My-Tattoo

Tu *advisor* global de tatuajes

Proyecto Fin de Master

Executive MBA 2019/2020

Autores:

Jesus Chao Fernández

Francisco Alférez Canales

Tutor:

David Pascual Portela

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

EOi Escuela de organización industrial

INDICE DE CONTENIDOS

NECESIDAD Y SOLUCION PROPUESTA 3
COMPETENCIA 4
TAMAÑO DE MERCADO 5
ANALISIS ESTRATEGICO 6
PLAN DE MARKETING 8
PLAN DE OPERACIONES 9
PLAN DE RECURSOS HUMANOS..... 11
PLAN ECONOMICO FINANCIERO 12
PLAN DE RIESGOS 16

NECESIDAD Y SOLUCION PROPUESTA

Hemos detectado que, pese a lo lucrativo del sector del tatuaje, éste está muy fragmentado; usuarios buscan estudios de tatuaje a través de recomendaciones y redes sociales y, por otro lado, artistas invierten tiempo en actividades administrativas que no dan un valor real.

Artistas	Usuarios
Tener sus agendas llenas para de esta manera rentabilizar al máximo su tiempo de trabajo.	Incertidumbre por el resultado del tatuaje.
Cancelaciones ocasionan fuertes pérdidas de tiempo y dinero a los artistas. Aunque los talleres piden depósitos de dinero para tatuajes que requieran mucho tiempo, esta carencia permanece.	Para elegir tatuajes se buscan recomendaciones de amigos o redes sociales. Sin embargo, estas opiniones son subjetivas.
Tatuadores poco digitalizados que necesitan que sus trabajos sean visibles a los usuarios.	
Automatización de actividades administrativas. Gestión de IVA y consumibles.	

Necesidades artistas y usuarios

La solución que propone "*My-Tattoo*" es una plataforma digital B2B que genera una comunidad entre usuarios y tatuadores y les ofrece servicios. Facilita la relación artista/usuario y mejora la experiencia de todos los usuarios del sector.

Artistas	Usuarios
Gestionamos sus agendas, y por tanto cubrimos las posibles anulaciones. *My-Tattoo* es	Plataforma intuitiva y fácil de usar que ofrece una información de calidad.
Concedemos el sello de calidad *My-Tattoo* como catalizador de ventas.	Posibilidad de contactar con artista antes de proceder con una reserva para aclarar dudas y crear oportunidades.
Gestión del IVA y consumibles.	Sello de calidad genera confianza en el usuario.
Marketing digital y posicionamiento SEO. Una plataforma que ayuda a que los tatuadores se promocionen y den a conocer sus trabajos.	Extras: Servicios de viaje, financiación y acceso a contenidos.
Financiación y servicio de viajes	

Servicios de My-Tattoo

Los tatuadores proporcionarán una serie de datos que se cotejarán para alcanzar un alto grado de fiabilidad y cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). La fase inicial es captar una masa crítica inicial de usuarios que haga atractiva la entrada de tatuadores/estudios de tatuaje.

Para validar la idea se han hecho entrevistas a 8 tatuadores y un cuestionario masivo a más de 200 usuarios. De toda la información validada la más relevante es la siguiente.

- Un 80% de los clientes afirman que la calidad está dentro de los factores más importantes a la hora de hacerse un tatuaje.
- Sin embargo 75% de los artistas, creen que los usuarios están desinformados en temas de higiene y calidad, y que otros factores como el diseño o precios, tiene más peso en su decisión.
- Un 100% de los entrevistados, usuarios y artistas, convienen en que los tatuajes "enganchan".
- 100% de los tatuadores reconocen que estar en las "redes sociales" es fundamental para su negocio.

COMPETENCIA

Se ha hecho una primera división: competidores directos e indirectos

COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA (competidores potenciales)
• Tattoodo • Tattoo Advisor • Advisor Tattoo • Bleink • Tattoo You • Inkbay • Tattoo me • Inkstinct	• Ink Hunter • Tattoo Designs • Tattoo Designer Body Art Maker • Tattoo My Photo • Tattoo Designs HD • Tattoo for Boy 2018 • Inksquad • Tattoo Maker • Tattoo Booth – NaveedZafar • Tattoo Booth – yajun xiong • Tatuajes – grigerdroid

y preparado una matriz de análisis de la competencia directa de "My-Tattoo". Para ello se han identificado los factores clave de éxito (FCE) se han ponderado (4-Gran fortaleza, 3-Fuerza menor, 2- Debilidad menor y 1-Gran debilidad).

	Rarting
Gran fortaleza	4
Fuerza menor	3
Debilidad menor	2
Gran debilidad	1

Matriz de analisis de la competencia		My-Tattoo		TattooDo		Inkstinct		Inkbay		Bleink		Tattoo me		Tattoo you		Advisor.Tattoo		Tattoo Advisor	
Factores claves de éxito	Peso	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion	Rating	Puntuacion
Buscador de estudios	0,12	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36	2	0,24	4	0,48	1	0,12	2	0,24	1	0,12
Localización (Local/internacional)	0,08	2	0,15	4	0,3	4	0,3	1	0,075	2	0,15	2	0,15	2	0,15	1	0,075	1	0,075
Sello de calidad	0,18	4	0,72	1	0,18	1	0,18	1	0,18	1	0,18	1	0,18	1	0,18	1	0,18	1	0,18
Interacción clientes/tatuadores/estudios	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16	2	0,16	1	0,08	1	0,08
Información sobre higiene	0,10	3	0,3	3	0,3	1	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1
Imagen digital: Usabilidad Web/App	0,08	4	0,32	4	0,32	4	0,32	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16	2	0,16	1	0,08
Pago a través de App/Web	0,06	2	0,12	4	0,24	1	0,06	1	0,06	4	0,24	1	0,06	3	0,18	1	0,06	1	0,06
Gestion de agenda	0,09	2	0,18	4	0,36	1	0,09	1	0,09	2	0,18	1	0,09	3	0,27	1	0,09	1	0,09
Simulador de resultado	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	1	0,05	1	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05	1	0,05
Información de proveedores	0,04	3	0,105	3	0,105	2	0,07	2	0,07	1	0,035	3	0,105	2	0,07	1	0,035	1	0,035
Marketing/promoción de tatuadores	0,06	1	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18	2	0,12	2	0,12	2	0,12	2	0,12	1	0,06
Productos complementarios: agencias de viajes, promociones, financiación, etc.	0,07	3	0,21	2	0,14	4	0,28	3	0,21	1	0,07	2	0,14	1	0,07	2	0,14	1	0,07
Total	1,00		2,87		2,71		2,28		1,96		1,85		1,93		1,73		1,33		1,00

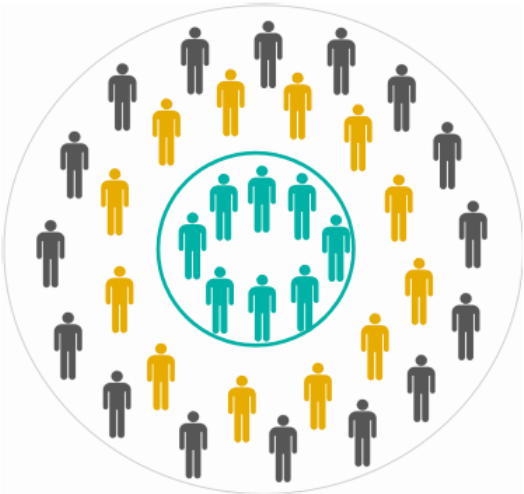
Benchmarking con empresas competencia de My-Tattoo

En nuestro estudio se ha determinado que los principales competidores de My-Tattoo serían: Tattodo, Inkstint, Inkbay y Bleink

TAMAÑO DE MERCADO

El segmento de mercado al que nos dirigimos son personas con edades comprendidas entre los 18 y 50 años y con fuerte interés en el tatuaje.

A partir de fuentes de información como INE, UNTAP (Unión Nacional de Tatuadores y Anilladores Profesionales), Kaosystem y Dalia Research se ha calculado el tamaño de mercado.



Total Available Market (TAM)
78 M

Served Available Market (SAM)
35 M

Target Market (SOM)
250 K

Esquema TAM, SAM, SOM.

Se ha partido de variables globales poco a poco se desciende a variables más específicas. Para la compilación de datos más generales se ha utilizado diversos informes de mercado (Kaosystem, Dalia research), análisis de la industria (UNTAP) y estudios estadísticos (INE).

Información obtenida de diversas fuentes

- *Volumen de negocio - **120M** de euros*
- *Se realizan de media 1 millón de tatuajes al año. El ticket medio del tatuaje de 120 euros.*
- *65% de usuarios buscan información para elegir un nuevo tatuaje por medios digitales (Instagram, Google, Web y otras redes sociales).*
- *Población española de entre 18 a 60 años - **26,7 M** de personas.*
- *Entre el **12%** y **15%** de la población europea tiene un tatuaje. En USA este dato aumenta al 24%.*
- *Crecimiento anual de personas con tatuaje es del **0,5%** según estadísticas de la UE en los últimos años.*
- *En 1996 había 100 estudio de tatuaje. Hoy en día hay entre 2.500 y 3.000 estudios en toda España. En Madrid sólo hay 300*

Fuente: Kaosystem, Dalia Research, UNTAP, INE

MISION

Un servicio ajustado a las necesidades de usuario y clientes a través nuestros paquetes de servicio y generar una confianza a través del sello de calidad.

VISION

Una plataforma de referencia en la reserva de sesiones de tatuaje, creación de comunidad y servicios de calidad a tatuadores

VALORES

- Honestidad y Transparencia
- Calidad, higiene y seguridad
- Independencia y objetividad
- Innovación
- Orientación al cliente

Del análisis DAFO extraemos las siguientes fortalezas y debilidades.

DAFO de My-Tattoo

FORTALEZAS
Plataforma centrada en la fiabilidad. Los estudios de tatuadores están respaldados por el sello de garantía de calidad *My-Tattoo*.
Agilidad de contacto entre usuarios y artistas a través de la plataforma digital.
Coste del servicio es asumible a los tatuadores. La propuesta de valor que se ofrece a los artistas hace que el servicio resulte altamente rentable.
Implementa una *digitalización* a un sector poco digitalizado. Esto crea nuevas oportunidades en el mercado.
Sello de calidad My-Tattoo. Se genera transparencia en un sector que de por sí tiene una cierta fama de tener una cierta oscuridad/opacidad.
El artista no tiene que ocuparse de *gestiones de agenda* y *digitales*, y le permite ocuparse de manera plena en su "core business".

DEBILIDADES
Las barreras de entrada son bajas y existe el peligro de repetir el modelo de negocio.
Es un mercado que tradicionalmente se basa en las relaciones personales.
Elevada comunicación en Marketing y comunicación. Conseguir financiación.
Necesidad de tener una red de usuarios amplia en la plataforma digital (masa crítica).

Por otro lado, nuestros objetivos estratégicos son los siguientes:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Enfocar nuestro capital en satisfacer metas estratégicas en perspectiva financiera, cliente, procesos internos y aprendizaje (ver CMI)
Desarrollar alianzas para captar usuarios y generar una masa crítica cuyos datos aporten un valor añadido a la plataforma.
Generar satisfacción en usuarios y tatuadores por los servicios ofrecidos.
Necesidad de tener una red de usuarios amplia en la plataforma digital (masa crítica).

CUOTA DE MERCADO

En el primer año esperamos alcanzar un 20% de estudios de tatuajes localizados en Madrid y un 22% de usuarios de tatuajes. La captación de usuarios aumenta hasta el tercer año.

	Centros de tatuaje	Usuarios
Madrid	30%	32%
Barcelona	25%	25%
Resto de España	7%	7%

Esta sería nuestra estimación de usuario-clientes captados:

Estimación de clientes y usuarios captados		
1º AÑO	**Usuarios**	**20.500**
	Clientes	**65**
2º AÑO	**Usuarios**	**39.700**
	Clientes	**140**
3º AÑO	**Usuarios**	**84.500**
	Clientes	**250**

CANALES DE COMUNICACIÓN

Conseguir que la solución sea conocida por los usuarios para obtener masa crítica. Para impactar en ellos se hará un marketing a través de redes sociales, Influencers, ferias o revistas. Por otro lado, unos comerciales darán a conocer la plataforma y sus servicios a tatuadores de una forma presencial.

POLITICA DE PRECIOS

Se ofrecen tres tipos de paquetes para tatuadores con opciones de adquirir servicios individuales o combinaciones paquetes con servicios individuales. Para usuarios ofrecemos un paquete gratuito y otro premium. Se tiene la opción de hacer un pago mensual o anual.

Tabla de servicios y precios a clientes (artistas) y usuario-cliente.

El elemento principal de la solución será la plataforma digital clientes y usuarios finales. Con una base de datos única (Big Data) en el Cloud, que nuestros científicos de datos analizarán y gestionarán a través de Inteligencia artificial y darán valor a nuestros clientes junto con el CRM.

Usuarios	Podrán darse de alta/baja, crear su perfil, buscar tatuadores, ver sus portfolios, reserva de sesiones de tatuaje, chatear y tener acceso a contenidos extra (noticias, videos, etc.) a través de una App fácil de usar e intuitiva.
Tatuadores	Podrán darse de alta/baja, crear su perfil, colgar trabajos, contratar paquetes o servicios de My-Tattoo, chatear con usuarios a través de la plataforma. La parte presencial a través de comerciales busca personalizar los servicios de My-Tattoo a las necesidades de los tatuadores.

ESTRATEGIA DE IMPLANTACIÓN

De manera esquemática definimos nuestra estrategia de lanzamiento.

Estrategia de implantación de My-Tattoo

El plan de implantación se ha preparado a tres años con vistas a una internacionalización en el 4º y 5º año (Suecia, Alemania e Italia)

PRIMER AÑO	Implantación en Madrid
1. Dotar RRHH	1 técnico informático 1 analista de datos. 1 comercial de campo. 1 administrativo
2. Desarrollo de **plataformas tecnológicas**: Página Web/App, tecnologías de IA/Big Data CRM, etc.	
3. **Crear alianzas** con redes sociales, Influencers y organismos sanitarios.	
4. **Captación de clientes** a través de comercial de campo.	
5. **Captación de usuarios** a través de Influencers, redes sociales o revistas.	

6. En el primer año de implantación se busca captar como mínimo un 7% de la cuota de mercado de Madrid.

Descripción de implantación en Madrid

SEGUNDO AÑO	Consolidación en Madrid e implantación en Barcelona
1. Se consolida en el mercado en Madrid y mantiene una campaña de Marketing similar a la desarrollada en el año anterior.	
2. Implantar "*My-Tattoo*" en Barcelona de forma similar a como se ha hecho en Madrid. Se dota a la compañía de un nuevo "comercial de campo".	
3. Captación de usuarios a través de Influencers y redes sociales en Barcelona.	

Descripción consolidación en Madrid e implantación en Barcelona

TERCER AÑO	Consolidación en Madrid y Barcelona e implantación en resto de España*
1. Consolidación y penetración en el mercado de Madrid y Barcelona.	
2. Se implanta en el resto de España. Para ello se dota a la compañía de un nuevo comercial y se ubican cada uno por áreas.	

Descripción consolidación en Madrid y Barcelona e implantación resto de España

*(especial importancia a Sevilla, Zaragoza, Valencia y Málaga)

Inicialmente la empresa My-Tattoo tendrá una dirección general formada por dos socios, que alternarán los puestos de director ejecutivo o general (CEO) y presidente o consejero delegado.

El CEO de *My-Tattoo* será el oficial de más alto rango encargado de establecer una visión a largo plazo, mientras que el presidente es más responsable de las decisiones y estrategias de gestión cotidianas y gestiona la empresa para hacer realidad esa visión.

Este sería el organigrama final:

Organigrama final de My-Tattoo

El segundo año de actividad reforzamos el departamento comercial para abordar la implantación en Barcelona con la incorporación de un nuevo comercial. Por otra parte, debido al previsible aumento de usuarios y clientes se prevé reforzar los recursos a nivel tecnológico en la plataforma, por lo que el informático de aplicaciones será de dedicación exclusiva y se contratará un analista de datos; con lo que podremos prescindir parcialmente de los servicios subcontratados a tal efecto.

El tercer año se prevé un aumento de la actividad comercial para abordar la implantación nacional, por lo que se contratarán 2 nuevos comerciales.

Los cuarto y quinto año se caracterizan por la oferta de nuevos productos y la expansión internacional, por lo que la empresa se adaptará reforzando los departamentos con personal suficiente y se modificará el organigrama a tal efecto.

BALANCE

BALANCE ACTIVO	FY2021	FY2022	FY2023
A) ACTIVO NO CORRIENTE	40.000 €	30.000 €	20.000 €
I. Inmovilizac. inmateriales	**40.000 €**	**30.000 €**	**20.000 €**
1.- Aplicaciones informáticas (Plataforma)	50.000 €	50.000 €	50.000 €
3.- Amortizaciones	- 10.000 €	- 20.000 €	- 30.000 €
II. Inmovilizac. materiales	**- €**	**- €**	**- €**
1.- Equipos Informáticos	- €	- €	- €
3.- Amortizaciones	- €	- €	- €
B) ACTIVO CORRIENTE	19.475 €	219.914 €	937.544 €
I. Deudores	**- €**	**- €**	**- €**
1.- Clientes por ventas y por servicios	- €	- €	- €
2.- IVA soportado	- €	- €	- €
3.- Hacienda pública deudor IVA	- €	- €	- €
II. Tesoreria	**19.475 €**	**219.914 €**	**937.544 €**
1.- Caja operativa	1.947 €	21.991 €	93.754 €
2.- Caja no operativa	17.527 €	197.923 €	843.790 €
3.- Caja no operativa (Pay Out)	- €	- €	- €
TOTAL ACTIVO	**59.475 €**	**249.914 €**	**957.544 €**

BALANCE PASIVO	FY2021	FY2022	FY2023
A) PATRIMONIO NETO	36.925 €	161.509 €	694.334 €
I. Capital suscrito	**150.000 €**	**150.000 €**	**150.000 €**
1.- Aportación dineraria	150.000 €	150.000 €	150.000 €
2.- Aportacion no dineraria	- €	- €	- €
II. Reservas	**- 113.075 €**	**11.509 €**	**544.334 €**
1.- Reserva legal	- €	12.458 €	30.000 €
2.- Otras reservas	- 113.075 €	- 949 €	514.334 €
3.- Reservas (Pay Out)	- €	- €	- €
III. Pérdidas y ganancias	**- €**	**- €**	**- €**
B) PASIVO NO CORRIENTE	- €	- €	- €
I. Otros acreedores	**- €**	**- €**	**- €**
1.- Préstamos y otras deudas	- €	- €	- €
C) PASIVO CORRIENTE	22.549 €	88.405 €	263.211 €
I. Deudas con ent. de crédito	**- €**	**- €**	**- €**
1.- Préstamos y otras deudas	- €	- €	- €
II. Deudas a corto plazo	**- €**	**- €**	**- €**
1.- Dividendos a pagar	- €	- €	- €
III.- Acreedores comerciales	**- €**	**- €**	**- €**
1.- Acreedores por compras	- €	- €	- €
2.- Proveedores de Inmovilizado	- €	- €	- €
IV.- Otras deudas no comerciales	**22.549 €**	**88.405 €**	**263.211 €**
1.- IVA Repercutido	- €	- €	- €
2.- Administraciones públicas IRPF	8.844 €	11.322 €	14.595 €
3.- Administraciones públicas IS	- €	41.528 €	177.608 €
4.- Administraciones públicas SS	5.744 €	7.211 €	9.042 €
5.- Hacienda acreedor IVA	7.962 €	28.345 €	61.966 €
TOTAL PASIVO	**22.549 €**	**88.405 €**	**263.211 €**

Balance My-Tattoo

CUENTA DE RESULTADOS

	FY2021	FY2022	FY2023
1.-Importe neto de la cifra de negocio	281.473 €	644.062 €	1.283.003 €
Ventas Prestación de Servicios	281.473 €	644.062 €	1.283.003 €
2.-Coste de Venta	- €	- €	- €
	- €	- €	- €
3.- Gastos Externos y de explotación	- 384.547 €	- 467.950 €	- 562.570 €
Gastos de personal (Nóminas + IRPF)	192.000 €	240.900 €	302.300 €
Cargas sociales (SS + Cuota Patronal)	57.600 €	72.270 €	90.690 €
Tributos y tasas	665 €	- €	- €
Renting equipos	4.200 €	4.800 €	5.400 €
Suministros	3.600 €	4.200 €	5.400 €
Marketing y propaganda	97.502 €	107.800 €	116.000 €
Tecnología CLOUD	7.200 €	14.400 €	18.000 €
Primas de Seguro	780 €	780 €	780 €
Mantenimiento y reparación	- €	- €	- €
Arrendamientos	9.000 €	9.600 €	9.600 €
Otros gastos	12.000 €	13.200 €	14.400 €
Gastos comerciales	- €	- €	- €
I) RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN (EBITDA)	- 103.075 €	176.112 €	720.433 €
Amortización Inmov. Inmaterial	10.000 €	10.000 €	10.000 €
Amortización Inmov. Material	- €	- €	- €
II) RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)	- 113.075 €	166.112 €	710.433 €
Ingresos Financieros	- €	- €	- €
Gastos Financieros	- €	- €	- €
III) RESULTADO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	- 113.075 €	166.112 €	710.433 €
Beneficios proc Inmov e Ing Excepciona	- €	- €	- €
Pérdidas proc Inmov y Gastos Excepcion	- €	- €	- €
IV) RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	- 113.075 €	166.112 €	710.433 €
Impuesto sobre Beneficios	- €	41.528 €	177.608 €
V) RESULTADO DESPUES DE IMPUESTOS	- 113.075 €	124.584 €	532.824 €
% vs Ventas	-40,17%	19,34%	41,53%

Cuenta de resultados de My-Tattoo

PRINCIPALES RATIOS Y ANÁLISIS

ROE (Return on Equity)

La rentabilidad del accionista mejora por un aumento del beneficio neto.

RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE)	FY2021	FY2022	FY2023
	-75%	83%	355%

Cuanto mayor sea este valor más positivo será, ya que representa cuánto beneficio obtenemos en proporción a los capitales invertidos. Como el capital no varía (fondos propios) la rentabilidad aumenta a medida que vamos teniendo beneficios

Endeudamiento

No tenemos “endeudamiento” debido a que la compañía está financiada con fondos propios.

Margen de ventas

El aumento del "margen de ventas" es debido a un fuerte incremento en las ventas. Por otro lado, a lo largo de estos tres años, los gastos explotación aumentan ligeramente por incorporaciones en la plantilla (el resto de los gastos permanece prácticamente igual)

MARGEN DE VENTAS	FY2021	FY2022	FY2023
	-37%	27%	56%

Rotación del activo

La rotación de activos es baja debido a que nuestro modelo de negocio no tiene no tiene deudas comerciales (las operaciones se hacen al contado). No reinvierte sus recursos para incrementar ingresos si no que aumenta su caja con el objeto de abordar una expansión internacional.

ROTACIÓN ACTIVO	FY2021	FY2022	FY2023
	4,73	2,58	1,34

ROA (Return on Assets) o ROI (Return on investments)

A pesar de que la rotación del activo decrece, el activo se hace más rentable debido al fuerte incremento en el margen de ventas. Los activos están financiados por cuenta propia.

RENTABILIDAD ECONOMICA (ROA)	FY2021	FY2022	FY2023
	-173%	70%	75%

Fondo de Maniobra

El FM aumenta por un aumento del activo. Es capaz de hacer frente a sus obligaciones a corto plazo sobradamente y tiene un excedente de caja.

FONDO DE MANIOBRA	FY2021	FY2022	FY2023
	-3.074,52 €	131.509,17 €	674.333,7 €

Liquidez

La empresa tiene efectivo suficiente para hacer frente a sus deudas a corto plazo. De hecho, tiene un exceso de liquidez (caja); coherente con los planes de expansión internacional de *My-Tattoo* para los próximos años.

LIQUIDEZ	FY2021	FY2022	FY2023
	0,86	2,49	3,56

NOF (Necesidades operativas de Fondos)

Las NOF son negativas; hay a un exceso de caja que es consecuente con la estrategia de la empresa.

NOF	FY2021	FY2022	FY2023
	83.075 €	-134.584 €	-542.824 €

CUADRO INVERSIÓN

Se han calculado el VAN, TIR y Payback para ver la rentabilidad de una inversión en *My-Tattoo*.

VAN	**57.573 €**
TIR	**51%**
PAYBACK	**Enero 2023**

Al ser una empresa que no presenta datos históricos (startup) hemos estimado un **WACC 37%**. Este WACC se ha comparado con empresas del sector.

	AÑO 0	**FY2021**	**FY2022**	**FY2023**
Inversion inicial	50.000,00 €			
Activo fijo		50.000 €	50.000 €	50.000 €
Activo circulante		19.475 €	219.914 €	937.544 €
Financiación espontanea		22.549 €	88.405 €	263.211 €
Evolucion circulante		3.075 €	- 131.509 €	- 674.334 €
Costes operativos		- 384.547 €	- 467.950 €	- 562.570 €
Ingresos		281.473 €	644.062 €	1.283.003 €
Amortizaciones		10.000 €	10.000 €	10.000 €

	AÑO 0	FY2021	FY2022	FY2023
Ventas		281.472,58 €	644.061,58 €	1.283.002,58 €
Costes operativos		-384.547,10 €	-467.950,00 €	- 562.570,00 €
EBITDA		-103.074,52 €	176.111,58 €	720.432,58 €
Amortizaciones		10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €
Beneficio antes de Impuestos		-113.074,52 €	166.111,58 €	710.432,58 €
Impuesto sobre beneficios		- €	41.527,90 €	177.608,15 €
Beneficio neto		-113.074,52 €	124.583,69 €	532.824,44 €
FONDOS GENERADOS (Bº+Amort)	-150.000,00 €	-103.074,52 €	134.583,69 €	542.824,44 €

Ventas, EBITDA, EBIT, etc. de My-Tattoo

IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS

Los riesgos que nos podemos encontrar pueden ser muy diversos; de aspectos económicos, sociales, tecnológicos, etc.

En el caso de *My-Tattoo* ¿Qué riesgos nos podemos encontrar?:

PRINCIPALES RIESGOS.

1. Desarrollo de la app/web. Aparición de nuevas.
2. Problema reputacional de un Influencers.
3. Seguridad y ciberataques.
4. Barreras de entrada baja
5. Mal diseño de marketing.
6. Menor tendencia a hacer tatuajes debido a una crisis
7. Conseguir inversión para la tracción y creación de la comunidad de usuarios.

Principales riesgos My-Tattoo

MATRIZ DE RIESGOS - PROBABILIDAD VS. IMPACTO

Se ha preparado igualmente una matriz de probabilidad – impacto para analizar de manera cualitativa posibles riesgos. Nos permite establecer prioridades en cuanto a los posibles sucesos a los que se puede enfrentar la compañía.

5 - Muy probable	Medio	Medio	Alto	Alto	Alto
4 - Probable	Bajo **1**	Medio	Medio	Alto **3**	Alto
3 - Moderado	Bajo	Medio	Medio **7**	Medio	Alto **4 y 6**
2 - Improbable	Bajo	Bajo	Medio	Medio	Medio
1 - Muy improbable	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo **5**	Medio **2**
	1 - Insignificante	2 - Menor	3 - Moderado	4 - Mayor	5 - Catastrófico

Mapa de Riesgos

My-Tattoo

Tu *advisor* global de tatuajes