a donde va el/la que te gusta.

 Copiar

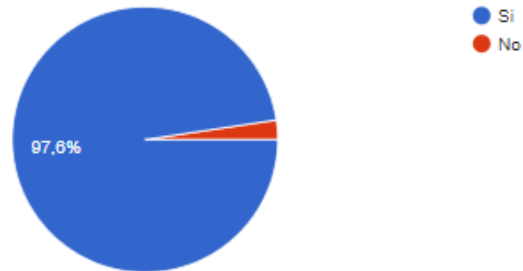
211 respuestas



¿Te gustaría saber donde salen tus amigos?

 Copiar

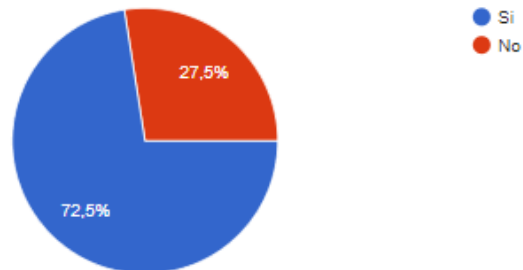
211 respuestas



¿Estarías dispuesto recibir notificaciones sobre eventos o fiestas temáticas?

 Copiar

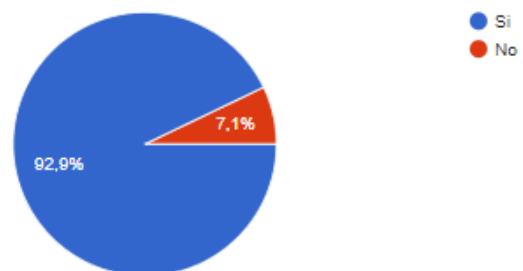
211 respuestas



¿Consideras importante conocer el tipo de gente que asiste a un lugar antes de ir?

 Copiar

211 respuestas



## D. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Mercedes Delclaux Squella, estudiante de Administración y Dirección de Empresa en Inglés de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Plan de negocio de la startup: NightOut", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir “no he usado ninguna”]:

1. Brainstorming de ideas de investigación: Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. Referencias: Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
3. Constructor de plantillas: Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
4. Corrector de estilo literario y de lenguaje: Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
5. Sintetizador y divulgador de libros complicados: Para resumir y comprender literatura compleja.
6. Generador de datos sintéticos de prueba: Para la creación de conjuntos de datos ficticios.
7. Revisor: Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.

15. Traductor: Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 5 de Junio de 2024

Firma: \_\_\_\_\_