

Green Energy Enterprises
Importación y distribución en España de un
Optimizador de Combustible



Master Oficial en Administración y Dirección de
Empresas

Universidad Complutense de Madrid

Juan Carlos Calderón de la Peña

Fadi Steven Opgenorth

Juan Pablo Rey

Pedro José Trujillo Stefanow

Santiago María Varela Olea

Índice de contenido

1 Aspectos fundamentales	7
1.1 Resumen	7
1.2 Descripción de la oportunidad de negocio identificada	7
1.3 Descripción de la idea de negocio	7
1.4 Descripción de la ventaja competitiva	8
1.5 Mercado/ Sector en el que operará	8
1.6 Aproximación de las necesidades financieras	8
2 Equipo promotor	8
3 Descripción de la compañía	9
3.1 Descripción del producto, servicio o tecnología	9
3.2 Modelo de negocio	10
3.3 Modelo de ingresos	10
3.4 Estrategia competitiva	10
3.5 Estado actual en el que se encuentra la compañía	11
4 Objetivos	11
4.1 Misión	11
4.2 Visión	11
4.3 Objetivos Estratégicos	11
5 Análisis de mercado	11
5.1 Mercado en el que operará	11
5.2 Análisis Externo	12
5.2.1 Pest	12
FACTORES POLÍTICOS	12
5.2.2 Entorno Específico	17
5.3 Análisis Interno	18
6 Plan de Operaciones	20
6.1 Organización interna	21
6.2 Plan de organización de la producción	21
6.3 Principales inversiones	22

6.4	Estrategia de compras	22
6.5	<i>Plan de puesta en marcha</i>	23
7	Plan de Recursos Humanos	23
7.1	<i>Estrategia de Recursos Humanos</i>	23
7.1.1	Organigrama.....	23
7.1.2	<i>Selección</i>	24
7.1.3	<i>Promoción</i>	25
7.1.4	Retribución	25
8	Diseño Estratégico	25
8.1	Análisis DAFO.....	25
8.2	Formulación de estrategias.....	26
8.3	Estrategia competitiva.....	26
8.4	Estrategia corporativa	26
8.5	Integración vertical.....	26
8.6	Alianzas estratégicas	26
9	Plan Comercial y Marketing	27
9.1	Análisis de la situación y previsiones del mercado.....	27
9.1.1	Principales tendencias del mercado.....	27
9.1.2	Potencial del mercado.....	28
9.1.3	Estructura del mercado	29
a)	<u>Competencia</u>	29
b)	<u>Distribución por áreas (logística)</u>	31
9.1.4	Análisis de la demanda	31
9.2	Segmentación del mercado y elección del público objetivo.....	31
9.2.1	Comportamiento de compra del consumidor.....	31
9.2.2	Selección de mercados objetivo.....	31
9.2.3	Macrosegmentación	35
9.2.4	Microsegmentación	36
9.2.5	Posicionamiento de las marcas.....	37
9.3	Objetivos del próximo año.	38
9.4	Planes de acción: estrategias y tácticas.....	39
9.4.1	Producto	39
9.4.2	Precio	40
9.4.3	Distribución.....	42
9.4.4	Promoción y comunicación.....	46
9.4.5	Seguimiento y control de los resultados: con que efectos	52

10	Análisis Legal y Fiscal	52
10.1	Determinación de la forma jurídica del empresario	52
10.1.1	Persona física o jurídica y, en su caso, tipo de sociedad.....	52
10.1.2	Aspectos fundamentales.....	53
10.2	Licencias y derechos	55
10.2.1	Registro de marcas y patentes.....	55
10.2.2	Dominios de internet.....	55
10.3	Obligaciones legales y fiscales	56
10.3.1	Referencia al régimen de responsabilidad por daños y perjuicios causados por los bienes y servicios .	56
10.3.2	Obligaciones relativas a la seguridad del producto:.....	56
10.3.3	Obligaciones generales.....	57
10.3.4	Obligaciones fiscales.....	58
10.4	Permisos y financiación externa	59
10.4.1	Relación de permisos y autorizaciones necesarios:.....	59
10.4.2	Referencia a la homologación.....	60
10.4.3	Financiación externa:	60
10.5	Régimen fiscal:	61
10.5.1	Análisis del coste fiscal del beneficio de la actividad en función de la forma jurídica elegida	61
10.5.2	Beneficios fiscales aplicables: Régimen fiscal de las entidades de reducida dimensión.....	62
10.6	Coste de la constitución de la sociedad:.....	63
11	Plan Económico Financiero	64
11.1	Hipótesis financieras y generación de escenarios.....	64
11.1.1	Necesidades de inversión y fuentes de financiación.....	64
11.1.2	Proyecciones de ingresos y resto de partidas que conforman la cuenta de resultados provisional	64
11.1.3	Proyecciones del balance.....	69
11.2	Análisis de los estados financieros	72
11.2.1	Análisis financiero.....	72
11.2.2	Análisis económico.....	72
11.3	Análisis de escenarios	72
11.3.1	Escenario Neutro.....	72
	Proyección del Flujo de Caja Libre, Determinación del coste de capital, Modelos VAN TIR y Pay-Back del Escenario Neutro.....	75
11.3.2	Escenario Optimista	77
	Proyección del Flujo de Caja Libre, Determinación del coste de capital, Modelos VAN TIR y Pay-Back del escenario optimista	79
11.3.3	Escenario Pesimista.....	81
	Proyección del Flujo de Caja Libre, Determinación del coste de capital, Modelos VAN TIR y Pay-Back	



del escenario pesimista..... **Error! Bookmark not defined.**

11.3.4 Previsión para cubrir las necesidades financieras **Error! Bookmark not defined.**

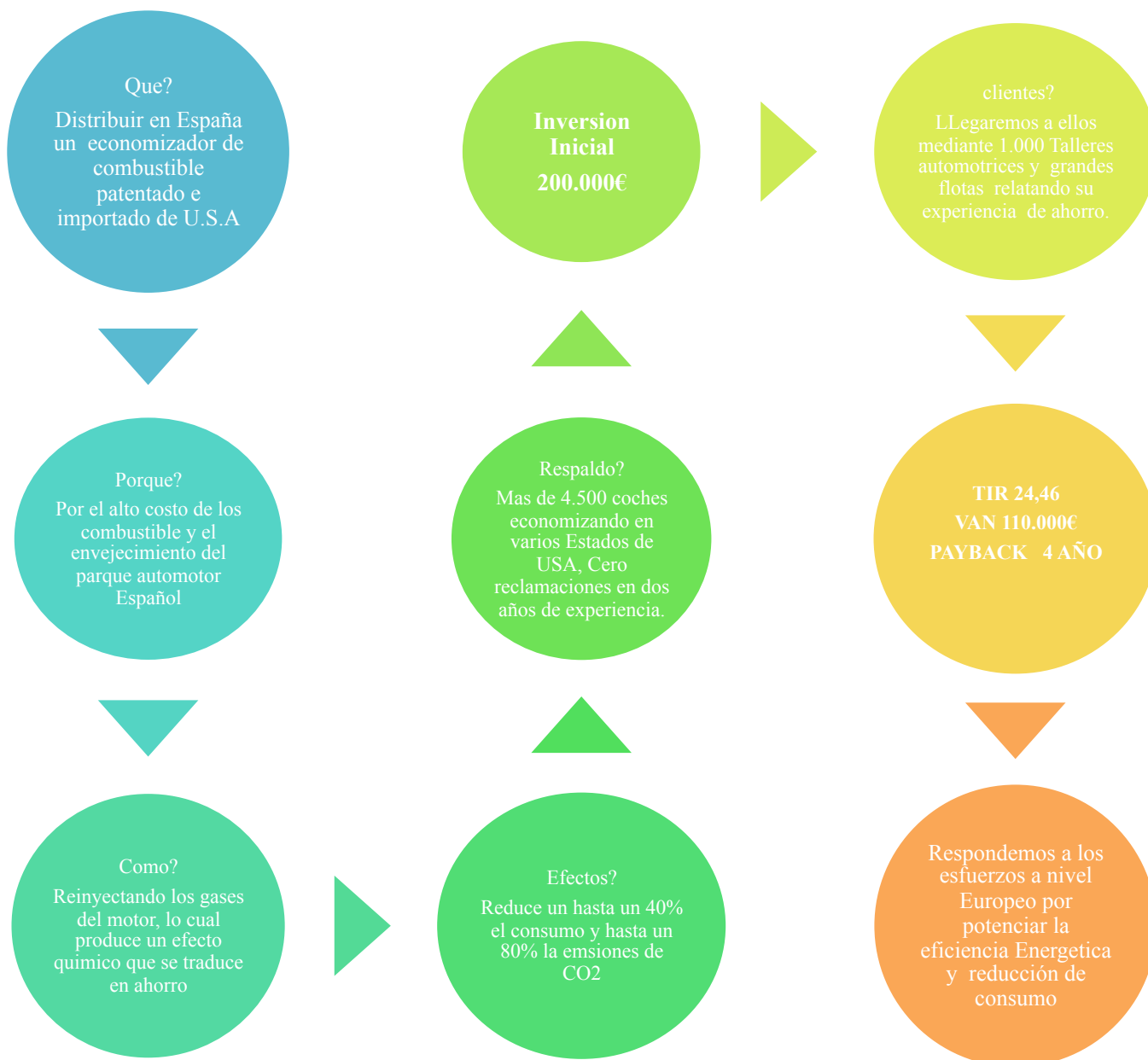
11.4 Conclusión y análisis de la inversión **Error! Bookmark not defined.**

12 Bibliografía..... 81

13 ANEXOS 84

14 MEMORIA..... 87

SE SOSTENIBLE AHORRANDO COMBUSTIBLE....



1 Aspectos fundamentales

1.1 Resumen

Somos Green Energy Enterprises SLNE. Ponemos a su consideración el proyecto de inversión *NV FUEL OPTIMIZER*, un proyecto conservador, ecológico y novedoso para el sector de la automoción, estratégico para la economía española, tanto por su elevado peso en la industria, el empleo y las exportaciones, así como por su efecto sobre el sector servicios.

1.2 Descripción de la oportunidad de negocio identificada

Debido a la crisis económica, los altos costes del combustible y el envejecimiento del parque automotor, los hábitos de los conductores españoles se han modificado en los últimos 5 años.

La evolución de la edad media del parque automotor español paso de 7.1 años a 8.8 años desde el 2002 al 2012 y con datos de 2012 solo un 18,2% de los coches tienen menos de 3 años en tanto un 66,9% tienen 6 años o más¹.

Respecto a los costes de combustible, mientras en Enero de 2002 un litro de gasolina costaba 0,762€, este paso a 1,552€ en Septiembre de 2012 y a Noviembre de 2013 ronda los 1,40€, presentando un incremento del 95-100% en solo 10 años².

Los dos anteriores factores han hecho que los conductores hayan disminuido la cantidad y longitud de traslados en coche un 6,4%, estableciendo una media de 12.614 kms por año.

Ofrecer un producto que ayude a hacer más kilómetros sin necesidad de cambiar de coche y ayude a cuidar el medio ambiente por una pequeña inversión rápidamente amortizable, definitivamente se constituye en una oportunidad de negocio.

1.3 Descripción de la idea de negocio

Nuestra empresa importará desde EEUU y administrara la distribución en exclusiva para España de un accesorio automotriz (gadget) que se instala fácilmente en el motor de cualquier coche, autobús, camión etc.

Las utilidades serán de la diferencia de precio del productor más los costes de importación y el precio de venta a nuestros aliados estratégicos (talleres automotrices y grandes flotas de transporte)

¹ Estudio de Conductores, GiPA España, 12 de Abril de 2012.

² <http://www.20minutos.es/graficos/evolucion-del-precio-de-los-carburantes-7/0/>



1.4 Descripción de la ventaja competitiva

El *NV FUEL OPTIMIZER* maximiza hasta en un 40% el consumo de combustible y reduce hasta un 80% las emisiones de dióxido de carbono.

Es un producto único, novedoso y patentado en EEUU donde más de 4.500 coches lo usan actualmente en el Estado de Oregón, Washington y California, teniendo excelentes resultados y cero reclamaciones en dos años de desarrollo.

Actualmente en Europa hay productos sustitutivos pero ninguno con los mismos resultados, credibilidad ni respaldo por talleres automotrices.

1.5 Mercado/ Sector en el que operará

El *NV FUEL OPTIMIZER* se desarrollara en el sector de auto accesorios o gadgets para coche, palabra anglosajona para coches en España. El tamaño potencial del mercado automotriz es 6.2 puntos del PIB en 2010 Lo que representa unos 40.000 millones de Euros,

De este mercado casi 7000 millones de Euros corresponden al sector de Venta de Repuestos y accesorios de vehículos motor (CNAE93 Rev.1 50.3) *Hay que puntualizar que aunque se trata de un Gadget, no existe un sub-sector específico y todos los artículos vendidos para tunear o acondicionar coches, por tanto pertenecen a este ítem de la economía como accesorios y varios.*

1.6 Aproximación de las necesidades financieras

Dentro de los tres escenarios que manejamos en el área económico financiera las necesidades de financiación serán 200.000€. (Ver detalle área financiera)

2 Equipo promotor

JUAN CARLOS CALDERÓN DE LA PEÑA

Bogotá, Colombia. Licenciado en Marketing y Negocios Internacionales con experiencia en los sectores de Logística, Green Marketing, ventas y atención al cliente. Master en Desarrollo Rural y cursando Master en Administración de Empresas en la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con experiencia en España en el sector público en la administración de fondos FEDER de la UE para la PAC y en Alimentación donde implemento programas de atención del cliente y mejoras en la experiencia de compra.

FADI STEVEN OPGENORTH

Portland, Oregón EE.UU. Licenciado en Contabilidad y ADE por la Universidad de Oregón, Experiencia de más de 3 años en Contabilidad como auditor y consejero de pymes. Más de 4 años como empresario. Actualmente haciendo Master en Business Administración en la Universidad Complutense de Madrid.

PEDRO JOSÉ TRUJILLO STEFANOW

Tijuana, México, Licenciado en Marketing de la Universidad Autónoma de Baja California y Grado en Marketing y Dirección Comercial de la Universidad Europea de Madrid, ha tenido la oportunidad de ser organizador y ponente del evento internacional de Ombudsman 2011, con experiencia en la distribución y comercialización de sector de la construcción, colaborando con empresas como Cemex en la implementación de nuevas promociones y estrategias de venta, Ha sido colaborar de Endeavor México en busca de capital privado para empresas emergentes y actualmente se encuentra concluyendo el Máster en Administración de Empresa en la UCM.

JUAN PABLO REY

Buenos Aires, Argentina. Licenciado en ADE de la Universidad Católica Argentina, posee vasta experiencia en el desarrollo de marcas internacionales habiendo sido Jefe de Producto de marcas tales como Absolut Vodka, Jim Beam y The Famous Grouse para el mercado argentino. También ha sido socio gerente de su propia empresa la cual se dedicaba a la fabricación y comercialización del famoso calzado argentino llamado "alpargatas"; y en los últimos años ha desarrollado tareas de gerencia financiera y de marketing en una distribuidora de bebidas de su país. Actualmente se encuentra residiendo en España concluyendo su MBA en la Universidad Complutense de Madrid.

SANTIAGO VARELA OLEA

Valladolid, España. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Abogado colegiado del ICAM. Preparó oposiciones al Cuerpo Superior de Administradores Civiles del Estado y ha ejercido arbitraje en arrendamientos urbanos. Posee el nivel 3 del Examen de Aptitud en Lengua Japonesa de la Fundación Japón The Japan Foundation & Association for International Studies, Japan) y actualmente cursa el Master Oficial en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Complutense de Madrid.

3 Descripción de la compañía

3.1 Descripción del producto, servicio o tecnología



El *NV FUEL OPTIMIZER* es un diseño único y universal, diseñado, fabricado y patentado en los Estados Unidos.

NV FUEL OPTIMIZER fue diseñado por un equipo de ingenieros mecánicos en el estado de Oregón, EEUU quienes junto a consumidores y sus vehículos objetivo, buscaron fórmulas para disminuir el



consumo de gasolina, mejorar el rendimiento del vehículo y reducir las emisiones de dióxido de carbono.

NV FUEL OPTIMIZER es un sistema de recirculación de los gases de escape externos, los cuales reintroduce en una cantidad medible de contrapresión de los gases en los cilindros del motor. Esta reintroducción reduce la disociación química en los cilindros del motor, disminuyendo su temperatura, lo cual ocasiona una liberación de energía más cercana al punto muerto superior (PMS), en lugar de la carrera de expansión.

NV FUEL OPTIMIZER asegura una combustión más limpia y eficiente de combustible, lo que maximiza la potencia, reduce hasta en un 40% el consumo de combustible.

3.2 Modelo de negocio

Nuestra compañía importará y distribuirá este producto en exclusiva para España. El modelo radica en la generación de beneficios por ser el puente de unión entre el productor y el consumidor final.

Para generar credibilidad y respaldo técnico, distribuiremos el producto a través de talleres de mecánica y grandes flotas privadas y públicas que funcionan como consumidores a gran escala y a su vez serán evangelizadores de marca, en tanto el modelo logístico se hará por parte de un tercero mediante el modelo de tercerización para no incurrir en altas inversiones iniciales. Nuestro esfuerzo operativo será dar a conocer el producto y generar ventas.

3.3 Modelo de ingresos

Los ingresos de nuestra compañía están dados por la operación de comercialización en exclusiva de *NV FUEL OPTIMIZER* en España.

3.4 Estrategia competitiva

Actualmente no hay una competencia directa con el mismo producto (reinyección de gases) en España, nuestra principal ventaja diferencial es ser únicos, esto lo respalda la patente en EEUU que a su vez se trasladará a la UE, lo que generará una barrera de entrada para posibles competidores.

En productos similares, ya existentes en España fallo la credibilidad y atención al cliente, para cambiar la tendencia de este tipo de productos en España, contamos con un equipo multidisciplinar y altamente orientado a la satisfacción total del cliente para que sea nuestra principal carta de presentación.



3.5 Estado actual en el que se encuentra la compañía

Se han realizado estudios de factibilidad y aplicabilidad en el mercado español, no es necesaria la homologación de *NV FUEL OPTIMIZER*, es perfectamente compatible con la ITV y la normativa Europea (Ver más información en la sección legal)

En este momento estamos realizando acercamientos con mecánicos en Madrid y Segovia para mostrarle las bondades del producto y las ventajas comparativas con otros ahorradores de combustible.

La gran mayoría han concluido que *NV FUEL OPTIMIZER* podrá funcionar en coches europeos y que la promesa básica es nuestro principal atractivo.

4 Objetivos

4.1 Misión

Con *NV FUEL OPTIMIZER*, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de optimizar el consumo de combustible a la vez que protege el medio ambiente.

4.2 Visión

Ser un referente de calidad y eficiencia energética de coches en España y posteriormente en la UE colaborando a cumplir los objetivos referentes al ahorro energético de la Estrategia Europa 2020, concientizando al consumidor a maximizar el uso de hidrocarburos mientras cuidamos el medio ambiente.

4.3 Objetivos Estratégicos

- Acreditar oficialmente la calidad y fiabilidad de nuestros productos en España
- Garantizar nuestra asistencia al consumidor y satisfacción 100%
- Secundar las acciones comunitarias en pro de medio ambiente
- Generar una alianza estratégica con nuestro proveedor único en EEUU para fomentar una relación gana-gana.

5 Análisis de mercado

5.1 Mercado en el que operará

Desarrollaremos nuestro Negocio en el Sector automotriz, sub-sector de autopartes y repuestos. Hay que hacer claridad que aunque se trata de un Gadget, no existe un sub-sector específico y todos los artículos vendidos para “tunear” de la palabra anglosajona “tunning” o acondicionar coches se cuantifican en este ítem de la economía.

Este sector tuvo unas ventas internas de 5.300 millones de euros en 2012. Aunque ha sido un sector fuertemente impactado por la crisis, estamos seguros que los productos para coches de más de 3 años antigüedad tienen una amplia efectividad en este mercado y más aún si ofrece un ahorro en los consumidores a un precio accesible.

5.2 Análisis Externo

5.2.1 Pest

FACTORES POLÍTICOS

Estabilidad Gubernamental

El Gobierno de España cuenta con 187 escaños (de un total de 350) en el Congreso de los Diputados, lo que le confiere una mayoría suficiente para gobernar hasta el final de la legislatura, a pesar de la impopularidad de las reformas estructurales adoptadas recientemente. La compleja coyuntura económica está condicionando la línea de actuación del ejecutivo, protagonizada por la adopción de fuertes medidas de austeridad que permitan seguir las directrices de política fiscal dictadas por Bruselas. Unas medidas que ya le han costado una huelga general (celebrada el 29 de marzo de 2012) al actual gobierno. De conformidad con el mandato constitucional, las próximas elecciones parlamentarias está previsto que se celebren en 2015, no existiendo previsión de convocatoria anticipada

Políticas sociales

España posee un clima de negocios muy satisfactorio (calificación “A1”, según Coface), favorecido por un marco regulatorio armonizado con los principios europeos, que facilita el desarrollo de la actividad empresarial.

España	2011	2012
Facilidad para hacer negocios	45	44
Apertura de un negocio	148	133
Tramitación de permisos de construcción	39	38
Obtención de electricidad	70	69
Registro de propiedades	45	56
Obtención de crédito	45	48
Protección de las inversiones	93	97
Pago de impuestos	76	48
Comercio transfronterizo	57	55
Cumplimiento de contratos	53	54
Resolución de insolvencia	21	20

*Ranking, considerando 183 economías.
Fuente: *Doing Business 2012*. Banco Mundial.

Se configura como la cuadragésimo cuarta economía (entre un total de 183) con una regulación empresarial más favorable a la realización de negocios, de acuerdo con la clasificación del Doing Business 2012, del Banco Mundial.

Desde el punto de vista de las empresas locales, las mejores condiciones relativas que ofrece el entorno legal del país se refieren al sistema de resolución de situaciones de insolvencia. Otro aspecto destacable del entorno de negocios, es la moderada carga impositiva que deben soportar las empresas españolas, situándose por debajo de la media de los países de la OCDE, lo que le ha permitido escalar 28 puestos en relación con la clasificación del Doing Business 2011.

Por otro lado, aunque las peores condiciones que ofrece el mercado español aluden a las dificultades para abrir una empresa, hay que destacar el importante esfuerzo llevado a cabo por la Administración española para simplificar ese proceso. Ello sin perjuicio de que todavía se requieren mayores avances, pues el número de procedimientos y el tiempo necesario para la apertura de un negocio en España casi duplica el de la media de los países de la OCDE.

Regulaciones al comercio

En 2010, España ocupaba la posición 89, sobre un total de 141 países, en cuanto a la importancia relativa de las entradas de inversión extranjera directa respecto al tamaño de su economía (en términos de PIB) (según el índice "The Inward FDI Performance Index", elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD

Políticas fiscales

El déficit público, por su parte, se había situado en el 9,3% del PIB en 2010 y se estima que pudo haberse reducido hasta el 8,5% del PIB en 2011. A pesar de que las previsiones apuntan a una reducción gradual de dicho déficit, ésta no se espera que sea tan rápida como pretende el Gobierno, que ha elaborado unos presupuestos para el ejercicio 2012-2013 con los que busca reducir el déficit hasta el 5,3% en 2012. Una pretensión que se apoya en la implementación de reformas estructurales en ámbitos clave como el mercado laboral y los sectores financiero y energético. Sin embargo, aun cuando para los próximos dos años también se haya previsto un importante recorte del gasto público y un incremento de la presión fiscal, el objetivo de déficit del Gobierno no parece muy realista, teniendo en cuenta la rebaja en las expectativas de crecimiento de la economía española y el mayor desembolso al que ha de hacer frente en concepto de pago de intereses

Regulaciones de entrada

En el primer supuesto, al tratarse de intercambios intracomunitarios, no existen restricciones a las ventas europeas con destino al mercado español (libre circulación de mercancías, personas y capitales entre países comunitarios). Mientras, con carácter general, en el caso de terceros Estados, se aplicará el

régimen de la política comercial común de la UE, teniendo en cuenta aspectos como la existencia de posibles acuerdos comerciales entre la UE y el país en cuestión (o la región en la que se localiza el mismo), que contemplen algún tratamiento preferencial, o los mercados - países cuyo régimen comercial de importación esté modificado de forma transitoria por alguna sanción comercial (embargos comerciales).

FACTORES ECONÓMICOS

Ingresos disponibles de los compradores

Los ingresos medios anuales de los hogares españoles alcanzaron los 24.609 euros en 2011, con una disminución del 1,9% respecto a 2010, El ingreso medio por persona alcanzó los 9.321 euros, cifra un 1,3% inferior a la registrada el año precedente.

Accesibilidad a Crédito

En los últimos meses de 2012 se produjo una ligera contracción de la oferta de crédito tanto en España como en la UE, en todas las diferentes categorías de consumo En España, este comportamiento contrasta con la práctica estabilidad mostrada en trimestres anteriores y con las expectativas previas de las entidades, que no esperaban cambios. El endurecimiento fue ligeramente inferior al observado en la UEM en el caso de los créditos a sociedades y a hogares destinados a adquisición de vivienda, y similar en los concedidos para consumo y otros fines.

Sin embargo, los márgenes tanto de los préstamos ordinarios como de los de mayor riesgo, que ya venían ampliándose más en España, se elevaron a un ritmo mayor en todos los segmentos, aumentando las diferencias con los del área.

Tasas de desempleo

La tasa de desempleo, representativa de uno de los mayores problemas que están azotando la economía española, ha mantenido su senda de crecimiento, hasta alcanzar más del 26,3% en Febrero 2013, un nivel muy superior al de la media de los países europeos. Asimismo, la ralentización de la actividad económica, junto con el abaratamiento del despido, contemplado en la nueva ley de reforma del mercado laboral, no ayudarán a reducir dicha tasa de desempleo en el corto plazo

Las tasas de interés

El Interés europeo BCE (interés básico) es de 0,750 %, Cuando se habla del de interés europeo, a menudo se hace referencia al tipo REFI del BCE. La cuantía del tipo de refinanciación es, en realidad, el precio que pagan los bancos cuando piden dinero prestado al Banco Central Europeo. Este "precio de compra" es un factor importante para los bancos a la hora de determinar los tipos de interés que cobran cuando son ellos los que prestan dinero

Inflación

La tasa de inflación se había situado en el 2,9% al finalizar 2012 y se estima que podrá situarse en el 2,1% en 2013, afectada por los mayores precios de las materias primas (especialmente hidrocarburos). No obstante, la tendencia alcista en los precios se verá frenada por la debilidad de la demanda y por una reducción generalizada de los salarios.

FACTORES SOCIALES

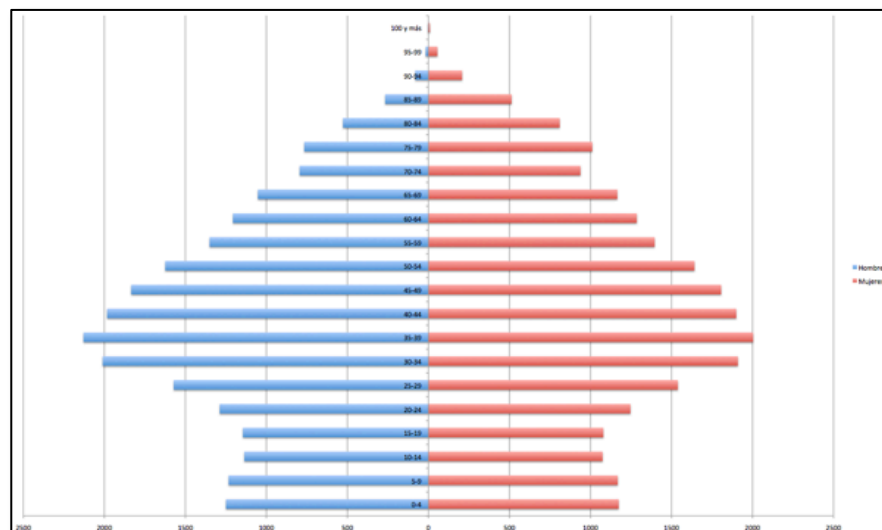
Demografía de la población

La edad media de la población residente en España en el año 2006 era de 40,2 años: 38,9 años para los varones y 41,6 años para las mujeres.² El 14,3% de la población tenía menos de 15 años, el 69,0% tenía entre 15 y 64 años, mientras que el 16,7% de la población tenía 65 años o más.

Amenazada la sociedad española de un envejecimiento irreversible de la población, la llegada de inmigrantes desde los años 1990 ha frenado este proceso: la edad media de la población extranjera residente en España era de 32,8 años en el 2004, frente a 41,0 años de media de los nacionales.

Las comunidades autónomas que presentaban un mayor porcentaje de población mayor de 65 años eran, según INE 2006, Castilla y León (22,60%), Asturias (21,96%), Galicia (21,48%) y Aragón (20,47%). Por otro lado, las regiones donde esta franja de edad tenía un menor peso eran Melilla y Ceuta, las islas Canarias (12,35%), la Región de Murcia (13,80%), Baleares (13,84%), Madrid (14,48%) y Andalucía (14,70%).³

Según el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2005 la esperanza de vida en España estaba situada en los 80,2 años de media: 77,0 para los varones y 83,5 para las mujeres.



Distribución de la Riqueza

El patrimonio de los hogares por persona creció a un ritmo tres veces mayor que su renta anual hasta la llegada de la crisis en 2007 (121%) y se redujo después intensamente (-20%). La renta per cápita de los hogares se incrementó hasta 2009 (41%) para retroceder el último año de la serie (-4,9%). Los componentes especulativos de buena parte del patrimonio (financiero e inmobiliario) explican esta mayor tasa de variación; a pesar de que la caída de la riqueza ha sido mayor durante la crisis, si consideramos el largo plazo (1994-2010) su incremento (76,8%) ha duplicado el de la renta disponible (34%).

Sin embargo, el reparto de ese incremento patrimonial ha sido cada vez más desigual, según la Encuesta Financiera de las Familias, aplicada en 2002, 2005 y 2009. En especial, la ratio de desigualdad entre los hogares más ricos y más pobres se ha incrementado en la reciente coyuntura de crisis: entre 2005 y 2009 el patrimonio del 25% más rico creció un 20% mientras el del 25% más pobre disminuyó un 6,4%. Debido a ello en 2009 el patrimonio medio del grupo de hogares ricos era 50 veces mayor que el del segundo grupo. En euros constantes de 2009, el cuartil más rico incrementó su riqueza en esos cuatro años en 540.000 millones de euros; los dos cuartiles intermedios en 84.000 millones, en tanto que el cuartil más pobre perdió 4.400

Niveles de educación

En España, ha mejorado el nivel educativo de la población adulta entre 2000 y 2010, pasando del 38% al 53% el porcentaje de españoles de 25 a 64 años que poseen estudios superiores a la primera etapa de Educación Secundaria. En la misma proporción ha disminuido el porcentaje de españoles que solo poseen estudios de primera etapa de Educación Secundaria o inferiores, que ha pasado del 62% al 47%.

Las diferencias respecto a los promedios de la OCDE y de la UE son acusadas, pues tres cuartos de su población poseen estudios superiores a la primera etapa de Educación Secundaria, frente a algo más de la mitad de la población española.

Las mayores diferencias se establecen en los de segunda etapa de Educación Secundaria (equivalentes en España, básicamente, a Bachillerato y Formación Profesional de Grado Medio) y aunque la evolución ha sido positiva, al pasar del 16% en 2000 al 22% en 2010, están lejos de las cifras de la OCDE (44%) y de la UE (48%).

En los estudios terciarios las diferencias continúan siendo mínimas, con una evolución similar en los tres casos. De todo ello se deduce que para que siga aumentando el nivel de estudios de la población española, debe disminuir el porcentaje de personas que solo alcanzan la ESO o niveles inferiores

FACTORES TECNOLÓGICOS

Ritmo de las innovaciones tecnológicas

Como nuestro sector es el automotriz, para este apartado tomaremos en cuenta solo esta área. El modelo de crecimiento económico experimentado durante las últimas décadas en los países más desarrollados ha estado estrechamente vinculado con un creciente grado de motorización en la sociedad. Las diferentes tecnologías de propulsión en los vehículos actuales están casi en su totalidad basadas en motores térmicos alimentados por combustibles fósiles. La antigüedad del Parque de vehículos, que en España ha aumentado considerablemente a causa de la crisis económica actual, presenta efectos colaterales de importancia para el medio ambiente.

Las sociedades demandan la introducción de tecnologías respetuosas con el medio ambiente y la industria del automóvil responde a esta exigencia fabricando vehículos cada vez más limpios y eficientes. Este compromiso del sector requiere, entre otras medidas, un esfuerzo continuo por mejorar las prestaciones medioambientales de los motores térmicos, con notables resultados en los últimos años (como se analiza en este informe para el caso de los vehículos diésel).

5.2.2 Entorno Específico

No hay duda de que el sector de equipos y componentes de automoción es un sector complicado y difícil:

- Es muy exigente y costoso implantarlo
- Los márgenes con los que trabajan son muy bajos
- Es un sector en continua evolución que requiere mucha tecnología,(I+D), inversiones fuertes y mano de obra especializada

España es un país oneroso para producir autopartes, por lo que no hay muchas ventajas de fabricar aquí, además para muchos fabricantes, no es posible soportar I+D, puesto que con la crisis estos proyectos requieren de más necesidades financieras.

Este sector se ha visto afectado por la globalización, que ha incidido en la concentración de fabricantes sobretodo asiáticos y la búsqueda continua de alianzas y partnerships que puedan asumir la carga financiera y el desarrollo de I+D.

Así mismo se está produciendo un cambio “silencioso” en la asignación de pedidos a fabricantes de equipos y componentes: las decisiones de aprovisionamiento están siendo trasladadas a niveles superiores y las plantas españolas están perdiendo capacidad de decisión.

Cabe resaltar que la opinión generalizada es que las empresas establecidas en España son muy competitivas e incluso la mala ubicación geográfica de España

en Europa es un factor salvable en muchos casos, Ya que hay otras ventajas que las empresas emplazadas aquí sean competitivas en precio pero sobretodo en el sector servicios.

5.3 Análisis Interno

NV FUEL OPTIMIZER DENTRO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN ESPAÑA		
FACTORES	DESCRIPCIÓN	ATRACTIVO
Crecimiento del Mercado autopartes	Mercado Lento- Crecimiento menor al PIB	Poco
Número de Competidores de economizadores de combustible	Muy pocos competidores. Las experiencias previas no han sido exitosas por fallas en el modelo de negocios.	Alta
Diferenciación del producto	Se hace según especificaciones preestablecidas y la posibilidad de patentarlo en la UE	Alta
Barreras de Salida	Relativamente bajas sobre todo para talleres medianos que puedan reorientar su producción	Medio

BARRERAS DE ENTRADA		
FACTORES	DESCRIPCIÓN	ATRACTIVO
Necesidades de Capital	Medianamente alta. En los últimos años el sector automotriz ha recibido bastantes ayudas y subvenciones para mantener a flote el sector	Medio
Acceso a la tecnología automotriz	Medianamente alta. El esquema de cooperación tecnológica Europea permite claramente mejorar los estándares de este sector de la economía.	Medio
Reglamento o leyes similares	No existen hasta el momento legislaciones que limiten la implantación de accesorios que economicen combustible.	Nada
Reacción esperada de los actuales competidores	Es bastante escasa dado la poca influencia en el mercado	Poco

PODER DE LOS PROVEEDORES		
FACTORES	DESCRIPCIÓN	ATRACTIVO
Número de proveedores	Tenemos un único proveedor en Estados Unidos. Existe una relación familiar de uno de los miembros. La credibilidad y continuidad de esta relación está basada en un contrato de exclusividad para Europa.	Poco
Coste por cambio de proveedor	Alto ya que la esencia del negocio es <i>NV FUEL OPTIMIZER</i> y cambiarlo supondrá modificar el esquema de acción, marketing y ventas	Altísimo
Posibilidad de Integración hacia adelante	Alta, dada la amplia gama de posibilidades que tiene el sector de autopartes y más aún en el sector de ahorro de combustibles.	Alta
Posibilidad de Integración hacia atrás	De acuerdo a la evolución de las ventas y las condiciones de la UE se estudiará la posibilidad de producir en un país de la UE bajo autorización de la Casa Matriz.	Media
Importancia del sector para los proveedores	Bastante alta, el sub-sector de autopartes dinamiza y potencia el sector, así como constituye una fuente de investigación y desarrollo.	Medio

PODER DE LOS CLIENTES		
FACTORES	DESCRIPCIÓN	ATRACTIVO
Número de Clientes	Es el factor fundamental de nuestro negocio, al ser intermediarios nuestra viabilidad financiera depende en gran medida de este ítem	Poco
Posibilidad de integración hacia atrás	De acuerdo a la evolución en ventas y la aceptación del producto se puede buscar la producción en Europa con una autorización de la casa Matriz en EEUU	Medio
Rentabilidad de los clientes	Normalmente baja pues en los conductores con un solo coche será una única compra, por lo que se debe concentrar los esfuerzos de ventas en las flotas	Baja
Coste de cambio de proveedor para el cliente	Nuestra propuesta dinamizará el sector del economizadores en el mercado Español, el coste de cambiar de proveedor es bajo	Medio

PRODUCTOS SUSTITUTIVOS		
FACTORES	DESCRIPCION	ATRACTIVO
Disponibilidad de productos sustitutivos	Bastante pequeña porque tenemos un producto patentado y único en la industria	Alto

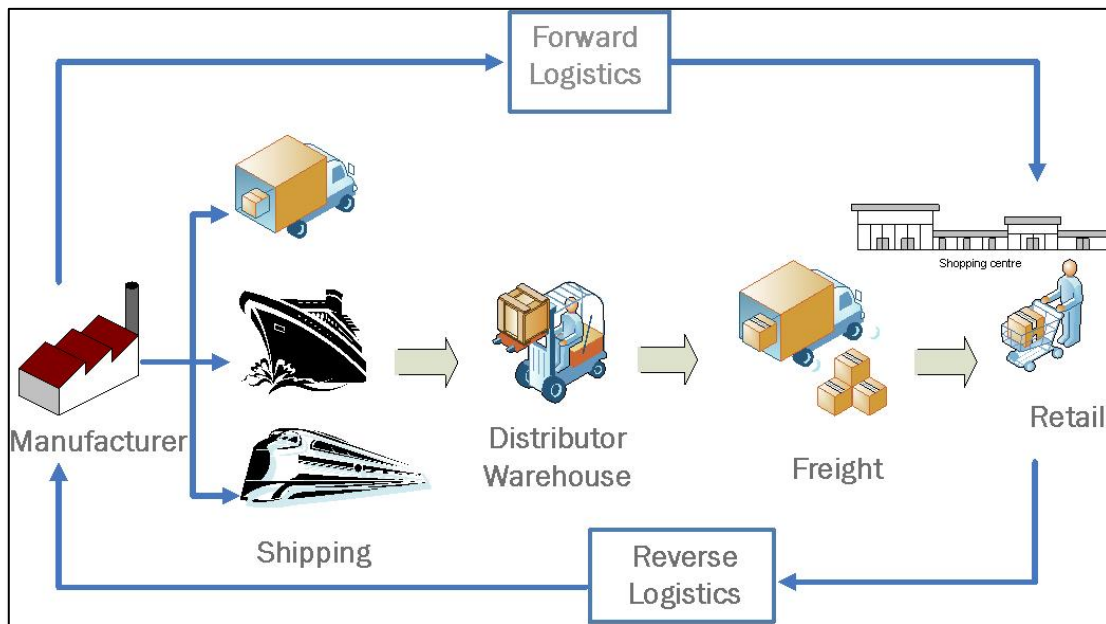
6 Plan de Operaciones

Al ser un producto importado de los Estados Unidos,, uno de los factores que garanticen la viabilidad financiera y comercial de nuestra empresa serán las decisiones de operaciones. Nuestro Suply Chain Managment parte de un modelo de outsourcing o tercerización de las actividades logísticas con una empresa que maneje el concepto de local autorizado. Nuestras mercancías están sujetas a procesos aduaneros y arancelarios, y tendrán la condición de mercancías en depósito temporal, que servirán de aval, para el pago de las deudas aduaneras que se generen.

Los locales autorizados son almacenes de depósito temporal gestionados por operados logísticos que la normativa aduanera permite que se utilicen como depósito temporal de mercancías y al momento de liberarse del proceso aduanero la misma empresa logística tramita la preparación de pedidos, el envío, seguimiento y entrega del producto en cualquier cantidad y en cualquier sitio del territorio Español.

Este esquema de operaciones es recomendado para empresas que ingresan por primera vez a un país, que desean reducir sus costes operativos evitando hacer inversiones iniciales demasiado elevadas y sobre todo para enfocarse en el negocio básico que en nuestro caso específico es penetrar un nuevo mercado, generar ventas y ser rentables en un corto periodo de tiempo.

6.1 Organización interna



Nuestro proceso de operaciones inicia en Portland, Oregón. E.E.U.U, sede de *NV FUEL OPTIMIZER*. Los pallets se envían en grupajes de contenedor para abaratar los costes, al Puerto de Portland, toda esta operación la realiza la casa matriz. Después de 4 -5 semanas aproximadamente la mercancía llega a puerto de Málaga, donde de acuerdo a las estadísticas el tiempo de transito será de una semana.

Desde ese momento se hace cargo nuestro operador logístico el cual recoge los pallets en puerto los transporta a su plataforma y los almacena. Nuestra labor operativa será procesar los pedidos y emitir las órdenes de pedido, para que el mismo operador logístico emita el albarán y haga el correspondiente envío y entrega.

Hay que puntualizar que el operador logístico cobra un precio unitario por el manejo, almacenamiento y distribución en razón de tiempo y distancia el llegar el producto a los talleres y grandes flotas de coches.

Al tratarse de dos referencias de producto, la manipulación, picking, entrega es simplificada e intuitiva. El equipo de ventas confrontara la información, el parte de entrega y el servicio post-venta para asegurar la satisfacción total de nuestros clientes.

6.2 Plan de organización de la producción

Al ser una empresa distribuidora, no debemos considerar un plan de producción sino exclusivamente estrategias de operación y distribución que serán considerados en un ítem aparte.

De acuerdo a la evolución de las ventas y la aceptación del producto, en los escenarios neutro y optimista se evaluará al cabo de dos años la implantación de una fábrica de producción en la UE.

6.3 Principales inversiones

La principal característica de nuestro modelo de Negocio es que no requiere inversiones iniciales astronómicas, es conservador y realista, gracias a la política de bajas compras de activos: operar desde un vivero de empresas, tercerizar la logística, etc. De esta manera las inversiones están en la compra del producto, la importación y la remuneración de los empleados y operaciones de ventas.

Para ello hemos considerado la siguiente inversión inicial para un escenario neutro:

- Cada uno de los 5 socios aportará 12.000€ para un total de 60.000€
- La casa Matriz aportará en producto 200 unidades para un total de 15.000€
- Préstamo bancario por 60.000€
- Capital riesgo por inversionistas 60.000€
- Subvenciones y apoyos estatales 5.000€

De esta forma hemos evaluado y la inversión inicial será de 200.000€, cuyos destinos y utilidades se detallarán en el apartado financiero. Los escenarios pesimista y optimista tendrán una variación de +/- 50.000€, se detallará más adelante.

6.4 Estrategia de compras

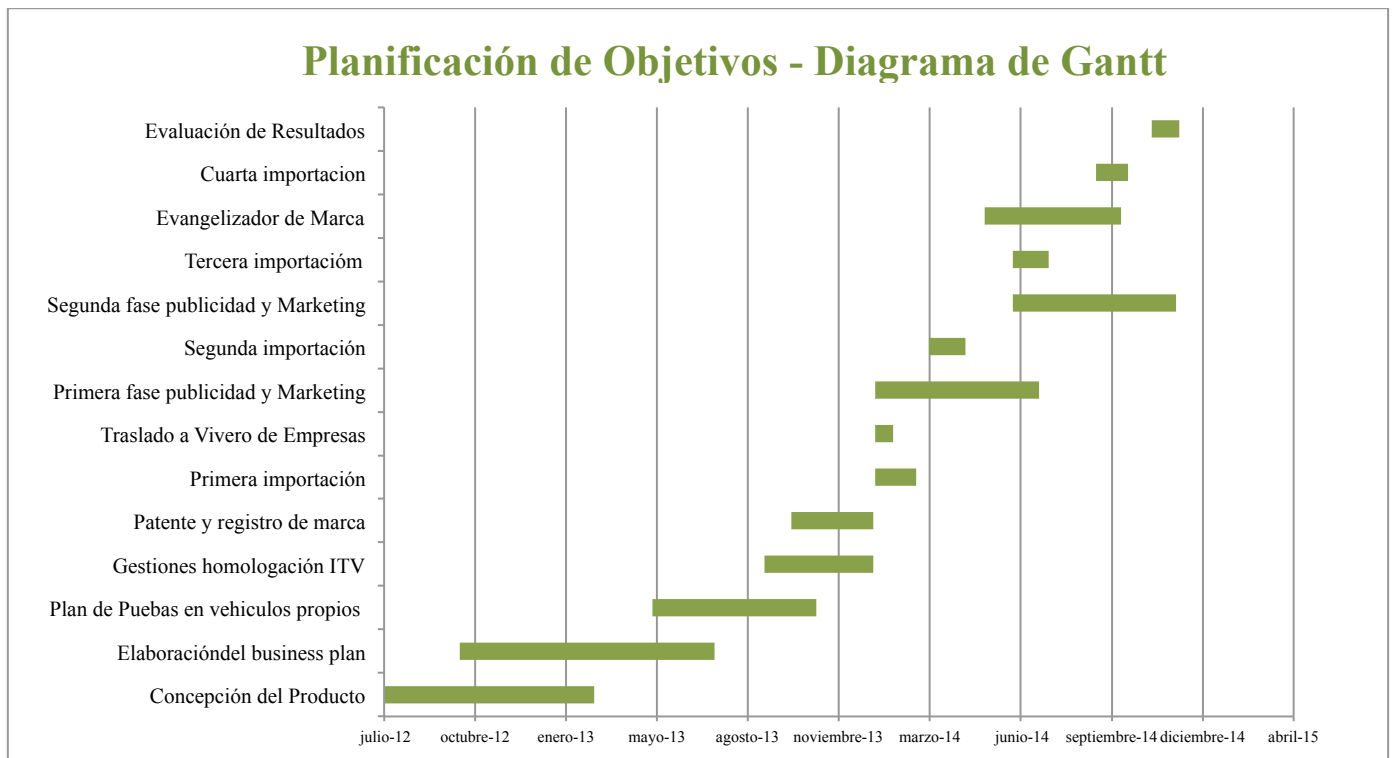
Al ser distribuidores exclusivos de la casa matriz de *NV FUEL OPTIMIZER* y ser un único proveedor, vemos una gran oportunidad. El éxito del control sobre el proveedor consiste en seleccionar la relación contractual apropiada. Los acuerdos a largo plazo que ofrecen un alto grado de control, tema que se detallarán en el apartado jurídico-legal.

Con la casa matriz hemos acordado una financiación inicial de 120 días en la primera fase del proyecto y de acuerdo a la evolución de las ventas y beneficios se podrá renegociar para mejorar dicha condición.

Las ordenes se realizan se realizaran cada 30 días calendario, solicitando para cada pedido el 105% del pronóstico de ventas del siguiente mes. Cada 6 meses se evaluara el cumplimiento del pronóstico y se ajustara a las necesidades de cada momento.

Dado el tiempo de transporte y tránsito, la clave de nuestro negocio es mantener la cadena de suministro. El rompimiento de ella, trastornaría el tiempo de entregas y alteraría todas las estrategias del departamento de ventas.

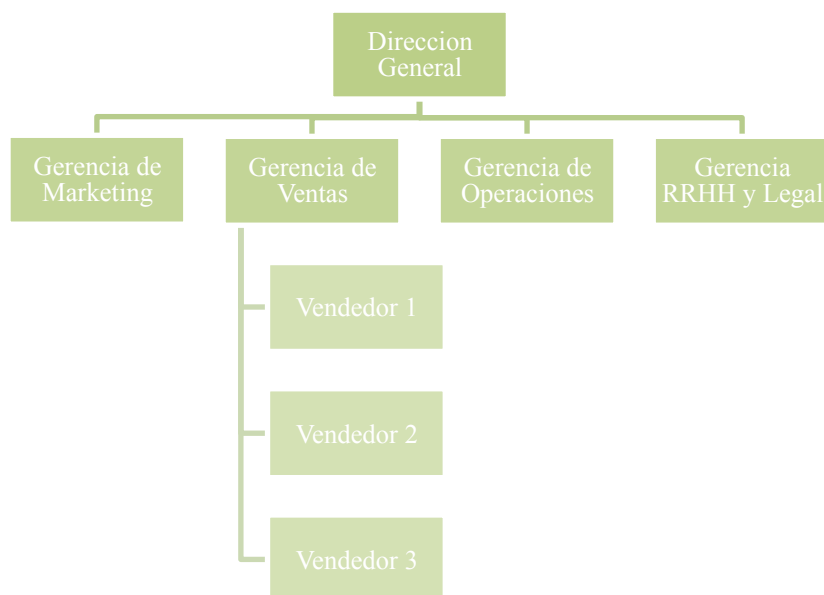
6.5 Plan de puesta en marcha



7 Plan de Recursos Humanos

7.1 Estrategia de Recursos Humanos

7.1.1 Organigrama



Nuestro modelo organizativo se basa en una dirección general y 4 gerencias, que ocuparemos los cinco socios fundadores. En el caso de la dirección general estará en contacto continuo con el inversionista de los resultados y decisiones vitales de la empresa. Al ser un equipo multidisciplinar cada actualmente ya hemos perfilado las acciones a realizar por cada uno, será un trabajo de tiempo completo, con asignación de salarios y garantías de la seguridad social.

La mayor parte de los esfuerzo de contratación se dará para apoyar la gerencia comercial.

7.1.2 Selección

En la fase inicial de nuestra empresa, contaremos con la ayuda exclusiva de los 5 socios fundadores, los cuales desarrollaremos la dirección General junto a las gerencias descritas anteriormente. En el escenario neutro en el tercer, cuarto y quinto año se contrataran 1 empleado sucesivamente cada año para llegar a una plantilla de 8, En el escenario optimista el primer año se contrata uno, el segundo uno, el tercero no hay contrataciones, en el cuarto uno y el quinto se mantiene para un total de 8. En el caso del escenario pesimista no hay contrataciones el año uno ni dos, el tercero una persona, el cuarto y quinto año ninguno para una plantilla de 6 personas.

En todos los escenarios el departamento de Gerencia de Ventas utilizara de hasta un 80% del total de la plantilla. De acuerdo a las necesidades de este departamento los distribuirá en fuerza de ventas directa, Customer Relationship Managment, Diseño de un área de PQR (Atención Quejas, reclamos, felicitaciones). En el momento de la contratación se hará énfasis que todos los departamentos apoyan a los otros de acuerdo a las necesidades.

Nuestro mecanismo de búsqueda se hará por perfil o descripción de puestos en la mayoría Administrativos y personas capacitadas en ventas (aquellos que no cumplen se descartan solos). Utilizando las plataformas estatales de empleo (INEM), nuestra empresa cree en la generación de empleo para personas jóvenes y con ganas de crecer y proyectarse en proyectos innovadores.

A continuación se hará una la entrevista abierta hecha generalmente por recursos humanos y en concordancia de los intereses de todos los socios.

Sigue la entrevista especializada, aplicada por el o los (y cuantas veces o en nivel profundo) que sea necesario acorde a competencias, perfil, política o estrategia de nuestra empresa siempre dirigidos a la excelencia en el servicio al cliente.

Las pruebas psicométricas, de habilidades, de conocimiento o experiencia se realizaran en el caso de comprobar habilidades en el caso del nivel de inglés, sobretodo en el departamento de operaciones que tendrá contacto con la casa Matriz y el operador logístico.

7.1.3 Promoción

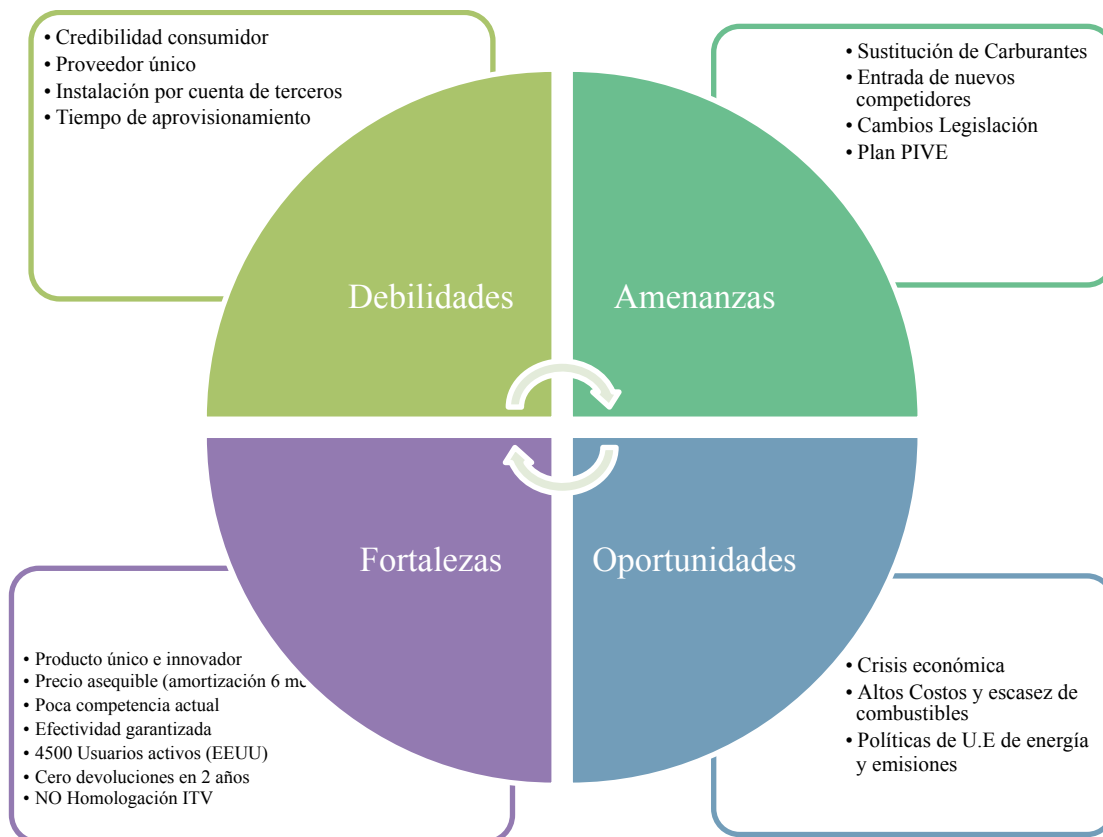
- Nuestra empresa promueve el desarrollo profesional y personal de nuestros trabajadores, queremos personas jóvenes, proactivas, idóneas y emprendedoras que vean en nuestro proyecto una estilo de vida y sean capaces de transmitirlo a nuestros clientes.
- Conscientes de esta necesidad y visto la necesidad de generar empleo en España consideramos tener trabajadores con contrato y todas las garantías sociales establecidas por la ley.

7.1.4 Retribución

En el escenario neutro de nuestro proyecto, los socios tendrán una retribución inicial bruta 30.000€ anuales (podrá aumentar o disminuir 10 al 30% el segundo año de acuerdo a los escenarios). En el caso de las contrataciones externas, el salario bruto de 15.000€ con el mismo pronóstico descrito anteriormente. Para el primer año no se consideran remuneraciones variables. (Ver detalle en área financiera)

8 Diseño Estratégico

8.1 Análisis DAFO



8.2 Formulación de estrategias

El *NV FUEL OPTIMIZER* maximiza hasta en un 40% el consumo de combustible y reduce hasta un 80% las emisiones de dióxido de carbono. Esta es nuestra promesa básica la nuestra clave de Diferenciación.

Es un producto único, novedoso y patentado en EEUU donde más de 4500 coches lo usan actualmente en el Estado de Oregón, Washington y California, teniendo excelentes resultados y cero reclamaciones en dos años de desarrollo, generando respaldo

Actualmente en Europa hay productos sustitutivos pero ninguno con los mismos resultados, ni tampoco que hayan generado credibilidad en los usuarios, produciendo exclusividad.

8.3 Estrategia competitiva

Actualmente no hay una competencia con el mismo producto en España, nuestra principal ventaja diferencial es ser únicos, esto lo respalda la patente en EEUU que a su vez se trasladará a la UE, lo que generara una barrera de entrada para posibles competidores. Generar tecnologías alternativas a los competidores les supone grandes inversiones y largos tiempos de desarrollo.

8.4 Estrategia corporativa

NV FUEL OPTIMIZER se encuentra en uno de los sectores más competidos de la economía mundial, el energético. Nos diferenciamos por tener un alto sentido de responsabilidad social y cambiar la fórmula de ser amigables con el medio ambiente, no supondrá pagar más.

8.5 Integración vertical

Seguimos un modelo de Integración corporativa. Este tipo de integración vertical permite que uno de los miembros del canal tiene la propiedad de otros miembros situados a distinto nivel. Para conseguir la integración vertical escogimos la alternativa de contratar empresas intermediarias ya establecidas como es el caso de la producción y logística. La adopción de esta alternativa es el pilar de nuestra estrategia que ve en las oportunidades de mercado español y la existencia de la tercerización por empresas altamente cualificadas y con experiencia en su sector.

La Estrategia de Cooperación, es muy útil para penetrar mercados internacionales y aumentar ventas sin un conocimiento profundo del nuevo objetivo.

8.6 Alianzas estratégicas

Tenemos tres aliados estratégicos:

- a. Casa Matriz de *NV FUEL OPTIMIZER* en Oregón. Se encarga de la producción, estándares de calidad y desarrollo de nuevos productos.

- b. Operador logístico en España. Se encarga de todos los procesos de aduanas, almacenamiento, transporte y distribución
- c. Talleres automotrices. Se encargan de la promoción boca-oido, la instalación y el respaldo técnico de nuestro producto.

9 Plan Comercial y Marketing

9.1 Análisis de la situación y previsiones del mercado

9.1.1 Principales tendencias del mercado

Actualmente en los tiempos de crisis que atraviesa España, se están presentando alzas en los precios de los carburantes (Tabla 1 y Gráfico 1), ocasionando que los consumidores del mismo cambien sus hábitos de compra y de consumo, ya sea para ahorrar dinero o por una concienciación a favor del medio ambiente.

Tabla 1

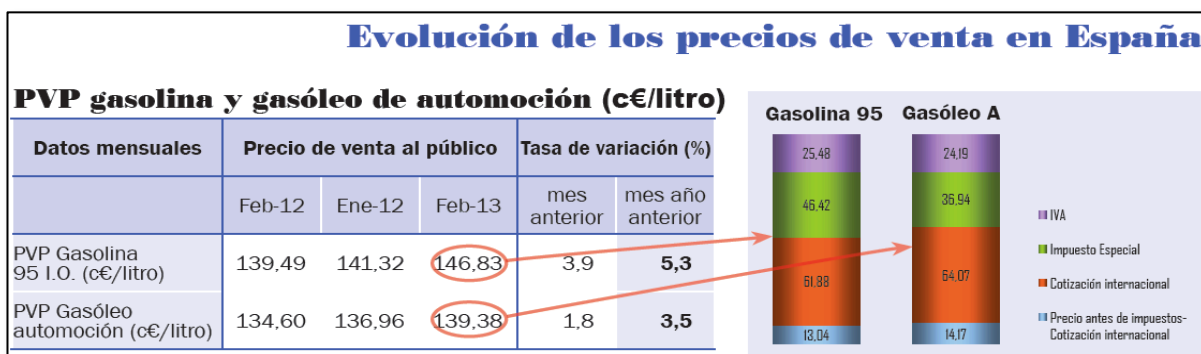
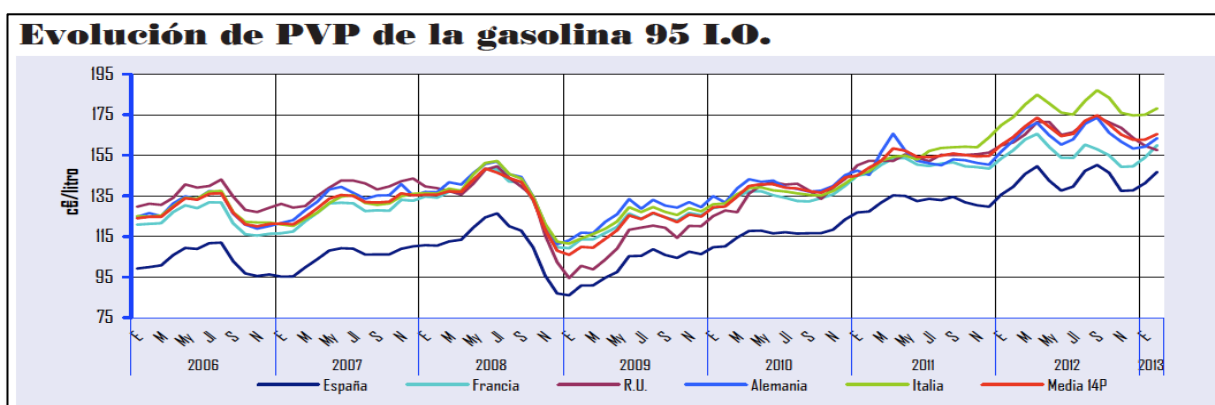


Gráfico 1



Referencia: <http://www.cores.es>

Según un estudio de KPMG³ también destaca en la tendencia de los diferentes mercados, y es que mientras que en los países emergentes las ventas se encaminan más hacia vehículos de gama alta, coches de tipo más Premium, en el caso de los mercados europeos con más tradición las ventas se están volcando más en los vehículos más pequeños.

La electro movilidad es una apuesta demasiado arriesgada que a día de hoy no termina de cuajar en la sociedad actual. Los elevados costes de su implantación, las escasas infraestructuras, los precios de los coches bastante más elevados y, sobre todo, la posibilidad de quedarse tirado en la calle con el coche cuando las baterías se agotan, está haciendo que los vehículos eléctricos no tengan el éxito esperado.

Por ello, en los próximos años los fabricantes de automóviles van a dejar un poco de lado esta tecnología del futuro y van a apostar por evolucionar los motores de gasolina para conseguir el máximo de eficiencia con un coste razonable. También, según el mencionado informe KPMG correspondiente al ejercicio 2013, la otra apuesta importante será la de los vehículos híbridos.

Según el 92% de los encuestados, el ahorro de costes que facilita la eficiencia del combustible es el factor primordial en las decisiones de compra de vehículos. La preocupación por el medio ambiente como, por ejemplo, la reducción de las emisiones de CO₂, sigue siendo importante, pero este año ha descendido al cuarto puesto del ranking desde la segunda posición que ocupaba en la encuesta equivalente de 2012.

9.1.2 Potencial del mercado

NV FUEL OPTIMIZER ha sido diseñado para vehículos de más de tres años de antigüedad, esto principalmente es para no violar ninguna garantía de fábrica de los vehículos de último modelo, de acuerdo a los datos históricos de la Dirección General de Tránsito 2002-2011, realizamos una proyección estadística del comportamiento del número de coches matriculados, nuestro mercado potencial para el año 2013 será de 27.393.593 de vehículos, esto se pronóstico a través de los de la Dirección General de Tráfico (Ver Evolución de Parque Automotor en España en los últimos 10 años ANEXO) Los cuales un 51% serán impulsados por Gasolina y un 49% Diesel (observar Evolución de Parque Automotor en España en los últimos 10 años según tipo de Combustible ver ANEXO)

Para tener una previsión de las posibles ventas que pueda generar *NV FUEL OPTIMIZER* en España, se analizaron las ventas del 2011 y 2012 que presentó

³ <http://www.kpmg.com/es/es/actualidadynovedades/articulosypublicaciones/notasdeprensa/paginas/np-global-automotive-executive-survey%20kpmg.aspx>

NV FUEL OPTIMIZER en los estados de Oregon, Washington y California de los EEUU mediante una ponderación se extrapolaron los datos a España. (Ver previsión de venta en base de captación historia en La memoria nota 3 del Anexo).

Cabe destacar que aunque existen diferencias en ambos mercados, es verdad que en los EEUU los vehículos suelen ser más grandes que los Europeos pero la gasolina es más económica contrarrestando con el mercado Europeo, ya que los vehículos son más pequeños en España pero la gasolina es más cara hasta en un 30% que en los Estados Unidos. Adicionalmente las guías para estimar la demanda en start-ups, considera válidos los datos existentes si ellos fuera muy escasos o nulos.

Tomando en cuenta los **27.393.593** vehículos de parque vehicular matriculados en España, multiplicándolo por el precio de venta a nuestro consumidor final (talleres) 175 euros, tenemos un potencial de mercado de **4.793.878.775 €** (Mercado máximo que podríamos aspirar en España) posteriormente conforme a las ventas de los estados de EEUU extrapolándolo en España, hemos calculado una Cuota de mercado del 0.08% donde las ventas en España de los tres escenarios son los siguientes. (Tabla 2). En los primeros 5 años la estrategia es abarcar toda España que posteriormente si la empresa logra tener éxito se expandirá hacia el resto de Europa.

Tabla 2

Escenario	Vehículos Gasolina	Vehículos Gasoil (Ajustado)	Total de unidades	Total de ventas
Optimista	8,840	6,495	15,335	2,683,642.34€
Neutral	4,420	3,247	7,668	1,341,821.17€
Pesimista	2,210	649	2,860	500,418.59€

Fuente: Elaboración propia

9.1.3 Estructura del mercado

a) Competencia

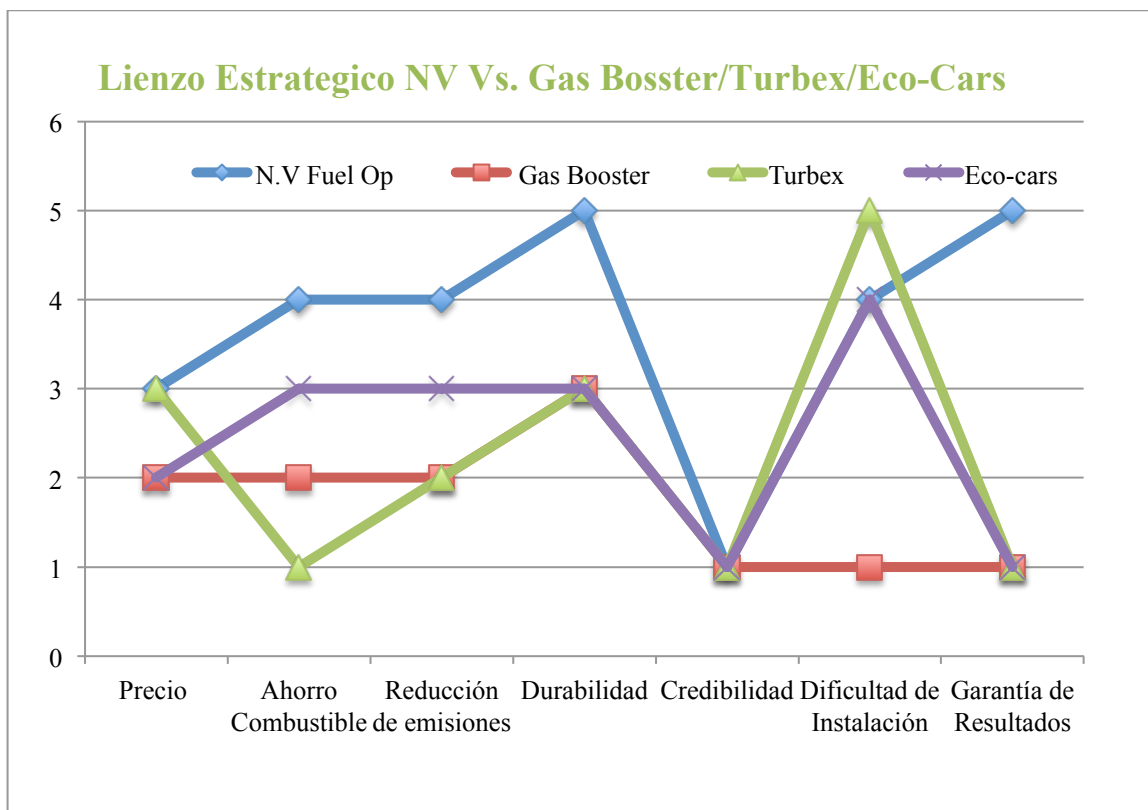
Turbex funciona calentando la gasolina antes de entrar al motor, no tienen su segmentación clara y hace sus ventas exclusivamente por internet, actualmente venden su patente y un stock de producto. Creemos que su fracaso se debe a que el producto no estaba realmente dando los resultados a los consumidores, no ofrecía devolución de dinero en caso de no tener los resultados esperados y su estrategia de marketing era escasa o nula.

Gas Booster es un líquido que se agrega al tanque de combustible, se dirige a conductores que hacen muchos kilómetros al mes y se vende en estaciones de servicio. Consideramos que por sus características y forma de llegar a cliente no constituye un competidor directo de nuestro producto.

Eco-cars es el competidor más fuerte y directo que consideramos que tenemos en España, sin embargo su propuesta de cómo “ahorrar combustible mediante la eliminación de influencias externas, consiguiendo una disposición molecular óptima para la combustión”, provoca desconfianza por su forma de optimizar el combustible, ya que es muy poco fiable al no contar con una metodología científica como *NV FUEL OPTIMIZER*, no están en venta en los talleres a nivel Nacional y para la compra el consumidor final tiene que hablarles directamente para comprar el producto y tampoco ofrecen una garantía de satisfacción total de resultados. Cabe destacar que su vida útil de uso es de 3 años únicamente en cambio *NV FUEL OPTIMIZER* puede utilizarse por un periodo mayor a 5 años.

Podemos resaltar que *NV FUEL OPTIMIZER* destaca en los puntos de durabilidad (Ver Gráfico 2) , ya que disponemos una garantía de fabricación por 3 años y somos los únicos que ofrecemos una garantía de resultados al 100%, ya que si el consumidor no está satisfecho con los resultados obtenidos con nuestro producto nos comprometemos a devolverle su dinero, con la única condición de que el producto fuera instalado en uno de nuestros talleres certificados.

Gráfico 2



b) Distribución por áreas (logística)

Se va externalizar la distribución a cargo de una empresa donde se va encargar de entregar el optimizador a los distribuidores de talleres independiente certificados que han firmado contrato con nosotros y donde la compañía de distribución deberá garantizar la entrega puntual y efectiva de nuestro producto a nivel nacional. (Ver plan de operaciones apartado 6)

9.1.4 **Análisis de la demanda**

NV FUEL OPTIMIZER se desarrollará en el sector de auto accesorios (gadgets) para coches en España. El tamaño potencia que demanda este mercado es 6.2 puntos del PIB en 2010 Lo que representa unos 40.000 millones de Euros, de este mercado casi 7000 millones de Euros corresponden al sector de Venta de Repuestos y accesorios de vehículos motor (CNAE 50.3)

9.2 **Segmentación del mercado y elección del público objetivo.**

9.2.1 **Comportamiento de compra del consumidor**

De acuerdo con las estadísticas que nos ofrece la Dirección General de Tráfico en el 2011, se puede deducir que el usuario de automóvil español está buscando la reducción del uso de su automóvil a través del aumento de la frecuencia del uso del transporte público, ya que el aumento del precio de los carburantes y la situación de la crisis actual le representa un desembolso de dinero muy importante a nivel mensual.

- La evolución de la matriculación en 2012 volvió a cifras de los años 80 (669.589)
- En 5 años pasamos de tener un 32% de coches de menos de 3 años a tener solo el 18.2%
- En un año la bajada de kilometraje medio recorrido es de 700 kms y en cinco a más de 2000 kms.
- 16% de los coches en España tienen más de 200.000 kms
- El traslado en coche ha disminuido un 6.4% estableciendo una media de 12.614 km.

El conductor español está buscando la forma de disminuir los gastos que llevan consigo tener un vehículo, ya que el aumento de los carburantes es cada vez mayor y cualquier método para disminuir dichos gastos serán de ayuda en la economía del conductor.

9.2.2 **Selección de mercados objetivo**

Hemos destacado que nuestro mercado objetivo son principalmente los propietarios de coches con una antigüedad de 3 años o 50 000 kilómetros recorridos, que buscan el ahorro de dinero optimizando combustible, así como la reducción de gases contaminantes al medio ambiente.

Según datos estadísticos la distribución por sexo de las licencia de conducir en España el 75% son hombres y el 25% mujeres (Tabla 3) ,considerando que la mayor concentración de conductores se encuentran en el rango de los 21 a 69 años (Gráfico 3), se ha tomado el rango de edad entre los 18 a 34 años que supone el ingreso de 16.000 a 45.000 euros (Tabla 4), que responde a nuestro público objetivo de brindar ahorro sin suponer una inversión importante como el que supone el cambio de coche.

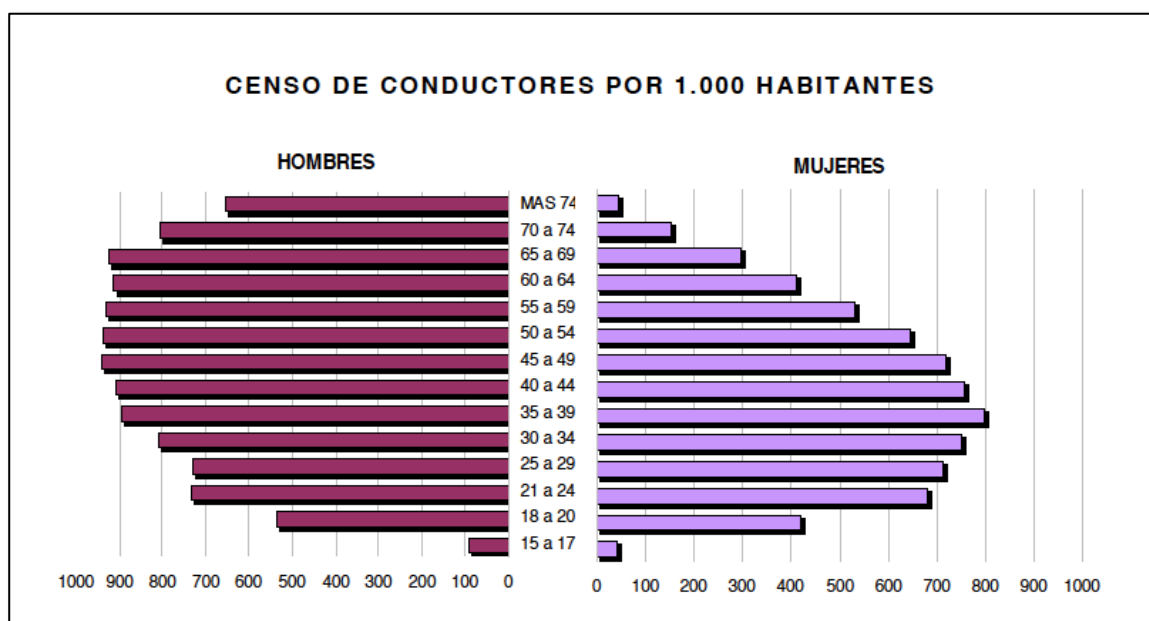
No se dispone de datos estadísticos que determinen como este grupo de edad ha adquirido sus coches, sin embargo suponemos que en la gran mayoría de casos corresponde a donaciones provenientes de sus familiares, lo que confirma nuestro público objetivo de vehículos mayores de 3 años, de alto consumo en combustible con conductores con una renta media, media-baja, donde cualquier ahorro de gastos les será beneficioso para sus ahorros. Conforme con los datos anteriores se ha determinado un público objetivo y se ha determinado una segmentación de mercados como se puede observar en la (Tabla 5).

Tabla 3

CENSO DE CONDUCTORES (CON LICENCIAS)						
AÑOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	PORCENTAJES		
				HOMBRES	MUJERES	TOTAL
2002	13.849.261	8.118.246	21.967.507	63	37	100
2003	13.986.087	8.395.498	22.381.585	62	38	100
2004	14.318.263	8.701.157	23.019.420	62	38	100
2005	14.589.515	9.032.391	23.621.906	62	38	100
2006	14.774.983	9.368.500	24.143.483	61	39	100
2007	15.007.265	9.705.015	24.712.280	61	39	100
2008	15.410.523	10.084.845	25.495.368	60	40	100
2009	15.464.023	10.268.364	25.732.387	60	40	100
2010	15.428.228	10.370.777	25.799.005	60	40	100
2011	15.545.721	10.587.789	26.133.510	59	41	100

Fuente: Dirección General de Tráfico 2011

Gráfico 3



Fuente: Dirección General de Tráfico 2011

Tabla 4

Principales resultados por grupos de edad	
TODAS LAS EDADES	Salario
Menos de 20 años	10.208,70 €
De 20 a 24 años	13.349,15 €
De 25 a 29 años	17.637,97 €
De 30 a 34 años	21.274,68 €
De 35 a 39 años	23.219,24 €
De 40 a 44 años	24.336,99 €
De 45 a 49 años	25.156,71 €
De 50 a 54 años	26.604,42 €
De 55 a 59 años	28.234,60 €
De 60 a 64 años	22.624,93 €
65 y más años	27.700,12 €

Fuente: INE 2012

Tabla 5

Segmentación de Mercado		
Demográficas	Geográfica	Todo Territorio Nacional
	Edad	18 a 34 años
	Sexo	Masculino
	Ciclo de Vida Familia	Joven soltero, joven casado con o sin hijos
	Renta	Entre 16,000 a 45000 Euros
	Educación	Graduado escolar, bachillerato, universitario
Psicográficas	Clase social	Media, media-baja
	Estilo de vida	Inquieto por descubrir la manera de ahorrar costes, internauta frecuente y espíritu socialmente responsable
Comportamiento	Ocasión de compra	Baja
	Beneficios esperados	Calidad y economía
	Tasa de Utilización	Depende del uso del vehículo
	Estadio de compra	Desconoce el producto
	Actitud ante el producto	Desconfiado

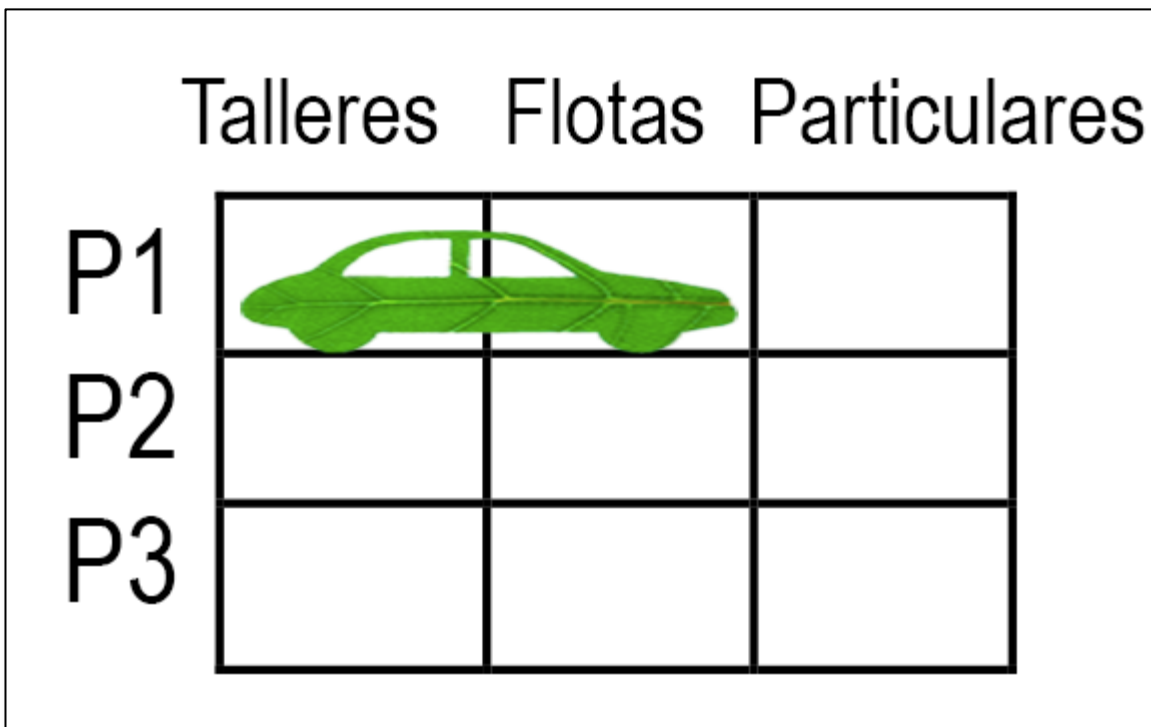
Fuente: Elaboración propia

Se ha destacado que la manera más eficiente de llegar a los propietarios de coches o nuestro público objetivo, con las anteriores características, sería usando el canal de los talleres mecánicos independientes de España (Tabla 12), que se especializan en la reparación y mantenimiento de automóviles y furgonetas, que de igual manera tengan una antigüedad superior a 3 años o 50 000 kilómetros recorridos y que desean ampliar su cartera de servicios/ clientes, dando un valor agregado a sus clientes.

9.2.3 Macrosegmentación

Como se puede observar en la Figura 1, *NV FUEL OPTIMIZER* sigue un tipo macrosegmentación de especialización de producto, ya que con en un principio solo nos vamos a dedicar a la importación de un producto para los posible compradores como los talleres y estos les venda a las flotas, los particulares no les vendemos directamente es por ello que lo dejamos fuera de nuestro alcance.

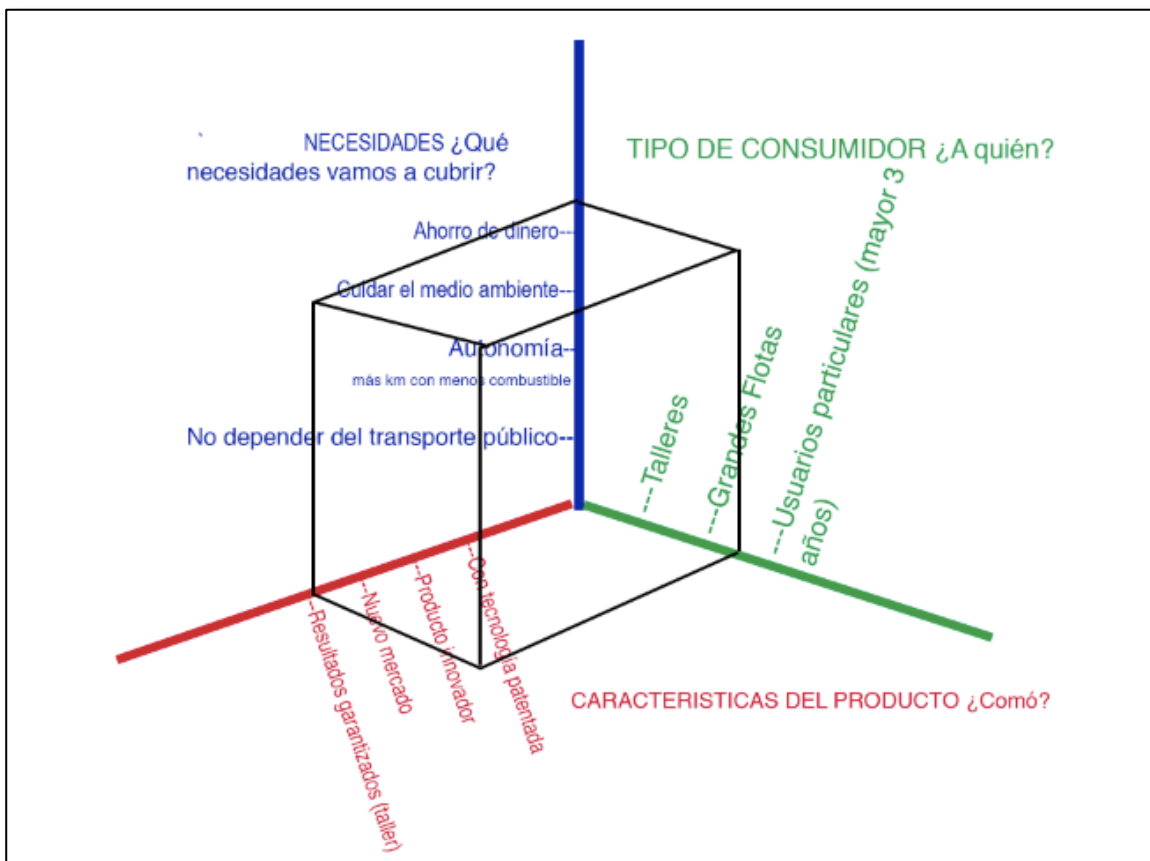
Figura 1



Fuente: Elaboración Propia

En el caso de la macrosegmentación hemos usado el diagrama de Abell (Figura 2), para identificar las necesidades, características del producto y tipo de consumidor donde que mejor encaja *NV FUEL OPTIMIZER*, se ha decidido que vamos a vender exclusivamente a los talleres por la política de la garantía de producto y así poder llegar a las flotas particulares y privadas.

Figura 2



Fuente: Elaboración propia.

9.2.4 Microsegmentación

G1: Talleres de automóviles ubicados en el núcleo urbano de Madrid, Barcelona y Valencia, en el primer año, (años posteriores consultar Tabla 11) que buscan ampliar su gama de servicios/ ingresos, donde indirectamente se concentran en los usuarios de coches entre 18 a 34 años que buscan el ahorro de dinero

G2 Grandes Flotas privadas (Mayores a 5 unidades), que buscan ahorrar costes.

G3 Grandes Flotas públicas, que buscan cumplir los tratos y objetivos sobre eficiencia energética.

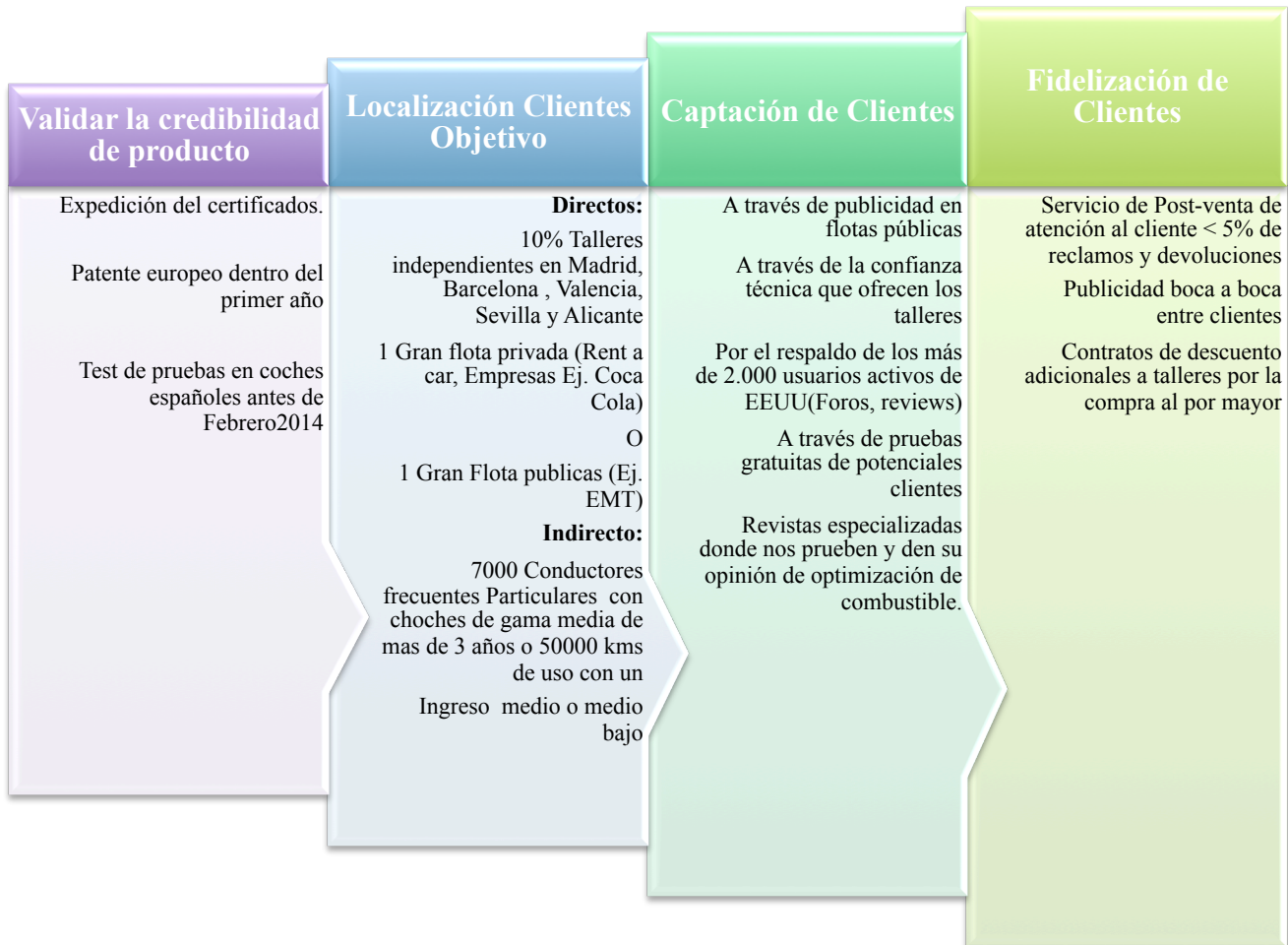
9.2.5 Posicionamiento de las marcas

Nuestro objetivo principal de posicionamiento es que el consumidor final nos perciba como un optimizador de combustible que realmente funciona, con una ventaja única y con una garantía de satisfacción completa, donde este vea el producto no como un gasto sino que está invirtiendo en un producto que le va ahorrar en dinero a través de la optimización de combustible, que nos perciba como un producto fiable y de calidad, por ello la declaración del posicionamiento de *NV FUEL OPTIMIZER* es la siguiente;

Para los usuarios de vehículos de más de 3 años, el NV FUEL OPTIMIZER es, un optimizador de combustible único porque no con su sistema patentado de reciclaje de gases ahorra hasta en un 40% en combustible reflejándose en la economía del consumidor.

El principal inconveniente que se encuentra para la venta de nuestro producto, es la posible desconfianza que puede llegar a presentar nuestros clientes que serían los talleres mecánicos y a su vez la incertidumbre de los clientes de los talleres, es decir los consumidores finales que se cuestionarán si el producto realmente funciona, el principal problema es encontrar la forma que los clientes estén dispuestos a pagar este producto para probarlo, ya que nuestra política de devoluciones es que si no está 100% satisfecho con nuestro producto le devolvemos íntegramente el dinero sin hacerle ninguna pregunta, (durante el primer año de compra siempre cuando la instalación se hizo en un taller distribuidor) es por ello que se va a enfocar a posicionarse como una empresa que tiene un producto que realmente funciona, donde se procederá a realizar los ensayos y obtener las certificaciones que avalan o acreditan que nuestro producto cumple lo que promete. En este sentido, nos pondremos en manos de entidades tales como INTA, Auto movilidad o TÜV Rheinland, y creando una campaña de marketing de lanzamiento, se profundizara más a fondo de este tema en el apartado de marketing mix.

9.3 Objetivos del próximo año.



Objetivos de MKT Cuantitativos

Dentro del Primer año se tiene previsto vender alrededor de 7667 unidades según los estudios de mkt y el departamento de finanzas.

Tabla 6

Objetivos de MKT Venta de Unidades	
Mes	Unidades
Total	7667

9.4 Planes de acción: estrategias y tácticas.

9.4.1 Producto

NV FUEL OPTIMIZER es un sistema de recirculación de los gases de escape externos, los cuales reintroduce en una cantidad medible de contrapresión de los gases de en los cilindros del motor. Esta reintroducción reduce la disociación química en los cilindros del motor, disminuyendo su temperatura, lo cual ocasiona una liberación de energía más cercana al punto muerto superior (PMS), en lugar de la carrera de expansión.

NV FUEL OPTIMIZER es un producto que optimiza el consumo de combustible hasta en un 40% y reduce las emisiones de dióxido de carbono hasta en un 80% de los vehículos, el producto está hecho con los estándares más altos de calidad de los EEUU y por ello ofrecemos en España una garantía de 3 años por defectos de fábrica y 1 año por insatisfacción de rendimiento (siempre y cuando se haya instalado en un taller autorizado por *NV FUEL OPTIMIZER*), lo comercializamos en España con la misma marca que se vende en Estados Unidos, el producto viene con accesorios y un instructivo de instalación para los talleres (imagen 1), sin embargo se elaborará un video para demostrar cómo se instala en los talleres y les sea más fácil la colocación del producto en sus clientes.

El producto prácticamente tiene dos versiones: el primero es el NV Optimizador de Combustible Gasolina y el segundo es NV Optimizador de Combustible Diesel o Gasoil, ya que es fundamental dirigirse a ambos mercados debido a que el parque vehicular de los Diesel representa más del 50% del mismo (observar Evolución de Parque Automotor en España en los últimos 10 años según tipo de Combustible ver ANEXO), sin embargo los vehículos que funcionan con gasolina actualmente siguen siendo un mercado atractivo, así que vamos a importar ambas versiones para abarcar los dos mercados.

Imagen 1



Fuente: <http://www.nvfueloptimizer.com/>

9.4.2 Precio

El precio que se ha decidido poner para la venta de talleres y grandes flotas ha sido de 175€, para las versiones de gasolina y diesel, posteriormente los talleres pondrán vender el optimizador a un precio de 300€, sin incluir la instalación y la garantía solo va cubrir los defectos de fábrica, sin embargo por 50€ extras, el cliente tiene la opción que el producto sea instalado en su vehículo con su respectiva garantía de fábrica y satisfacción total, es decir con la instalación en el taller garantizamos que el producto va a funcionar conforme sus características técnicas.

Según un estudio 'El coste de mantener un vehículo (mayor a tres años)', elaborado por Audatex en el 2012 en España ⁴ el coste de mantenimiento de medio de un vehículo puede ascender a 5312 euros anuales, como podemos observar en la Tabla 7.

Tabla 7

Segmento	Gasto total	Mantenimiento preventivo	Mantenimiento correctivo	Neumáticos	Combustible
Utilitario (B)	6.191	769	1.495	307	3.620
Compacto (C)	7.088	688	1.502	340	4.559
Berlina (D)	8.029	764	1.929	483	4.853
Gran Berlina (E)	12.067	915	2.373	563	8.216
Media	8.344	784	1.825	423	5.312

Cifras en euros.
Fuente: Audatex España.

Con los datos de la tabla anterior podemos llegar a acercarnos en el ahorro que supone el tener instalado *NV FUEL OPTIMIZER* anualmente, tomando en cuenta que puede llegar a ahorrar hasta en un 40% de combustible, podemos concluir que en un año se puede conseguir 3187 Euros como media al año, en ahorro de gasto de combustible (Tabla 8), o que es lo mismo un ahorro mensual de 265.60 Euros (Tabla 9), cabe destacar que la amortización del *NV FUEL OPTIMIZER* se hace en diferentes meses dependiendo del tipo del vehículo que se use y el comportamiento que se tenga ante el volante, pero de media podemos definir una amortización en los primeros 3 meses aproximadamente como lo muestra la Tabla 10.

⁴ <http://www.audatex.es>

Tabla 8

Ahorro Anual			
Tipo de Vehículo	Gasto en Combustible	Ahorro Con NV Optimizer	Total
Utilitario (B)	3,620.00€	1,448.00€	2,172.00€
Compacto (C)	4,559.00€	1,823.60€	2,735.40€
Barline (D)	4,853.00€	1,941.20€	2,911.80€
Gran Berlina	8,216.00€	3,286.40€	4,929.60€
Media	5,312.00€	2,124.80€	3,187.20€

Tabla 9

Ahorro Mensual			
Tipo de Vehículo	Sin NV FUEL OPTIMIZER	Con NV F.O	Ahorro
Utilitario (B)	301.67€	120.67€	181.00€
Compacto (C)	379.92€	151.97€	227.95€
Barline (D)	404.42€	161.77€	242.65€
Gran Berlina	684.67€	273.87€	410.80€
Media	442.67€	177.07€	265.60€

Tabla 10*

Amortización de NV FUEL OPTIMIZER				
Tipo de Vehículo/Meses	1	2	3	4
Utilitario (B)	120.67€	241.33€	362.00€	482.67€
Compacto (C)	151.97€	303.93€	455.90€	
Barline (D)	161.77€	323.53€	485.30€	
Gran Berlina	273.87€	547.73€		
Media	177.07€	354.13€	531.20€	

*La amortización está tomada del precio al consumidor final incluyendo la instalación en un taller mecánico que su pone un gasto de 350 euros.














Fuente: Elaboración Propia









Cabe destacar que al no estar *NV FUEL OPTIMIZER* en el mercado español no se puede definir si tiene una demanda elástica o inelástica, ya que tampoco se encontraron estudios de sensibilidad de precios relacionados con productos de estas características, ya que es verdad que no es un producto de primera necesidad, sin embargo consideramos que este producto tiene una demanda inelástica ya que al haber pocos (ninguno con reciclaje de gases patentado) productos sustitutos es poco sensible al precio, el precio de 300 Euros de venta en el taller sin instalación y de 350 euros incluyendo la instalación del taller, se ha decidido poner este precio como una estrategia comercial porque se va hacer una intensa campaña de mkt que el consumidor final no lo vea como un gasto en sí, si no más como una inversión donde al final del año el consumidor notará que ha ahorrado hasta 3187 euros al año con una inversión que supone 350 euros (Tabla 8) con un producto que tiene una garantía de satisfacción total en caso contrario se le devolverá el dinero durante el primer año de prueba del producto.

9.4.3 Distribución

A continuación se ha decido como estrategia de penetración de mercado y conforme con el número de la fuerza de ventas de la Tabla 13, se empiece a comercializar el producto en las provincias con más automóviles como lo muestra la Tabla 11 y que coincide con las comunidades autónomas con más talleres de la Tabla 12, y conforme se visitará a lo largo de 5 años las principales provincias de España, donde se tiene como objetivo tener en venta nuestro producto en por lo menos el 10% de los talleres de cada comunidad autónoma, como lo muestra el Mapa 1, teniendo como meta abarcar todo el territorio Nacional al final de los 5 años.

Tabla 11

Zona	Provincias	Total*	Zona	Provincias	Total*	Zona	Provincias	Total*
1 	Madrid	3,955,720	19 	Córdoba	449,120	37 	Araba	181,588
2 	Barcelona	2,921,694	20 	Toledo	440,868	38 	Rioja (La)	175,732
3 	Valencia	1,451,189	21 	Badajoz	423,168	39 	Guadalajara	153,528
4 	Alicante	1,094,066	22 	Almería	413,780	40 	Zaragoza	128,982
5 	Sevilla	1,040,973	23	Navarra	383,915	41	Huesca	114,217

								
6	 Málaga	917,575	24 	Jaén	382,132	42 	Ávila	111,544
7	 Murcia	851,020	25 	Castellón	362,594	43 	Segovia	107,324
8	 Balears (Illes)	791,006	26 	Cantabria	346,709	44 	Palencia	104,971
9	 Palmas (Las)	678,776	27 	Ciudad Real	303,364	45 	Guipúzcoa	101,554
10	 Coruña (A)	672,265	28 	Valladolid	293,711	46 	Zamora	99,469
11	 Cádiz	638,707	29 	Huelva	283,546	47 	Teruel	94,289
12	 Asturias	595,714	30 	Cáceres	266,537	48 	Soria	61,407
13	 Vizcaya	594,381	31 	León	257,808	49 	Ceuta	48,985
14	 Pontevedra	587,345	32 	Lugo	233,508	50 	Cuenca	48,405
15	 Granada	542,103	33 	Burgos	221,053	51 	Ourense	42,240
16	 S C Tenerife	516,251	34 	Lleida	214,045	52 	Melilla	41,301
17	 Girona	495,369	35 	Salamanca	205,475			
18	 Tarragona	479,404	36 	Albacete	185,964			

Fuente: Dirección General de Tráfico 2011

*Incluye autobuses, turismos, camionetas y furgonetas.

Tabla 12

Número de Talleres por Comunidad Autónoma	Total
452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor	2013
Andalucía	8237
Cataluña	7155
Madrid, Comunidad de	5529
Comunidad Valenciana	5226
Galicia	3403
Castilla y León	2611
Castilla - La Mancha	2519
Canarias	2318
País Vasco	1949
Murcia, Región de	1651
Extremadura	1452
Aragón	1268
Balears, Illes	1221
Asturias, Principado de	1037
Navarra, Comunidad Foral de	697
Cantabria	566
Rioja, La	340
Melilla	50
Ceuta	41
Total	47270

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Se ha planificado que para abarcar el 10% de los talleres independientes a nivel Nacional, cada socio y empleado dependiendo del año que se encuentra la empresa, tendrá una zona cubrir en diferente año (Tabla 13), donde cada número de la zona pertenece a una de las 52 provincias de España y tendrá que ser relacionada con la (Tabla 11) que supone la provincia que tendrá que ir

a vender, así al final de los 5 años se tendrá abarcado todo el territorio nacional como lo muestra el Mapa 1, es importante determinar que cada socio y empleado que estará dedicado a la fuerza de ventas tendrá un sueldo estipulado conforme en la Tabla 14.

Tabla 13

Empleados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Socio 1	ZONA 1	ZONA 4	ZONA 12 y 13	ZONA 21 y 22	ZONA 36 y 37
Socio 2	ZONA 1	ZONA 5	ZONA 14 y 15	ZONA 23 y 24	ZONA 38 y 39
Socio 3	ZONA 2	ZONA 6	ZONA 16 y 17	ZONA 25 y 26	ZONA 40 y 41
Socio 4	ZONA 2	ZONA 7 y 9	ZONA 18	ZONA 27 y 28	ZONA 42 y 43
Socio 5	ZONA 3	ZONA 8 y 10	ZONA 19	ZONA 29 y 30	ZONA 44 y 45
Empleado 1			ZONA 20	ZONA 31 y 32	ZONA 46 y 47 y 48
Empleado 2				ZONA 33 y 34 y 35	ZONA 49 y 50
Empleado 3					ZONA 51 y 52

* Cada Número pertenece a la comunidad autónoma de la Tabla 11, donde el socio o vendedor tendrá que hacer el 10% de los talleres independientes de cada comunidad autónoma.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14

<i>Número de Socios</i>	5	5	5	5	5
<i>Sueldo de los Socios (euros)</i>	30,000	31,000	32,000	33,000	34,000
<i>Sueldos de Empleados (euros)</i>	0	15000	15000	30000	45000

Fuente: Elaboración propia

9.4.4 Promoción y comunicación

- Estrategia publicitaria.

Nuestro producto tiene la desventaja que a partir de algunos estudios realizados, han demostrado que el principal problema que tiene es el de la desconfianza que le genera al consumidor probarlo en su vehículo y la incertidumbre que tiene al no saber si realmente el producto es capaz de

ahorrarle dinero a través de la optimización de combustible, es por eso que hemos ideado algunas estrategias de publicitarias y una fuerte política de garantía para principalmente cumplir dos objetivos, el primero es el demostrar que el optimizador realmente cumple objetivamente con el ahorro de combustible y en segundo lugar el darlo a conocer, ya que es un producto poco conocido en el público español, a continuación describimos las fases fundamentales de la planificación que vamos a seguir;

a) Determinar los objetivos: ¿Qué se quiere comunicar?

Se desea comunicar a nuestro público objetivo que nuestro producto le va ahorrar hasta en un 40% de gasolina y va reducir hasta un 80% de emisión de dióxido de carbono, y en el caso que no sea así, el producto cuenta con una garantía de 100% de satisfacción total⁵ en caso contrario se le devolverá íntegramente el dinero del costo del producto, *NV FUEL OPTIMIZER* está en el procedimiento para obtener los certificados y ha sido comercializado en los EEUU avalándolo 2000 usuarios satisfechos.

b) Determinar el público objetivo: a quién se quiere comunicar.

Nuestro público objetivos (Tabla 5) son hombres de alrededor de 18 a 34 años, que desean obtener un ahorro de hasta un 40% de combustible y reducción de 80% de gases contaminantes, que obtienen una renta anual entre 16,000 a 45,000 euros, y estas dispuestos a probar un producto innovador en su vehículo que les ahorrará hasta 265.60 euros al mes (Tabla 9)

c) Diseño y creación del mensaje: cómo se dice lo que se quiere comunicar.

Deseamos comunicar un mensaje claro, preciso y que genere confianza, por eso lo dividimos en tres puntos principales que deseamos les llegue a nuestro público objetivo.

- I) Necesidad de ahorrar dinero optimizando combustible.
- II) Ventajas de ahorro y reducción de gases contaminantes
- III) ¿Cómo funciona *NV FUEL OPTIMIZER*?
- IV) Garantía de satisfacción

Nuestro mensaje principal será: Cansando de gastar tanto dinero en

⁵ Siempre y cuando *NV FUEL OPTIMIZER* ha sido instalado en un taller oficial. La garantía incluye 3 años de defectos de fabricación y un año de devolución por insatisfacción de resultados.

Combustible?, tenemos la solución que te ayudará a ahorrar dinero optimizando combustible hasta en un 40% y en un 80% en gases contaminantes con *NV FUEL OPTIMIZER*, ya que nuestra tecnología patentada hace que nuestro producto se capaz de reciclar los gases que genera tú motor haciendo que el ahorro puede llegar hasta 265 euros mensuales de media (tabla 9) y con un costo de 350 euros instalado en uno de nuestros talleres oficiales tu producto podrá amortizarse en aproximadamente 3 meses (Tabla 10), si no quedas satisfecho con los resultados obtenidos durante el primer año, tendrás la opción de devolverlo sin hacerte ninguna pregunta porque ofrecemos un 100% de garantía en el producto y satisfacción total.

d) Copy Strategy *NV FUEL OPTIMIZER*

Público Objetivo: Hombres de 18 a 34 años, con un vehículo con un uso mayor a tres años que desea ahorrar combustible y cuidar el medio ambiente.

Promesa:

Beneficio racional: *NV FUEL OPTIMIZER* lograr ahorrar hasta en un 40% de combustible y la reducción de hasta un 80% de dióxido de carbono,

Beneficio Emocional: Con *NV FUEL OPTIMIZER* ahorrarás dinero teniendo la opción de gastarlo con tus seres queridos más cercanos.

Reason why: *NV FUEL OPTIMIZER* tiene la tecnología patentada que recircula los gases del motor de tú vehículo haciendo que consuma menos combustible.

Slogan: Se sostenible ahorrando combustible

Tono: Verde, responsable, alegre, humor

e) Planificación de medios

Al hacer un presupuesto de la campaña de marketing del primer año (tabla 16) se ha determinado que se necesita un presupuesto del 30% de las ventas de *NV FUEL OPTIMIZER* (tabla 15) , ya que como se menciona anteriormente el hecho de tener una intensa campaña de marketing en el primer año es fundamental para principalmente para darnos a conocer en el público objetivo y transmitirle la información que nuestro producto tiene los certificados de características técnicas y damos un 100% de garantía de satisfacción para conseguir la confianza de nuestro público objetivo.

Tabla 15

Año	Presupuesto MKT
1	402,547€
2	523,310€
3	654,138€
4	807,393€
5	888,132€
Total	523,310€

Fuente: Elaboración Propia

Selección de los Medios:

Se ha seleccionado los medios para implementar nuestra campaña de marketing, el tamaño y la duración de los mensajes, precios, etc., como se muestra en la tabla 16, a continuación se describe los medios que vamos a utilizar para la difusión de nuestra campaña de marketing, las empresas de los medios señalados a continuación fueron cuidadosamente seleccionados para que su mayor audiencia, radioescuchas o lectores coincida con nuestro público objetivo a que pretendemos llegar (tabla 5).

I) TV

Se ha elegido las dos cadenas televisivas de Antena 3 y Telecinco porque su audiencia coincide con nuestro público objetivo y son los medios masivos convencionales que más personas ven, con la ventaja de atraer más consumidores a los talleres.

II) Online

Una de las estrategias para que el consumidor vaya adoptando confianza con nuestro producto, es diseñando una página web que cumpla con las especificaciones previstas de la ley y le sea una manera intuitiva de navegar para nuestros clientes, abriendo fórums de debate, información del producto, datos de contacto, etc. También se usará la optimización del motor de búsqueda (SEO) para aparecer en los principales resultados de Google y usar la herramienta de adwords para analizar información para llegar con mayor efectividad a nuestro público, objetivo. Se ha decidido contratar a la compañía TBC y vamos estar presentes en la red todo el año.

III) Exteriores

Se contratará la agencia Oblicua que durante el primer año nos promocionará con vallas y anuncios en los metros y autobuses en las 5 provincias que vamos a vender nuestro producto (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Alicante) Tabla 11.

IV) Revistas especializadas

Se va a estar presente mediante anuncios especializados en las principales revistas de automóviles en España, como por ejemplo Clásicos de Ocasión y Top Auto, con esto pretendemos tener presencia al público interesado en la automoción, para que nos vayan conociendo y en caso de querer probar o comprar el producto, nos contacte por teléfono o página web de la empresa para consultar más información del producto o los talleres autorizados para su compra.

V) Promoción en el Punto de Venta

Es importante estar atendiendo con ofertas especiales, merchandising, etc. a los puntos de venta, que en este caso son los talleres, para estar en contacto más directo con el consumidor final y está recibiendo su retroalimentación para adaptar o implementar nuevas estrategias de marketing y se va estar presente todo el año.

VI) Radio

Se consideró las estaciones de Europa Fm y Onda Cero, para estar presentes en los primeros cuatro meses del 2014, y al final una pequeña campaña a finales del año en Noviembre.

VII) Prensa

En la prensa se tomaron en cuenta los periódicos de 20 minutos y El País, para una campaña al final del año y no perder notoriedad en el mercado.



Tabla 16

MEDIA	Tamaño/ Duración			ENE/FEB/MAR/ABR				MAY/JUN/JUL/AGO				SEP/OCT/NOV/DIC				COSTE
TV	TV	Precio	Horario	Número de Spots, anuncios o mensajes												133,200
CONVENCIONAL																
Antena 3	20"	880.0	Mañana	30	30									30		79,200.00
Telecinco	20"	900.0	Mañana		30									30		54,000.00
ONLINE	ONLINE	Precio	Periodicidad													50,000.00
TBC	Google, Facebook	50,000.0	Annual													50,000.00
EXTERIORES	CIRCUITOS	Precio	Horario													55,000.00
OBLICUA	Vallas metro y autobuses	55,000.0	N/A													55,000.00
REVISTAS	TAMAÑO	Precio	Periodicidad													15,555.00
Clásicos de Ocasión	Página 1435	1,435.0	Mensual	1	1									1		4,305.00
Top Auto	1/2 Página 3750	3,750.0	Mensual	1	1									1		11,250.00
PPV	CIRCUITOS	Precio	Periodicidad													20,000.00
Talleres Independientes	Ofertas, merchandasing	20,000.0	N/A													20,000.00
Radio	CIRCUITOS	Precio	Periodicidad													64,100.00
Europa FM	20"	1,590.0	Tarde	5	10									5		31,800.00
Onda cero	20'	1,615.0	Tarde			5	10							5		32,300.00
Prensa	CIRCUITOS	Precio	Periodicidad													63,200.00
20 Minutos	1/2 página	19,200.0	Diario											2		38,400.00
El País	1/2 página	24,800.0	Diario											1		24,800.00
PRESUPUESTO TOTAL DE MEDIOS														401,055.0		

9.4.5 Seguimiento y control de los resultados: con que efectos

La finalidad de implementar el control estratégico de la ejecución es asegurar la implementación óptima del plan mediante la confrontación de los resultados alcanzados con los objetivos marcados, conforme lo anterior es importante saber cómo evoluciona la empresa respecto de los programas de acciones del plan de marketing cada mes del año, para que en cuando se detecte unas desviaciones favorables o adversas, descubrir sus causas y proveer acciones decisivas.

10 Análisis Legal y Fiscal

10.1 Determinación de la forma jurídica del empresario

10.1.1 Persona física o jurídica y, en su caso, tipo de sociedad.

Para la explotación del negocio, se acuerda la constitución de una sociedad mercantil bajo la forma de sociedad limitada nueva empresa. Dicha forma jurídica presenta de manera genérica las siguientes ventajas:

- Los trámites de constitución y puesta en marcha pueden realizarse por medios telemáticos, mediante el Documento Único Electrónico.
- La constitución puede también realizarse por el procedimiento presencial, con los mismos tiempos de respuesta de notarios y registradores (48 horas), si se opta por la utilización de unos estatutos sociales orientativos.
- Inicialmente se otorga una denominación social especial que incorpora un código alfa-numérico lo que permite su obtención en 24 horas, pudiendo en plazo posterior cambiarla de forma gratuita por otro objetivo o de fantasía.
- El objeto social es genérico permitiendo así una mayor flexibilidad en su definición evitando así la eventual modificación de los estatutos de la sociedad.
- No es precisa la llevanza del libro registro de socios habida cuenta el reducido número de socios.
- Se reconocen ventajas fiscales para ayudar a superar los primeros años de actividad empresarial.
- La Ley contempla ciertas medidas para facilitar la transformación a sociedad limitada.

En nuestro caso, la elección de esta forma societaria se fundamenta, precisamente, en la limitación a la responsabilidad de los socios, así como en la posibilidad de acogernos a las ventajas de constitución, fiscales y contables que ello reporta, además de ajustarse plenamente al número de socios que han de integrarla.

En ese sentido, se procederá a su constitución por medios telemáticos con el fin de ahorrar costes. Igualmente se han tenido en cuenta consideraciones relativas a la flexibilidad a la hora de fijar el objeto social y económico, en cuanto al capital mínimo exigido.



10.1.2 Aspectos fundamentales.

A. Denominación:

Conforme a lo establecido en la legislación reguladora de este tipo societario, inicialmente la denominación ha de consistir en el nombre y dos apellidos de uno de los socios más un código alfanumérico asignado por la Administración, seguido de la denominación “Sociedad Limitada Nueva Empresa” o la abreviación “SLNE”, pudiéndose después, según lo estipulado a partir de la Ley 24/2005, de 18 de Noviembre, en el plazo de tres meses cambiarlo de forma gratuita por un nombre objetivo o de fantasía.

En nuestro caso, haciendo uso de esta facultad, pasaremos a denominar a nuestra empresa “Green Energy Enterprises SLNE”.

B. Sede social:

La sede de la empresa radicará en Madrid, en local a determinar.

C. Objeto social:

El objeto será, inicialmente, la importación y comercialización en España de accesorios para motor. En concreto, realizaremos dicha actividad en relación al accesorio *NV FUEL OPTIMIZER*, pero haremos uso de la generalidad que nos permite la Ley a la hora de fijar el objeto social con el fin de dejar la puerta abierta a la diversificación, en su caso, sin que ello nos obligue a iniciar un proceso de modificación de los estatutos sociales.

En un futuro, si se dan circunstancias propicias, el objeto pasará a ser la producción y comercialización de accesorios para motor, con la vista puesta de nuevo en el citado accesorio *NV FUEL OPTIMIZER*, aunque salvando la generalidad de la fórmula estatutaria.

D. Capital y número de participaciones:

El capital social inicial será de 60.000 €. La razón por la que optamos por esta cantidad es para disponer, de un lado, de capital social suficiente para acceder a créditos; y de otra, para facilitar una posible transformación futura, si se dan las condiciones para ello, en Sociedad Anónima.

El número de participaciones será de 5.000, iguales, acumulables e indivisibles, con un valor nominal de 12 € cada una. Cada socio suscribirá 1000 participaciones, por un importe total de 12.000 €.

E. Régimen de mayorías en las Juntas:

Los acuerdos sociales se adoptarán por mayoría de los votos válidamente emitidos, siempre que representen al menos un tercio de los votos correspondientes a las participaciones sociales con derecho a voto en que se divide el capital social, no computándose los votos en blanco. No obstante y por excepción a lo dispuesto en el apartado anterior, se requerirá el voto favorable:



- a) De más de la mitad de los votos correspondientes a las participaciones en que se divide el capital social, para los acuerdos referentes a aumento o reducción del capital social, o cualquier modificación de los estatutos sociales para los que no se requiera la mayoría cualificada que se indica en el apartado siguiente.
- b) De al menos dos tercios de los votos correspondientes a las participaciones en que se divide el capital social, para los acuerdos referentes al aumento de capital social por encima del límite máximo establecido en el art. 135 de la Ley, a la transformación, fusión o escisión de la sociedad, a la supresión del derecho de preferencia en los aumentos de capital, a la exclusión de socios, a la autorización a los administradores para que puedan dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo, análogo o complementario género de actividad que constituya el objeto social.

F. Órgano de administración:

La administración de la sociedad podrá confiarse a un órgano unipersonal (administrador único), o a un órgano pluripersonal no colegiado (varios administradores que actuarán solidaria o conjuntamente) y cuyo número no será superior a cinco.

Corresponde a la Junta General, por mayoría cualificada y sin que implique modificación estatutaria, la facultad de optar por cualquiera de los modos de organizar la administración de la sociedad.

Para ser nombrado administrador se requerirá la condición de socio.

Los administradores ejercerán su cargo por tiempo indefinido, salvo que la Junta General, con posterioridad a la constitución, determine su nombramiento por plazo determinado.

La Junta General podrá acordar que el cargo de administrador sea retribuido, así como la forma y cuantía de la retribución.

G. Régimen de transmisión de las participaciones:

Será libre toda transmisión voluntaria de participaciones sociales realizada por actos inter vivos, a título oneroso o gratuito, a favor de otro socio, el cónyuge, descendientes o ascendientes del socio hasta el segundo grado. Las demás transmisiones por acto inter vivos se sujetarán a lo dispuesto en la ley.

Será igualmente libre toda transmisión mortis causa de participaciones sociales, sea por vía de herencia o legado a favor de otro socio, del cónyuge, descendiente o ascendiente hasta el segundo grado del socio. Fuera de estos casos, en las demás transmisiones mortis causa de participaciones sociales, los socios supervivientes y, en su defecto, la sociedad, gozarán de un derecho de adquisición preferente de las participaciones sociales del socio fallecido,



apreciadas en el valor razonable que tuvieren el día del fallecimiento y cuyo precio se pagará al contado.

Tal derecho deberá ejercitarse en el plazo máximo de tres meses a contar desde la comunicación a la sociedad de la adquisición hereditaria. A falta de acuerdo sobre el valor razonable de las participaciones sociales o sobre la persona o personas que hayan de valorarlas y el procedimiento a seguir para su valoración, las participaciones serán valoradas en los términos previstos en el art. 100 de la Ley de Sociedades de Capital.

Transcurrido dicho plazo sin que se hubiere ejercitado fehacientemente ese derecho, quedará consolidada la adquisición hereditaria.

10.2 Licencias y derechos

10.2.1 Registro de marcas y patentes

Se procederá al registro en España de la marca “*NV FUEL OPTIMIZER*” ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Al estar avanzada la tramitación de una patente internacional sobre el producto, cuando y si se llega a la fase de producción y comercialización del producto, puede ser necesaria la obtención de licencia sobre dicha patente.

10.2.2 Dominios de internet

Con el fin de dar publicidad de la actividad de Green Energy Enterprises y de facilitar al público la adquisición del producto, se contratará un dominio de Internet a una empresa de web posting y el desarrollo de una página web a una empresa de diseño web.

1.2.3 Derecho de exclusiva para Europa

Con el fin de protegernos frente al riesgo de que nuestro proveedor autorice a otros a comercializar *NV FUEL OPTIMIZER*, hemos apalabrado un derecho de comercialización en exclusiva para España y para Europa, salvo Alemania.

Estos extremos serán reflejados por escrito, estipulándose las correspondientes indemnizaciones en caso de incumplimiento o extinción del contrato por causa imputable a la otra parte.

1.2.4 Certificaciones y estudios

El accesorio *NV FUEL OPTIMIZER* ha sido objeto de ensayos de reducción de consumo y de emisiones contaminantes en los Estados Unidos.

No obstante, y con el fin de potenciar aún más la credibilidad del producto entre nuestros clientes y los consumidores finales, se reproducirán dichos ensayos en España, encomendándose a entidades tales como INTA, Automovilidad o TÜV Rheinland, obteniendo las correspondientes certificaciones que acrediten la fiabilidad del accesorio.

Tales estudios y certificaciones se realizarán y obtendrán por cuenta y a cargo del fabricante, acordándose con él las compensaciones económicas que procedan por este concepto.

10.3 Obligaciones legales y fiscales

10.3.1 Referencia al régimen de responsabilidad por daños y perjuicios causados por los bienes y servicios

De acuerdo con lo establecido en el art. 135 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, los productores serán responsables de los daños causados por los defectos de los productos que, respectivamente, fabriquen o importen.

Se considera producto defectuoso aquél que no ofrezca la seguridad que cabría legítimamente esperar.

A estos efectos, se considera productor:

1. El fabricante del bien o el prestador del servicio o su intermediario, o el importador del bien o servicio en el territorio de la UE, así como cualquier persona que se presente como tal al indicar en el bien o servicio su nombre, marca u otro signo distintivo.

2. El fabricante o importador en la UE de un producto determinado.

Todo perjudicado tiene derecho a ser indemnizado en los términos establecidos en la LGDCU por los daños o perjuicios causados por los bienes o servicios.

Será responsable subsidiario el proveedor cuando no quiera o no pueda identificar al fabricante. Igualmente será responsable cuando suministre el producto a sabiendas de la existencia de un defecto.

En consecuencia, al realizar Green Energy Enterprises la importación a la UE de un producto proveniente de EEUU será legalmente responsable de los defectos en el producto.

Consecuentemente, se negociará con la empresa fabricante las fórmulas para obtener compensación por este concepto.

10.3.2 Obligaciones relativas a la seguridad del producto:

El Real Decreto 1801/2003, de 26 de diciembre, sobre seguridad general de los productos regula, entre otros extremos, las obligaciones del productor en relación con sus productos y en su art. 2 d) 2º señala que a tales efectos se considera también productor “(...) a falta de representante establecido en la Comunidad [del fabricante], el importador del producto.”

En consecuencia, nos serán de aplicación las obligaciones reguladas en los art. 4 y 6. e tales obligaciones destacamos la de poner en circulación únicamente

productos seguros, informar a consumidores y usuarios de los riesgos que puedan provenir de una utilización normal o previsible de los productos y que no sean inmediatamente perceptibles; mantenerse informados de los riesgos que sus productos puedan entrañar e informar a los distribuidores; adoptar las medidas precisas, incluida la información, retirada y recuperación cuando descubran o tengan indicios de que han puesto en el mercado productos que suponen riesgos para los consumidores que son incompatibles con el deber general de seguridad e indicar en el producto o su envase los datos de identificación de su empresa y de la referencia del producto o, si procede, del lote de fabricación.

Por otra parte, como distribuidores, además de una serie de obligaciones análogas a las ya citadas, mencionamos la de informar a la Administración y a los productores sobre los riesgos de los que tengan conocimiento; mantener durante 3 años tras el agotamiento de existencias la documentación relativa al origen de los productos y en su caso, proporcionársela a las autoridades; y colaborar con la Administración en la evitación de tales riesgos.

Finalmente el art. 6 establece la obligación de comunicar a la autoridad competente de los riesgos incompatibles con el deber general de seguridad de los que se tenga o debiera tener conocimiento respecto de productos ya puestos en circulación.

También en relación con la seguridad del producto, y de acuerdo con los principios de la Decisión 768/2008/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de fecha 9 de julio de 2008 y las Directivas de Nuevo Enfoque, es responsabilidad de los importadores de un producto extracomunitario procurar el marcado CE que simboliza la conformidad de un producto con los requisitos esenciales de seguridad y salud que le son aplicables e impuestos al fabricante, cuando se trate de los artículos regulados en tales Directivas

En consecuencia promoveremos la obtención de dicho marcado, acordando con el fabricante el repercutirle los gastos generados por este concepto

10.3.3 Obligaciones generales

- a) Legalización de los Libros
- b) Llevar y conservar libros de contabilidad y registros, así como los programas, ficheros y archivos informáticos que les sirvan de soporte y los sistemas de codificación utilizados que permitan la interpretación de los datos cuando la obligación se cumpla con utilización de sistemas informáticos (art. 29 d) Ley General Tributaria).
- c) Expedir y entregar facturas o documentos sustitutivos y conservar las facturas, documentos y justificantes que tengan relación con sus obligaciones tributarias (art. 29 e) Ley General Tributaria⁶).

⁶ Desarrollado por el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.



- d) Depósito de las cuentas anuales, certificación de los acuerdos de aprobación por la junta de las cuentas y de la aplicación del resultado: Dentro del mes siguiente a la aprobación de dichas cuentas, ante el Registro Mercantil del domicilio social (art. 279 Ley de Sociedades de Capital).
- e) Inscripción de la empresa en la Seguridad Social y obtención de CCC.
- f) Dar de alta a los trabajadores por cuenta ajena en la Seguridad Social
- g) Comunicación a los Servicios Públicos de Empleo el contenido de los contratos celebrados o de sus prórrogas. Mediante copia y dentro de los 10 días hábiles siguientes a su celebración.
- h) Llevanza de un Libro de Matrícula de trabajadores en el que se inscribirán todos los trabajadores en el momento en que inicien su prestación de servicios (art. 51 Real Decreto 84/1996 por el que se aprueba el Reglamento General sobre inscripción de empresas y afiliación, altas, bajas y variaciones de datos de trabajadores en la Seguridad Social).

10.3.4 Obligaciones fiscales

- a) Alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores

Modelos 036 y 037

- b) Impuesto de Actividades Económicas

En principio, la realización de actividades empresariales supone la obligación de satisfacer este tributo, pero el art. 82 de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales estipula, de una parte, que los sujetos pasivos que inicien su actividad en territorio español están exentos durante los dos primeros años de existencia; y de otra declara igualmente exentos a aquellos sujetos pasivos del Impuesto de Sociedades cuyo importe neto de su cifra de negocios sea inferior al millón de euros.

- c) Impuesto de sociedades

Es objeto de análisis en el punto 10.5.1

- d) Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

La constitución de la sociedad está exenta.

- e) Impuesto sobre el Valor Añadido

De una parte, Green Energy Enterprises será sujeto pasivo de este tributo como destinatario de sus importaciones. De otra, repercutirá el IVA a sus clientes. El tipo aplicable será el general del 21%.

- f) Retenciones del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

La sociedad viene obligada a practicar retenciones en su nómina a los trabajadores en concepto del IRPF.

10.4 Permisos y financiación externa

10.4.1 Relación de permisos y autorizaciones necesarios:

a) Obtención de Certificación Negativa de Denominación (CNN):

Debe estar expedida a nombre de uno de los socios fundadores. Se cursará ante el Registro Mercantil. La solicitud incluirá:

- Nombre de uno de los fundadores o promotores.
- Hasta 3 denominaciones alternativas por orden de preferencia.
- Indicación de la forma social elegida.

b) Apertura cuenta corriente. Depósito capital mínimo y obtención del Certificado de depósito de Capital Social:

Ante banco o caja.

c) Cumplimentación del Documento Único Electrónico:

Este trámite se realiza electrónicamente, entregando la documentación precisa al técnico del Punto de Acceso Electrónico.

d) Otorgamiento de Escritura de Constitución:

Ante Notario. El STT-CIRCE puede, a solicitud del interesado, ponerle en contacto con un Notario, comunicándole la fecha y hora de cita. En tal caso, enviará además al Notario los datos del DUE.

El interesado deberá aportar:

- La CNN
- Certificado de desembolso del capital social expedido por el banco o caja.

e) Solicitud del NIF provisional:

Se podrá hacer telemáticamente. El Notario comunicará a través del STT-CIRCE los datos precisos a la AEAT, que asignará el NIF provisional y realizará el Alta Censal.

f) Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Inscripción registral. Generación de Códigos de Cuenta de Cotización. Afiliación, en su caso y Alta de socios y trabajadores a la Seguridad Social. Expedición de la Escritura inscrita. Solicitud del NIF definitivo a la AEAT. Solicitud de reserva de marca. Licencias municipales:

Pasos automatizados a través del STT-CIRCE.

g) Legalización de los libros:

1. Libros de contabilidad:

- Libro de inventarios y de cuentas anuales
- Libro Diario
- Otros que se consideren convenientes

2. Libros societarios:



- Libro de Actas
- Libro Registro de Socios

10.4.2 Referencia a la homologación

Con el fin de asegurarnos de que la instalación del accesorio *NV FUEL OPTIMIZER* está de acuerdo con la normativa aplicable y obtiene el visto bueno de la Inspección Técnica de Vehículos (ITV) nos hemos planteado la posibilidad de que dicha instalación estuviera sujeta a homologación.

Esta cuestión tiene una gran relevancia desde el punto de vista del éxito comercial de nuestra actividad, dado que todo trámite ulterior a la adquisición que los usuarios hayan de realizar estaría llamado a reflejarse negativamente en nuestra cifra de ventas.

En este sentido, nos hemos puesto en contacto con el taller Ford Autoinsa Segovia⁷, cuyos técnicos, después de estudiar el accesorio *NV FUEL OPTIMIZER* concluyeron que dadas sus características técnicas no requiere homologación o trámite ulterior alguno, pudiendo instalarse directamente en los vehículos, sin que ello plantee complicación alguna con la ITV.

10.4.3 Financiación externa:

Hemos investigado las distintas opciones de obtención de financiación externa tanto provenientes de entidades públicas como privadas. En particular, los créditos que el Banco Europeo de Inversión concede a empresas a través de entidades financieras privadas. Hemos considerado que las opciones más interesantes son las que siguen:

- a) Línea de crédito ENISA jóvenes emprendedores del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Está orientada a fomentar la creación de PYMES en base a proyectos impulsados por emprendedores de hasta 40 años. Se trata de unos préstamos cuya cuantía oscila entre 25.000 € y 75.000 € Se puede solicitar a través del Portal del Cliente de ENISA o a través de entidades colaboradoras.
- Sin garantía
 - Carencia: hasta 1 año
 - Amortización: Hasta 4 años (incluida carencia)
 - Interés:
 1. Primer tramo: Interés fijo (Euribor + 3%)
 2. Segundo tramo: Interés fijo + 4,5% en función de la rentabilidad financiera de la empresa
 - Comisión de apertura: 0,5 %
- b) Línea de crédito ENISA emprendedores, similar a la anterior pero sin límite de

⁷ Ford Autoinsa Segovia. Crta. San Rafael 50, Pol. Ind. El Cerro, 40006 Segovia



edad. En este caso, la cuantía de los préstamos oscila entre 20.000 € y 300.000 € a devolver en un máximo de 6 años.

- Sin garantía

- Carencia: hasta 2 años

- Amortización: Hasta 6 años (incluida carencia)

- Interés:

1. Primer tramo: Interés fijo (Euribor + 2,5%)

2. Segundo tramo: Interés fijo + 8% máximo en función de la rentabilidad financiera.

- Comisión de apertura: 0,5%

c) Línea de crédito ICO Empresas y Emprendedores 2013, Dirigida a autónomos y empresas que vayan a realizar inversiones o tengas necesidades de liquidez. Hasta 10 millones de euros por cliente en una o varias actuaciones. En préstamo o leasing si se destina a inversión.

- Amortización:

1. Operaciones de liquidez: 1 a 3 años. Carencia de hasta 1 año

2. Operaciones de inversión: 1 a 20 años. Carencia hasta 2 años

- Interés: Optar entre

A. Interés fijo, según cotización quincenal comunicada por el ICO, más hasta el 2% en operaciones a un año y 2,3% en operaciones a más de un año

B. Interés variable: Euribor a 6 meses más diferencial según cotización quincenal comunicada por el ICO, más hasta 2% en operaciones a un año y 2,3% en operaciones a más de un año.

- Garantía: a determinar en la entidad en la que se solicite

10.5 Régimen fiscal:

10.5.1 Análisis del coste fiscal del beneficio de la actividad en función de la forma jurídica elegida

Constituyéndose Green Energy Enterprises, al amparo de lo establecido en el Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, como una sociedad limitada nueva empresa, su beneficio quedará grabado a través del impuesto de sociedades.

Por su parte, el Capítulo XII de la Ley del Impuesto de Sociedades regula los incentivos fiscales aplicables a las empresas de reducida dimensión, estableciendo en el art. 114 el siguiente tipo de gravamen:

a) Por la parte de base imponible comprendida entre 0 y 300.000 euros, al tipo del 25 por ciento.

b) Por la parte de base imponible restante, al tipo del 30 por ciento.

No obstante lo dicho, el Real Decreto-Ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo introduce una modificación que nos afecta en la Ley del Impuesto sobre Sociedades:

«Disposición adicional decimonovena. Entidades de nueva creación.

1. Las entidades de nueva creación, constituidas a partir de 1 de enero de 2013, que realicen actividades económicas tributarán, en el primer período impositivo en que la base imponible resulte positiva y en el siguiente, con arreglo a la siguiente escala, excepto si, de acuerdo con lo previsto en el artículo 28 de esta Ley, deban tributar a un tipo diferente al general:

a) Por la parte de base imponible comprendida entre 0 y 300.000 euros, al tipo del 15 por ciento.

b) Por la parte de base imponible restante, al tipo del 20 por ciento.

(...)»

10.5.2 Beneficios fiscales aplicables: Régimen fiscal de las entidades de reducida dimensión

Dadas las características de nuestra empresa y las cifras de negocio estimadas, le será de aplicación el régimen fiscal de incentivos fiscales para las entidades de reducida dimensión, regulado en el Capítulo XII del Título VII, arts. 108 a 114 del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades:

Como regla general, se consideran empresas de reducida dimensión aquellas cuya cifra de negocios en el período impositivo inmediatamente anterior haya sido inferior a 10 millones de euros, sea cual sea el importe neto de la cifra de negocios en el ejercicio actual.

Además, estas ventajas se aplicarán también en los tres períodos impositivos inmediatos y siguientes a aquél período impositivo en que alcancen los 10 millones de euros de cifra de negocios, siempre que las mismas hayan cumplido las condiciones para ser consideradas como de reducida dimensión tanto en aquél período como en los dos períodos impositivos anteriores a este último. Tales empresas tienen una serie de ventajas fiscales, como son:

- a) Libertad para amortizar los bienes del inmovilizado material nuevos. En principio, esta ventaja se aplica sólo si tales bienes repercuten directamente en la creación de empleo, aunque por RD Ley 13/2010 esta limitación no es de aplicación para los ejercicios 2011-2015. No obstante, habida cuenta que nuestra actividad se realizará inicialmente en un semillero de empresas, no se prevé la adquisición de tales bienes.
- b) Libertad para amortizar inversiones de escaso valor cuyo valor unitario no exceda de 601,01 euros, con el límite de 12.020,24 euros de inversión conjunta en el período impositivo.

- c) Amortización acelerada del inmovilizado material nuevo y del inmovilizado inmaterial, amortizándose fiscalmente el resultado de multiplicar por 2 los coeficientes máximos de amortización lineal aprobados por tablas oficiales. En el supuesto de bienes adquiridos por reinversión de fondos por la venta previa de otro bien, se permite incluso triplicar dichos coeficientes siempre y cuando la cantidad obtenida por la venta se destine en su totalidad a adquirir el nuevo bien.
- d) Provisión para insolvencias: Se puede hacer una provisión para insolvencias, además de las dotadas de acuerdo con el régimen común, por importe de un 1% sobre el saldo de deudores que exista al final del ejercicio, excluyendo aquellos saldos ya dotados por insolvencias previamente.
- e) Tipo de gravamen: Las empresas de reducida dimensión tributan los primeros 300.000 euros a un tipo de gravamen de 25% y el resto de la base imponible al general del 30%.

10.6 Coste de la constitución de la sociedad:

La posibilidad de constituir la sociedad de forma telemática no sólo resulta en una reducción significativa de los tiempos, sino también de los costes. En concreto, en la constitución de Green Energy Enterprises se incurrirá en los siguientes costes⁸:

1. Capital social: 60.000 €
2. Certificación negativa de nombre: 20,12 €
3. Costes de publicación en el BORME: 60 €
4. Costes notariales: 500 €
5. Costes registrales: 150 €
6. Legalización libros: 60 €

En consecuencia, el coste ascenderá a un total de 60.790,12 €, incluido el capital social.

Capital social	60.000,00 €
CNN	20,12 €
BORME	60,00 €
Notario	500,00 €
Registro	150,00 €
Legalización libros	60,00 €
Total	60.790,12 €

⁸ Algunos de estos costes son aproximados, al depender de variables que no podemos fijar de antemano.

11 Plan Económico Financiero

11.1 Hipótesis financieras y generación de escenarios

11.1.1 Necesidades de inversión y fuentes de financiación

Fuentes de Financiación	Escenario Neutral	Escenario Pesimista	Escenario Optimista
Capital Propio	30%	30%	30%
Capital Riesgo	30%	35%	25%
Préstamos	30%	35%	25%
Capital Asociado	10%	0%	20%

11.1.2 Proyecciones de ingresos y resto de partidas que conforman la cuenta de resultados provisional

Cuenta de Resultados Mensual (Año 1)

		Referencias													
		Monto													
		0 mes	1 mes	2 meses	3 meses	4 meses	5 meses	6 meses	7 meses	8 meses	9 meses	10 meses	11 meses	12 meses	Totales
6	Ventas por unidades Turnover Ventas Total (en Euros) Premio Gasol Total		250	250	261	500	575	596	656	675	767	997	1.035	1.073	7.668
			43.743	43.743	44.012	97.953	100.637	104.622	111.371	118.061	134.921	174.437	181.146	187.855	1.341.621
			175	175	175	392	403	419	445	472	507	606	725	730	5.346
			75	75	75	168	173	179	191	202	230	299	311	344	2.522
			€ 43.743,37	€ 43.743,37	€ 44.011,73	€ 97.952,95	€ 100.636,59	€ 104.622,05	€ 111.371,16	€ 118.060,26	€ 134.921,12	€ 174.438,75	€ 181.146,96	€ 187.854,96	€ 1.341.621
2	Costos Variables														
	Materiales - Insumos (Casaca de Transporte, Distribucion)		21.247	21.247	21.377	47.577	48.881	50.836	54.056	57.353	65.174	84.726	87.985	91.244	651.742
2	Costos Variables		1.597	1.597	1.626	3.575	3.620	4.055	4.298	4.510	4.898	6.367	6.512	6.657	48.976
			€ 21.843,41	€ 21.843,41	€ 22.003,36	€ 51.152,43	€ 52.503,36	€ 54.890,61	€ 58.354,81	€ 61.863,20	€ 70.073,92	€ 91.093,36	€ 94.506,95	€ 98.100,55	€ 700.718
	Beneficio (B) = (Ventas - Costos Variables)		€ 21.899,96	€ 21.899,96	€ 21.938,38	€ 46.800,52	€ 48.032,72	€ 50.066,03	€ 53.219,35	€ 56.417,06	€ 64.110,30	€ 83.345,39	€ 86.540,90	€ 89.754,42	€ 641.103
3.1	Costos Fijos		12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500	150.000
3.2	Sueldos (Suces + SS)														
3.3	Sueldos Empleos + SS		600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7.200
3.4	Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos		300	300	300	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.565
3.5	Insumos de Oficina		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
3.6	Correspondencia y Cargos		350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
3.7	Teléfono Móvil		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
3.8	Marketing Publicidad		13.123	13.123	13.294	28.366	30.191	31.399	33.411	35.424	40.255	62.331	54.344	56.356	402.546
3.9	Gastos de representación		170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	2.040
3.10	Seguros		80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
3.11	Suscripciones / Otros (146.5263333333 - Anroz)		120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440
3.12	Gastos de Capacitación (15% de ventas)		219	219	220	490	503	523	557	590	671	872	906	939	6.709
3.13	Gastos impuestos 5% de costos fijos		1.366	1.367	1.390	2.233	2.275	2.338	2.444	2.549	2.801	3.431	3.536	3.640	29.420
3.14	Gastos por incidencias (15% de Ventas)		328	328	330	735	755	785	819	866	1.006	1.308	1.359	1.409	10.564
	Total Costos Fijos		€ 29.295	€ 29.137	€ 29.199	€ 46.899	€ 47.779	€ 49.100	€ 51.280	€ 53.529	€ 59.813	€ 72.847	€ 74.249	€ 76.450	€ 617.624
	Beneficio de explotación		€ (8.394,64)	€ (2.277,34)	€ (8.170,32)	€ (88,04)	€ (303,39)	€ (966,05)	€ (1.865,89)	€ (2.897,96)	€ (5.297,79)	€ (11.296,08)	€ (12.500,17)	€ (13.594,25)	€ (22.779)
12.1	Intereses		369	362	365	350	344	338	332	326	319	313	307	301	4.177
12.2	Total Intereses		€ 1.245,93	€ 1.198,24	€ 1.177,93	€ 1.157,62	€ 1.137,31	€ 1.117,00	€ 1.096,70	€ 1.076,39	€ 1.056,08	€ 1.035,77	€ 1.015,46	€ 995,15	€ 9.255
7	Amortización / Depreciación		62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	743
7	Total Depreciación		€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 75,25	€ 903
	Costos Fijos - Intereses / Depreciación														
	Beneficio Antes Impuestos		(8.669)	(8.511)	(8.404)	(699)	(286)	(712)	(1.736)	(4.166)	(10.165)	(11.209)	(12.234)	(13.264)	(9.093)
	Impuestos sobre sociedades														(1.361)
	Resultado Después Impuestos		(8.669)	(8.511)	(8.404)	(699)	(286)	(712)	(1.736)	(4.166)	(10.165)	(11.209)	(12.234)	(12.234)	(9.093)

Tasa de Impuestos
 15% < 200.00€
 20% > 200.00€
 De calcula impuestos año por año.

Cuenta de Resultados Año por Año

	Nota	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2016	31/12/2017
Ventas por unidades		7.668	9.968	12.460	14.952	16.447
Turnover						
Ventas Total (en Euros)	6,0	1.341.821	1.744.368	2.180.459	2.691.310	2.960.441
Petroleo		5.346	5.746	7.183	8.619	9.481
Gasol		2.322	4.222	5.277	6.333	6.966
Total		€ 1.341.821,17	€ 1.744.367,62	€ 2.180.459,40	€ 2.691.309,89	€ 2.960.440,88
Costos Variables						
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribucion)	2	651.742	847.264	1.059.080	1.270.896	1.397.986
Otros (3,65% de Ventas)	2	48.976	63.669	79.587	98.233	108.056
Costos Variables		€ 700.718,18	€ 910.933,64	€ 1.138.667,05	€ 1.369.129,15	€ 1.506.042,06
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)		€ 641.102,99	€ 833.433,88	€ 1.041.792,35	€ 1.322.180,74	€ 1.454.398,82
Costos Fijos		0	15	15	30	45
Sueldos (Socios + SS)	3,1	150.000	150.000	155.000	160.000	170.000
Sueldos (Empleos + SS)	3,2	-	15.000	15.000	30.000	45.000
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	3,3	7.200	9.360	11.700	14.040	15.444
Insumos de Oficina	3,4	1.925	2.118	2.647	3.176	3.494
Correspondencia y Cargos	3,5	1.200	1.320	1.650	1.980	2.178
Teléfono Movil	3,6	4.200	4.620	5.775	6.930	7.623
Subscripción página web/hosting o actualización	3,7	120	132	165	198	218
Marketing/publicidad	3,8	402.546	523.310	654.138	807.393	888.132
Gastos de representacion	3,9	2.040	2.652	3.315	3.978	4.376
Seguros	3,10	960	1.248	1.560	1.872	2.059
Subscripciones y Otros (3146.5208333333 - Amort)	3,11	1.440	1.872	2.340	2.808	3.089
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	3,12	6.709	8.722	10.902	13.457	14.802
Gastos inesperados 5% de costos fijos	3,13	29.420	36.672	44.027	53.301	58.931
Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	3,14	10.064	13.083	16.353	20.185	22.203
Total Costos Fijos		617.824	770.108	924.573	1.119.317	1.237.549
Beneficio de Explotacion		23.279	63.326	117.220	202.863	216.850
Intereses						
Intereses - préstamo bancario	12,1	4.017	3.133	2.396	1.290	405
Intereses - facilidad de sobregiro		-	-	-	-	-
Intereses - préstamo business angels	12,2	9.265	7.225	5.185	3.145	1.105
Total Intereses		13.282	10.358	7.581	4.435	1.510
Amortización / Depreciación						
Amortización de Intangibles	7	743	743	743	743	743
Amortización de Equipo Informática	7	160	160	160	160	160
Total Depreciación		903	903	903	903	903
Costos Fijos - Intereses y Depreciación:						
Beneficio Antes Impuestos		9.993	52.065	108.736	197.525	214.436
Impuestos sobre sociedades		1.364	7.810	16.310	29.629	42.887
Resultado Despues Impuestos		7.729	44.255	92.426	167.897	171.549

Estado de Flujos de Caja Anualmente (Años 1-5)

		2014	2015	2016	2017	2018
A. Flujos de Efectivo de las actividades de explotación						
1. Resultado de Ejercicio		9.093	44.255	92.426	167.897	171.549
2. Ajustes para obtener los flujos de efectivo de las actividades de explotación						
2.1 Amortización	7	903	903	903	903	903
2.2 Otros Ajustes		-	-	-	-	-
3. Aumento/Disminución de los activos de explotación						
3.1 Cuentas a Cobrar	10	(374.534)	78.942	(85.220)	121.737	(42.444)
3.2 Existencias		(5.751)	(62.922)	(15.730)	(9.980)	(78.111)
4. Aumento/Disminución de los pasivos de explotación						
4.1 Cuentas a pagar	11	235.231	(32.604)	50.657	50.657	30.394
5. Cobros/Pagos por impuesto sobre beneficios						
5.1 Pago por impuestos de año anterior		1.364	7.810	16.310	29.629	42.887
		(1.364)	(1.364)	(7.810)	(16.310)	(29.629)
Flujos netos por actividades generados o (usados)		(135.058)	35.020	51.536	344.532	95.550
B. Flujos de efectivo de las actividades de inversión						
1. Ventas de Equipos		-	-	-	-	-
2. Compras de Activos						
Informatica	7	(800)	-	-	-	-
Patente - Parte Gasol	7	(5.350)	-	-	-	-
Patente - Parte Petrol	7	(5.350)	-	-	-	-
Webpage	7	(500)	-	-	-	-
Gastos de Constitución	7	(790)	-	-	-	-
Flujos netos por actividades de Inversión generados (usados)		(12.790)	-	-	-	-
C. Flujos de efectivo de las actividades de financiamiento						
1. Emisión - de acciones						
1.a Emisión por capital de emprendedores		60.000	-	-	-	-
1.b Emisión por Capital - Socios USA		20.000	-	-	-	-
2. Financiación por Prestamos						
2.1 Pagos de Principal- Préstamos		120.000	-	-	-	-
		(24.000)	-	-	-	-
Flujos netos por actividades de Financiación		176.000	(24.000)	(24.000)	(24.000)	(24.000)
Recursos Netos generados o (usado)		28.152	11.020	27.536	320.532	71.550
Balance de efectivo en principio del periodo		-	28.152	39.173	66.709	387.241
Balance de efectivo al final del periodo		28.152	39.173	66.709	387.241	458.790

11.1.3 Proyecciones del balance

Balance de Situación Annualemnte						Nota
	31/12/2014	31/12/2015	12/12/2016	31/12/2017	12/1/2018	
Activo corriente:						
Activos Tangibles						
Cesivo	24.152	39.173	66.709	397.241	468.790	
Cuentas a Cobrar Neto	374.834	298.832	390.812	299.075	301.519	10.0
Reservas para Incobrables	384.688	308.675	397.185	279.259	323.222	
Reservas para Incobrables	10.064	13.083	16.353	20.185	22.203	
Calculación de Cuentas a Cobrar		1.744.368	2.189.459	2.691.310	2.860.441	
Ventas		1.820.291	2.091.969	2.809.216	2.915.978	
Collección de Cuentas a Cobrar						
Inventario de mercadería (Precio y Gasolina)	5.791	88.672	84.403	94.335	172.894	2.0
Coste de Unidad: 75						
Calculación de Inventario.		810.508	1.013.135	1.215.762	1.337.338	
Compra de Mercadería (A coste: 101% de Ventas Prevista)						
1						
Activos Intangibles						
Patentes	10.165	9.630	9.095	8.560	8.025	7.0
Parte Patroño	5.350	5.350	5.350	5.350	5.350	
Parte Gasol	5.350	5.350	5.350	5.350	5.350	
Parte (Reserva) Acumulada	(836)	1.070	1.605	2.140	2.675	
Cambio por Amortización						
Gastos con pago por adelantado	632	474	316	158	-	7.0
Gastos de Constitución	790	790	790	790	790	
Parte (Reserva) Acumulada	(168)	316	474	632	790	
Cambio por Amortización						
Webpage	450	400	350	300	250	7.0
Gastos de Viaje	900	500	500	500	500	
Parte (Reserva) Acumulada	(60)	100	150	200	250	
Cambio por Amortización						
Activo fijo:						
Gastos de Informática	640	489	339	189	139	7.0
Gastos de Software	800	800	800	800	800	
Menos (Amortización Acumulada)	(160)	320	480	640	800	
Cambio por Amortización						
Impuestos diferidos al cobro (por Año)	-	-	-	-	-	
Otro activo:						
Valor ilíquido						
Activo total	421.324	414.421	542.004	749.974	941.076	
Pasivo y patrimonio						
Pasivo corriente:						
Cuentas por pagar - Mercancia	212.231	202.627	292.294	300.940	334.335	11.0
Calculación de cuentas a pagar - mercancia						
Compras	810.508	1.013.135	1.215.762	1.215.762	1.337.338	
Pagos de Compras (Cada 180 días)	643.112	862.478	966.478	1.185.105	1.306.944	
Práximo Balance	46.890	58.609	74.006	92.609	111.129	15.1
Práximo Balance	44.000	38.000	44.000	44.000	44.000	12.2
Impuestos diferidos al pago	1.364	7.610	16.310	29.623	42.397	
Patrimonio:						
Patrimonio Propio de Emprendedores	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	
Patrimonio de Business Angels	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	
Patrimonio Socios de ESO	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	
Ganancias/Perdidas Retenidas	7.729	51.985	144.410	312.307	483.156	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	421.324	414.421	542.004	749.974	941.076	
Check	-	-	-	-	-	

Necesidades y Variación de Fondo de Maniobra

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Necesidades de Fondo de Maniobra					
Cambio de Cuentas a Cobrar	61.957	48.590	62.599	42.598	49.595
Cambio de Cuentas a Pagar	(58.002)	(48.953)	62.454	(74.944)	(82.459)
Cambio de Existencias	473	5.644	6.937	7.757	14.178
	4.038	4.272	7.093	(24.599)	(18.656)
Variación de fondo de maniobra					
Neutral	(4.038)	234	2.811	(31.882)	5.933
Optimista	(4.442)	259	2.951	(34.850)	6.493
Pesimista	(3.200)	176	2.530	(25.346)	4.722

11.2 Análisis de los estados financieros

11.2.1 Análisis financiero

Ratios Financieros		Escenario Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ratios							
Ratio de Liquidez =	Activo Corriente/Pasivo Corriente		1,78	2,06	2,16	2,50	2,86
Ratio de Disponibilidad =	Disponible/Pasivo Corriente		0,12	0,19	0,26	1,27	1,37
Ratio de Solvencia o Garantía =	Activo Total/Pasivo Total		1,27	1,51	1,80	2,29	2,81
Ratio de Endeudamiento =	Pasivo Total/Patrimonio Neto		1,37	1,03	0,69	0,34	0,00

Ratio	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera	Rotacion de los activos	Ratio de Liquidez	Ratio de Solvencia	Margen de rentabilidad	Retomo sobre los activos
Análisis financiero del sector en el año 2012							
<i>Media</i>	-4,89	7,75	5,18	1,95	23,55	-7,99	-4,89

* Comparando algunos ratios del sector para el año 2012 con los que arroja nuestro proyecto podemos señalar que nuestro ratio de liquidez es bastante similar a la media del sector durante el año pasado, mientras que al ser una empresa nueva en el primer año el ratio de solvencia, se verá afectado si lo comparamos con el del mercado.

11.2.2 Análisis económico

Ratios Economicos		Escenario Neutro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad Economica =	BAl/Activo		0,05	0,15	0,21	0,27	0,23
Rentabilidad Financiera =	BDI/Patrimonio Neto		0,11	0,63	1,32	2,40	2,45

11.3 Análisis de escenarios

11.3.1 Escenario Neutro

Escenario Neutro					
Ventas					
Optimizador de Combustible	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	€ 773.514,53	€ 1.005.568,89	€ 1.256.961,11	€ 1.551.449,14	€ 1.706.594,05
unidades	4.420	5.746	7.183	8.619	9.481
precio	175	175	175	180	180
Optimizador de Diesel					
Ingresos B	€ 568.306,64	€ 738.798,64	€ 923.498,29	€ 1.139.860,75	€ 1.253.846,83
unidades	3.247	4.222	5.277	6.333	6.966
precio	175	175	175	180	180
Costes Variables					
Otros Costes Variables	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%
Coste de mercaderías (gastos de traslado incluido)	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00
Estado de Resultados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	773.515	1.005.569	1.256.961	1.551.449	1.706.594
Ingresos B	568.307	738.799	923.498	1.139.861	1.253.847
Ingresos Total	€ 1.341.821	€ 1.744.368	€ 2.180.459	€ 2.691.310	€ 2.960.441
Costos Variables					
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribución)	651.742	847.264	1.059.080	1.270.896	1.397.986
Otros	48.976	63.669	79.587	98.233	108.056
Costos Variables Total	€ 700.718	€ 910.934	€ 1.138.667	€ 1.369.129	€ 1.506.042
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	€ 641.103	€ 833.434	€ 1.041.792	€ 1.322.181	€ 1.454.399
Costos Fijos	-	15	15	30	45
Sueldos (Socios + SS y Empleos + SS)	150.000	150.000	155.000	160.000	170.000
Sueldos (Empleos + SS)	-	15.000	15.000	30.000	45.000
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	7.200	9.360	11.700	14.040	15.444
Insumos de Oficina	1.925	2.118	2.647	3.176	3.494
Correspondencia y Cargos	1.200	1.320	1.650	1.980	2.178
Teléfono Móvil	4.200	4.620	5.775	6.930	7.623
Subscripción página web/hosting o actualización	120	132	165	198	218
Marketing/publicidad	402.546	523.310	654.138	807.393	888.132
Gastos de representación	2.040	2.652	3.315	3.978	4.376
Seguros	960	1.248	1.560	1.872	2.059
Subscripciones y Otros	1.440	1.872	2.340	2.808	3.089
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	6.709	8.722	10.902	13.457	14.802
Gastos inesperados 5% de costos fijos	29.420	36.672	44.027	53.301	58.931
Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	10.064	13.083	16.353	20.185	22.203
Total Costos Fijos	€ 617.824	€ 770.108	€ 924.573	€ 1.119.317	€ 1.237.549
Beneficio de Explotación	23.279	63.326	117.220	202.863	216.850
Intereses	-	-	-	-	-
Intereses - préstamo bancario	4.017	3.133	2.396	1.290	405
Intereses - facilidad de sobregiro	-	-	-	-	-
Intereses - préstamo business angels	9.265	7.225	5.185	3.145	1.105
Total Intereses	€ 13.282	€ 10.358	€ 7.581	€ 4.435	€ 1.510
Amortización / Depreciación					
Amortización de Intangibles	743	743	743	743	743
Amortización de Equipo Informática	160	160	160	160	160
Total Depreciación	€ 903,02	€ 903,02	€ 903,02	€ 903,02	€ 903,02
Beneficio Antes Impuestos	€ 9.093	€ 52.065	€ 108.736	€ 197.525	€ 214.436
Impuestos					
Impuestos por porcentaje (15% <200,000 o 20% >200,000)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	20,00%
Impuestos sobre sociedades	€ 1.364	€ 7.810	€ 16.310	€ 29.629	€ 42.887
Resultado Después Impuestos	€ 7.729	€ 44.255	€ 92.426	€ 167.897	€ 171.549
Flujo de Caja Libre Operativo					
Necesidades de Fondo de Maniobra	-4.038	234	2.811	-31.682	5.903
Amortización	903,024	903,024	903,024	903,024	903,024
Flujo de Caja Libre Operativo	€ 4.595	€ 45.392	€ 96.140	€ 137.118	€ 178.355

Escenario Neutro

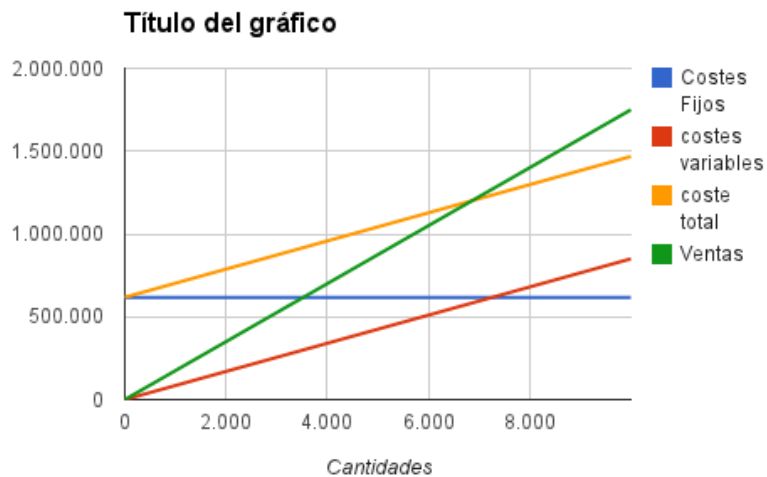
Ventas					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Optimizador de Combustible					
Ingresos A	€ 773.514,53	€ 1.005.568,89	€ 1.256.961,11	€ 1.551.449,14	€ 1.706.594,05
unidades	4.420	5.746	7.183	8.619	9.481
precio	175	175	175	180	180
Optimizador de Diesel					
Ingresos B	€ 568.306,64	€ 738.798,64	€ 923.498,29	€ 1.139.860,75	€ 1.253.846,83
unidades	3.247	4.222	5.277	6.333	6.966
precio	175	175	175	180	180
Costes Variables					
Otros Costes Variables	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%
Coste de mercaderías (gastos de traslado incluido)	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00
Estado de Resultados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	773.515	1.005.569	1.256.961	1.551.449	1.706.594
Ingresos B	568.307	738.799	923.498	1.139.861	1.253.847
Ingresos Total	€ 1.341.821	€ 1.744.368	€ 2.180.459	€ 2.691.310	€ 2.960.441
Costos Variables					
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribución)	651.742	847.264	1.059.080	1.270.896	1.397.986
Otros	48.976	63.669	79.587	98.233	108.056
Costos Variables Total	€ 700.718	€ 910.934	€ 1.138.667	€ 1.369.129	€ 1.506.042
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	€ 641.103	€ 833.434	€ 1.041.792	€ 1.322.181	€ 1.454.399
Costos Fijos					
Sueldos (Socios + SS y Empleos + SS)	150.000	150.000	155.000	160.000	170.000
Sueldos (Empleos + SS)	-	15.000	15.000	30.000	45.000
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	7.200	9.360	11.700	14.040	15.444
Insumos de Oficina	1.925	2.118	2.647	3.176	3.494
Correspondencia y Cargos	1.200	1.320	1.650	1.980	2.178
Teléfono Móvil	4.200	4.620	5.775	6.930	7.623
Subscripción página web/hosting o actualización	120	132	165	198	218
Marketing/publicidad	402.546	523.310	654.138	807.393	888.132
Gastos de representación	2.040	2.652	3.315	3.978	4.376
Seguros	960	1.248	1.560	1.872	2.059
Subscripciones y Otros	1.440	1.872	2.340	2.808	3.089
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	6.709	8.722	10.902	13.457	14.802
Gastos inesperados 5% de costos fijos	29.420	36.672	44.027	53.301	58.931
Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	10.064	13.083	16.353	20.185	22.203
Total Costos Fijos	€ 617.824	€ 770.108	€ 924.573	€ 1.119.317	€ 1.237.549
Beneficio de Explotación	23.279	63.326	117.220	202.863	216.850
Intereses					
Intereses - préstamo bancario	4.017	3.133	2.396	1.290	405
Intereses - facilidad de sobregiro	-	-	-	-	-
Intereses - préstamo business angels	9.265	7.225	5.185	3.145	1.105
Total Intereses	€ 13.282	€ 10.358	€ 7.581	€ 4.435	€ 1.510
Amortización / Depreciación					
Amortización de Intangibles	635	635	635	635	635
Amortización de Equipo Informática	160	160	160	160	160
Total Depreciación	€ 795,00	€ 795,00	€ 795,00	€ 795,00	€ 795,00
Beneficio Antes Impuestos	€ 9.201	€ 52.173	€ 108.844	€ 197.633	€ 214.544
Impuestos					
Impuestos por porcentaje (15% <200,000 o 20% >200,000)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	20,00%
Impuestos sobre sociedades	€ 1.380	€ 7.826	€ 16.327	€ 29.645	€ 42.909
Resultado Después Impuestos	€ 7.821	€ 44.347	€ 92.517	€ 167.988	€ 171.635
Flujo de Caja Libre Operativo					
Necesidades de Fondo de Maniobra	-4.038	234	2.811	-31.682	5.903
Amortización	795	795	795	795	795
Flujo de Caja Libre Operativo	€ 4.578	€ 45.376	€ 96.123	€ 137.101	€ 178.333

Proyección del Flujo de Caja Libre, Determinación del coste decapital, Modelos VAN TIR y Pay-Back del Escenario Neutro

Valoración del Escenario Neutro						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA €	(200.000) €	4.595 €	45.392 €	96.140 €	137.118 €	178.355
Tasa de Descuento	10,76%					
VAN €	110.010					
TIR	24,41%					
PAYBACK	En el transcurso del 4to año					

Punto Muerto (Escenario Normal)					
	2014	2015	2016	2017	2018
Costes Fijos	617,824	770,108	924,573	1,119,317	1,237,549
Costes Variables	700,718	910,934	1,138,667	1,369,129	1,506,042
Unidades Vendidas	7,668	9,968	12,46	14,952	16,447
Costes Variable por Unidad	85	85	85	85	85
Precio de Venta por unidad	175	175	175	180	180
Proporción CV/PV	0,49	0,49	0,49	0,47	0,47
Punto muerto en unidades Fisicas	6,865	8,557	10,273	11,782	13,027
Punto Muerto en Euros	1,201,325	1,497,433	1,797,780	2,120,812	2,344,830

2014	Unidades de producto	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Total	Ventas	Margen s/costes
Inactividad	0	0	617,824	617,824	0	-617,824
Punto Muerto	6,865	583,501	617,824	1,201,325	1,201,325	0
Unidades Vendidas	7,668	700,718	617,824	1,318,543	1,341,821	23,279



11.3.2 Escenario Optimista

Escenario Optimista					
Ventas					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Optimizador de Combustible					
Ingresos A	€ 1.547.029,05	€ 2.165.840,68	€ 2.923.884,91	€ 3.909.651,83	€ 4.691.582,19
unidades	8.840	12.376	16.708	21.720	26.064
precio	175	175	175	180	180
Optimizador de Diesel					
Ingresos B	€ 1.136.613,29	€ 1.591.258,60	€ 2.148.199,11	€ 2.872.449,10	€ 3.446.938,91
unidades	6.495	9.093	12.275	15.958	19.150
precio	175	175	175	180	180
Costes Variables					
Otro costes variables	4%	4%	4%	4%	4%
Coste de mercaderías (gastos de traslado incluido)	\$85	\$85	\$85	\$85	\$85
Estado de Resultados					
Ingresos A	1.547.029	2.165.841	2.923.885	3.909.652	4.691.582
Ingresos B	1.136.613	1.591.259	2.148.199	2.872.449	3.446.939
Ingresos Total	€ 2.683.642	€ 3.757.099	€ 5.072.084	€ 6.782.101	€ 8.138.521
Costos Variables					
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribución)	1.303.483	1.824.877	2.463.584	3.202.659	3.843.191
Otros	97.953	137.134	185.131	247.547	297.056
Costos Variables Total	€ 1.401.436	€ 1.962.011	€ 2.648.715	€ 3.450.205	€ 4.140.247
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	€ 1.282.206	€ 1.795.088	€ 2.423.369	€ 3.331.895	€ 3.998.275
Costos Fijos					
Sueldos Socios + SS	150.000	160.000	180.000	200.000	225.000
Sueldos Empleos + SS	15.000	30.000	30.000	45.000	45.000
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	7.200	9.360	11.700	14.040	15.444
Insumos de Oficina	1.925	2.503	3.128	3.754	4.129
Correspondencia y Cargos	1.200	1.560	1.950	2.340	2.574
Teléfono Móvil	4.200	5.460	6.825	8.190	9.009
Subscripción página web/hosting o actualización	120	156	195	234	257
Marketing/publicidad	1.207.639	1.502.840	1.775.229	2.373.735	2.848.482
Gastos de representación	2.040	2.652	3.315	3.978	4.376
Seguros	960	1.248	1.560	1.872	2.059
Subscripciones y Otros	1.440	1.872	2.340	2.808	3.089
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	1.342	1.879	2.536	3.391	4.069
Gastos inesperados 5% de costos fijos	70.660	87.385	102.841	135.510	161.226
Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	20.127	28.178	38.041	50.866	61.039
Costos Fijos Total	€ 1.483.853	€ 1.835.092	€ 2.159.660	€ 2.845.718	€ 3.385.754
Beneficio de Explotación	€ (201.647)	€ (40.004)	€ 263.709	€ 486.177	€ 612.520
Intereses					
Intereses - préstamo bancario	3.700	3.276	2.351	1.426	501
Intereses - facilidad de sobregiro	-	-	-	-	-
Intereses - préstamo business angels	6.813	5.713	5.024	4.224	3.296
Total Intereses	€ 10.512	€ 8.989	€ 7.375	€ 5.650	€ 3.797
Amortización / Depreciación					
Amortización de Intangibles	743	743	743	743	743
Amortización de Equipo Informática	160	160	160	160	160
Total Depreciación	€ 903	€ 903	€ 903	€ 903	€ 903
Beneficio Antes Impuestos	€ (213.062)	€ (49.896)	€ 255.431	€ 479.624	€ 607.821
Impuestos					
Impuestos por porcentaje (15% <200,000 o 20% >200,000)	15,00%	15,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Impuestos sobre sociedades	€ (31.959)	€ (7.484)	€ 51.086	€ 95.925	€ 121.564
Resultado Despues Impuestos	€ (181.103)	€ (42.411)	€ 204.345	€ 383.699	€ 486.256
Flujo de Caja Libre Operativo					
Necesidades de Fondo de Maniobra	-4.442	258	2.951	-34.850	6.493
Amortización	903,024	903,024	903,024	903,024	903,024
Flujo de Caja Libre Operativo	€ (184.641)	€ (41.251)	€ 208.200	€ 349.752	€ 493.653

Escenario Optimista					
Ventas					
Optimizador de Combustible	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	€ 1.547.029,05	€ 2.165.840,68	€ 2.923.884,91	€ 3.909.651,83	€ 4.691.582,19
unidades	8.840	12.376	16.708	21.720	26.064
precio	175	175	175	180	180
Optimizador de Diesel					
Ingresos B	€ 1.136.613,29	€ 1.591.258,60	€ 2.148.199,11	€ 2.872.449,10	€ 3.446.938,91
unidades	6.495	9.093	12.275	15.958	19.150
precio	175	175	175	180	180
Costes Variables					
Otro costes variables	4%	4%	4%	4%	4%
Coste de mercaderías (gastos de traslado incluido)	\$85	\$85	\$85	\$85	\$85
Estado de Resultados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	1.547.029	2.165.841	2.923.885	3.909.652	4.691.582
Ingresos B	1.136.613	1.591.259	2.148.199	2.872.449	3.446.939
Ingresos Total	€ 2.683.642	€ 3.757.099	€ 5.072.084	€ 6.782.101	€ 8.138.521
Costos Variables					
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribución)	1.303.483	1.824.877	2.463.584	3.202.659	3.843.191
Otros	97.953	137.134	185.131	247.547	297.056
Costos Variables Total	€ 1.401.436	€ 1.962.011	€ 2.648.715	€ 3.450.205	€ 4.140.247
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	€ 1.282.206	€ 1.795.088	€ 2.423.369	€ 3.331.895	€ 3.998.275
Costos Fijos					
Sueldos Socios + SS	150.000	160.000	180.000	200.000	225.000
Sueldos Empleos + SS	15.000	30.000	30.000	45.000	45.000
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	7.200	9.360	11.700	14.040	15.444
Insumos de Oficina	1.925	2.503	3.128	3.754	4.129
Correspondencia y Cargos	1.200	1.560	1.950	2.340	2.574
Teléfono Móvil	4.200	5.460	6.825	8.190	9.009
Subscripción página web/hosting o actualización	120	156	195	234	257
Marketing/publicidad	1.207.639	1.502.840	1.775.229	2.373.735	2.848.482
Gastos de representación	2.040	2.652	3.315	3.978	4.376
Seguros	960	1.248	1.560	1.872	2.059
Subscripciones y Otros	1.440	1.872	2.340	2.808	3.089
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	1.342	1.879	2.536	3.391	4.069
Gastos inesperados 5% de costos fijos	70.660	87.385	102.841	135.510	161.226
Gastos por incobrariles (.75% de Ventas)	20.127	28.178	38.041	50.866	61.039
Costos Fijos Total	€ 1.483.853	€ 1.835.092	€ 2.159.660	€ 2.845.718	€ 3.385.754
Beneficio de Explotacion	€ (201.647)	€ (40.004)	€ 263.709	€ 486.177	€ 612.520
Intereses					
Intereses - préstamo bancario	3.700	3.276	2.351	1.426	501
Intereses - facilidad de sobregiro	-	-	-	-	-
Intereses - préstamo business angels	6.813	5.713	5.024	4.224	3.296
Total Intereses	€ 10.512	€ 8.989	€ 7.375	€ 5.650	€ 3.797
Amortización / Depreciación					
Amortización de Intangibles	635	635	635	635	635
Amortización de Equipo Informática	160	160	160	160	160
Total Depreciación	€ 795	€ 795	€ 795	€ 795	€ 795
Beneficio Antes Impuestos	€ (212.954)	€ (49.788)	€ 255.539	€ 479.732	€ 607.929
Impuestos					
Impuestos por porcentaje (15% <200,000 o 20% >200,000)	15,00%	15,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Impuestos sobre sociedades	€ (31.943)	€ (7.468)	€ 51.108	€ 95.946	€ 121.586
Resultado Despues Impuestos	€ (181.011)	€ (42.320)	€ 204.431	€ 383.786	€ 486.343
Flujo de Caja Libre Operativo					
Necesidades de Fondo de Maniobra	-4.442	258	2.951	-34.850	6.493
Amortización	795	795	795	795	795
Flujo de Caja Libre Operativo	€ (184.657)	€ (41.267)	€ 208.178	€ 349.730	€ 493.631

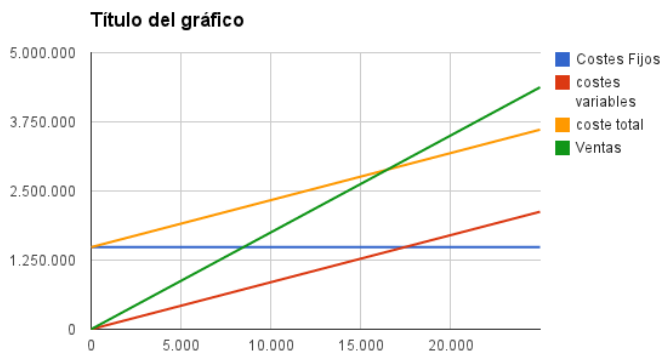
Proyección del Flujo de Caja Libre, Determinación del coste de capital, Modelos VAN TIR y Pay-Back del escenario optimista

Valoración de Escenario Optimista						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA €	(200.000) €	(184.641) €	(41.251) €	208.200 €	349.752 €	493.653
Tasa de Descuento	10,21%					
WACC	10,21% Memoria					
VAN €	294.693					
TIR	28,37%					
PAYBACK	En el transcurso del 4to año					

Punto Muerto (Escenario Optimista)					
	2014	2015	2016	2017	2018
Costes Fijos	1.483,853	1.835,092	2.159,660	2.845,718	3.385,754
Costes Variables	1.401,436	1.962,011	2.648,715	3.450,205	4.140,247
Unidades Vendidas	15,335	21,469	28,983	37,678	45,214
Costes Variable por Unidad	85	85	85	85	85
Precio de Venta por unidad	175	175	175	180	180
Proporción CV/PV	0	0	0	0	0
Punto muerto en unidades Físicas	16,487	20,39	23,996	29,955	35,64
Punto muerto en Euros	2,885,269	3,568,235	4,199,339	5,391,887	6,415,113

2014	Unidades	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Total	Ventas	Margen s/costos
Inactividad	0	0	1.483,853	1.483,853	0	-1.483,853
Punto Muerto	16,487	1.401,417	1.483,853	2.885,269	2.885,269	0
Unidades Vendidas	15,335	1.401,436	1.483,853	2.885,289	2.683,642	-201,647

Supuestos - Escenario Supuestos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo de los Socios	150000	160000	180000	200000	225000
Coste de Empleos	15000	30000	30000	45000	45000
Publicidad	45%	40%	35%	35%	35%
Costes de Interes					
Préstamo Bancario	3.700	3.276	2.351	1.426	501
Préstamo Business Angel	6.813	5.713	5.024	4.224	3.296
Costes Variables	35%	35%	35%	40%	45%



11.3.3 Escenario Pesimista

Escenario Pesimista					
Ventas					
Optimizador de Combustible	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	€ 386.757	€ 425.433	€ 425.433	€ 382.890	€ 306.312
unidades	2.210	2.431	2.431	2.188	1.750
precio	175	175	175	175	175
Optimizador de Diesel					
Ingresos B	€ 113.661	€ 125.027	€ 125.027	€ 112.525	€ 90.020
unidades	649	714	714	643	514
precio	175	175	175	175	175
Costes Variables					
Otros costes variables	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%
Coste de mercaderías (gastos de traslado incluido)	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00
Estado de Resultados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos A	386.757	425.433	425.433	382.890	306.312
Ingresos B	113.661	125.027	125.027	112.525	90.020
Ingresos total	€ 500.419	€ 550.460	€ 550.460	€ 495.414	€ 396.332
Costos Variables					
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribución)	243.060	267.367	267.367	240.630	192.504
Otros	18.265	20.092	20.092	18.083	14.466
Costos variables total	€ 261.326	€ 287.458	€ 287.458	€ 258.712	€ 206.970
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	€ 239.093	€ 263.002	€ 263.002	€ 236.702	€ 189.362
Costos Fijos					
Sueldos Socios + SS	150.000	140.000	125.000	100.000	90.000
Sueldos Empleos + SS	-	-	-	-	-
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	7.200	7.920	7.920	7.128	5.702
Insumos de Oficina	1.925	2.118	2.118	1.906	1.525
Correspondencia y Cargos	1.200	1.320	1.320	1.188	950
Teléfono Móvil	4.200	4.620	4.620	4.158	3.326
Subscripción página web/hosting o actualización	120	132	132	119	95
Marketing/publicidad	100.084	99.083	82.569	34.679	19.817
Gastos de representación	2.040	2.244	2.244	2.020	1.616
Seguros	960	960	960	864	691
Subscripciones y Otros	1.440	1.440	1.440	1.296	1.037
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	2.502	2.752	2.752	2.477	1.982
Gastos inesperados 5% de costos fijos	13.771	13.336	11.760	7.977	6.486
Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	3.753	4.128	4.128	3.716	2.972
Total Costos Fijos	€ 289.195	€ 280.053	€ 246.963	€ 167.527	€ 136.199
Beneficio de Explotación	€ (50.102,29)	€ (17.050,85)	€ 16.038,65	€ 69.174,60	€ 53.162,64
Intereses					
Intereses - préstamo bancario	4.481	2.993	1.267	-	-
Intereses - facilidad de sobregiro	-	0	0	0	0
Intereses - préstamo business angels	12.081	9.421	6.761	4.101	1.441
Total Intereses	€ 16.562	€ 12.414	€ 8.028	€ 4.101	€ 1.441
Amortización / Depreciación					
Amortización de Intangibles	743	743	743	743	743
Amortización de Equipo Informática	160	160	160	160	160
Total Depreciación	€ 903	€ 903	€ 903	€ 903	€ 903
Beneficio Antes Impuestos	€ (67.567)	€ (30.368)	€ 7.108	€ 64.171	€ 50.819
Impuestos					
Impuestos por porcentaje (15% <200,000 o 20% >200,000)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
Impuestos sobre sociedades	€ (10.135)	€ (4.555)	€ 1.066	€ 9.626	€ 7.623
Reajuste impositivo	-	-	(1.066)	(9.626)	(3.998)
Impuestos Deferidos a cobrar	(10.135)	(14.690)	(13.624)	(3.998)	-
Resultado Después Impuestos	€ (67.567)	€ (30.368)	€ 7.108	€ 64.171	€ 47.194
Flujo de Caja Libre Operativo					
Necesidades de Fondo de Maniobra	-3.230	176	2.530	-25.346	4.722
Amortización	903,024	903,024	903,024	903,024	903,024
Flujo de Caja Libre Operativo	€ (69.895)	€ (29.289)	€ 10.541	€ 39.728	€ 52.820

Escenario Pesimista

Ventas					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Optimizador de Combustible					
Ingresos A	€ 386.757	€ 425.433	€ 425.433	€ 382.890	€ 306.312
unidades	2.210	2.431	2.431	2.188	1.750
precio	175	175	175	175	175
Optimizador de Diesel					
Ingresos B	€ 113.661	€ 125.027	€ 125.027	€ 112.525	€ 90.020
unidades	649	714	714	643	514
precio	175	175	175	175	175
Costes Variables					
Otros costes variables	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%	3,65%
Coste de mercaderías (gastos de traslado incluido)	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00	€ 85,00
Estado de Resultados					
Ingresos A	386.757	425.433	425.433	382.890	306.312
Ingresos B	113.661	125.027	125.027	112.525	90.020
Ingresos total	€ 500.419	€ 550.460	€ 550.460	€ 495.414	€ 396.332
Costos Variables					
Materiales - Insumos (Costes de Transporte, Distribución)	243.060	267.367	267.367	240.630	192.504
Otros	18.265	20.092	20.092	18.083	14.466
Costos variables total	€ 261.326	€ 287.458	€ 287.458	€ 258.712	€ 206.970
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	€ 239.093	€ 263.002	€ 263.002	€ 236.702	€ 189.362
Costos Fijos					
Sueldos Socios + SS	150.000	140.000	125.000	100.000	90.000
Sueldos Empleos + SS	-	-	-	-	-
Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	7.200	7.920	7.920	7.128	5.702
Insumos de Oficina	1.925	2.118	2.118	1.906	1.525
Correspondencia y Cargos	1.200	1.320	1.320	1.188	950
Teléfono Móvil	4.200	4.620	4.620	4.158	3.326
Subscripción página web/hosting o actualización	120	132	132	119	95
Marketing/publicidad	100.084	99.083	82.569	34.679	19.817
Gastos de representación	2.040	2.244	2.244	2.020	1.616
Seguros	960	960	960	864	691
Subscripciones y Otros	1.440	1.440	1.440	1.296	1.037
Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	2.502	2.752	2.752	2.477	1.982
Gastos inesperados 5% de costos fijos	13.771	13.336	11.760	7.977	6.486
Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	3.753	4.128	4.128	3.716	2.972
Total Costos Fijos	€ 289.195	€ 280.053	€ 246.963	€ 167.527	€ 136.199
Beneficio de Explotación	€ (50.102,29)	€ (17.050,85)	€ 16.038,65	€ 69.174,60	€ 53.162,64
Intereses					
Intereses - préstamo bancario	4.481	2.993	1.267	-	-
Intereses - facilidad de sobregiro	-	0	0	0	0
Intereses - préstamo business angels	12.081	9.421	6.761	4.101	1.441
Total Intereses	€ 16.562	€ 12.414	€ 8.028	€ 4.101	€ 1.441
Amortización / Depreciación					
Amortización de Intangibles	635	635	635	635	635
Amortización de Equipo Informática	160	160	160	160	160
Total Depreciación	€ 795	€ 795	€ 795	€ 795	€ 795
Beneficio Antes Impuestos	€ (67.459)	€ (30.260)	€ 7.216	€ 64.279	€ 50.927
Impuestos					
Impuestos por porcentaje (15% <200,000 o 20% >200,000)	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
Impuestos sobre sociedades	€ (10.119)	€ (4.539)	€ 1.082	€ 9.642	€ 7.639
Reajuste impositivo	-	-	(1.082)	(9.642)	(3.934)
Impuestos Deferidos a cobrar	(10.119)	(14.658)	(13.575)	(3.934)	-
Resultado Después Impuestos	€ (67.459)	€ (30.260)	€ 7.216	€ 64.279	€ 47.221
Flujo de Caja Libre Operativo					
Necesidades de Fondo de Maniobra	-3.230	176	2.530	-25.346	4.722
Amortización	795	795	795	795	795
Flujo de Caja Libre Operativo	€ (69.895)	€ (29.289)	€ 10.541	€ 39.728	€ 52.739

Proyección del Flujo de Caja Libre, Determinación del coste de capital, Modelos VAN TIR y Pay-Back del escenario pesimista

Valuación del Escenario Pesimista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Flujos de Caja	€ (200.000)	€ (69.895)	€ (29.289)	€ 10.541	€ 39.728	€ 52.820
Tasa de Descuento	11,51%					
WACC	11,51% Memoria					
VAN	€ (219.845)					
TIR	N/A					
PAYBACK	En el transcurso del 4to año					

Punto Muerto (Escenario Pesimista)					
	2014	2015	2016	2017	2018
Costes Fijos	289,195	280,053	246,963	167,527	136,199
Costes Variables	261,326	287,458	287,458	258,712	206,97
Unidades Vendidas	2,86	3,145	3,145	2,831	2,265
Costes Variable por Unidad	85	85	85	85	85
Precio de Venta por unidad	175	175	175	175	175
Proporción CV/PV	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49
Punto muerto en unidades Físicas	3,213	3,112	2,744	1,861	1,513
Punto Muerto en Euros	562,324	544,547	480,207	325,748	264,831

2014	Unidades	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Total	Ventas	Margen s/costos
Inactividad	0	0	289,195	289,195	0	-289,195
Punto Muerto	3,213	273,129	289,195	562,324	562,324	0
Unidades Vendidas	2,86	261,326	289,195	550,521	500,419	-50,102

Supuestos - Escenario Pesimista					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	20%	18%	15%	7%	5%
Sueldo de los Socios	30000	28000	25000	20000	18000
Deuda Financiera	70000	46666,67	23333,33		
Costo	0,0628	0,0628	0,0628		
Sueldos de Empleados	0	0	0	0	0



11.3.4 Previsión para cubrir las necesidades financieras

Las necesidades financieras se cubrirán de las siguientes formas:

Las deudas financieras a corto plazo se planean cubrir en primera instancia con los flujos positivos de caja que el negocio genere, pero de todas maneras se planea además contar con una línea de crédito en alguna entidad bancaria donde fomenten las inversiones en nuevos proyectos como es el caso del Banco Santander con su plataforma de activación para PyMES o ING Direct.

11.4 Conclusión y análisis de la inversión

La inversión puede resultar atractiva desde varios puntos de vista ya que estamos hablando de un producto innovador en un mercado sin competencia directa a la vista para el próximo año y medio al menos; ya que parte de la fortaleza del producto reside en su patente exclusiva la cual nos protegería de potenciales competidores que deseen entrar en el mercado al menos en el corto plazo. Además cabe señalar que en un contexto como el que le toca vivir a gran parte de Europa (crisis o recesión) este tipo de productos son muy bien recibidos por el público en general.

12 Bibliografía

RECURSOS HUMANOS

- BARON, J. N. Y KREPS, D. M. (1999).- *Strategic Human Resources: Frameworks for general managers*, John Wiley & Sons, New York.
- BONACHE PÉREZ, J. Y CABRERA, A. (2005).- *Dirección de Personas: Evidencias y perspectivas para el siglo XXI*, 2ª edición, Financial Times-Prentice Hall, Madrid
- DELGADO PIÑA, M^a. I.; GÓMEZ MARTÍNEZ, L.; ROMERO MARTÍNEZ, A. M^a. Y VÁZQUEZ INCHAUSTI, E. (2006).- *Gestión de Recursos Humanos: del análisis teórico a la solución práctica*, Pearson Prentice Hall, Madrid.
- GÓMEZ-MEJÍA, L.R., BALKIN, D.B. y CARDY, R.L. (2008). *Gestión de recursos humanos*. Prentice Hall, Madrid.
- SASTRE CASTILLO, M. A. Y AGUILAR PASTOR, E. M^a (2003).- *Dirección de recursos humanos: Un enfoque estratégico*, Mc Graw Hill/Interamericana de España, Madrid.

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- GUERRAS MARTÍN, L.A.; NAVAS LÓPEZ, J.E. (2006): "Casos de Dirección Estratégica de la Empresa", Thomson Reuters-Civitas, Cizur Menor, 4ª edición.
- GRANT, R.M. (2006): "Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones", Thomson-Civitas, Madrid, 5ª edición.
- HARRISON, J.S.; ST. JOHN, C. (2009): "Fundamentos de la Dirección Estratégica", Paraninfo, Madrid.
- HILL, C.W.L.; JONES G.R. (2009): "Administración estratégica", McGraw Hill, México, 8ª edición.
- JOHNSON, G., SCHOLLES, K. Y WHITTINGTON, R. (2006). *Dirección Estratégica*. 7ª ed. Pearson Prentice Hall.
- NAVAS LÓPEZ, J.E.; GUERRAS MARTÍN, L.A. (2012): "Fundamentos de Dirección Estratégica de la Empresa", Thomson Reuters-Civitas, Cizur Menor.
- PORTER, M. (1982): "Estrategia Competitiva", C.E.C.S.A., México.
- PORTER, M. (1987): "Ventaja Competitiva", C.E.C.S.A., México.
- VENTURA VICTORIA, J. (2008): "Análisis estratégico de la empresa", Paraninfo CengageLearning, Madrid.
-

MARKETING

- ABASCAL F. (1995): *Cómo se hace un Plan Estratégico*. ESIC.
- ALONSO COTO, M. (2009): *El plan de Marketing Digital*. Ed Prentice Hall.
- ESTEBAN TALAYA, A., G^a DE MADARIAGA, J., NARROS GONZÁLEZ, M^a. J., OLARTE PASCUAL, C., REINARES LARA, E. Y SACO VÁZQUEZ, M. (2008): *Principios De Marketing*, Esic (3ª Ed.), Madrid
- REINARES, P. Y PONZOA, J.M. (2002): *Marketing Relacional*, Prentice-Hall

Financial Times, Madrid.

- KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG (2008): Principios de Marketing; Prentice Hall, 12ª edición o posteriores, Madrid.
- LENDERMAN, M. Y SANCHEZ, R. (2009): Marketing Experiencial. Ed ESIC.
- MCDONALD MALCOM H.D. Y PAYNE A. (2006): Marketing plans for service businesses: a complete guide. Elsevier.
- SÁEZ DE VICUÑA, J.M. (1995): El Plan de Marketing en la Práctica .ESIC, Madrid.

FINANCIERO Y ECONÓMICO

- BREALEY, MYERS, ALLEN. (2006): Principios de Finanzas corporativas. Interamericana.Madrid. McGraw Hill.
- COPELAND, T.E.; WESTON, J.F. Y SHASTRI, K. (2005): Financial Theory and Corporate Policy.
- Ross, S. Westerfield, R. Jefery, J. (2000): Finanzas corporativas. Interamericana. Madrid. Mc Graw Hill.
- RIVERO TORRE, P. (2009) Análisis de Balances y Estados Complementarios. Ed. Pirámide. Madrid.
- RIVERO TORRE, P. (direc.) y otros (2009) Análisis por ratios de los Estados Contables Financieros (Análisis Externo). Ed. Civitas. Madrid.
- RODRÍGUEZ, M. y otros (2009): Análisis Financiero y Económico: Metodología adaptada al EEES. Ed. Complutense. Madrid.

INFORMACIÓN GENERAL

- Aernoudt R. (1999), “Business Angels: should they fly on their own wings?”, Venture Capital, an International Journal of Entrepreneurial Finance 1 (2) London: Taylor and Francis.
- BVCA (1999), Report on Business Angels Investment Activity 1998/9, Londres.
- EBAN (1998), Report on the dissemination of Business Angel, Bruselas.
 - “EBAN 2000 Conference Minutes”, EBAN Newsletter 2.
- Feeney J., Haines G. H. and Riding A. L. (1999), “Private investors’ investment criteria: insights from qualitative data”, Venture Capital, an International Journal of Entrepreneurial Finance 1 (2) London: Taylor and Francis
- Harrison R. and Mason C (1992), “International perspectives on the supply of informal venture capital”, Journal of Business Venturing 7 (6) pp. 459-475 New York: Elsevier Science
- OCDE (1996), Venture capital and innovation, Paris.
 - Sohl J. E. (1999), “The early-stage equity market in the USA”,



Venture Capital, an International Journal of Finance 1 (2) pp. 101-120 London: Taylor and Francis

- Standworth J., Purdy D. and Kirby D. (1992), "The Management of Success in the 'growth corridor' small firms", in Coveney, Moore and Nahapiet, Business Angels: Tapping the potential of individual Investors in Britain, Cambridge.
- Storey D. J. (1994), Understanding the small business sector, London: Thomson Business Press
- European Commission Directorate-general JRC Joint Research Centre (june 2008) Institute for Prospective Technological Studies Competitiveness and Sustainability Unit European IPPC Bureau June 2008 Reference Document on Best Available Techniques for Energy Efficiency
- Hobbs, B.- Centolella P.(June 2000) Environmental Policies and Their Effects on Utility Planning and Operations. Energy vol 20 (255-271) 1995 Int, J. Applied Thermodynamics, vol 3, nº 2 (83-90)
- IDAE. (2011) Plan de Energías Renovables en España 2011-2020. Web IDAE, Madrid. <http://www.idae.es/index.php/id.670/mod.pags/mem.detalle>
- Libro Verde de la Comisión EUROPEA, (22 de junio de 2005), «Sobre la eficiencia energética; cómo hacer más con menos» (COM 265 final)
- Valero, A. Subiela, V. (Sep./oct. 1991) Balance de Emisiones y Consumos de Dióxido de Carbono en España. Energía

13 ANEXOS

Evolución de Parque Automotor en España en los últimos 10 años (Vehículos Matriculados Fuente DGT)

	Año	Camión/Furgoneta	Autobuses	Turismos	Total
DATOS HISTORICOS	2002	4,091,875	56,953	18,732,632	22,881,460
	2003	4,188,910	55,993	18,688,320	22,933,223
	2004	4,418,039	56,957	19,541,918	24,016,914
	2005	4,655,413	58,248	20,250,377	24,964,038
	2006	4,910,257	60,385	21,052,559	26,023,201
	2007	5,140,586	61,039	21,760,174	26,961,799
	2008	5,192,219	62,196	22,145,364	27,399,779
	2009	5,136,214	62,663	21,983,485	27,182,362
	2010	5,103,980	62,445	22,147,455	27,313,880
	2011	5,060,791	62,358	22,277,244	27,400,393
PRONÓSTICO	2012	4,229,173	56,246	18,820,247	23,105,667
	2013	4,589,904	57,969	19,966,769	24,614,643
	2014	4,866,841	59,787	20,969,028	25,895,656
	2015	5,033,716	61,063	21,553,798	26,648,577
	2016	5,105,849	61,791	21,847,970	27,015,610
	2017	5,086,187	61,712	21,849,575	26,997,475
	2018	4,987,922	61,460	21,611,288	26,660,670
	2019	4,880,330	60,818	21,258,460	26,199,609
	2020	4,799,646	60,043	20,992,574	25,852,263



PRONÓSTICO DEL COMPORTAMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR SEGÚN EDADES 2013-2017

EDAD PARQUE AUTOMOTOR	%	2014	2015	2016	2017	2018
MENOS DE 3 AÑOS	0.182	4,713,009	4,850,041	4,916,841	4,913,540	4,852,242
	0.152	3,936,140	4,050,584	4,106,373	4,103,616	4,052,422
	0.669	17,324,194	17,827,898	18,073,443	18,061,311	17,835,988

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
MERCADO POTENCIAL NV FUEL	27,393,593	25,973,343	26,728,523	27,096,657	27,078,468	26,740,652



Evolución de Parque Automotor en España en los últimos 10 años según tipo de Combustible (Vehículos Matriculados)

Fuente: DGT

	Año	Camion/Furgoneta		Autobuses		Turismos		TOTALES		RATIO GAS/DIESEL
		Gasolina	Diesel	Gasolina	Diesel	Gasolina	Diesel	Gasolina	Diesel	
DATOS HISTORICOS	2002	789,143	3,302,732	1,036	55,917	12,728,713	6,003,919	13,518,892	9,362,568	59.08%
	2003	749,476	3,439,435	1,018	54,975	12,095,876	6,592,444	12,846,370	10,086,854	56.02%
	2004	737,024	3,681,015	1,006	55,951	12,035,097	7,506,821	12,773,127	11,243,787	53.18%
	2005	714,560	3,939,953	961	57,287	11,815,652	8,434,725	12,531,173	12,431,965	50.20%
	2006	696,698	4,213,186	937	59,332	11,667,433	9,380,284	12,365,068	13,652,802	47.53%
	2007	781,341	3,250,979	1,043	54,864	12,549,111	5,864,636	13,331,495	9,170,479	59.25%
	2008	731,139	3,673,862	997	55,850	11,924,873	7,472,213	12,657,008	11,201,924	53.05%
	2009	721,150	3,892,455	976	57,182	11,895,831	8,259,597	12,617,957	12,209,234	50.82%
	2010	719,453	3,920,951	965	57,641	11,887,020	8,333,957	12,607,439	12,312,549	50.59%
	2011	732,892	3,778,885	986	57,187	12,027,675	7,801,676	12,761,553	11,637,748	52.30%
PRONOSTICO	2012	758,912	3,442,846	1,022	55,257	12,273,047	6,599,251	13,032,981	10,097,355	56.35%
	2013	719,252	3,856,920	977	56,860	11,836,051	8,134,107	12,556,279	12,047,887	51.03%
	2014	723,200	3,888,246	973	57,431	11,930,632	8,222,854	12,654,804	12,168,532	50.98%
	2015	731,972	3,775,045	983	57,025	12,011,765	7,796,324	12,744,720	11,628,393	52.29%
	2016	740,756	3,660,845	999	56,382	12,090,681	7,388,263	12,832,436	11,105,489	53.61%
	2017	739,537	3,653,956	999	56,108	12,066,239	7,380,112	12,806,774	11,090,176	53.59%
	2018	719,318	3,893,668	972	57,271	11,862,988	8,252,849	12,583,279	12,203,788	50.77%
	2019	730,996	3,796,401	982	57,091	12,008,623	7,879,325	12,740,602	11,732,817	52.06%
	2020	737,194	3,700,876	993	56,571	12,054,854	7,533,257	12,793,041	11,290,703	53.12%
								PROMEDIO	12,776,579	11,403,950



14 MEMORIA

Nota Titulo
1 Empresa y su Actividad

El Producto
El NV Fuel Optimizer® es un diseño único y universal, diseñado, fabricado y patentado en los Estados Unidos de América. NV Fuel Optimizer® fue diseñado por un equipo de ingenieros mecánicos en el estado de Oregón, USA quienes junto a consumidores y sus vehículos objetivo, buscaron fórmulas para disminuir el consumo de gasolina, mejorar el rendimiento del vehículo y reducir las emisiones de dióxido de carbono. NV Fuel Optimizer® es un sistema de recirculación de los gases de escape externos, los cuales reintroduce en una cantidad medible de contrapresión de los gases de en los cilindros del motor. Esta reintroducción reduce la disociación química en los cilindros del motor, disminuyendo su temperatura, lo cual ocasiona una liberación de energía más cercana al punto muerto superior (PMS), en lugar de la carrera de expansión. NV Fuel Optimizer® asegura una combustión más limpia y eficiente de combustible, lo que maximiza la potencia, reduce hasta en un 40% el consumo de combustible.

Compañía
Nuestra compañía importara y distribuirá este producto en exclusiva para España. El modelo radica en la generación de beneficios por ser el puente de unión entre el productor y el consumidor final. Para generar credibilidad y respaldo técnico, distribuiremos el producto a través de talleres de mecánica y grandes flotas privadas y públicas que funcionan como consumidores a gran escala y a su vez serán evangelizadores de marca, en tanto el modelo logístico se hará por parte de un tercero mediante el modelo de tercerización para no incurrir en altas inversiones iniciales. Nuestro esfuerzo operativo será dar a conocer el producto y generar ventas

2 Costes Variables

Coste de Producto desde EEUU			
Precio por Unidad	€		70,00
Traslado	€	16.762,50	
Importación	€	1.350,00	
Unidades por Contenedor		7450	
Coste Traslado y Importación por Unidad	€		2,43
			72,43
Costes Imprevistos	€	12,00	
Coste por Unidad	€		84,43

Fuentes:
Traslado: Containers International
Importación: Banco Mundial

Gestión de Mercadería: Compramos 101% de las ventas previstas del mes en curso.

Costes Variable Imprevistos
Para mantener una postura conservadora, suponemos un coste variable por imprevistos de 3.65% de ventas, que tiene en cuenta robos de mercaderías, devoluciones, fallas.

3 Costos Fijos

Coste	Base
3,1 Sueldos (Socios + SS)	Los costes aqui incluyen todo los gastos como sueldos, costes y aportaciones de seguridad social y otros costes.
3,2 Sueldos (Empleos + SS)	
3,3 Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	Coste brindado por el vivero de empresas del PCM en una de nuestras visitas.
3,4 Insumos de Oficina	Incluye todos suministros para el normal funcionamiento de la empresa.
3,5 Correspondencia y Cargos	Correspondencia y proveniente de Estados Unidos que incluyen
3,6 Teléfono Movil	Una flota de 5 telefonos corporativos, uno por cada socio/empleado.
3,7 Suscripción página web/hosting o actualización	Llevada a cabo por un diseñador externo.
3,8 Marketing/publicidad	Suponemos un 35% de Ventas por año 1 por costes de marketing.
3,9 Gastos de representacion	Incluye todos los viaticos y gastos de movilidad de los socios/empleados.
3,10 Seguros	Seguros para el transporte y el almacenamiento de la mercancía.
3,11 Suscripciones y Otros (3146.5208333333 - Amort)	Suscripciones a revistas especializadas del sector.
3,12 Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	Capacitacion a empleados de talleres para la correcta colocacion del producto.
3,13 Gastos inesperados 5% de costos fijos	Gastos ocultos que puedan ocurrir.
3,14 Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	Porcentaje de ventas con potencialidad de ser incobrables.



Nota	Título																																
	1 Empresa y su Actividad	<p>El Producto</p> <p>El NV Fuel Optimizer® es un diseño único y universal, diseñado, fabricado y patentado en los Estados Unidos de América. NV Fuel Optimizer® fue diseñado por un equipo de ingenieros mecánicos en el estado de Oregón, USA quienes junto a consumidores y sus vehículos objetivo, buscaron fórmulas para disminuir el consumo de gasolina, mejorar el rendimiento del vehículo y reducir las emisiones de dióxido de carbono.</p> <p>NV Fuel Optimizer® es un sistema de recirculación de los gases de escape externos, los cuales reintroduce en una cantidad medible de contrapresión de los gases de en los cilindros del motor. Esta reintroducción reduce la disociación química en los cilindros del motor, disminuyendo su temperatura, lo cual ocasiona una liberación de energía más cercana al punto muerto superior (PMS), en lugar de la carrera de expansión.</p> <p>NV Fuel Optimizer® asegura una combustión más limpia y eficiente de combustible, lo que maximiza la potencia, reduce hasta en un 40% el consumo de combustible.</p> <p>Compañía</p> <p>Nuestra compañía importara y distribuirá este producto en exclusiva para España. El modelo radica en la generación de beneficios por ser el puente de unión entre el productor y el consumidor final.</p> <p>Para generar credibilidad y respaldo técnico, distribuiremos el producto a través de talleres de mecánica y grandes flotas privadas y públicas que funcionan como consumidores a gran escala y a su vez serán evangelizadores de marca, en tanto el modelo logístico se hará por parte de un tercero mediante el modelo de tercerización para no incurrir en altas inversiones iniciales. Nuestro esfuerzo operativo será dar a conocer el producto y generar ventas</p>																															
	2 Costes Variables	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Coste de Producto desde EEUU</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Precio por Unidad</td> <td>€</td> <td>70,00</td> </tr> <tr> <td>Traslado €</td> <td>16.762,50</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Importación €</td> <td>1.350,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Unidades por Contenedor</td> <td>7450</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coste Traslado y Importación por Unidad</td> <td>€</td> <td>2,43</td> </tr> <tr> <td></td> <td>€</td> <td>72,43</td> </tr> <tr> <td>Costes Imprevistos €</td> <td>12,00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Coste por Unidad</td> <td>€</td> <td>84,43</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuentes: Traslado: Containers International Importación: Banco Mundial</p> <p>Gestión de Mercadería: Compramos 101% de las ventas previstas del mes en curso.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Costes Variable Imprevistos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Para mantener una postura conservadora, suponemos un coste variable por imprevistos de 3.65% de ventas, que tiene en cuenta robos de mercaderías, devoluciones, fallas.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Coste de Producto desde EEUU			Precio por Unidad	€	70,00	Traslado €	16.762,50		Importación €	1.350,00		Unidades por Contenedor	7450		Coste Traslado y Importación por Unidad	€	2,43		€	72,43	Costes Imprevistos €	12,00		Coste por Unidad	€	84,43	Costes Variable Imprevistos		Para mantener una postura conservadora, suponemos un coste variable por imprevistos de 3.65% de ventas, que tiene en cuenta robos de mercaderías, devoluciones, fallas.	
Coste de Producto desde EEUU																																	
Precio por Unidad	€	70,00																															
Traslado €	16.762,50																																
Importación €	1.350,00																																
Unidades por Contenedor	7450																																
Coste Traslado y Importación por Unidad	€	2,43																															
	€	72,43																															
Costes Imprevistos €	12,00																																
Coste por Unidad	€	84,43																															
Costes Variable Imprevistos																																	
Para mantener una postura conservadora, suponemos un coste variable por imprevistos de 3.65% de ventas, que tiene en cuenta robos de mercaderías, devoluciones, fallas.																																	
	3 Costos Fijos	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Coste</th> <th>Base</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3,1 Sueldos (Socios + SS)</td> <td>Los costes aquí incluyen todo los gastos como sueldos, costes y aportaciones de seguridad social y otros costes.</td> </tr> <tr> <td>3,2 Sueldos (Empleos + SS)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3,3 Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos</td> <td>Coste brindado por el vivero de empresas del PCM en una de nuestras visitas.</td> </tr> <tr> <td>3,4 Insumos de Oficina</td> <td>Incluye todos suministros para el normal funcionamiento de la empresa.</td> </tr> <tr> <td>3,5 Correspondencia y Cargos</td> <td>Correspondencia y proveniente de Estados Unidos que incluyen</td> </tr> <tr> <td>3,6 Teléfono Movil</td> <td>Una flota de 5 teléfonos corporativos, uno por cada socio/empleada.</td> </tr> <tr> <td>3,7 Suscripción página web/hosting o actualización</td> <td>Llevada a cabo por un diseñador externo.</td> </tr> <tr> <td>3,8 Marketing/publicidad</td> <td>Suponemos un 35% de Ventas por año 1 por costes de marketing.</td> </tr> <tr> <td>3,9 Gastos de representacion</td> <td>Incluye todos los viaticos y gastos de movilidad de los socios/empleados.</td> </tr> <tr> <td>3,10 Seguros</td> <td>Seguros para el transporte y el almacenamiento de la mercancía.</td> </tr> <tr> <td>3,11 Suscripciones y Otros (3146.52083333333 - Amort)</td> <td>Suscripciones a revistas especializadas del sector.</td> </tr> <tr> <td>3,12 Gastos de Capacitación (.05% de ventas)</td> <td>Capacitacion a empleados de talleres para la correcta colocacion del producto.</td> </tr> <tr> <td>3,13 Gastos inesperados 5% de costos fijos</td> <td>Gastos ocultos que puedan ocurrir.</td> </tr> <tr> <td>3,14 Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)</td> <td>Porcentaje de ventas con potencialidad de ser incobrables.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Nota Sobre Impuestos</p> <p>Ley del Impuesto de Sociedades, Disposición adicional decimonovena: 1. Las entidades de nueva creación, constituidas a partir de 1 de enero de 2013, que realicen actividades económicas tributarán, en el primer período impositivo en que la base imponible resulte positiva y en el siguiente, con arreglo a la siguiente escala, excepto si, de acuerdo con lo previsto en el artículo 28 de esta Ley, deban tributar a un tipo diferente al general: a) Por la parte de base imponible comprendida entre 0 y 300.000 euros, al tipo del 15 por ciento. b) Por la parte de base imponible restante, al tipo del 20 po</p>	Coste	Base	3,1 Sueldos (Socios + SS)	Los costes aquí incluyen todo los gastos como sueldos, costes y aportaciones de seguridad social y otros costes.	3,2 Sueldos (Empleos + SS)		3,3 Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	Coste brindado por el vivero de empresas del PCM en una de nuestras visitas.	3,4 Insumos de Oficina	Incluye todos suministros para el normal funcionamiento de la empresa.	3,5 Correspondencia y Cargos	Correspondencia y proveniente de Estados Unidos que incluyen	3,6 Teléfono Movil	Una flota de 5 teléfonos corporativos, uno por cada socio/empleada.	3,7 Suscripción página web/hosting o actualización	Llevada a cabo por un diseñador externo.	3,8 Marketing/publicidad	Suponemos un 35% de Ventas por año 1 por costes de marketing.	3,9 Gastos de representacion	Incluye todos los viaticos y gastos de movilidad de los socios/empleados.	3,10 Seguros	Seguros para el transporte y el almacenamiento de la mercancía.	3,11 Suscripciones y Otros (3146.52083333333 - Amort)	Suscripciones a revistas especializadas del sector.	3,12 Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	Capacitacion a empleados de talleres para la correcta colocacion del producto.	3,13 Gastos inesperados 5% de costos fijos	Gastos ocultos que puedan ocurrir.	3,14 Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	Porcentaje de ventas con potencialidad de ser incobrables.	
Coste	Base																																
3,1 Sueldos (Socios + SS)	Los costes aquí incluyen todo los gastos como sueldos, costes y aportaciones de seguridad social y otros costes.																																
3,2 Sueldos (Empleos + SS)																																	
3,3 Alquiler de oficinas en el Parque Científico de Madrid (PCM) con todos los servicios incluidos	Coste brindado por el vivero de empresas del PCM en una de nuestras visitas.																																
3,4 Insumos de Oficina	Incluye todos suministros para el normal funcionamiento de la empresa.																																
3,5 Correspondencia y Cargos	Correspondencia y proveniente de Estados Unidos que incluyen																																
3,6 Teléfono Movil	Una flota de 5 teléfonos corporativos, uno por cada socio/empleada.																																
3,7 Suscripción página web/hosting o actualización	Llevada a cabo por un diseñador externo.																																
3,8 Marketing/publicidad	Suponemos un 35% de Ventas por año 1 por costes de marketing.																																
3,9 Gastos de representacion	Incluye todos los viaticos y gastos de movilidad de los socios/empleados.																																
3,10 Seguros	Seguros para el transporte y el almacenamiento de la mercancía.																																
3,11 Suscripciones y Otros (3146.52083333333 - Amort)	Suscripciones a revistas especializadas del sector.																																
3,12 Gastos de Capacitación (.05% de ventas)	Capacitacion a empleados de talleres para la correcta colocacion del producto.																																
3,13 Gastos inesperados 5% de costos fijos	Gastos ocultos que puedan ocurrir.																																
3,14 Gastos por incobrarles (.75% de Ventas)	Porcentaje de ventas con potencialidad de ser incobrables.																																



4 Ventas Historicas

Ventas Historicas (Oregon, EEUU) y Crecimiento de Ventas					
Estado	Ventas				Porcentaje Cambio
	2011	2012	Media		
Oregon	2700	2950		2825	9,26%
Washington	150	657		403,5	338,00%
California	150	655		402,5	336,67%
Total	3000	4262			42,07%

Nota: Las ventas historicas por unidades fueron provistas por la empresa NewVision Fuel Technology, por su CFO -Saleem Barhoum- y su COO -Sadeh Haded-, de Oregon EEUU. Las ventas son un total de las unidades vendidas de ambos componentes (gasolina y gasoil sumados) para los dos primeros años de vida de la empresa (2011 y 2012).

5 Crecimiento de Ventas

Crecimiento de Ventas por Año y Escenario				
	Año 1 - Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista	40,00%	35,00%	30,00%	20,00%
Neutral	30,00%	25,00%	20,00%	10,00%
Pesimista	10,00%	0,00%	-10,00%	-20,00%

Nota: Para el pronostico de ventas en España en el primer año nos hemos basado en las ventas historicas en los EEUU, las cuales aumentaron un 42% del primer año al segundo; y ya que la situación economica y el aumento constante en los combustibles en España hacen de nuestro producto un producto atractivo para tiempos de crisis, hemos decidido tomar una progresion similar para el primer y segundo año en el escenario optimista, pero levemente conservadores para los años siguientes disminuyendo su crecimiento con el tiempo.

6 Previsión de Ventas

Comparación de Previsiones de Ventas		
Metodo	Rationale por Cálculación	Ventas Previstas (Año 1)
Todo España (6A)	Siendo nuestras ventas historicas de los EEUU no segmentadas por antigüedad de los vehiculos hemos utilizado estadísticas del censo Nacional de dicho país y los datos provenientes del Departamento de vehiculos y la aplicamos al mercado español.	€ 1.341.821
Segmentado por provincia (6B)	Hemos proyectado las ventas usando la misma penetración de mercado que en el caso anterior pero aplicandolo al numero de potenciales clientes dentro de las cinco provincias en las que haremos foco en el primer año.	€ 1.459.280
Segmentado por mercado (6C)	En este calculo hemos aplicado la misma penetración de mercado pero extrapolandola para aquellos automobiles que tienen mas de 3 años de antigüedad o mas de 50.000 kilometros.	€ 2.965.008

Análisis de Previsiones
Hemos calculado las posibles cifras de ventas usando 3 metodos diferentes a continuación detallados y hemos concluido que nuestra proyeccion inicial para el escenario neutro es la mas convincente y probable.

Todo España (6A)	Este metodo es el mas conservador y mas confiable dado que esta calculado usando la penetración historica del mercado en los EEUU y luego aplicada al mercado español dandonos una cifra mas baja que las dos siguientes.
Segmentado por provincia (6B)	Esta proyeccion nos permite enfocar nuestros esfuerzos de venta en las provincias clave pero no teniendo en cuenta el potencial de otras provincias que no lo serian.
Segmentado por mercado (6C)	Este numero proviene de un analisis del mercado mas antiguo y por lo tanto menos confiable.

6A

Previsión de Ventas (España)				
Parque automotor de Estados Unidos por Estado donde se vende el producto				
Estado	Población (Personas)	Coches por Persona	Población (Coches)	Captación por estado (Unidades Vendida/Coches)
Oregon	3.899.353,00		0,7835	3.055.143
Washington	6.897.012,00		0,8335	5.748.660
California	38.041.430,00		0,8185	31.136.910

Nota: El numero de habitantes por estado proviene del Censo de los Estados Unidos del año 2010 donde proyecta un estimativo para el año 2012; que es el numero que creimos conveniente usar para nuestra proyeccion dado que la poblacion de dicho país esta en aumento. (Fuente: "Annual Estimates of the Resident Population for the United States, Regions, States, and Puerto Rico: April 1, 2010 to July 1, 2012" (CSV), 2012 Population Estimates. United States Census Bureau, Population Division. December 2012. Retrieved July 22, 2013.)

El numero de coches por persona fue calculado por el ratio de "numero de autos cada 1.000 habitantes" facilitado por el departamento de energia en el año 2007. Para actualizar dicho numero tomamos los autos por estado del mismo informe del 2007 y obtuvimos un promedio junto con el indicador "vehiculos per capita en los EEUU" del Banco Mundial para obtener un numero mas cercano al actual, siendo de todas maneras un numero conservador y estimado.

Cálculación de Captación por estado				
Estado	Porcentaje de Ventas	Captación de Mercado	Captación Ponderada	Total
Oregon	30,00%	0,09%	0,08%	
Washington	5,00%	0,00%	0,00%	
California	5,00%	0,00%	0,00%	0,08%

Nota: La penetración del mercado fue calculada a través de un promedio ponderado del porcentaje de ventas por estado en cada año. Luego usamos este porcentaje como una proyeccion de las ventas en el mercado español para los primeros 5 años en los tres escenarios planteados.

Previsión de Ventas (en base de captación historica en EEUU)				
Parque Automovil de España				
Segmento	Población		Total por Segmento	Precio por Unidad: € 175,00
	de Gasolina	de Gasoil		
Camiones y Furgonetas	582.725	4.476.049	5.058.774	
Autobuses	783	60.669	61.452	
Turismos	10.510.112	11.763.255	22.273.367	
Totals	11.093.620	16.299.973	27.393.593	

Prevision de Ventas			
	de Gasolina	de Gasoil	Precio por Unidad: € 175,00
Camiones y Furgonetas	464	3.567	
Autobuses	0	48	
Turismos	8.376	9.374	
	8.840	12.990	

Prevision de Ventas (Ajustado a nuestras suposiciones de escenarios)				
	Gasolina	Gasoil (Ajustado)	Total de unidades	Total de ventas
Optimista	8.840	6.495	15.335	€ 2.683.642,34
Neutral	4.420	3.247	7.668	€ 1.341.821,17
Pesimista	2.210	649	2.860	€ 500.418,59

Supusimos que en el escenario Optimista las ventas del Optimizador de Combustible serian en proporcion casi exactas a las de los tres estados donde se comercializa el producto en los EEUU; mientras que el componente de Diesel solo tendria un peso del 50% de dichas ventas ya que en los ultimos años muchos vehiculos traen un componente similar de fabrica. En el escenario neutral tomamos un 50% de dichas ventas para el componente de Gasolina y un 25% de las del componente de Gasoil; mientras que en el pesimista solo tomamos un 25% y un 10% respectivamente considerando que las proyecciones podrian tener una prima de incumplimiento alta.



6B

Ventas Prevista por Provincia				
Provincias	Total*	Captación Prevista	Captación en Unidades	Captación en Ventas
Madrid	3.955.720	0,08%	3152,414622	€ 551.672,56
Barcelona	2.921.694	0,08%	2328,372808	€ 407.465,24
Valencia/València	1.451.189	0,08%	1156,489697	€ 202.385,70
Alicante/Alacant	1.094.066	0,08%	871,8892276	€ 152.580,61
Sevilla	1.040.973	0,08%	829,5780556	€ 145.176,16
Ventas Totales				€ 1.459.280
Ventas Presupuestadas				€ 1.341.821
Diferencia				€ 117.459

Con el objetivo de mantener una postura conservadora en línea con nuestra predicción inicial de ventas para año 1; hemos basado el calculo de dichas ventas en las cinco areas/provincias donde vamos a concentrar los esfuerzos de venta y marketing en ese primer año. Como consecuencia nuestra primera predicción es racional y conservadora.
*Fuente: Dirección General de tráfico del España.

6C

Previsión de Ventas en Base de Nuestro Mercado Objetivo			
EDAD PARQUE AUTOMOTOR		2014	
MENOS DE 3 AÑOS		4.713.009	Mercado No Objetivo
ENTRE 3-6 AÑOS	A	3.936.140	Mercado Objetivo
MAS DE 6 AÑOS	A	17.324.194	Mercado Objetivo
Mercado Objetivo Total		21.260.334	€ 2.965.008,32 Calculated using historical maket penetration seen in the US

La cantidad de vehiculos tenidos en cuenta en en el analisis de la demanda como potenciales clientes dentro de España provienen de la seccion de marketing. La fuente de esta informacion proviene de la "Evolución de Parque Automotor en España en los ultimos 10 años según tipo de Combustible (Vehiculos Matriculados Fuente DGT)" y de la "Evolución de Parque Automotor en España en los ultimos 10 años (Vehiculos Matriculados Fuente DGT)".

7 Amortización

Activo	Costes Iniciales	Vida Util	Gasto Anual	Gasto Mensual
Intangibles				
Patente (Petroleo)	5.350	20	268	22
Patente (Gasoil)	5.350	20	268	22
Webpage	500	10	50	4
Gastos de Constitución	790	5	158	13
Total	€ 11.990		€ 743	€ 62
Tangibles				
Equipo de Informatico	800	5	160	13
Total	€ 800		€ 160	€ 13

Nota: La depreciacion y amortizacion de los activos tangibles e intangibles han sido calculadas de acuerdo al Plan General de Contabilidad y de la "GUÍA DEL NUEVO PLAN CONTABLE" producido por el Ministerio de Industria, Turismo, y Comercio para pymes.



Escenario Neutral Sin Garantía				Escenario Optimista Sin Garantía de un año				Escenario Pesimista Sin Garantía de un año						
Tasa de Interés Ajustado por Puntos: 2,27%				Tipo de Interés: 7,48%				Tipo de Interés: 4,28%						
Mes	Pago	Principal	Interés	Balanza de la deuda	Mes	Pago	Principal	Interés	Balanza de la deuda	Mes	Pago	Principal	Interés	Balanza de la deuda
1		1.363	1.000	50.000	1		308	308	50.000	1		2.311	1.000	50.000
2		1.363	1.000	49.000	2		308	308	49.000	2		2.311	1.000	49.000
3		1.363	1.000	48.000	3		308	308	48.000	3		2.311	1.000	48.000
4		1.364	1.000	47.000	4		308	308	47.000	4		2.311	1.000	47.000
5		1.363	1.000	46.000	5		308	308	46.000	5		2.311	1.000	46.000
6		1.362	1.000	45.000	6		308	308	45.000	6		2.311	1.000	45.000
7		1.361	1.000	44.000	7		308	308	44.000	7		2.311	1.000	44.000
8		1.319	1.000	43.000	8		308	308	43.000	8		2.311	1.000	43.000
9		1.317	1.000	42.000	9		308	308	42.000	9		2.311	1.000	42.000
10		1.316	1.000	41.000	10		308	308	41.000	10		2.311	1.000	41.000
11		1.315	1.000	40.000	11		308	308	40.000	11		2.311	1.000	40.000
12		1.285	1.000	39.000	12		1.042	308	39.000	12		2.282	1.000	39.000
13		1.285	1.000	38.000	13		1.042	308	38.000	13		2.282	1.000	38.000
14		1.285	1.000	37.000	14		1.042	308	37.000	14		2.282	1.000	37.000
15		1.279	1.000	36.000	15		1.311	258	36.000	15		2.254	1.000	36.000
16		1.279	1.000	35.000	16		1.311	258	35.000	16		2.254	1.000	35.000
17		1.279	1.000	34.000	17		1.311	258	34.000	17		2.254	1.000	34.000
18		1.264	1.000	33.000	18		1.311	258	33.000	18		2.254	1.000	33.000
19		1.264	1.000	32.000	19		1.311	258	32.000	19		2.254	1.000	32.000
20		1.264	1.000	31.000	20		1.311	258	31.000	20		2.254	1.000	31.000
21		1.264	1.000	30.000	21		1.311	258	30.000	21		2.254	1.000	30.000
22		1.240	1.000	29.000	22		1.240	242	29.000	22		2.162	1.000	29.000
23		1.240	1.000	28.000	23		1.240	242	28.000	23		2.162	1.000	28.000
24		1.227	1.000	27.000	24		1.227	230	27.000	24		2.128	1.000	27.000
25		1.227	1.000	26.000	25		1.227	230	26.000	25		2.128	1.000	26.000
26		1.218	1.000	25.000	26		1.218	220	25.000	26		2.103	1.000	25.000
27		1.218	1.000	24.000	27		1.218	220	24.000	27		2.103	1.000	24.000
28		1.197	1.000	23.000	28		1.197	210	23.000	28		2.058	1.000	23.000
29		1.197	1.000	22.000	29		1.197	210	22.000	29		2.058	1.000	22.000
30		1.184	1.000	21.000	30		1.184	200	21.000	30		2.008	1.000	21.000
31		1.184	1.000	20.000	31		1.184	200	20.000	31		2.008	1.000	20.000
32		1.172	1.000	19.000	32		1.172	185	19.000	32		1.953	1.000	19.000
33		1.172	1.000	18.000	33		1.172	185	18.000	33		1.953	1.000	18.000
34		1.160	1.000	17.000	34		1.160	170	17.000	34		1.891	1.000	17.000
35		1.160	1.000	16.000	35		1.160	170	16.000	35		1.891	1.000	16.000
36		1.147	1.000	15.000	36		1.147	150	15.000	36		1.818	1.000	15.000
37		1.147	1.000	14.000	37		1.147	150	14.000	37		1.818	1.000	14.000
38		1.135	1.000	13.000	38		1.135	130	13.000	38		1.735	1.000	13.000
39		1.135	1.000	12.000	39		1.135	130	12.000	39		1.735	1.000	12.000
40		1.123	1.000	11.000	40		1.123	120	11.000	40		1.652	1.000	11.000
41		1.123	1.000	10.000	41		1.123	120	10.000	41		1.652	1.000	10.000
42		1.111	1.000	9.000	42		1.111	100	9.000	42		1.569	1.000	9.000
43		1.111	1.000	8.000	43		1.111	100	8.000	43		1.569	1.000	8.000
44		1.104	1.000	7.000	44		1.104	80	7.000	44		1.486	1.000	7.000
45		1.104	1.000	6.000	45		1.104	80	6.000	45		1.486	1.000	6.000
46		1.092	1.000	5.000	46		1.092	60	5.000	46		1.403	1.000	5.000
47		1.092	1.000	4.000	47		1.092	60	4.000	47		1.403	1.000	4.000
48		1.080	1.000	3.000	48		1.080	40	3.000	48		1.320	1.000	3.000
49		1.080	1.000	2.000	49		1.080	40	2.000	49		1.320	1.000	2.000
50		1.068	1.000	1.000	50		1.068	20	1.000	50		1.237	1.000	1.000
51		1.068	1.000	0	51		1.068	0	0	51		1.237	1.000	0
52		1.056	1.000	0	52		1.056	0	0	52		1.154	1.000	0
53		1.056	1.000	0	53		1.056	0	0	53		1.154	1.000	0
54		1.044	1.000	0	54		1.044	0	0	54		1.071	1.000	0
55		1.044	1.000	0	55		1.044	0	0	55		1.071	1.000	0
56		1.032	1.000	0	56		1.032	0	0	56		0,988	1.000	0
57		1.032	1.000	0	57		1.032	0	0	57		0,988	1.000	0
58		1.020	1.000	0	58		1.020	0	0	58		0,905	1.000	0
59		1.020	1.000	0	59		1.020	0	0	59		0,905	1.000	0
60		1.008	1.000	0	60		1.008	0	0	60		0,822	1.000	0
61		1.008	1.000	0	61		1.008	0	0	61		0,822	1.000	0
62		1.000	1.000	0	62		1.000	0	0	62		0,739	1.000	0
63		1.000	1.000	0	63		1.000	0	0	63		0,739	1.000	0
64		1.000	1.000	0	64		1.000	0	0	64		0,656	1.000	0
65		1.000	1.000	0	65		1.000	0	0	65		0,656	1.000	0
66		1.000	1.000	0	66		1.000	0	0	66		0,573	1.000	0
67		1.000	1.000	0	67		1.000	0	0	67		0,573	1.000	0
68		1.000	1.000	0	68		1.000	0	0	68		0,490	1.000	0
69		1.000	1.000	0	69		1.000	0	0	69		0,490	1.000	0
70		1.000	1.000	0	70		1.000	0	0	70		0,407	1.000	0
71		1.000	1.000	0	71		1.000	0	0	71		0,407	1.000	0
72		1.000	1.000	0	72		1.000	0	0	72		0,324	1.000	0
73		1.000	1.000	0	73		1.000	0	0	73		0,324	1.000	0
74		1.000	1.000	0	74		1.000	0	0	74		0,241	1.000	0
75		1.000	1.000	0	75		1.000	0	0	75		0,241	1.000	0
76		1.000	1.000	0	76		1.000	0	0	76		0,158	1.000	0
77		1.000	1.000	0	77		1.000	0	0	77		0,158	1.000	0
78		1.000	1.000	0	78		1.000	0	0	78		0,075	1.000	0
79		1.000	1.000	0	79		1.000	0	0	79		0,075	1.000	0
80		1.000	1.000	0	80		1.000	0	0	80		0,075	1.000	0
81		1.000	1.000	0	81		1.000	0	0	81		0,075	1.000	0
82		1.000	1.000	0	82		1.000	0	0	82		0,075	1.000	0
83		1.000	1.000	0	83		1.000	0	0	83		0,075	1.000	0
84		1.000	1.000	0	84		1.000	0	0	84		0,075	1.000	0
85		1.000	1.000	0	85		1.000	0	0	85		0,075	1.000	0
86		1.000	1.000	0	86		1.000	0	0	86		0,075	1.000	0
87		1.000	1.000	0	87		1.000	0	0	87		0,075	1.000	0
88		1.000	1.000	0	88		1.000	0	0	88		0,075	1.000	0
89		1.000	1.000	0	89		1.000	0	0	89		0,075	1.000	0
90		1.000	1.000	0	90		1.000	0	0	90		0,075	1.000	0
91		1.000	1.000	0	91		1.000	0	0	91		0,075	1.000	0
92		1.000	1.000	0	92		1.000	0	0	92		0,075	1.000	0
93		1.000	1.000	0	93		1.000	0	0	93		0,075	1.000	0
94		1.000	1.000	0	94		1.000	0	0	94		0,075	1.000	0
95		1.000	1.000	0	95		1.000	0	0	95		0,075	1.000	0
96		1.000	1.000	0	96		1.000	0	0	96		0,075	1.000	0
97		1.000	1.000	0	97		1.000	0	0	97		0,075	1.000	0
98		1.000	1.000	0	98		1.000	0	0	98		0,075	1.000	0
99		1.000	1.000	0	99		1.000	0	0	99		0,075	1.000	0
100		1.000	1.000	0	100		1.000	0	0	100		0,075	1.000	0
101		1.000												

Trabajo Fin de Master



Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Ventas	€ 43.743,37	€ 43.743,37	€ 44.011,73	€ 97.952,99	€ 100.636,59	€ 104.662,05	€ 111.371,16	€ 118.080,26	€ 134.182,12	€ 174.436,79	€ 181.145,86	€ 187.854,96	€ 121.189,03	€ 125.851,08	€ 130.512,24	0
Cobros del Año 1 0,75000%				€ 30.390,71	€ 30.390,71	€ 30.577,15	€ 68.052,81	€ 69.917,27	€ 72.713,96	€ 77.375,11	€ 82.036,26	€ 93.223,03	€ 121.189,03	€ 125.851,08	€ 130.512,24	0
Ventas en efectivo 30,00%	€ 13.123,01	€ 13.123,01	€ 13.203,62	€ 29.385,88	€ 30.190,98	€ 31.398,62	€ 33.411,35	€ 35.424,08	€ 40.254,64	€ 52.331,03	€ 54.343,78	€ 56.356,49				
Cobros en efectivo	€ 13.123,01	€ 13.123,01	€ 13.203,62	€ 29.385,88	€ 30.190,98	€ 31.398,62	€ 33.411,35	€ 35.424,08	€ 40.254,64	€ 52.331,03	€ 54.343,78	€ 56.356,49				
Pérdidas por Incobrables	€ 328,08	€ 328,08	€ 330,09	€ 734,29	€ 69.776,39	€ 66.881,68	€ 61.978,77	€ 101.464,16	€ 108.341,33	€ 112.968,89	€ 129.796,34	€ 136.380,02	€ 149.879,81	€ 121.189,03	€ 125.851,08	€ 130.512,24

Años 2 - 6	2	3	4	5	6
Ventas	1.744.308	2.180.459	2.691.310	2.960.441	3.256.488
Incobrables	13.083	16.353	20.185	22.203	24.424
Ventas de:					
Año 1	377.553				
Año 2	1.442.737	288.547			
Año 3		1.803.422	360.684		
Año 4			2.448.511	222.554	
Año 5				2.663.384	246.703
Cobros Totales	€ 1.620.280,36	€ 2.091.969,09	€ 2.609.215,64	€ 2.915.976,20	€ 3.211.314,83
Incobrables	€ 13.082,76	€ 16.353,46	€ 20.184,62	€ 22.203,31	€ 24.423,84

Año	Cash Sales	30,00%
Año 1		0,00%
Año 2		0,00%
Año 3		0,00%
Año 4		0,00%
Año 5		0,00%

Política de cobro a clientes

Año	Periodo de Cobro	Razonamiento	Soporte y fuente
1	Cobro de ventas dentro de los 120 días	Para el primer año supusimos que al ser un producto nuevo y una empresa nueva tendremos que soportar unos días en la calle de nuestras cuentas por cobrar mayores que el promedio del sector y del mercado en general.	See Collection policy as stated above.
2	Cobro de ventas dentro de los 90 días	Una vez que el producto lleve en el mercado un año y empiece a ser conocido intentaremos reducir el tiempo de cobro a clientes en 90 días.	
3	Cobro de ventas dentro de los 90 días	Siguiendo con la línea anterior intentaremos lograr mantener dicho periodo de cobro para clientes tanto actuales como nuevos.	
4	Cobro de ventas dentro de los 60 días	Seguiremos intentando reducir nuestro periodo de cobro para todos los clientes aprovechando que el producto ya es conocido en el mercado y goza de buena rotación en el punto de venta.	
5	Cobro de ventas dentro de los 60 días	En concordancia con lo anterior seguiremos manteniendo una política firme de cobros para un producto ya afianzado a esta altura en el mercado.	

Cuentas a Pagar

Payment Policy
Contaremos con una línea de crédito de 120 días a lo largo de los 5 años proyectados. Aunque el periodo de pago de la industria ronda los 40-60 días (Fuente: SABE), uno de los integrantes del equipo tiene lazos familiares con uno de los dueños de la empresa en el EEUU y ya que el productor será un capitalista asociado, ellos tendrán un fuerte interés en desembarcar con su producto en el continente europeo.

Calendario de Pagos

Mensualmente (Año 1)	Cuentas a Pagar - Pagos															
	Mes de Compra	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Compras	18.935	18.935	19.051	42.400	43.561	45.304	48.208	51.112	58.082	75.506	78.410	81.314				
Pagos	-	-	-	18.935	18.935	19.051	42.400	43.561	45.304	48.208	51.112	58.082	75.506	78.410	81.314	
Annualmente (Años 2-5)																
Compras	810.508	1.013.135	1.215.762	1.337.338												
Pagos del Año Anterior	235.231	202.627	253.284	303.840												
Pagos de este Año	607.881	759.851	911.821	1.003.004												
Pagos Totales	843.112	962.478	1.165.105	1.306.844												