

MASTER EN
COMERCIO
INTERNACIONAL



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

**APOYO A LA SOSTENIBILIDAD DE CHILE:
EXPORTACIÓN DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS**

Ana Belén Funes Chica
Roberto Ramos Asensio
Ángela Nora Sastre Velasco
Silvana Fernanda Paz Herrera



E-FARA S.L.

Tutor: Raúl Villasevil Llanos

07 JUNIO 2017 – MADRID, ESPAÑA

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría que estas líneas sirvieran para expresar nuestro más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas han colaborado en la realización del presente trabajo de fin de Máster; en especial a Raúl Villasevil, tutor de este proyecto, por la orientación, el apoyo, el seguimiento y la supervisión continúa del mismo.

Dar las gracias a D. Javier Oyarzun, a D^a Begoña García y todo el profesorado del Máster, por su dedicación, esfuerzo y compromiso para sacar adelante, año tras año, este máster propio y tener la paciencia y las ganas de transmitirnos los conocimientos necesarios para embarcarnos en la vida laboral del comercio internacional.

Así mismo, queremos agradecer a la Universidad Complutense de Madrid, y a los componentes del jurado que valorará este trabajo, por el tiempo dedicado hacia nuestro proyecto y sus indicaciones que nos harán mejorar en todos los aspectos.

Por último, pero no menos importante, dar las gracias a los compañeros que nos han acompañado durante todo el Máster y que nos han enriquecido, tanto académica como personalmente.

ÍNDICE

Contenido

1	ABSTRACT.....	4
2	RESUMEN EJECUTIVO	5
3	INTRODUCCIÓN: SITUACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y MOTIVACIÓN PARA REALIZAR EL PROYECTO.....	6
4	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	10
4.1	ELECCIÓN DEL TIPO DE SOCIEDAD Y NOMBRE.....	10
4.2	PASOS PARA CONSTITUIR LA SOCIEDAD	10
4.2.1	Solicitud de “Certificación de Denominación Social”	10
4.2.2	Apertura de cuenta bancaria	10
4.2.3	Estatutos de la empresa.....	11
4.2.4	Liquidación de Impuestos	11
4.2.5	Solicitud del Número CIF en la Agencia Tributaria.....	11
4.2.6	Inscripción en el Registro Mercantil.	11
4.3	ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD.	12
4.3.1	Responsabilidades de cada Dirección.	12
4.3.2	Establecimiento Físico de la Sociedad.....	13
4.3.3	Franquicia.....	13
5	MERCADO DE ORIGEN	14
5.1	INTRODUCCIÓN.....	14
5.2	ENTORNO DEMOGRÁFICO	15
5.3	ENTORNO SOCIOPOLÍTICO	15
5.4	ENTORNO MACROECONÓMICO.....	16
5.5	ANÁLISIS DEL SECTOR DEL AUTOMÓVIL ESPAÑOL	18
5.6	FABRICANTES DE COCHES PRESENTES EN ESPAÑA.....	19
5.7	PERMISO DE CONDUCCIÓN Y SEGURIDAD VIAL EN ESPAÑA	20
5.8	ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	21
6	PRODUCTO.....	26
6.1	El vehículo eléctrico: Renault Twizy	26
6.1.1	Historia del vehículo eléctrico.....	26
6.1.2	Renault	29

6.1.3	Renault Twizy	30
6.2	Descripción del servicio.....	33
7	MERCADO DE DESTINO.....	36
7.1	Motivación para la elección	36
7.2	Introducción del país.....	38
7.3	Situación Actual de Chile.....	40
7.3.1	Sector Exterior.....	40
7.3.2	Geografía y Orografía.....	41
7.3.3	Entorno político.....	42
7.3.4	Entorno macroeconómico	43
7.3.5	Entorno socio cultural	45
7.4	Selección de Ciudad	47
7.5	Santiago de Chile.....	48
7.6	Competencia mercado de destino	52
8	LOGÍSTICA	62
8.1	Características de la mercancía.....	63
8.2	Características de los contenedores	64
8.3	Incoterm DAP Santiago de Chile Incoterms 2010	65
8.4	Documentos para el transporte internacional.....	67
8.5	Fases del transporte: inclusión en el LAME.....	67
8.6	Cotización marítima	68
8.7	Inclusión en el LAME	69
9	FISCALIDAD DE LA OPERACIÓN	70
9.1	Origen.....	70
9.1.1	Partida Arancelaria.....	70
9.1.2	Certificado de introducción en el LAME.....	70
9.1.3	DUA de exportación	71
9.1.4	Tributación	71
9.1.5	Exención de IVA.....	72
9.1.6	Declaración de Origen en Factura.....	72
9.1.7	Operador EORI a futuro.	72
9.2	Destino	73

9.2.1	Partida Arancelaria.....	73
9.2.2	Tributación en destino	73
10	FINANCIACIÓN DE LA OPERACIÓN	76
10.1	RESUMEN DE LA OPERACIÓN.....	76
10.2	NECESIDADES FINANCIERAS.....	77
10.3	CRÉDITO DOCUMENTARIO.....	79
10.3.1	ESQUEMA DEL CRÉDITO DOCUMENTARIO.....	80
10.4	SEGURO DE CAMBIO	82
10.5	RIESGOS.....	83
10.5.1	Riesgo País	83
10.5.2	Riesgo Comercial.....	84
10.5.3	Riesgo de tipo de cambio.....	84
11	Escandalo de coste	84
12	Plan de negocio	85
12.1	Modelo de negocio: Franquicia.....	85
12.1.1	Relación Franquiciador - Franquiciado	86
12.1.2	Licencia del servicio integral	87
12.1.3	Capital para invertir necesario.....	87
12.1.4	Exclusividad para ubicación geográfica.	88
12.1.5	Aplicación.....	88
12.1.6	Funcionamiento	89
12.1.7	PERFIL DEL CLIENTE OBJETIVO.....	91
12.1.8	Know-How.....	96
12.2	13.2 Esquema de la operación	99
12.3	Contratación internacional	100
12.4	Análisis DAFO	101
12.5	PREVISIONES A FUTURO.....	101
12.6	Plan de comunicación y Marketing	102
12.7	ACCIONES DE MARKETING	103
12.8	POSIBLES CONVENIOS CON AUTORIDADES LOCALES	104
13	Conclusiones.....	105
14	Bibliografía.....	106

1 ABSTRACT

This project describes how a company named E-FARA SOLUCIONES S.L. is created with the objective of providing a service while being protective with the environment. This service consists of the renting of 100% electric cars.

From now on, we will describe the company's labor since the creation of itself (decided to be a franchise) followed by the purchasing of the cars, the exportation of them from Spain to the decided destination, and the implantation of the service itself. It will also be narrated which is our objective, where are we going to start our service and why that localization was chosen.

The company has also plans for the service to be executed in different countries that will follow the benefits hoped to be obtained in its first implantation.

2 RESUMEN EJECUTIVO

La empresa E-FARA SOLUCIONES SUSTENTABLES S.L. (en adelante, E-FARA) está constituida por cuatro socios que juntaron su esfuerzo y trabajo para brindar un servicio de alquiler de coches, uniéndose al concepto de Carsharing (que más adelante explicaremos) y ayudando así a la protección del medio ambiente.

Tras idear las fórmulas más convenientes para desarrollar su actividad y estudiar qué país y qué ciudad sería la más adecuada para su implantación, crearon una franquicia y se asociaron con un cliente que se encargará del negocio desde el destino convenido.

Desde la adquisición de los vehículos, 100% eléctricos, pasando por la exportación de los mismos hasta el país de destino y finalizando con la implantación del servicio, E-FARA se encargará de todas las cuestiones y tareas referentes al diseño y creación de la franquicia.

Con planes a futuro, E-FARA espera obtener beneficios y ampliar su empresa a varios países de América del Sur, donde vemos una oportunidad de nicho de mercado a explotar

3 INTRODUCCIÓN: SITUACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y MOTIVACIÓN PARA REALIZAR EL PROYECTO

Hoy en día existe una gran concienciación ecológica. Cada vez más personas hacen pequeños cambios en sus vidas para poder colaborar, aunque sea de forma mínima, al cuidado de nuestro planeta.

Y es más, el tema de la contaminación y de protección del medio ambiente es un tópico en nuestra sociedad, debido en parte a que afecta gravemente a la salud. Una de las formas de contaminación más usuales es la contaminación del aire, presente sobre todo en las grandes metrópolis. Ésta se produce por la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo o el gas que se lleva a cabo principalmente en el sector industrial y en el transporte por carretera. En España, alrededor del 80% de la contaminación atmosférica viene causada por el tráfico de automóviles.

Es por ello que insistimos en esta conciencia ecológica, la cual nos ha servido de inspiración y, al fin y al cabo, es el trasfondo de nuestro proyecto.

Inicialmente tuvimos una idea relacionada con automóviles y, al juntarla con esta conciencia ya mencionada en líneas anteriores, decidimos crear una empresa cuya principal actividad fuera la exportación de coches eléctricos a América del Sur y su posterior explotación por medio del servicio de alquiler de los mismos.

Hasta ahora hemos estado acostumbrados a tener cosas “nuestras”: mi casa, mi coche, mi móvil, mi ordenador... Pero hay mucha gente que poco a poco se va mentalizando, va tomando conciencia del medio ambiente y adoptando una actitud de “sharing”¹. Es necesario un cambio de mentalidad por parte de todos los ciudadanos de nuestro planeta para poder salvarlo.

¹ Sharing: del inglés, significa compartir.

Nuestro objetivo es continuar la labor de protección al medio ambiente y colaborar en la medida de lo posible. Para ello nuestra empresa va a adquirir coches eléctricos 100% ecológicos y tomará como referencia para su servicio modelos ya existentes en Europa como Emove y Car2Go.

Es importante mencionar y comprender el concepto de “Carsharing” o coche compartido. Este término surgió ya a finales de los años 80 en Suiza y poco a poco ha ido extendiéndose por el resto del mundo (se calcula que actualmente existen más de 30.000 vehículos compartidos en el mundo). Se trata de un cambio de mentalidad, pasar de poseer a compartir, y un nuevo modelo de consumo; comprender que es mucho mejor disfrutar y tener acceso a algo que poseerlo.

Con una flota inicial de 16 automóviles Twizy, E-FARA comenzará su labor mediante la exportación de los coches desde España hasta su destino, donde ofreceremos el servicio a través de un franquiciado.

Con unas altas expectativas de crecimiento, esperamos que E-FARA vaya dando beneficio y, progresivamente, aumentaremos la flota y estudiaremos nuestra implantación en más países del continente americano.

Y, ¿por qué Sudamérica? Pues bien, estamos hablando de un territorio en el que el tema de la contaminación y el cambio climático cada vez conciernen a más ciudadanos.

Pero el término Sudamérica engloba medio continente, un territorio muy amplio que por supuesto tendremos que reducir.

Tras descartar varios países debido a motivos económicos y de crisis en el país, redujimos la lista a México, Argentina y Chile; siendo este último nuestro elegido final. Concretamente en la capital: Santiago de Chile.

Ya en el año 1986 la ciudad chilena comenzó a tomar medidas debido a los altos niveles de contaminación que sufría. De hecho, es usual encontrar numerosas noticias que hablan de la emergencia medioambiental en la capital de Chile. Es

por esto que un servicio como el que nosotros queremos proporcionar resulta de necesaria implantación en ciudades tan grandes y pobladas.

ILUSTRACIÓN 1: NUBE DE CONTAMINACIÓN EN SANTIAGO DE CHILE



FUENTE: ELIMPULSO.COM JUNIO 2016

A través de un franquiciado que trabaje desde la misma capital chilena, nos encargaremos de exportar los coches eléctricos para darle un servicio de alquiler ecológico e innovador: el alquiler por minutos.

Según el NSE (Nivel Económico Esomar: método para definir y medir los niveles socioeconómicos en Chile), el principal problema de contaminación medioambiental en este país es la contaminación del aire, en gran parte debida a basura y suciedad en las calles, a la congestión de vehículos y a la industria (como ya veíamos en párrafos anteriores).

Respecto a los medios de transporte, lo público ocupa el primer lugar de las preferencias. Sin embargo, el automóvil ocupa también un lugar muy importante, en particular en la zona norte y en los grupos socioeconómicos más acomodados. Un estudio realizado también por parte de NSE confirma que el transporte más usado es el autobús y el segundo el automóvil.

Esto confirma la importancia de desarrollar un transporte público, ecológico y al alcance de todos los ciudadanos.

Nuestro proyecto cuenta con una estructura en la cual vamos a estudiar la situación en el mercado origen, describiendo posteriormente tanto el producto que vamos a exportar como el servicio que vamos a proporcionar. Más adelante analizaremos el mercado destino, describiremos en qué consiste la logística de nuestro proyecto, cómo vamos a financiarnos y qué modelo de comercialización emprenderemos.

4 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.1 ELECCIÓN DEL TIPO DE SOCIEDAD Y NOMBRE

Tras una minuciosa investigación sobre los diferentes tipos de sociedades y sus características, la decisión realizada en conjunto por los socios fue de conformarse como una Sociedad Limitada debido a temas de tramitación y a la fiscalidad que conlleva.

El nombre de la empresa fue pensado por los socios y, una vez realizada una productiva deliberación intentando simplificar éste y que a la vez fuera diferente e innovador en el ámbito en que la actividad que desarrolla, el resultado fue “E-FARA SOLUCIONES SUSTENTABLES S.L.” (Anexo III).

4.2 PASOS PARA CONSTITUIR LA SOCIEDAD

A continuación, se presentarán los pasos que la empresa E-FARA S.L. ha seguido para constituirse de manera legal y poder llevar sus actividades conforme a la ley.

4.2.1 Solicitud de “Certificación de Denominación Social”.

El día 23/01/17 se envió por vía telemática la solicitud de “Certificación de Denominación Social” a la web oficial del Registro Mercantil Central, donde se hizo la solicitud de cinco diferentes nombres (Anexo I). Finalmente, el nombre aprobado fue “E-FARA SOLUCIONES SUSTENTABLES S.L.” (Anexo III).

4.2.2 Apertura de cuenta bancaria

Tras verificar el nombre y su singularidad, se procedió a la apertura de una cuenta en la entidad financiera que mejores condiciones ofertaba en el momento, el Banco Santander, con un Capital Social Total de 42.000 Euros, aportados en partes desiguales, descrito en las escrituras (Anexo V).

El contrato de apertura de la cuenta bancaria es un requisito indispensable para la posterior liquidación de impuestos (Anexo VI).

4.2.3 Estatutos de la empresa

Éstos se redactan de manera consensuada entre las partes que intervienen, con el asesoramiento de una Asesoría Legal (Anexo IV), y se inscribe en la notaría No. 322 a cargo de la notaria Begoña Sánchez Dos Reis, con No. De servicio 36974. Estos últimos deben ser presentados ante el Ministerio de Hacienda y, posteriormente, en la Agencia Tributaria.

4.2.4 Liquidación de Impuestos

Se deberá liquidar el Impuesto de Transmisiones patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, que tiene una tasa del 25 %, para los primeros 300.000 Euros, E-FARA se acoge a este régimen fiscal por ser una empresa de dimensión reducida aún. La aportación se la realiza en el Ministerio de Hacienda.

4.2.5 Solicitud del Número CIF en la Agencia Tributaria.

Se presenta la solicitud del CIF, en el Modelo 039 (Anexo VII) aportando tanto las escrituras públicas debidamente notariadas, como los estatutos de la sociedad, con las respectivas firmas de los socios y la aprobación de un notario.

4.2.6 Inscripción en el Registro Mercantil.

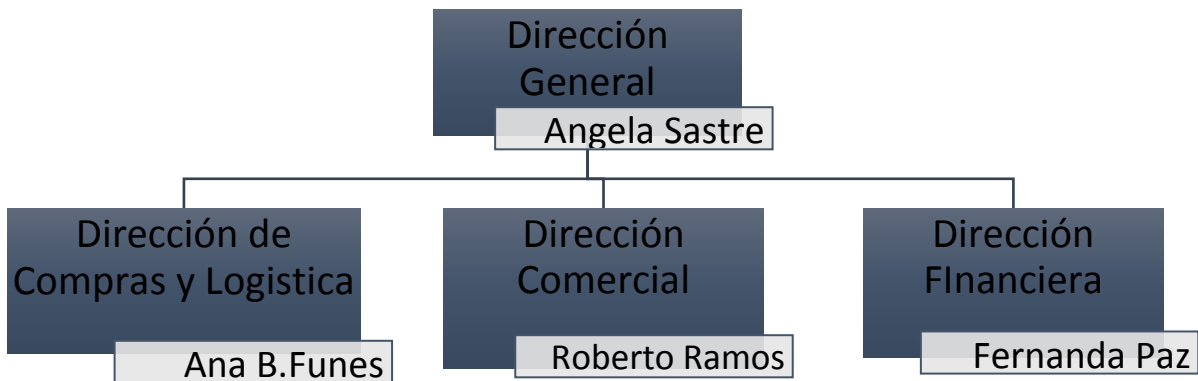
Se inscribe la Sociedad Limitada con su respectivo Nombre en el Registro Mercantil Central, y a la vez se realiza la solicitud del CIF. Primero la Agencia Tributaria expidió un CIF Provisional, siendo este 82328645 y se concedió un plazo de 10 días para poder aportar toda la documentación solicitada. Tras la presentación de los documentos requeridos se expidió el CIF definitivo, siendo este 82328645.

4.3 ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD.

Cada uno de los miembros de la sociedad tiene a su cargo la responsabilidad de un departamento específico según la experiencia laboral de cada uno y las afinidades por ciertas materias en concreto.

A continuación, se puede ver el organigrama de la empresa, donde los puestos están definidos. Más adelante se podrá ver un breve manual de funciones explicando las tareas principales de cada Director.

ORGANIGRAMA E-FARA



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

4.3.1 Responsabilidades de cada Dirección.

Si bien los miembros de la sociedad trabajan en conjunto y en equipo, es importante mencionar las responsabilidades de cada uno con respecto a la ejecución de las actividades pertinentes. A continuación, se describen de manera breve las más importantes por cada dirección:

FUNCIONES DE LOS SOCIOS



FUE

NTE: ELABORACIÓN PROPIA

4.3.2 Establecimiento Físico de la Sociedad.

El domicilio de la empresa fue seleccionado en una zona estratégica en Madrid y bajo condiciones asequibles, cuya ubicación es calle Fernández de los Ríos 54, piso 4 despacho 407, Madrid, España.

4.3.3 Franquicia

La empresa E-FARA, a futuro, al mantener relaciones comerciales con sus clientes se plantea establecer su servicio como modelo de negocio de franquicia, para así estandarizar todos los procesos. Dichos procesos van desde cómo manejar las gestiones internas del servicio hasta la interacción para con el cliente potencial y los usuarios.

5 MERCADO DE ORIGEN

5.1 INTRODUCCIÓN

A la hora de elegir al país de origen hemos tenido en cuenta la importancia que tiene el disponer de información de primera mano sobre el mismo. Este aspecto nos parecía relevante para dar el siguiente paso: decidir qué producto escoger como objeto de la operación. Por este motivo en un primer momento se dudó entre un mercado de origen español o latinoamericano. Pero tras sopesar distintas posibilidades de productos y proyectos finalmente escogimos España como país origen. Y junto con esta decisión se determinó que nuestro producto sería un vehículo eléctrico.

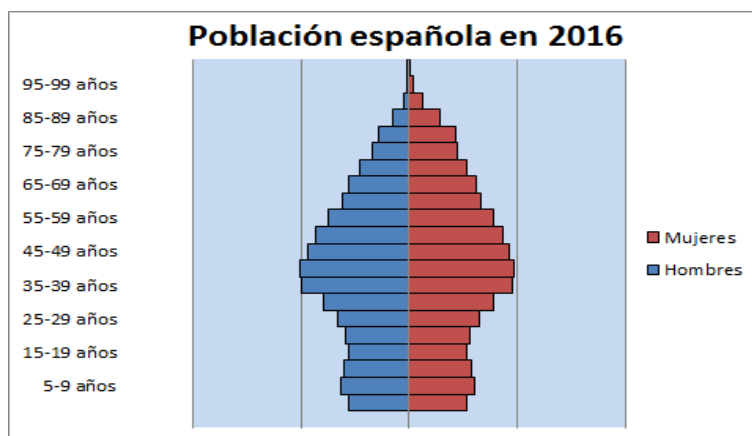
La elección del mercado y el producto se debe a la alta relevancia que tiene España dentro la producción de vehículos, a nivel europeo y mundial. De acuerdo con los datos recogidos por la Asociación Anfac, Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles, España es el 2º mayor fabricante de Europa y el 8º a nivel mundial. El sector automovilístico tiene, por tanto, un sector con gran peso dentro de la economía española, lo que respalda nuestra decisión tanto del país origen como del producto objeto de exportación. Otro aspecto fundamental del mercado automovilístico español es su constante inversión en I+D en el sector. En varias fábricas españolas se dispone de equipo de alta tecnología relacionada con el montaje de distintos tipos de vehículos y también dirigido a los novedosos vehículos eléctricos. Por otro lado, España supone un modelo en cuanto a políticas para la reducción de materias contaminantes del aire en las ciudades. Claro ejemplo son las medidas para reducir la contaminación en ciudades como Madrid.

A continuación, se van a exponer los datos más generales para crear una primera imagen del país.

5.2 ENTORNO DEMOGRÁFICO

España tiene una población de unos 46 millones y medio de habitantes, repartidos a lo largo de sus 505.940 km² de territorio nacional. Su densidad demográfica es de 93 habitantes por km². En los últimos años se ha registrado un crecimiento negativo de la población alrededor del 0,1%. Hecho que tiene como consecuencia que la pirámide de población registre una tendencia regresiva.

ILUSTRACIÓN 2 PIRÁMIDE POBLACIONAL ESPAÑOLA



. FUENTE: INE ESPAÑA

Si tomamos como muestra la pirámide de la población Española, podríamos apreciar que la base es más estrecha que la zona central. Esta forma es un modelo típico en los países desarrollados. En estos países la mortalidad es muy baja, al igual que lo es la natalidad. Lo que se traduce en una tendencia al envejecimiento progresivo de la población.

5.3 ENTORNO SOCIOPOLÍTICO

En cuanto a las características relativas al desarrollo español habría que destacar algunos rasgos. España pertenece a la Unión Europea, es socia de la OCDE y de diferentes organismos internacionales. Es un país con ingresos altos. Su economía se basa en gran parte en el turismo y los servicios financieros, dentro del sector primario cabría destacar que España es el mayor productor de aceite de

oliva mundial. También, hay que subrayar su importante papel en la producción de otros productos como es el vino, 3º productor mundial, o productos frescos, como los cítricos y fresas. Por otro lado, España tiene un IDH de 0,876/1, lo que lo sitúa en el puesto 26 de 188.

En el ámbito laboral es importante destacar la existencia de una dualidad en el mercado laboral, donde coexisten puestos de trabajo con gran seguridad y excelentes condiciones laborales y trabajos con salarios bajos y principalmente temporales. También es significativo el hecho de que la tasa de desempleo ha disminuido en los últimos años. Por un lado, se debe al descenso de la población activa, por la migración a otros países, y por otro lado a la creación de nuevos contratos temporales.

La forma de gobierno de España es la monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria. Un aspecto relevante sobre su forma de gobierno es la descentralización del poder. Las Comunidades Autónomas poseen una gran capacidad de autogestión, dependiendo de las competencias que tengan cedidas por el poder central.

Cambiando de perspectiva y fijando la atención en el clima general del país es importante subrayar la situación de bloqueo político que ha tenido lugar durante el último año. Como consecuencia de las negociaciones políticas las actuaciones del Gobierno han permanecido congeladas. Finalmente, se llegó a un pacto entre varios partidos con diferente base ideológica. Esta heterogeneidad en el poder ha desembocado en la creación de un paisaje político fragmentado, en el que siguen existiendo los movimientos separatistas que siguen amenazando la estabilidad del país.

5.4 ENTORNO MACROECONÓMICO

Con los puntos anteriores se puede esbozar una imagen de la situación general de España. En este apartado vamos a detallar uno de los aspectos decisivos cuando

se quiere conocer un país en el que se tiene interés en realizar una inversión. Nos estamos refiriendo a los factores macroeconómicos.

Comenzamos destacando que España tiene una calificación de A3 en riesgo país y una calificación A1 en clima empresarial, según la clasificación ofrecida por Coface. Ambas notas son pruebas de la buena salud económica del país, lo que nos hace entender que es un país en cuál se puede invertir. Habría que continuar comentando la situación del PIB en los últimos años. A pesar de que España ha salido muy perjudicada de la crisis mundial y ha tenido que hacer frente a un rescate bancario, está logrando recuperarse. Desde la segunda mitad del 2013 su PIB per cápita ha ido creciendo. Además, se espera que para este año 2017 se produzca un crecimiento del 2,2%. A pesar de que esto significa un ritmo un crecimiento un 1,1% menor que el año anterior.

Por otro lado, cabe destacar el hecho de que la deuda pública para 2017 se estime en un 100,2% sobre el PIB. Sin embargo, si lo comparamos con los años anteriores, vemos que, a pesar de tener una tendencia creciente, el ritmo va en decrecimiento en los últimos años, lo que puede implicar una recuperación de la situación económica del Estado.

Con el inicio de la recuperación económica se ha producido una mejora generalizada que ha afectado a diferentes ámbitos. La rentabilidad de las empresas se ha visto incrementada a la vez que el número de quiebras ha ido disminuyendo, también se ha reforzado la solvencia bancaria y la calidad de su cartera. Todo esto, no ha hecho más que impulsar el crecimiento económico y a la vez mejorar la atmósfera empresarial. También, es interesante destacar que España se encuentra en el puesto 49 de libertad económica, que toma entre otros indicadores el rol del Estado, la apertura de mercados, el estado de derecho, etc. lo que la hace muy atractiva de cara a futuras inversiones.

5.5 ANÁLISIS DEL SECTOR DEL AUTOMÓVIL ESPAÑOL

El sector de automóvil en España supone una parte muy importante de la economía. Para comenzar da empleo a más de 2 millones de familias. Supone alrededor de un 18% de las exportaciones y contribuye el 10% del PIB. Como ya hemos mencionado anteriormente España ocupa un puesto envidiable en la fabricación de automóviles.

La producción de vehículos creció un 1'8% en enero de 2017 con respecto al mismo periodo del año anterior. Por otro lado, la exportación de vehículos ha crecido un 5'5% en comparación con el mismo mes del año anterior. Ya en el ejercicio de 2016 había logrado alcanzar un saldo positivo récord con 18.385 millones de euros. El 75% de la producción española se dirige al mercado europeo.

Habría que destacar que en la balanza comercial de 2016, la industria de fabricación de vehículos es el sector que más ha contribuido al crecimiento de las exportaciones, con un 9'9% de subida y suponiendo un 17'7% del total de las exportaciones. Además, se han alcanzado cifras récord en exportaciones a países como Turquía, Israel, México, Chile, Polonia, Suiza, Japón o Canadá.

Si pasamos a desglosar la producción española, comprobamos que existen ligeras diferencias entre turismos, vehículos industriales y vehículos comerciales.

Por su lado, la venta de turismos ha experimentado un leve crecimiento en el primer mes del año, un 0,2% en la media de matriculaciones por día. Las compras por particulares de este tipo de vehículos han disminuido, entre otros motivos por la finalización de las ayudas del plan PIVE en el pasado año 2016. Otros canales como las empresas y los renting sí se han visto mejorados. Esto no hace más que llamar la atención sobre la renovación del parque, que sigue siendo necesaria, puesto que la edad media es de los automóviles en circulación es de 12 años.

También hay que mencionar las matriculaciones industriales, estas han sufrido en su conjunto un descenso del 8'3% con respecto al año pasado. Esta sección sólo

ha experimentado un tímido crecimiento en los vehículos industriales medios y dentro de los industriales pesados en los pesados rígidos.

El último sector de producción es la de los vehículos comerciales. Son estos los principales activadores del crecimiento de la producción española, ya que, si comparamos las cifras de enero de 2016 y enero de 2017, este subsector ha experimentado un crecimiento del 21'6%, siendo las adquisiciones por empresas de renting las que más han impulsado este incremento en la producción.

5.6 FABRICANTES DE COCHES PRESENTES EN ESPAÑA

MAPA DE FÁBRICAS EN ESPAÑA



MAPA DE FÁBRICAS EN ESPAÑA. FUENTE: CEA

Como se puede apreciar en el mapa son numerosos fabricantes los que han decidido establecer su fábrica en el territorio español. Un total de 10 marcas con 17 fábricas por todo el territorio español. La primera fábrica de vehículos en España se inauguró en 1946, se trataba de la fábrica de IVECO-Pegaso, especializada en vehículos de gran tonelaje. Detrás de ella fueron apareciendo diversas fábricas. La del Grupo PSA (Peugeot y Citroën) que cuenta con sedes en Madrid y Vigo. Las fábricas de Mercedes-Benz en País Vasco y Cantabria. La empresa con mayor número de fábricas es Renault, con un total de 4, dos en Valladolid, una en Palencia y una última en Sevilla. Con la llegada de la fábrica de

Ford Almussafes en Valencia en 1976 y años más tarde la de Opel en Zaragoza, la industria automotriz despegó en España. Y derivó en una revolución en el sector automotriz con la producción en serie. Otras marcas que también están presentes son Nissan, Seat y Volkswagen.

5.7 PERMISO DE CONDUCCIÓN Y SEGURIDAD VIAL EN ESPAÑA

En España el permiso de conducción lo regula la DGT (Dirección General de Tráfico) y la edad legal para la conducción de un automóvil común se fija en 18 años. En la actualidad está vigente el carnet por puntos. Este permiso se implantó hace poco más de una década. Su puesta en marcha supuso una gran bajada de los muertos en carretera, además de una nueva concienciación.

Su sistema se basa en que cada conductor tiene un número de puntos asociados al carnet y a medida que comete infracciones estos van disminuyendo. No obstante, los puntos son recuperables.

Hay dos vías, la primera que el conductor pase dos años sin cometer ninguna infracción y la segunda a través de los cursos de recuperación de puntos. A no ser que se haya perdido la totalidad de puntos, en los que la primera vía no es posible. En este caso el conductor debería volver a presentarse al carnet teórico una vez transcurrido el tiempo de retirada del carnet.

Las infracciones están divididas en 4 grupos, que corresponden a los niveles de gravedad de las mismas (Anexo X).

Por otra parte, hace relativamente poco tiempo se están empezando a ver unas pegatinas en los vehículos. Estas pegatinas no son otra cosa que indicadores de las emisiones que expulsan los automóviles.

DISTINTIVOS AMBIENTALES



FUENTE: REVISTA DGT.

En la anterior imagen se pueden ver los cuatro tipos de pegatinas que existen actualmente. La primera por la derecha es únicamente aplicable a los vehículos con cero emisiones, es decir, los eléctricos y algunos tipos de híbridos. La ECO hace referencia al resto de los híbridos y a los vehículos propulsados por gas. Y las dos siguientes, C y B, son las que distinguen a los vehículos de gasolina y diesel convencionales. Para que el vehículo lleve una u otra se toma en cuenta su año de matriculación y el tipo de combustible.

La implantación de estos distintivos es una forma de discriminar positivamente a los vehículos que son más respetuosos con el medioambiente. Políticas como el parking en zona azul gratuito o el uso del carril bus-VAO con un solo ocupante, son algunos de los beneficios que los estos automóviles pueden disfrutar.

5.8 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Existe competencia directa en España y Europa para E-FARA. Hay que tener muy en cuenta estas empresas ya que, aunque aún no se encuentren en América del Sur, es cuestión de tiempo que amplíen sus horizontes y centren su vista en algún país latinoamericano.

Competidores directos

1. Car2Go

PROTOTIPO CAR2GO



FUENTE: CAR2GO

La empresa mundialmente pionera en alquiler de coches por minuto, con coches eléctricos. Filial de Daimler AG comenzaron en el año 2008 en Ulm, Alemania.

Car2Go es la compañía más grande de coches de alquiler a nivel mundial, estando disponible en 26 localizaciones de 8 países diferentes en Europa y Norteamérica. Además, desde el pasado año esta compañía se está extendiendo a países del continente asiático, comenzando por la ciudad de Chongqing en China.

Poseen una flota total de alrededor de 14.000 vehículos Smart Fortwo, 1350 de los cuales son 100% eléctricos. Estos últimos, al ser responsables con el medio ambiente, no se ven afectados por las restricciones de tráfico por contaminación.

El servicio consiste en el alquiler del coche por minutos y el acceso al mismo vía App gratuita. En el precio están incluidos el parking (siempre que sea dentro de la zona delimitada), el seguro, el transporte en sí mismo y la carga.

Es un servicio que se dirige a un público muy amplio, gente joven y adulta de entre los 20 y 60 años de edad. Con sus tarifas al alcance de todos y respetuoso con el medio ambiente, entra dentro del concepto de "CarSharing".

2. Emov

PROTOTIPO EMOV



FUENTE: AUTO10

Comenzó su servicio en Madrid en diciembre de 2016 de la mano del grupo PSA y EYSA. Emov fue el resultado de una estratégica alianza entre el grupo EYSA y Free2move. Sólo en la capital española cuenta con un total de 500 Citroën Z-cero de cinco puertas.

Los vehículos son 100% eléctricos, por lo que no tienen que preocuparse por las restricciones al tráfico debidas a la contaminación, alcanzan una velocidad de 130 km/h y ofrecen parking gratuito dentro de la zona delimitada de cada ciudad.

El servicio consiste en el alquiler por minutos del vehículo y el acceso al mismo por medio de una App gratuita. En el precio viene incluido el transporte en sí mismo, el seguro, la limpieza del vehículo, el parking y la carga. El público al que están dirigidos es gente joven y adulta, de entre los 22 y los 60 años de edad. La empresa cuenta con la mentalidad del “Carsharing” y ofrece tarifas al alcance de todos.

3. Bluemove

LOGOTIPO BLUEMOVE



FUENTE: BLUEMOVE

Se estableció en el año 2011 en España y, en 2013, se integra junto con Cochele convirtiéndose en la primera empresa española de Carsharing que opera en varias ciudades. Más tarde, en el año 2015, el grupo de alquiler de coches Europcar la adquirió como táctica para ampliar su oferta y así poder participar en el mercado del Carsharing.

Así mismo, la empresa ha mantenido asociaciones con empresas como Kia gracias a la cual aumentó su flota en 140 vehículos. Bluemove se encuentra actualmente disponible en las ciudades de Madrid, Barcelona y Sevilla.

Su servicio consiste en el alquiler de coches por hora, por día o por kilómetro; la reserva es por medio de una App gratuita y el acceso al vehículo por medio de una tarjeta llamada BlueCard.

La compañía cuenta con vehículos que se adaptan a las necesidades del consumidor: pequeños, grandes, familiares, furgonetas, coches híbridos o 100% eléctricos.

Bluemove está unido a la mentalidad del Carsharing y su objetivo es reducir el número de coches que circulan por la ciudad y recuperar el espacio público de forma que sus clientes puedan desplazarse a bajo coste y de forma sostenible.

El público al que se dirige es principalmente gente joven, que esté concienciada con el medio ambiente y le guste viajar y compartir gastos.

La empresa ha conseguido distintos premios y reconocimientos como en 2014 por la Fundación Empredeverde y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. También, la consultora internacional Frost&Sullivan reconoció el proyecto Bluemove con el premio al Liderazgo en el Valor Añadido al Cliente en 2015.

6 PRODUCTO

6.1 EL VEHÍCULO ELÉCTRICO: RENAULT TWIZY

6.1.1 Historia del vehículo eléctrico

A pesar de la actual creencia de que los coches eléctricos son una invención del siglo XXI, esto no es así. Ya por el siglo XIX estos coches habían hecho acto de presencia en la sociedad como medio de transporte alternativo al coche de caballos. Los primeros coches eléctricos de los que se tiene constancia surgieron entre 1830 y 1840, entre ellos se encontraba el inventado por Robert Anderson que se trataba de un carruaje con motor eléctrico de pila no recargable. No fue hasta finales de ese mismo siglo que surgieron las baterías recargables y con ellas la posibilidad de darle más autonomía a estos vehículos.

ROBERT WALLACE EN SU COCHE ELÉCTRICO EN 1899



FUENTE: 20 MINUTOS

A la vez que se incrementaba el uso de los vehículos eléctricos, hacían acto de presencia los automóviles propulsados por gasolina, entre ellos modelos inventados por Gottlieb Daimler y Wilhelm Maybach o Karl Benz. Sin embargo, estos coches tenían ciertas desventajas: motores muy ruidosos, dificultad para manejarlos a través de los antiguos cambio de marchas y el precio del

combustible, entre otros. Fue por eso que el coche eléctrico le ganó esta primera batalla al de gasolina y, durante estos primeros años de convivencia, superó con creces en ventas a su competidor a gasolina.

Pocos años después comenzó la decadencia del vehículo eléctrico de la mano de Henry Ford. Este inventor desarrolló múltiples mejoras para el motor a gasolina, mejoró la suspensión, cambió el sistema de marchas, movió el volante hacia la izquierda y además abarató el precio del vehículo al crearlos en serie. Esto supuso el principio del fin del vehículo eléctrico, que dejaría paso a su competidor.

MODELO FORT T



FUENTE: HIPERTEXTUAL.

A través de la producción en serie y del abaratamiento progresivo del vehículo a motor, dado en parte por los descubrimientos de nuevos yacimientos de petróleo, éste fue tomando mayor protagonismo. Todo ello tuvo como consecuencia que el coche eléctrico se viera relegado únicamente al transporte en la ciudad, puesto que no alcanzaba grandes velocidades y su autonomía venía dada por la corriente eléctrica que únicamente se encontraba en ellas. Fue por estos motivos que el coche eléctrico desapareció por completo antes de llegar a la 1ª mitad del siglo XX.

Actualmente se ha dado la vuelta a la situación. Por un lado las reservas de petróleo van disminuyendo y como consecuencia el precio del mismo va en aumento, además, los problemas de contaminación se ven aumentados por los

motores de gasolina y gasoil, que ayudan a empeorar cada vez más la calidad del aire. Todos estos motivos junto con una mayor concienciación de cuidar el medioambiente y de innovar en el mundo de la automoción, los coches eléctricos han vuelto a hacer acto de presencia.

A finales de los años 90 la Junta de Recursos del Aire de California (CARB) elaboró un programa para promover la producción de vehículos que no emitieran sustancias contaminantes perjudiciales para el medioambiente y la salud, o que su porcentaje fuese muy bajo. Este programa era el llamado “Mandato de Zero Emisiones” (Zero Emission Mandate). A partir de su implantación en California y distintos estados de los EE.UU. tanto los fabricantes como los productores se beneficiaron de ayudas y rebajas por el uso y producción de este tipo de vehículos. Fue esta nueva mentalidad interesada en la mejora del medioambiente la que espoleó la investigación y desarrollo de los coches eléctricos de la Edad Contemporánea.

General Motors fue la pionera en este periodo con el primer coche eléctrico moderno en 1996. El EV1 modelo se impulsaba a través de un motor de plomo y ácido, y posteriormente de níquel-metal hidruro. Sin embargo este vehículo se comercializó mediante un contrato de arrendamiento y, pocos años después de su lanzamiento, General Motors decidió recuperar todos los automóviles y ponerle fin a su producción alegando la no rentabilidad de producción.

En la misma época surgió un nuevo prototipo de coches, los coches híbridos. Estos vehículos reducían las emisiones de materiales contaminantes a través de un motor en el que convive electricidad y combustión a la vez. Los automóviles de este tipo han tenido una gran acogida en el mercado. Marcas como Kia, Hyundai, Ford o Range Rover cuentan con al menos un modelo híbrido en sus catálogos.

Vista la acogida de los híbridos y estimulados por la crisis del petróleo, se ha dado un paso más: la creación de coches 100% eléctricos. Estos vehículos se desplazan a través de motores que utilizan la energía eléctrica almacenada en la batería recargable. Su recarga se puede realizar a través de la red de corriente

eléctrica convencional y la carga completa supone varias horas dependiendo del modelo de vehículo. Su auge comienza en la primera década de los años 2000 y aún continúa.

Ya en 2017 cada vez son más los fabricantes que se interesan por producir este tipo de vehículos. Entre los fabricantes cabría destacar Tesla Motors, Citroën, Mitsubishi, Peugeot, Smart o Renault. Este último es el fabricante de nuestro producto.

6.1.2 Renault

Louis Renault funda en 1898 la empresa Renault movido por su interés en la innovación. Sus fábricas inician la actividad con un modelo de producción en serie, para más tarde evolucionar hacia el taylorismo.

En los años de entreguerras las fábricas de Renault fueron puestas al servicio de las necesidades de la época, llegando a fabricar incluso carros de combate. Hacia los años 70 su expansión fuera de sus fronteras iba a ritmo creciente y sus ventas fuera de Francia se elevaron un 55% en 1975.

Ya en los años 80 Renault debuta en la competición deportiva de Fórmula 1. En 1993 el Grupo Renault intenta una fusión con Volvo, sin embargo esta no resulta satisfactoria y finalmente Renault entra en el capital de Nissan en 1999. Seguido de esto Renault compra Samsung Motors y Dacia.

No fue hasta la primera década del 2000 que Renault se interesó por la fabricación del vehículo eléctrico con dos modelos: el Scénic con pila de combustible y el concept-car Z.E. Y años más tarde aumentaba su catálogo con 4 nuevos modelos: Kangoo Z.E., Fluence Z.E., Twizy y ZOE.

El Grupo Renault tiene bastante protagonismo en España con 4 fábricas en toda la Península.

- La fábrica de Palencia, en funcionamiento desde 1978. Actualmente produce la gama Mégane y Kadjar y exporta más del 80% de su producción.

- Factoría de Carrocería Montaje de Valladolid. Fruto de la fusión en 1995 de dos: la unidad de Carrocería en funcionamiento desde 1966 y la de Montaje desde el 1972. En 2011 se creó el taller de vehículo eléctrico donde se fabrican el Captur y el Twizy.
- Factoría de Motores de Valladolid. La Factoría de Motores, que nace en 1965 cuenta con 3 talleres: donde se mecanizan las piezas y se desarrolla el montaje de los diversos elementos de los motores.
- Factoría de cajas de velocidades Sevilla. Lleva en funcionamiento desde 1966 y suministra motores a diferentes fábricas y a través de la exportación equipa a las marcas Renault, Nissan, Dacia, Samsung y Daimler.

6.1.3 Renault Twizy

A la hora de elegir este vehículo se han tenido en cuenta una serie de características que finalmente hicieron que fuera el elegido, entre ellas es destacable su reducido tamaño, motor 100% eléctrico, diseño urbano y precio competitivo (Anexo XIII).

El Renault Twizy salió a la venta en 2012. Para su fabricación Renault tuvo que adaptar la factoría de carrocería montaje de Valladolid, donde se fabrica y ensambla la batería del Twizy. Este vehículo se produce en exclusividad en dicha factoría española.

El Twizy es un vehículo que se halla a medio camino entre una moto y un automóvil. Consta de dos plazas para pasajeros que sitúan en tándem; y su corta longitud le permite aparcar de manera transversal, puesto que la normativa española contempla esta forma de aparcamiento hasta los 2,50m. Su seguridad es exactamente igual que la de un vehículo convencional, cuenta con airbag del conductor y sendos cinturones, conductor y acompañante, con varios puntos de anclaje.

El punto más importante de este automóvil es que cuenta con un motor 100% eléctrico recargable a través de un cable de alimentación integrado. Posee una potencia de 12Kw y emite cero emisiones de partículas contaminantes del aire. Durante la carga consume 2000 vatios, lo mismo que pequeños electrodomésticos. Se encuentra disponible en dos versiones: Twizy 45 y Twizy 80, con dos modelos diferentes, el Cargo y el Life. Según país el modelo de menor potencia “Twizy 45” puede ser conducido con licencia de ciclomotor, como es el caso de España, que permite la conducción de este modelo a partir de los 15 años y con la licencia anteriormente citada. Para el resto de modelos si es necesario el carnet tipo B.

Tras comparar las diferentes versiones disponibles se decidió apostar por el modelo Twizy Life 80 (Anexo XV). En primer lugar, se descartó el modelo Cargo por el hecho de que dotar al vehículo con maletero haría que este perdiera la segunda plaza puesto que el maletero ocuparía la plaza trasera del Twizy. Además el vehículo está pensado para desplazamientos dentro del centro de la ciudad, por lo que el maletero no se considera una característica imprescindible. A la hora de elegir un motor u otro se ha optado por el de mayor potencia, puesto que el vehículo con Motor 45 apenas alcanzaba los 40 km/h a pleno rendimiento y esto sería un hándicap cuando el vehículo estuviera cargado.

A continuación se detallan las características del modelo elegido. La primera impresión que da el Renault Twizy es que se trata de un vehículo de aire futurista. Lo que podría justificarse por su particular diseño asimilado a un ciclomotor. Pero una vez que se abre el vehículo la sorpresa va en aumento: el Twizy incorpora unas puertas totalmente preparadas para la ciudad, puesto que su apertura se realiza en vertical y no en horizontal. Otro punto destacable de este vehículo es su reducido tamaño, que permite aparcar al gusto del consumidor.

RENAULT TWIZY LIFE 80



FUENTE: RENAULT

Dentro de sus características técnicas el Twizy cuenta con una batería de litio de 6,1 kW, al igual que el resto de modelos. La batería es recargable en puntos *Wall box* que son instalables en cualquier garaje o domicilio. El tiempo para realizar una carga completa son 3 horas y media. Aunque también permite cargas cortas. Con la batería al completo el Twizy Life 80 tiene una autonomía de 90 km, con un consumo de 63Wh cada kilómetro. Al tratarse de un vehículo 100% eléctrico emite 0 partículas contaminantes al aire. Y además, al igual que el resto de vehículos eléctricos, su cambio automático hace que sea más simple conducirlo que los vehículos manuales.

La batería de estos vehículos puede ser comprada al fabricante, pero generalmente se alquila a los mismos por un importe mensual. El alquiler de la misma va desde los 50€ hasta los 70€ de promedio y se establece según los kilómetros recorridos a lo largo del año.

Dentro del equipamiento disponible se encuentra un indicador de tiempo de carga en el tablero delantero, un paquete opcional de accesorios de comunicación (pantalla, kit bluetooth) e información de aparcamiento a través del radar de proximidad. Todos estos paquetes irán incluidos en el producto por lo que el precio final será de 7828,50€ (6812,75€ del vehículo + 1015,75€ del equipamiento) (Anexo XV).

6.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Como ya hemos explicado con anterioridad, nuestro proyecto no sólo se encarga de exportar los automóviles desde España hasta Chile. Una parte muy importante de nuestro trabajo es el servicio que ofrecemos con posterioridad.

Basando nuestro proyecto en empresas ya existentes ofertantes de servicios del mismo tipo, E-FARA va a acondicionar los coches exportados a Chile para su alquiler. Y vamos más allá del clásico alquiler que contrata alguien que va de viaje, ya sea de placer o de negocios, y contrata un coche para usarlo varios días. Nuestro servicio se adapta tanto a las necesidades del ciudadano de a pie, como a las de un turista o de la persona que visita esporádicamente la ciudad de Santiago de Chile.

Por medio de una aplicación para Smartphone, nuestros clientes podrán acceder a los coches de alquiler cómoda y rápidamente. Nuestro objetivo es ser directos, suprimir los trámites intermedios, evitar complicaciones y que los clientes dispongan de nuestro producto al alcance de su mano.

Para ello, nuestros usuarios sólo tendrán que descargarse la aplicación de forma gratuita, registrarse y validar su permiso de conducir. Es el único trámite que tendrán que realizar; una vez registrados, la App les mostrará un mapa de la ciudad y localizará los Twizy más cercanos. El cliente tendrá un tiempo de 20 min para llegar hasta el coche y, una vez que se encuentre a su lado, podrá desbloquear las puertas por medio de la aplicación.

La llave de arranque se encuentra en el interior del vehículo y, una vez en marcha, aparecerá un teclado para introducir la clave personal en la pantalla táctil del interior del coche.

Una vez arrancado el coche, comenzará el contador de minutos: el precio es de 142 pesos chilenos (aprox. 0,19 cént. de €) cada minuto.

Cuando se desee finalizar el alquiler bastará con aparcar el Twizy en un estacionamiento público de la ciudad, con delimitación de la almendra central de la capital, sin pago de parquímetro u otro recargo del ayuntamiento. Al girar la llave de contacto para parar el motor del coche, aparecerá un mensaje en la pantalla táctil del interior del vehículo con las siguientes opciones:

- Finalizar viaje. Al seleccionar esta opción, se terminará el alquiler. El conductor deberá dejar la llave en el interior del vehículo, y tendrá un total de 5 minutos para salir del automóvil con todas sus pertenencias. Al finalizar los 5 minutos, el coche se bloqueará y su viaje habrá concluido.
- Vuelvo enseguida. Esta opción se usa en caso de que el conductor quiera abandonar brevemente el vehículo y después desee continuar con su viaje. El usuario tendrá que llevarse la llave de contacto consigo, para cerrar el coche por fuera y, a su vuelta, poder abrirlo manualmente. Si selecciona esta opción, se seguirá contando los minutos de utilización del vehículo, pero por un precio de 112 pesos chilenos (aprox. 0,15 cent. de €) por minuto.

Una vez finalizado el alquiler, le llegará un mensaje a su EfarApp con la factura y el número total de minutos utilizados.

Los clientes podrán conducir por fuera de la zona metropolitana de Santiago de Chile con los Twizy pero, para finalizar el viaje, éstos deberán quedar aparcados dentro de la almendra central. De no ser así, el coche quedará como si estuviera en modo de “vuelvo enseguida” y se seguirán contabilizando los minutos de alquiler.

En cuanto a la carga de los vehículos, será el equipo técnico de Efar en Santiago quien se encargue de recoger los Twizy bajos de batería (entre el 0 y el 20% de batería) y llevarlos hasta los puntos de carga. Allí, estarán disponibles los cargadores proporcionados por Circutor, empresa fabricante de herramientas y tecnologías para la eficiencia energética.

En cuanto a la adquisición de los cargadores, será el franquiciado quien negocie el contrato y las cláusulas con Circutor* (desarrollado en el punto 12.1 Modelo de negocio), y quien pacte el transporte de los cargadores desde Rionegro, Argentina (donde se encuentra establecido Circutor) hasta Santiago de Chile. El modelo de cargadores compatible con nuestro vehículo es eHome T1C16.

7 MERCADO DE DESTINO

7.1 MOTIVACIÓN PARA LA ELECCIÓN

El lugar donde vamos a implantar nuestro modelo de negocio, no puede ser elegido al azar. Para decidir el mercado de destino, como bien está reflejada en la motivación que nos ha llevado a realizar este proyecto, quisimos decantarnos por un país en el que nuestro producto e idea de negocio fuera pionera o tuviera poco desarrollo y que pudiera aportar un impacto en la ciudad donde se llevará a cabo; que los usuarios lo percibieran como una solución a un problema latente.

Después de analizar los diferentes continentes con sus riesgos, dimensiones de mercados, servicios parecidos, facilidad de acceso, empresas españolas que se encuentran operando en el mercado y limitaciones que nos presentaban nos quisimos enfocar en el mercado latinoamericano debido a razones:

- La alta cantidad de acuerdos firmados entre España con algunos de aquellos países.
- Las dimensiones del mercado que nos presentaban nuestro producto son muy altas y con unas probabilidades de crecimiento muy probables.
- El Auge de la contaminación en las grandes metrópolis de los países sudamericanos.
- El nicho de mercado que supone este tipo de modelo de negocio, aún sin explotar en comparación a los países europeos.
- El auge de ayudas para la ejecución de proyectos sostenibles por algunos países de este continente.
- Una de nuestras integrantes es originaria de aquel continente.

De todos los países que lo conforman, llevamos a cabo una tabla comparativa con los países centro y sudamericanos que más relevancia tenían por extensión de territorio y población, es decir: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Es una lista más amplia de lo normal, pero creímos necesario el esfuerzo de estudio de estos países, ya que

cualquiera podría otorgarnos una característica que la hiciera buena para la realización de nuestro modelo.

Dentro de la tabla (Anexo XVII), establecimos las siguientes características con distintas ponderaciones (de 1 a 3, siendo 1 un factor poco relevante y 3 un factor muy relevante):

- Valoración 3: Situación política, Normativa vial, Estado de vías, Estabilidad monetaria, Desarrollo de Redes de Comunicación, Edades, PIB per cápita, Seguridad ciudadana y población.
- Valoración 2: problemas medioambientales, libertad económica, cercanía cultural.
- Valoración 1: Distancia geográfica, barreras de entrada.

Como se puede ver en el Anexo XVII, el país que mejores características reúne según nuestro criterio es Chile, seguido de México y Uruguay.

Una vez conocido que Chile era nuestro lugar para emprender la operación, buscamos asesoramiento en varias universidades, de las cuales la universidad de Chile y en concreto su Facultad de economía y negocios nos pusieron a disposición una serie de estudios, como el que añadimos en el apartado de bibliografía: *“El mercado de las franquicias en Chile”* realizado por *Nicole Pinaud*. Este último nos hacía ver que nuestro modelo de franquicia era idóneo para invertir en el mercado chileno, debido al auge que está experimentado las franquicias entre el año 2004 y 2016.

Por último, y no menos importante, hemos realizado una recopilación de las razones que nos motivan para poder realizar la operación de exportación en las mejores condiciones posibles (Anexo XVII).

7.2 INTRODUCCIÓN DEL PAÍS

Chile o como su nombre oficial es, La República de Chile, se encuentra geográficamente ubicado en el extremo sudoeste de América del Sur.

Se encuentra dividido por 15 regiones, de las cuales la de mayor población es la Metropolitana de Santiago que alberga la capital estatal Santiago de Chile.

Su moneda oficial es el peso chileno, una moneda convertible y que se encuentra regulada por el mercado sin intervención estatal en su cotización.

Chile fue colonia española desde que la conquista de América hasta el 1 de Enero de 1818, fecha en la que se firmó el Acta de Independencia por el Director Supremo Bernardo O'Higgins (de la monarquía española) por lo que pasaba a ser un país independiente.

A raíz de esta independencia fue el primer país americano, y el segundo a nivel mundial tras Dinamarca, en abolir la esclavitud (24 de julio de 1823); concluyendo así con 300 años de esclavismo en este territorio, que empezaron con la llegada de los conquistadores españoles durante el primer tercio del siglo XVI.

Pero éste no fue el único gran avance de Chile durante el siglo XIX, ya que hubo un gran auge del comercio del puerto de Valparaíso y el descubrimiento de la mina de plata de Chañarcillo, lo que supuso un empuje muy grande a la economía chilena.

Este auge le llevó a un enfrentamiento bélico frente a Bolivia y Perú, que acabó en 1839 con victoria Chilena y la disolución de la confederación formada por bolivianos y peruanos.

Otro hecho recalable durante este siglo fue la guerra que mantuvo Chile contra España dentro de la llamada guerra hispano-sudamericana, que concluyó con la firma del tratado de paz entre ambos países el 12 de junio de 1883 en Lima, capital de Perú.

En el siglo XX Chile destacó por sus exportaciones mineras hacia Europa y Estados Unidos, entre ellos destacaban el carbón y el salitre. Éste último se usaba para fines agrarios y su demanda aumentó durante la primera guerra mundial, ya que se usaba para creación de explosivos.

Entre 1920 y 1950 hubo grandes cambios que impulsaron a Chile hacia el crecimiento como la creación del impuesto de la renta y el nacimiento de los ministerios de Agricultura, Vías y Obras públicas e Industria y Comercio. Lo que le permitió generar un desarrollo en las infraestructuras del país que se tradujo en un aumento en la producción y economía.

Hubo dos grandes crisis en este periodo mencionado, la primera fue en 1926 la del salitre sintético. En Alemania empezaron a fabricarlo y venderlo más barato que el chileno, lo que supuso un duro golpe para las exportaciones del país andino. En 1929 tuvo lugar el segundo varapalo para la economía chilena ya que el crack del 29 hizo que, un año más tarde, se paralizaran las actividades productivas. Más del 60% de los trabajadores de la minería se encontraban sin trabajo, también lastró las exportaciones. Estos estragos llevaron a que, en menos de tres años, el PIB chileno cayera a menos de la mitad y fue considerado como el país más afectado por la crisis mundial que había en ese momento.

En 1939 tuvo lugar la creación de Corfo (corporación de Fomento de la Producción), organismo estatal que se encargó de impulsar la actividad productiva nacional a través de planes especiales de desarrollo, y varios de sus primeros pasos eran la electrificación del país, el desarrollo agrario y solventar los problemas en la minería.

Durante finales del siglo XIX y finales del siglo XX Chile se vio envuelto en varias guerras. La primera a destacar fue la guerra civil chilena o revolución de 1891 que enfrentó a partidarios del congreso nacional contra los del presidente de la República José Manuel Balmaceda.

Posteriormente se creó la República Presidencial con la constitución de 1925, aunque no duraría mucho ya que con los estragos de la crisis y el empeoramiento del PIB en 1931, se originó un golpe de estado. Este último fue el detonante de la implantación de la República Socialista de Chile, que duró apenas 3 meses, volviéndose a la antigua forma de estado y Arturo Alessandri elegido como presidente.

Los períodos siguientes en materia política fueron muy convulsos para Chile, llegando a desembocar el 11 de Septiembre 1973 en un Régimen Militar liderado por Augusto Pinochet hasta el 11 de Marzo de 1990.

Este régimen se caracterizó por una transformación económica, política y social. La economía tenía unas doctrinas neoliberales, en lo político a un modelo autoritario con principios de la extrema derecha como el anticomunismo, la disolución del Congreso Nacional, etc. Y, en lo cultural, dio lugar a una gran represión a las líneas culturales contrarias al régimen.

Posteriormente se dio paso a la transición hacia la democracia en Chile. Hoy en día Chile es un estado unitario, democrático y presidencialista.

7.3 SITUACIÓN ACTUAL DE CHILE

7.3.1 Sector Exterior

El Sector Exterior de Chile en 2016 tuvo un superávit en su balanza comercial ya que, a pesar de la caída de las exportaciones (un 3,49%), las importaciones cayeron en mayor medida (un 5,68%). Lo que le otorga el puesto 41º en el ranking de países exportadores

Las ventas al exterior representan el 24,26% del PIB con una cifra total de 54.144,2 miles de millones de USD \$, mientras que las compras representan el 23,81% de su PIB, con una cifra de 53.144,2 miles de millones de USD \$.

Las principales exportaciones de Chile son el cobre refinado, el mineral de cobre, el sulfato pasta química de madera, el cobre sin procesar y el pescado.

Los países a los que van dirigidas dichas exportaciones son China, EEUU, Japón, Corea del Sur y Brasil.

Sus principales importaciones son refinado el de petróleo, los coches, el petróleo crudo, los camiones de reparto y equipos de radiodifusión. Tales importaciones provienen principalmente de China, EEUU, Brasil, Alemania y Argentina.

Aquí dejamos una muestra de la evolución de las importaciones y exportaciones en los últimos años de Chile y de la tendencia que ha seguido su balanza comercial.

EVOLUCIÓN BALANZA COMERCIAL (EXPORTACIONES-IMPORTACIONES DE CHILE 2008-2016).

Chile - Importaciones de Mercancías			Chile - Exportaciones de Mercancías		
Fecha	Importaciones	Importaciones % PIB	Fecha	Exportaciones	Exportaciones % PIB
2016	53.144,2 M.€	23,81%	2016	54.130,4 M.€	24,26%
2015	56.346,7 M.€	25,78%	2015	56.090,2 M.€	25,66%
2014	54.822,3 M.€	27,91%	2014	56.397,4 M.€	28,71%
2013	59.686,4 M.€	28,48%	2013	57.515,5 M.€	27,44%
2012	62.323,6 M.€	29,99%	2012	60.546,9 M.€	29,13%
2011	53.660,1 M.€	29,63%	2011	58.504,2 M.€	32,31%
2010	44.661,3 M.€	27,13%	2010	53.638,5 M.€	32,58%
2009	30.689,4 M.€	24,81%	2009	39.763,9 M.€	32,15%
2008	42.689,3 M.€	34,98%	2008	43.860,6 M.€	35,94%

FUENTE: DATOSMACRO.COM

7.3.2 Geografía y Orografía

Es un país ubicado en el hemisferio sur, perteneciente al continente americano y a la región de América del Sur. Tiene la siguiente división geográfica: Insular continental, Oceánico y territorio chileno Antártico.

Se encuentra ubicada en una zona altamente volcánica y sísmica, ya que está muy cerca de la subducción de las placas de Naca y Antártica.

Su superficie es de 756.102,4 kilómetros cuadrados, siendo sus principales fronteras al norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina. Al oeste con el Océano Pacífico y al Sur con el mismo Océano y el territorio Antártico.

Se encuentra dividida por 15 regiones, de las cuales la de mayor población es la Metropolitana de Santiago, que alberga la capital estatal Santiago de Chile.

Tiene diferente orografía dependiendo de la zona. El norte se caracteriza por el desierto de Atacama. Al sur de Chile se encuentra la Patagonia, con altitudes por debajo del nivel del mar en algunos terrenos. Y en el centro, que es la zona más poblada del país, se encuentran grandes cadenas montañosas siendo el oeste atravesado por la cordillera con más altura de toda Sudamérica: los Andes.

7.3.3 Entorno político

Desde la caída de la dictadura de Augusto Pinochet y como mencionamos anteriormente en este trabajo, Chile es una República unitaria, democrática y presidencialista.

Su estabilidad en este aspecto es envidiada por muchos de sus países vecinos, teniendo el estado divididos los poderes legislativos, ejecutivos y judiciales.

En el Poder Ejecutivo se encuentra el Presidente, elegido cada cuatro años mediante sufragio universal sin posibilidad de reelección (mayores de 18 años y empadronados en cualquier región de Chile). Existen dos elecciones en Chile, hay

que distinguir entre las elecciones presidenciales y elecciones parlamentarias, ambas se celebran a la vez.

El Poder Legislativo reside en el Congreso Nacional, que es bicameral: Senado y Cámara de diputados.

El Poder Judicial es un órgano independiente y autónomo que tiene la responsabilidad de la administración de justicia. El tribunal superior de este poder es la Corte Suprema, compuesta por 21 miembros uno de los cuales es elegido presidente cada tres años.

7.3.4 Entorno macroeconómico

La economía chilena, a diferencia de la mayoría de las economías latinoamericana, ha mantenido un crecimiento sostenido hasta 2015. Fue entonces cuando sufre una fuerte ralentización económica por la caída del precio cobre y la merma en las exportaciones reduciéndose en 2016 el crecimiento hasta el 1,6%.

Las previsiones para el 2017, son de una mejora en el crecimiento, se van cumpliendo poco a poco.

INDICADORES DE CRECIMIENTO DE CHILE

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
PIB (miles de millones de USD)	277,07	258,71	240,23	234,90e	242,64
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	4,0	1,8	2,3	1,7e	2,0
PIB per cápita (USD)	15.714	14.519	13.342e	12.910e	13.196
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-1,0	-1,5	-2,0	-2,5e	-1,8
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	12,8	15,1	17,5	20,4e	23,3
Tasa de inflación (%)	1,9	4,4	4,3	4,0e	3,0
Tasa de paro (% de la población activa)	5,9	6,4	6,2	7,0	7,6
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-10,31	-3,32	-4,77	4,55e	-5,90
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-3,7	-1,3	-2,0	-1,9e	-2,4

FUENTE: IMF- WORLD ECONOMIC OUTLOOK DATABASE 2016 NOTA: (E) DATOS ESTIMADOS

Desmembrando la economía de Chile, se trata de una economía capitalista que tiende a la apertura y a la liberalización de todos sus sectores.

Tabla Repartición Actividades económicas por Sector:

REPARTICIÓN ACTIVIDADES ECONÓMICAS POR SECTOR

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	9,6	23,1	67,3
Valor añadido (en % del PIB)	3,9	32,8	63,3
Valor añadido (crecimiento anual en %)	4,3	1,2	2,8

FUENTE: WORLD BANK, 2016

En concreto, está dominada por el sector industrial y los servicios, que suponen más del 96% del PIB.

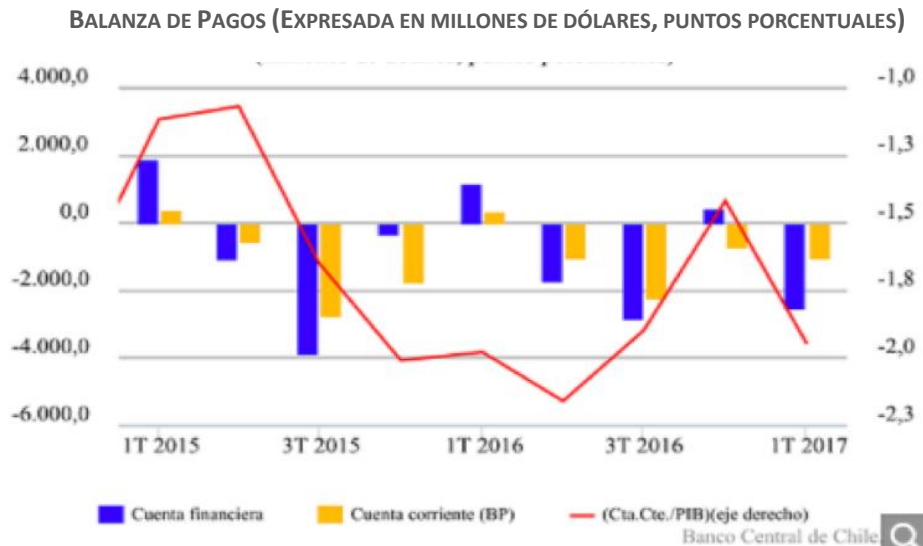
Tienen un peso muy grande las actividades mineras y los productos manufacturados.

El sector terciario está en crecimiento debido a la gran cantidad de turismo que está recibiendo el país, en 2016 visitaron el país 5,64 millones de turistas.

El sector agrícola representa casi el 4%, estando este muy presente tanto en el centro como en el sur del país.

Otro punto importante dentro del entorno macroeconómico es el apartado de la balanza de pagos, que vemos en el siguiente gráfico que refleja los datos actualizados de la ilustración 18. Podemos ver como en el primer trimestre de 2017 la cuenta corriente fue deficitaria: entorno al 1,6% del PIB. Se ha visto reducido un 0,3% si lo comparamos con los cuatro últimos trimestres, ya que estaban con un déficit de un 1,9%.

Las exportaciones crecieron en un 4,7% anual debido, en su mayoría, por el aumento del valor del cobre. En mayor medida crecieron las importaciones un 12,9% anual, debido en parte al incremento de los combustibles.



FUENTE: BANCO CENTRAL DE CHILE

Los mayores retos para la economía chilena se presentan en:

- Superación de la dependencia sobre el precio del acero (casi el 50% de las exportaciones).
- Aumentar la capacidad agrícola para poder abastecer más al país.
- Aumentará productividad del sector minero.

7.3.5 Entorno socio cultural

Los datos de población real que hemos podido conseguir son los de 2015, en donde como vemos en la tabla, Chile cerró el año con 18.006.000 personas. Esto supuso un incremento de 187.000 habitantes más que los periodos anteriores.

Como podemos observar, desde hace varios años se viene produciendo un crecimiento en la población, siendo mayoritarias las personas de género femenino.

POBLACIÓN CHILENA

Chile - Población				
Fecha	Densidad	Hombres	Mujeres	Población
2015	24	8.855.069	9.093.072	18.006.000
2014	24	8.762.438	9.000.209	17.819.000
2013	23	8.669.426	8.906.407	17.632.000
2012	23	8.576.380	8.812.057	17.445.000
2011	23	8.483.686	8.717.619	17.256.000
2010	23	8.391.614	8.623.434	17.066.000
2009	22	8.300.305	8.529.652	16.877.000
2008	22	8.209.698	8.436.242	16.687.000
2007	22	8.119.581	8.343.120	16.505.000
2006	22	8.029.617	8.250.111	16.332.000
2005	21	7.939.522	8.157.049	16.165.000
2004	21	7.849.208	8.063.911	16.002.000
2003	21	7.758.625	7.970.643	15.838.000
2002	21	7.667.550	7.877.004	15.668.000
2001	21	7.575.729	7.782.689	15.572.000
2000	20	7.482.944	7.687.443	15.398.000
1999	20	7.389.211	7.591.273	15.197.000
1998	20	7.294.468	7.494.141	14.997.000
1997	20	7.198.352	7.395.718	14.796.000
1996	19	7.100.417	7.295.603	14.596.000
1995	19	7.000.415	7.193.571	14.395.000

FUENTE: INE CHILE

MERCADO LABORAL

Mercado Laboral		
Tasa de desempleo [+]	Febrero 2017	6,6%
Tasa de paro [+]	IV Trim 2015	5,8%
Parados [+]	I Trim 2017	613 m.
SMI [+]	2016	329,5 €
Salario Medio [+]	2016	10.688€
Ranking [+]	2015	45º

FUENTE: DATOSMACRO.COM

En cuanto al nivel de desempleo, podemos observar en la ilustración 20, ronda el 6,6%, unas 690.000 mil personas. Lo que significa que tiene una ocupación bastante alta, siendo la tasa de paro de casi un 6%.

En el ranking de inversión en capital humano, Chile se encuentra en la posición 45 de 124 países que conforman la lista, por lo que tiene una inversión muy parecida a la media.

Cabe hacer una reseña al salario medio (ilustración 21) el cual a pesar de ser bajo (ya que si lo dividimos entre los 12 meses del año no llega a 900€) sí que ha experimentado un crecimiento en los últimos años. El resultado de ello es una mejoría de las condiciones laborales en el país andino.

SALARIO MEDIO

Fecha	Salario Medio
2016	10.688€
2015	10.410€
2014	9.259€
2013	10.040€
2012	9.959€
2011	8.625€
2010	8.147€
2009	5.745€
2008	5.478€

FUENTE: DATOSMACRO.COM

7.4 SELECCIÓN DE CIUDAD

Siempre que se quiere llevar a cabo un negocio o idea nueva no puedes llevarla a cabo globalmente, y menos en un país geográficamente tan amplio como Chile. Es por lo que nos vimos en la necesidad de buscar una ciudad que fuera parecida a

las que ya tienen este servicio en Europa para, y que así la implantación fuera lo más atractiva posible para el franquiciado.

Las ciudades que elegimos para la realización de la tabla, después de un análisis y comparación de las más importantes dentro de las diferentes regiones con las que cuenta Chile, fueron: Valparaíso, Concepción, La Serena y Temuco y Santiago de Chile,

Al igual que para la elección del país de destino quisimos hacerlo en base a diversos criterios siendo lo más equitativos posible, con la ciudad de destino hemos llevado a cabo el mismo procedimiento. Los criterios de valoración que pusimos fueron:

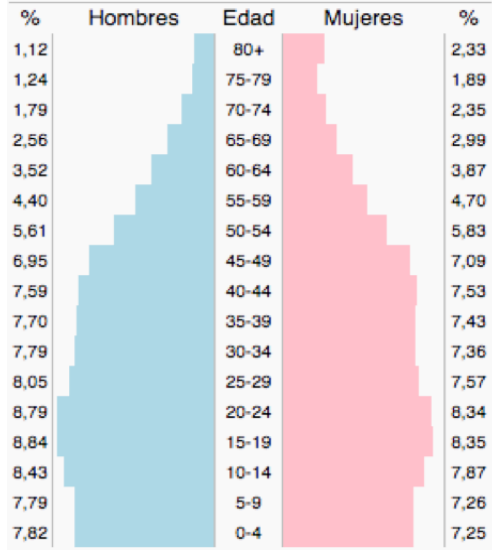
- **Valoración 3:** Distancia geográfica al mar, habitantes, cantidad de estudiantes, desarrollo de redes de comunicación, Contaminación, Conciencia ecológica, Calidad de las vías, turismo y normativa favorable al coche eléctrico.
- **Valoración 2:** Anillo circunvalación M30, renta de la ciudad, competencia.
- **Valoración 1:** Grandes distancias en la ciudad.

Como se puede ver en el Anexo XVIII, la ciudad que mejor se adapta para la realización del proyecto es Santiago de Chile.

7.5 SANTIAGO DE CHILE

Gracias a este estudio de mercado que hemos estado realizando, podemos saber que Santiago no constituye una sola unidad administrativa, sino que forma parte

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SANTIAGO DE CHILE



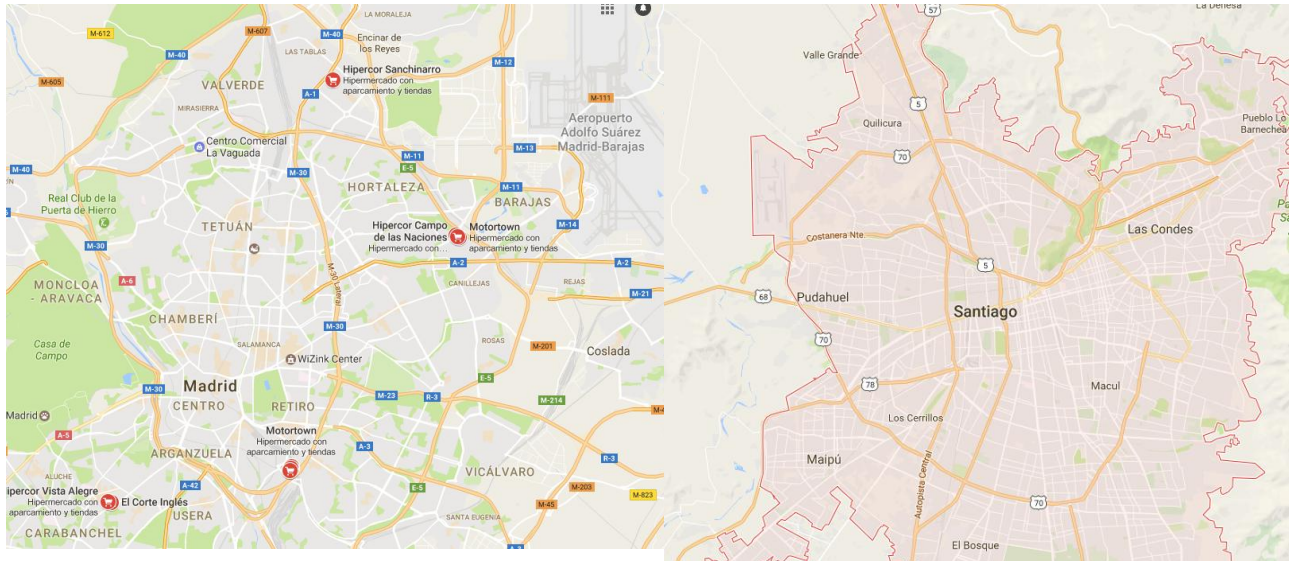
FUENTE: INE (2015)

La capital chilena tiene una gran cantidad de centros universitarios y de enseñanza superior, alrededor de 40 entre estatales y privados, lo que la convierte en destino de mucha población joven.

Uno de los datos que nos llamó la atención es la existencia de una circunvalación dentro de la ciudad que nos permitiría delimitar el servicio, como se lleva realizando en muchas ciudades europeas. Aquí la comparativa de las circunvalaciones entre Santiago de Chile y Madrid.

FIGURA COMPARACIÓN DE CIRCUNVALACIONES SANTIAGO Y

MADRID:



FUENTE: GOOGLE MAPS

Santiago de Chile (circunvalación 70) Madrid, circunvalación M30

Santiago es el principal centro de desarrollo económico de Chile y uno de los más importantes en América latina. Tiene un IDH de 0,898 y consta con los principales organismos políticos y administrativos del país, a excepción del servicio nacional de aduanas que se encuentra en Valparaíso.

El clima de la Región Metropolitana es **mediterráneo continentalizado**, lo que favorece un estilo de vida mediterráneo de desarrollo de actividades de ocio en el exterior. Santiago es considerada una de las ciudades más seguras de Sudamérica y dentro de Chile está entre las 5 más seguras del país.

7.6 COMPETENCIA MERCADO DE DESTINO

Como ya hemos mencionado en la introducción del mercado, el modelo de Carsharing está siendo ya tratado en estos últimos años en Chile; pero siempre enfocados al alquiler de coches para viajes, no única y exclusivamente para moverse dentro de la ciudad.

En gran Santiago, podemos clasificar la competencia en dos grupos bastante diferenciados: competencia directa y competencia indirecta.

Competencia directa

Dentro de la competencia directa, no encontramos ninguna empresa que esté llevando a cabo el mismo servicio que nosotros estamos ofreciendo. La mayoría están enfocados a la compartición de coches para viajes o alquiler y no ofrecen coches eléctricos.

Por estas razones, vimos como un objetivo principal esta ciudad en concreto: por las posibilidades de explotar la idea desde cero y poder ofrecerlo como un servicio innovador y beneficioso, tanto para el usuario como para el medio ambiente.

Competencia Indirecta

Podemos clasificarlos de la siguiente manera:

Vehículos de transporte con Conductor

- **Servicio Taxi**

La población de Santiago de Chile está empezando a modernizarse, usando algunas Apps para poder solicitarlos y pagar, adecuando el servicio al pasajero. Pero este servicio tiene aún lagunas existentes que le están haciendo ser menos competitivo frente a las nuevas empresas emergentes. Las opiniones de los usuarios del servicio se centran en:

- Solo se puede abonar en efectivo si el taxi es solicitado a pie de calle.
- Producen inseguridad y, normalmente, suelen dar un mal servicio.
- No conoces la tarifa antes de subirte.
- Estado precario de los coches, antigüedad elevada del parking automovilístico.

Lo positivo de este servicio es que cuenta con la regulación del ministerio de transporte y telecomunicaciones chileno.

Hay un número alto de licencias de taxi, alrededor de 28 mil, por lo que siempre suelen encontrarse disponibles.

Si se tiene un accidente, el seguro te cubre en totalidad y posee todas las licencias para prestar el servicio que está ofertando.

- **Cabify**

La empresa española está causando buenas sensaciones en Chile, en concreto en Santiago donde podemos encontrarla tanto en transporte de personas como para los amantes de las bicicletas.

Los usuarios la valoran por:

- Los conductores tienen que tener la licencia A1o A3 para conducir taxis o vehículos de transporte remunerado.
- Las tarifas van por km y no por tiempo.
- Conoces el precio del trayecto antes de confirmar el servicio.
- Los coches están en muy buen estado para prestar el servicio.
- Te permite elegir vehículo y conocer al conductor.

En cuanto a los aspectos negativos del servicio, los coches no cuentan con patente de transporte público, por lo que no son legales; además si se sufre un accidente el cliente no está cubierto por ningún tipo de seguro.

- **Uber**

La aplicación ha puesto en pie de guerra a los taxistas de las principales ciudades de Chile contra ellos, pero nosotros nos centramos en el servicio que dan, por lo que les consideramos competencia indirecta.

Los aspectos positivos de Uber son los siguientes.

- Tienen una tarifa concreta antes de empezar el trayecto.
- Se cobra mediante tarjeta, sin necesidad de efectivo.
- Valoras a tu conductor y puede repercutir positiva o negativamente sobre él.
- Los coches están en mejor estado que los del servicio de taxi.

Por otro lado, veamos los aspectos negativos:

- No se tiene garantía sobre la cobertura que te puede dar el seguro del coche en caso de siniestro.
- Tarifa variable según disponibilidad de coches.
- Remarcar que en Chile Uber es ilegal: en caso de que la policía ordene su detención, tendrá la obligación de bajar del vehículo ya que éste queda inmovilizado.

Transporte Público

El transporte público de Santiago se puede diferenciar en:

- **Metro**

Es uno de los transportes públicos mejor valorado en la capital andina. Los usuarios lo califican como rápido, limpio y seguro. Ahora mismo tiene en funcionamiento 5 líneas, pero tiene una ampliación próxima de dos líneas más.

PLANO METRO SANTIAGO:



FUENTE: METROSANTIAGO.CL

Las Apps están entrando en juego para mejorar el transporte y fomentarlo para poder calcular los tiempos de espera, por lo general suelen ser cada 2-3 minutos dependiendo de la hora del día.

El precio ronda 1\$, y es necesario la tarjeta prepago Bip para poder hacer los transbordos a buses urbanos en menos de 120 minutos.

- Los Colectivos

Se promocionan como una alternativa más económica que el Taxi convencional. Funcionan en base a unas rutas predefinidas que aparecen en los coches.

En el horario nocturno amplían su servicio por un plus en el precio, hacen el servicio al domicilio que les solicites si se encuentran en la ruta.

- **Buses**

Es el medio de transporte peor calificado por los usuarios, debido a sus retrasos y a la poca flota existente que no es capaz de absorber toda la demanda que se genera.

Hay dos tipos de autobuses: los troncales, que circulan por los grandes ejes de la ciudad, y los alimentadores que conectan el centro con la periferia.

Su precio ronda 1\$ por viaje y, al igual que el metro, si tienes la tarjeta bip puedes hacer transbordos hasta 120 minutos después de que te bajes del bus. Están desarrollando Apps para la mejora del servicio y la comodidad del cliente/turista.

Carsharing

Dentro de las empresas de Carsharing, nos gustaría hacer especial mención a dos empresas, ya que son las que más acciones de marketing están realizando para llegar al cliente y ganar cuota de mercado a las empresas que se encuentran operando dentro del sector.

- **AWTOS**

Kaufmann (representante de Mercedes Benz en Chile) creado con ayuda de **SocialLab**, han puesto a disposición de los chilenos, y concretamente los de la capital, la primera compañía que tiene una flota de automóviles propia para usos en tiempos reducidos.

No se definen como competencia de los taxis, pero sí de las empresas de alquileres de coche.

Su idea principal es: *“crear un sistema complementario a los sistemas de transporte. Ya existe el Metro, el Transantiago, los taxis, rent a car, las bicicletas compartidas y ahora Awto es una solución más a ese transporte intermodal”*.

Las tarifas son variables, dependiendo de kilometraje y duración del recorrido. En la web puedes hacer una estimación de lo que te costará el uso.

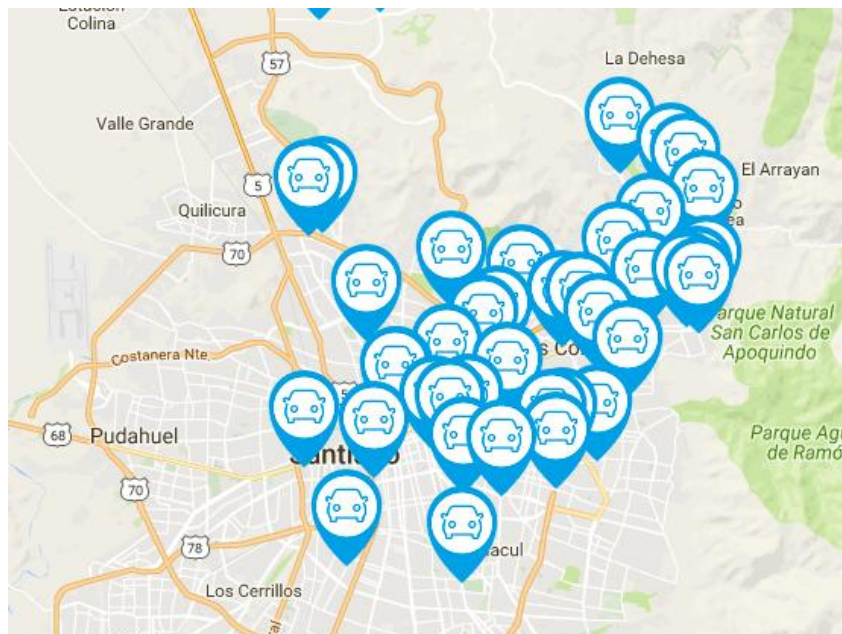
COSTE USO SERVICIO

Tiempo en uso:	Horas: - 2 +	Minutos: - 11 +	
Tiempo estacionado:	Horas: - 2 +	Minutos: - 1 +	
Membresía:	Frecuente	Ocasional	Cero
Tipo de awto:			
Total: \$26.910			

FUENTE: AWTO.CL

El servicio se está llevando a cabo en las diferentes comunas que conforman la capital con 41 City cars Suzuki Swift y 5 híbridos Toyota Prius. La empresa ha comunicado que quieren llegar a los 100 automóviles para poder prestar el servicio en otras ciudades.

EJEMPLO LOCALIZACIÓN DE LOS COCHES:



FUENTE: AWTO.ES

- Slicar

Iniciativa de The S Factory y start-up Chile, se presenta como la alternativa al coche privado y el alquiler tradicional. Promueven la disminución de la contaminación y la movilidad sostenible.

Su registro es gratuito y sin coste, solo se paga por el servicio.

Ofrecen vehículos de todo tipo para cualquier necesidad que pueda surgir. Se pueden pagar por horas o días, exceptuando los eléctricos y ecológicos que tiene tarifa fija de 12-14 \$ la hora.

COSTE Y TIPOS DE COCHE DE SLICAR:

Escóge el tuyo.

ELECTRIC Autos eléctricos. 0% CO2. (COP)	De \$14.000/Hora
LARGE Camionetas y Camperos.	Horas o Días
ECO Compactos y Sedan Bajo Consumo. (COP)	De \$12.000/Hora
KARGO Transporte de Paquetes.	Horas o Días

Incluye: gasolina, seguro y más. Aplican condiciones. Ver Tarifas.

FUENTE: SLICAR.COM

Ofrecen seguro para el cliente en caso de accidente y unas mejores condiciones que si se tuviera un coche en propiedad.

FIGURA: COMPARATIVA DE SLICAR COSTE DE TENER UN AUTOMÓVIL

GASTOS VEHÍCULO MENSUAL (COP):	SLICAR VS VEHÍCULO MENSUAL (COP):
Seguro Auto: \$ 200.000 pesos	Total Gastos Auto Privado: \$730,000 pesos (mensual)
Impuestos y SOAT: \$ 70.000 pesos	
Parqueadero: \$ 100.000 pesos	Total Slicar 10 Hrs/Semana *: \$480,000 pesos (mensual)
Gasolina Cte.: \$ 300.000 pesos	
Mantenimiento: \$ 60.000 pesos	
<small>- Adicional: costo del auto y depreciación anual. - Costos proporcionales a un mes del año 2016, basados en un auto Hyundai Accent 1600cc modelo 2014.</small>	Por menos de lo que gastas por un auto y cuentas con Slicar cuando lo necesites.
	<small>* Valor por vehiculo tipo Slicar Eco. Aplican condiciones. Ver Tarifas</small>

FUENTE: SLICAR

- **Empresas de alquiler de vehículos.**

Este tipo de empresas las clasificamos como competencia indirecta, aunque el uso al que se suelen destinar estos vehículos hace que no sean una competencia real para nuestro proyecto.

El objetivo principal de nuestro servicio está enfocado al transporte de personas dentro de la misma capital de Chile, sin salir de ella y sin que nuestros coches sirvan para mudanzas o portes.

Por lo que consideramos a las empresas de alquiler como competencia indirecta pero bastante lejos de ser competencia para nosotros.

Son numerosas las compañías que se encuentran en Santiago de Chile, por lo que vamos a poner las que consideramos mejor valoradas por los usuarios en los distintos foros y calificaciones on-line:

- Chilean Rent a Car
- Alamo Rent a Car

- Alameda Rent a Car
- Atlas Rent a Car
- Avis Chile
- Europcar
- Budget Rent a Car

8 LOGÍSTICA

E-FARA va a efectuar una primera entrega de vehículos para el DERCO S.A (en adelante DERCO). Más adelante se irán repitiendo las operaciones conforme crezca el volumen de interesados en formar parte de la franquicia. Para comenzar con la primera operación se realizará un único envío, aunque la previsión es realizar varias entregas más hasta alcanzar un número óptimo de vehículos con los que se pueda desempeñar el negocio de forma eficaz, sin embargo para ver la aceptación el primer envío será reducido. De esta forma para esta primera entrega se ha determinado un número de 16 unidades del vehículo Renault Twizy. La empresa ha dictaminado que esta cantidad era la correcta tras estudiar las diferentes formas de transportar los vehículos, las condiciones y las características que nos ofrecían estos, junto con las necesidades e intereses del cliente.

El transporte se iniciará en la fábrica de automóviles de Renault en Valladolid, donde se produce el vehículo, y finalizará en la ciudad de Santiago en Chile, donde se realizará la explotación del mismo.

Se ha determinado que la modalidad de transporte más conveniente para la operación es el marítimo. Para tomar esta decisión se ha tomado en cuenta:

- La distancia entre el puerto de Chile y el puerto de España.
- La naturaleza de la mercancía.
- Comparación precio y velocidad de las modalidades de transporte.

Teniendo en cuenta el puerto de origen, de destino y la distancia entre ambos puntos de 7404,53 millas náuticas (13713,19 km), el transporte terrestre resultaba inservible para esta operación por el punto de que se tiene que atravesar el océano y se descartó en primer lugar. Por tanto, sólo cabría elegir entre el transporte marítimo y el aéreo. El segundo sería una buena opción puesto que permite envíos muy rápidos, no obstante por las características de la mercancía

no era el más indicado, puesto que el transporte aéreo tiene una mayor limitación en cuanto a peso y cubicaje.

Por todo lo anterior se ha elegido el transporte marítimo para esta operación. Esta modalidad nos permite hacer entregas de mercancías con poca limitación en peso y volumen, mejorando en este caso las restricciones de la modalidad aérea. Además, la cotización tiene un precio más competitivo que la anterior modalidad.

Por todos estos motivos se ha decidido por el transporte multimodal, en el cual el principal transporte es el marítimo y solo una pequeña parte, desde Valladolid a Valencia y desde Valparaíso a Santiago, se realizará por carretera.

En la siguiente imagen se puede comprobar la distancia y ubicación de los puertos de origen, Valencia, y de destino, Valparaíso:



FUENTE: SEARATES.COM

Puesto que el transporte marítimo con América Latina está muy extendido, hay numerosas rutas que parten tanto del Puerto de Valencia como del de Barcelona. Se estima que la travesía en los puertos de origen y destino está en torno a los 30 días con salidas semanalmente.

8.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MERCANCÍA

En el capítulo dedicado al producto ya se han detallado en profundidad las características de la mercancía. No obstante, para este punto es importante tener en cuenta sus dimensiones 1396x2338x1454 mm, que suman un cubicaje de

4'7456 m³ y su peso de 690 kg por unidad, para poder determinar la forma más indicada para su transporte. Tomando como base esta información se ha calculado la cantidad de vehículos por contenedor, y el peso de la carga. Los vehículos irán trincados dentro de cada contenedor, puesto que no van embalados de ninguna forma para protegerlos.

8.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS CONTENEDORES

A la hora de tomar la decisión de utilizar un tipo de contenedor u otro se ha realizado una comparativa entre los tipos de contenedores más comunes. Para ello se han comparado las medidas y la capacidad de cada uno.

En la siguiente imagen se pueden ver las características esenciales de cada uno:

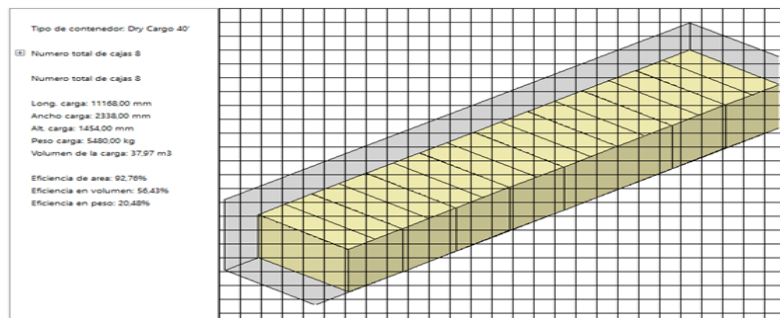
TAMAÑOS DE LOS CONTENEDORES MÁS COMUNES

Size feet / inches	Door openings* mm feet / inches		Internal dimensions* mm feet / inches			Weight* kg lb			Volume* m3 cubic feet
	Width	Height	Length	Width	Height	Max. gross	Tare	Max. payload	
20 standard 20' x 8' x 8'6"	2,339 7' 8 1/16"	2,274 7' 5 1/2"	5,896 19' 4 1/8"	2,350 7' 8 1/2"	2,393 7' 10 3/16"	30,480 67,200	2,280 5,030	28,200 62,170	33 1,165
40 standard 40' x 8' x 8'6"	2,340 7' 8 1/8"	2,274 7' 5 1/2"	12,032 39' 5 11/16"	2,350 7' 8 1/2"	2,393 7' 10 3/16"	32,500 71,650	3,700 8,157	28,800 63,493	67 2,366
40 high 40' x 8' x 9'6"	2,340 7' 8 1/8"	2,577 8' 5 7/16"	12,032 39' 5 11/16"	2,350 7' 8 1/2"	2,697 8' 10 1/8"	32,500 71,650	3,880 8,554	28,620 63,100	76 2,684
45 high 45' x 8' x 9'6"	2,340 7' 8 1"	2,585 8' 5 12"	13,556 44' 5 11"	2,352 7' 8 9"	2,698 8' 10 3"	32,500 71,650	4,900 10,803	27,600 60,848	85 3,036

FUENTE: MAERSK

Tomando estos datos en cuenta y comparando las distintas opciones que nos ofrece cada contenedor, nuestra empresa se ha decantado por dos contenedores de 40 pies con capacidad de 67m³ cada uno. De forma individual podrían transportar una cantidad de 8 unidades del vehículo por contenedor, lo que suma los 16 vehículos del primer envío.

DISPOSICIÓN SIMULADA DE LA MERCANCÍA DENTRO DEL CONTENEDOR



FUENTE: QUICK PALLET MAKER

En la imagen anterior se puede apreciar el tamaño que ocuparía la carga dentro del contenedor. Al ser una mercancía no remontable, solo se pueden utilizar metros lineales del contenedor, lo que se traduce en una eficiencia baja en cuanto a volumen ocupado solo el 56'43%.

Las ventajas de introducir las mercancías en un contenedor para su envío son varias. Por un lado, protege las mercancías ante las adversidades del clima y dificulta los robos en los puertos y los trasbordos. Por otro lado, permite el transporte en camiones de la mercancía, sin necesidad de manipularla.

Dentro de los contenedores nuestras mercancías van a ir trincadas para evitar cualquier daño que pudiera ocasionarse durante el transporte de las mismas. De este proceso se ocupará la empresa de logística que se ha contratado para realizar el envío.

8.3 INCOTERM DAP SANTIAGO DE CHILE INCOTERMS 2010

El Incoterm elegido es DAP Santiago de Chile Incoterms 2010. DAP (Delivered at Place) significa que la mercancía se entregará en un punto a especificar por el comprador en el lugar de destino con todos los gastos de transporte y seguros pagados pero quedando el despacho de aduanas por cuenta del importador, este tipo de Incoterm es polivalente para todas las modalidades. Se ha elegido este Incoterm puesto que es el que más beneficia a la operación de nuestra empresa.

Dado que explotamos el negocio a través de un modelo de franquicia, tenemos que ocuparnos de proveer a los franquiciados de los medios necesarios para desarrollar el negocio, o al menos, facilitarles su desarrollo en todo lo posible. A cambio de este servicio el franquiciado debe satisfacer una cantidad en concepto de royalties para formar parte del proyecto.

A pesar de eso, el transporte de los vehículos se le repercutirá conjuntamente con el coste de los mismos. Nuestro cliente no tendrá que preocuparse por el transporte internacional de la mercancía hasta que esta no entre en su país, donde deberá ocuparse del despacho en aduanas y todos los trámites que le exijan para que los vehículos entren en Chile.

A continuación se especifican las responsabilidades que tienen vendedor y comprador en la operación de transporte:

Responsabilidades del vendedor:

- Suministrar la mercancía.
- Gastos de embalaje, verificación, inspección y marcado.
- Contratación del transporte hasta el lugar de destino convenido.
- Entregar al comprador del documento de transporte válido para la recepción de mercancías.
- Soportar los riesgos hasta el lugar definido.
- Avisar de la llegada con anticipación.

Responsabilidades del comprador:

- Realizar todos los trámites aduaneros y de licencias o relativos a la importación y comercialización en Chile.

En la siguiente imagen se ilustra el momento en el que se produce la transmisión de la propiedad de la mercancía, que conlleva el fin de toda responsabilidad por nuestra parte con la mercancía suministrada. En este caso la transmisión se produce con la mercancía lista para descargar en el medio de transporte en el lugar convenido entre vendedor y comprador:



8.4 DOCUMENTOS PARA EL TRANSPORTE INTERNACIONAL

- Factura comercial (Anexo XIV)
- Bill of lading (Anexo XX)
- Packing list (Anexo XXI)
- Certificado de recepción del LAME (Anexo XXII)
- DUA de exportación (Anexo XXIII)
- Manifiesto de carga (Anexo XXIV)

8.5 FASES DEL TRANSPORTE: INCLUSIÓN EN EL LAME

1º Fase Fábrica en Valladolid – LAME 550 km

Esta primera fase se realizará por carretera desde la misma fábrica de producción hasta el almacén LAME (Local Autorizado para Mercancías de Exportación). Dado que el transporte está dentro del acuerdo con la empresa Renault, serán ellos los encargados de hacer la entrega de la misma y depositarla en el LAME.

2º Fase LAME- Valparaíso 7404,53 m

En esta segunda fase se va a llevar a cabo la parte más relevante del transporte, puesto que es dónde se va a recorrer mayor distancia y es la fase que más peso tiene en comparación con las demás. Este trayecto se va a hacer por vía marítima. El origen del mismo es el puerto de Valencia (España) y el destino el puerto de Valparaíso (Chile).

3º Fase Valparaíso Santiago de Chile 120 km

Esta es la última fase del transporte que comprenderá el recorrido por carretera desde el puerto de destino hasta poner la mercancía a disposición del cliente en sus almacenes en Santiago de Chile. El trayecto se realizará por carretera y las mercancías se transportarán a través de camiones porta contenedores.

8.6 COTIZACIÓN MARÍTIMA

Todos los fletes de las empresas logísticas incluyen una serie de servicios que no están recogidos en la tabla del Anexo XXV. Estos son:

- BUC. Recargo por combustible.
- Csf (Carrier Security Fee). Recargo de seguridad cobrado por los puertos.
- Pcs. Cargo por atravesar el Canal de Panamá.
- HAZ. Recargo por mercancía peligrosa, las baterías de litio.

La Póliza de seguro se corresponde al tipo ICC (Institute Cargo Clauses) "A" con las cláusulas por Guerra y Huelga.

Tras comparar las diferentes cotizaciones que nos han ofrecido hemos decidido quedarnos con la compañía MSC cuyo presupuesto se adjunta (ANEXO XXVI). Esto se debe a que esta compañía era la que nos ofrecía el mejor precio en base a las necesidades que tenemos. No obstante, Afgsola nos han ofrecido una

cotización por un importe más bajo pero no incluía la póliza de seguro, que es esencial para tener la total tranquilidad para realizar la operación.

Así que, finalmente, la empresa contratada será MSC y la forma de pago es por transferencia a 60 días desde el embarque de las mercancías y por un importe de 6.042,12 € (Anexo XXVII).

8.7 INCLUSIÓN EN EL LAME

Puesto que la operación a llevar a cabo es una exportación de mercancía de la Unión a un país de fuera de la Unión Europea, se ha determinado hacer uso de un depósito LAME en el Puerto de Valencia. La mercancía sólo permanecería dentro del mismo durante el transcurso de tiempo que pase entre la entrega de los vehículos listos por Renault hasta la fecha de partida del buque. Tras consultar a distintas empresas de transporte hemos determinado que el máximo tiempo de depósito serán 7 días, ya que los buques con nuestro destino parten semanalmente. Por ello el precio cotizado por el depósito lo hemos calculado en base a una semana.

Tras recibir cotizaciones de varias empresas nos hemos quedado con las más competitivas: Grupo Monllor y LARATRANS (Anexo XXVIII). En base al almacenaje la empresa LARATRANS tiene una mejor cotización. Sin embargo, en el importe del trincaje esta empresa resulta más cara que el Grupo Monllor. Es por este motivo que la elegida es el Grupo Monllor con un precio de 421,40 €.

9 FISCALIDAD DE LA OPERACIÓN

En este apartado se explicará de forma detallada cuál es el procedimiento a seguir y los documentos necesarios para realizar los despachos correspondientes, en origen y destino. Tomando en cuenta, que por el Incoterm que se utilizara en la operación (DAP Santiago de Chile), la realización del despacho de aduana en destino, corre por cuenta de DERCO, aunque a efectos académicos daremos a conocer de qué documentos necesita y cómo lo debe realizar.


9.1 ORIGEN

9.1.1 Partida Arancelaria

Para dar inicio a la operación logística y para conocer los aspectos fiscales a los cuales está sujeto, es importante conocer la partida arancelaria a la que pertenece el producto en cuestión.

El producto a exportar son coches de motor eléctrico, que, habiendo buscado en las clasificaciones arancelarias, tiene como partida arancelaria 8703 80 10 00.

PARTIDA ARANCELARIA COCHES ELÉCTRICOS



The screenshot shows the European Commission Taxation and Customs Union website. The main heading is "TARIC measure information" with a link to "[Show all information]". Below this, it specifies "Area: Spain (excluding XC XL) - ES" and "Goods nomenclature code: 8703801000". The page number "1" is visible in the top right corner.

FUENTE: TAXATION AND CUSTOMS UNION

9.1.2 Certificado de introducción en el LAME

El Local Autorizado para Mercancías de Exportación o LAME, es un recinto privado en el cual se puede introducir mercancías nacionales o comunitarias

lanzando un DUA de exportación sin necesidad que la mercancía se encuentre físicamente en un recinto portuario. Esta mercancía debe permanecer en el LAME hasta que sea autorizada para exportarse.

Los coches Twizy serán transportados a cargo de Renault hasta el LAME N° ES17859674 ubicado en Valencia. Allí permanecerá por 7 días hasta que las autoridades lo autoricen, como se ha explicado anteriormente en el apartado de logística. (Anexo XXIX). Esto nos permitirá agilidad para realizar los trámites aduaneros de exportación, reduciendo tiempo y coste.

9.1.3 DUA de exportación

E-FARA se hará cargo de realizar las diligencias para obtener el Documento Único Administrativo (DUA) (Anexo XXIII).

El DUA es cumplimentado de manera electrónica, siendo el ejemplar número 9 el que sirve para el levante de la mercancía.

Como se ha explicado anteriormente, este DUA se lanzará a las autoridades aduaneras, estando la mercancía en el LAME mencionado anteriormente.

9.1.4 Tributación

Uno de los primeros pasos que cualquier exportador debe realizar es darse de alta en el registro de exportadores y, al iniciar la actividad, presentar la declaración censal de inicio de actividad. Estos trámites se harán posteriormente a la firma del contrato de Franquicia con la empresa DERCO.

Los impuestos que se deben tener en cuenta en una operación de importación/exportación son el IVA, los II.EE. (Impuestos Especiales).

Los II.EE. son impuestos que recaen sobre ciertos bienes de consumo como por ejemplo las bebidas alcohólicas, tabaco, hidrocarburos, electricidad y otros. Este impuesto no es de aplicación a los coches eléctricos Twizy, por lo cual no es necesaria su total explicación.

9.1.5 Exención de IVA

A continuación, se explica el IVA aplicable o no para esta operación. Al tratarse de una exportación, la operación está exenta de IVA, ya que cumple con los dos requisitos indispensables que son: la salida efectiva del bien de la Unión Europea y la presentación del documento justificativo de la operación completa, desde la factura de compra al fabricante, documentos de transporte, documentos aduaneros y otros exigidos por las autoridades pertinentes. Todo ello debidamente presentado según el plazo de prescripción del impuesto.

Se debe presentar el conocimiento de Embarque o, en su defecto, DUA de Destino a la Aduana en la UE, para comprobar que la mercancía ha salido de la Unión Europea como se había dicho.

9.1.6 Declaración de Origen en Factura

La Factura es el documento que certifica el Origen, y se presentaría en la Aduana para poder realizar el despacho y tener en cuenta la exención de IVA.

9.1.7 Operador EORI a futuro.

E-FARA tiene perspectivas positivas a futuro, suponiendo que el volumen de coches a exportar aumente de manera gradual y gracias a la buena aceptación del servicio brindado en Santiago. Se espera que los usuarios demanden el uso de más coches en la capital y que, así mismo, se demande el servicio en nuevas ciudades. Es por ello que a futuro se pretende certificar como EORI (Número de Registro de Operadores Económicos).

Un EORI es un número, único en toda la Unión Europea, asignado por la autoridad designada en cada Estado Miembro a los operadores económicos y, cuando corresponda, a otras personas, que debe ser utilizado como referencia común en las relaciones de éstos con las autoridades aduaneras de toda la Unión Europea.

9.2 DESTINO

9.2.1 Partida Arancelaria

La partida arancelaria correspondiente a Chile es la **8703 80**, otros vehículos propulsados con motor eléctrico.

Como podemos ver en la siguiente figura, la importación de estos vehículos desde la Unión Europea no tiene coste en cuestión de aranceles a la importación, por lo que con la declaración en factura o el certificado de origen nuestro importadorestará exento del pago de derechos de aduana.

PARTIDA ARANCELARIA Y TASAS EN DESTINO.

Code	Product description
87	CHAPTER 87 - VEHICLES OTHER THAN RAILWAY OR TRAMWAY ROLLING STOCK, AND PARTS AND ACCESSORIES THEREOF
8703	Motor cars and other motor vehicles principally designed for the transport of persons (other than those of heading 8702), including station wagons and racing cars:
8703.80	- Other vehicles, with only electric motor for propulsion

Duty measures

Origin	Tariff
MFNduty	6%
EUDuty	0%

FUENTE: [HTTP://MADB.EUROPA.EU/MADB/ATDUTYDETAILPUBLI.HTM?HSCODE=870380&COUNTRIES=CL](http://MADB.EUROPA.EU/MADB/ATDUTYDETAILPUBLI.HTM?HSCODE=870380&COUNTRIES=CL)

9.2.2 Tributación en destino

E-FARA realizará la operación con el Incoterm DAP Santiago de Chile y no tendrá que tener en cuenta los tributos e impuestos a pagar en Chile, ya que de ello se encargará el franquiciado. Este punto se explicará más detalladamente en el Modelo de negocio. No obstante vamos a realizar una recapitulación para conocer algunos de los trámites que tendrá que realizar nuestro franquiciado.

Vamos a dividir los impuestos que se deben pagar en dos apartados:

a) Impuestos a la importación

Como se ha comentado en la partida arancelaria la mercancía en Chile no debería pagar ningún tipo de impuesto si va acompañada con el documento requerido. En nuestro caso la declaración en factura. (Anexo XIX).

Otro de los derechos a la importación en Chile es la tasa sobre los vehículos que tengan una capacidad entre 500 y los 2000 kilogramos, furgonetas y coches con alta potencia/de lujo. No estamos contemplados dentro de ninguno de estos grupos, por lo que no tenemos que abonar nada por ello.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): 19% sobre el valor aduanero más los derechos de aduana. Como los derechos de aduana son cero, el valor aduanero de los vehículos nuevos se determina por el precio de transacción, es decir, el que viene reflejado en la factura, más el transporte hasta Chile.

No obstante hemos dejado que nuestro importador realice estas operaciones para que pueda deducirse el IVA mediante el sistema de tributación chileno, y así poder tener un precio más competitivo para la operación.

b) Tasas y requisitos

Al ser propias del país de destino, entendemos que el importador será mejor conocedor de ellas. Por ello, para agilizar el proceso y poder sacar el mejor rendimiento a la operación, decidimos que fueran gestionadas por el franquiciado.

Impuesto de Circulación: Este impuesto hay que pagarlo para todo automóvil que quiera circular en Chile y tiene que ser devengado por el titular del vehículo.

En nuestro caso concreto, se realizará el pago por parte del franquiciado en la comuna que elija dentro de Santiago de Chile. Se abonará todos los años naturales que el coche esté en funcionamiento.

Impuesto de matriculación o patente: Al igual que el impuesto de circulación, se tendrá que pagar por parte de la persona física o jurídica que tenga en propiedad del vehículo. Se realizará también en la comuna que mejor le convenga al franquiciado y se devengará sólo una vez en la vida útil del vehículo.

10 FINANCIACIÓN DE LA OPERACIÓN

En este apartado se describe la operación financiera que se va a realizar para la obtención de los coches Twizy. Además del desglose de la selección del medio de pago más afín al interés de E-FARA para la realización de la operación de exportación de los mismos y la descripción de cómo se darán, paso a paso, los riesgos a los que se conecta y cómo se contrarrestan.

Cabe resaltar que la empresa E-FARA, al no encargarse de la fabricación de los coches eléctricos, tendría el papel de intermediaria en la operación para efectos logísticos y en otros aspectos contratación.

10.1 RESUMEN DE LA OPERACIÓN

Al ser E-FARA el intermediario, a efectos logísticos, se ha establecido un contrato de tipo franquicia con la empresa DERCO (XXXV) el cual se explica en el apartado de Modelo de Negocio. Para comprender cómo la estrecha relación entre franquiciador y franquiciado se llevará a cabo en cada ámbito que les concierne y, sobre todo, para apreciar la importancia de las obligaciones financieras de cada una de las partes a lo largo de la operación.

La relación entre E-FARA y el fabricante Renault Valladolid se señala en el contrato de Colaboración también explicado en el apartado correspondiente (Anexo XXX). En el siguiente gráfico se puede ver cómo participa cada empresa en la operación:

VÍNCULOS ENTRE PARTICIPANTES DE LA OPERACIÓN



10.2 NECESIDADES FINANCIERAS

Los socios de E-FARA, desde un inicio, vieron claro el hecho de que la financiación para la operación anteriormente explicada era de un importe relativamente alto para una empresa nueva y con poca experiencia en el ámbito. Es por ello que, analizando las diferentes opciones de financiación, conociendo los recursos que se tenían al alcance y habiendo negociado mediante un contrato de colaboración con el fabricante de los coches, obtuvo una financiación tradicional muy ventajosa de parte de Renault (Anexo XXX). El 100% del coste total de los vehículos se financiaría a un plazo de 3 años, con una tasa de interés 0.8% anual. Las características del crédito también se pactan en el Contrato de colaboración entre ambas partes. En el Anexo XXXI se puede ver una tabla con las cuotas y los detalles del crédito.

Una vez que la empresa se haya establecido en el mercado y sea un fuerte referente de la actividad que realiza, los importes de las operaciones serán más elevados y con aumentará el número de importadores. De esta manera será más fácil obtener mejores ofertas de las entidades bancarias. Ya que la experiencia y el éxito en el ámbito ofrecen un respaldo y dan seguridad a las futuras operaciones. También se tendrán en consideración las expectativas de crecimiento que tienen los socios de la empresa, las cuales se prevé que crezcan de manera muy positiva en el corto y medio plazo.

10.3 MEDIO DE PAGO

Las formas de pago y financiación en el ámbito internacional se encuentran ya establecidas y estandarizadas. El desarrollo de los pagos se viene negociando de manera consensuada entre las partes participantes en cada operación. De forma que el resultado sea lo más beneficioso para ambas.

Entre los Medios de pago más conocidos para operaciones internacionales se encuentran la transferencia bancaria, Remesa Documentaria y el Crédito documentario, siendo último el más utilizado por sus condiciones y seguridad.

Dado que esta es la primera operación que se realiza entre DERCO e E-FARA, se puede entender que aún no exista la confianza plena entre las partes. Además la operación se ve afectada por la distancia geográfica, las diferencias de normativas entre países y el desconocimiento entre contratantes. Por ello resulta imprescindible la implicación de una entidad financiera reconocida y establecida en ambos países, para que aseguren un cobro rápido y seguro para el exportador y la recepción de la mercancía en calidad y cantidad contratada para el importador.

Al ser E-FARA el intermediario de la operación, los vehículos a exportar, el coste de los mismos, el coste del transporte, del seguro de transporte y el beneficio implícito del 12% (sobre el total de coste de la operación), será pagado por DERCO. Esto lo hará mediante un Crédito Documentario irrevocable, confirmado, no transferible y de pago a 90 días.

En el siguiente cuadro se explica cómo está conformado este importe total:

DESGLOSE DE MONTO TOTAL DEL COSTE DE LOS COCHES TWIZY PARA DERCO EXPRESADO EN EUROS/ MONTO FINAL EN USD

					T/C: 1.0800188	
Coste Unitario exento de IVA	Cantidad de coches	MONTO TOTAL	COSTE TRANSPORTE + SEGURO DE T.	Margen de la Operación	MONTO TOTAL A PAGAR EUROS	MONTO TOTAL A PAGAR USD
7,611.39	16	121,782.28	6,463.52	15,389.50	143,635.30	155,128.82

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

A continuación se hablará del pago del crédito, que responde al aprovisionamiento de los coches eléctricos. Que servirán como herramienta física principal para el servicio objeto de la franquicia a la empresa DERCO. El medio de pago se ha pactado en primera instancia mediante correos electrónicos y lo establece también el contrato de Franquicia, en el apartado referente al suministro de los coches eléctricos. Véase Anexo XXXIII. Participantes del crédito documentario.

En el apartado de Modelo de negocio, se explica de manera clara y breve, como se realizarán los pagos periódicos de los royalties y el pago del canon inicial de la franquicia.

Este tipo de medio de pago permite descontar el importe por anticipado, no obstante, no se reclamará por nuestra parte ya que existe un contrato de colaboración con Renault Valladolid, donde la compra de los coches se realiza en plazos a los que puede responder E-FARA sin problemas.

10.4 CRÉDITO DOCUMENTARIO

Este medio de pago es por el cual la entidad financiera del importador (banco emisor) situada en Santiago de Chile, sigue las instrucciones de su cliente de colocar a disposición del exportador un monto específico de dinero. Tal pago se hará efectivo en el momento que se realice la presentación del paquete de documentos exigidos por el importador, siempre y cuando se cumplan los plazos establecidos en las condiciones que ambas partes hayan pactado.

Al tratarse de un crédito confirmado. El banco confirmador (Banco Santander S.A.) es también el banco designado que confirma el crédito documentario a petición del emisor, comprometiéndose a cumplir con la obligación de pago, siempre que la operación se lleve a cabo según términos acordados. Al ser irrevocable, este crédito documentario no puede ser modificado ni anulado sin la conformidad de todos los participantes, por lo que el beneficiario tiene la seguridad de que, al presentar los documentos pertinentes en los plazos establecidos, procederá al

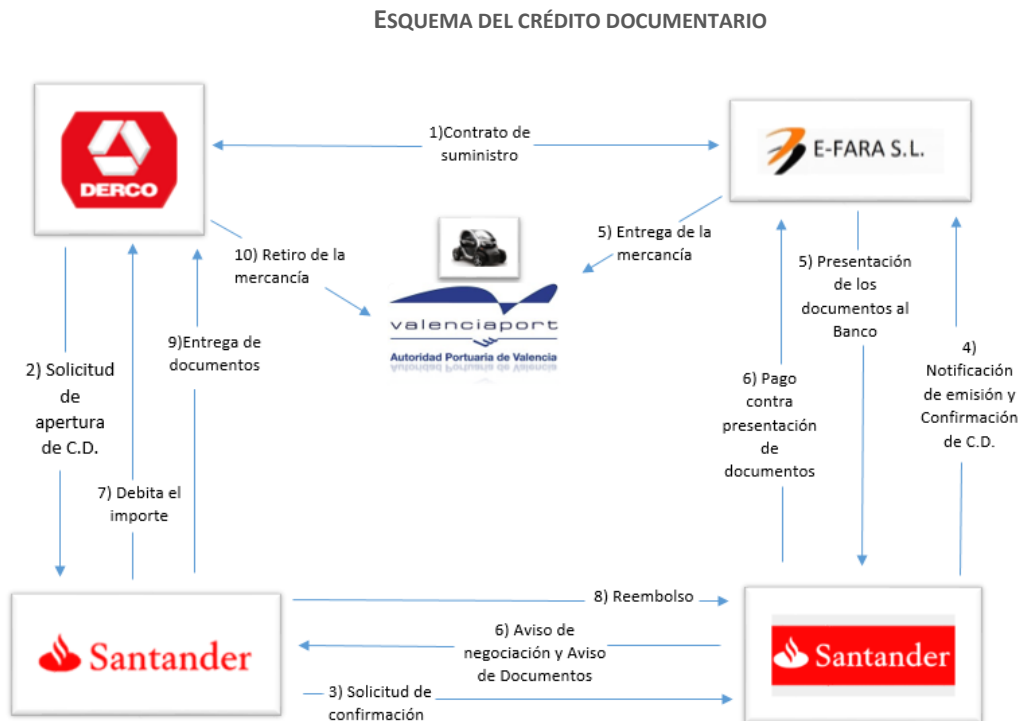
cobro del importe pactado. El compromiso se mantiene durante el plazo de vigencia del crédito.

Al ser pagadero a 90 días de la presentación de los documentos debidos, el banco designado y confirmador se compromete a proceder con el pago al exportador E-FARA una vez transcurrido ese periodo.

Los documentos exigidos son:

- Factura Comercial Original, emitida por el exportador (Anexo XIX)
- Packing List (Anexo XXI)
- Conocimiento de embarque o “Bill of Lading”, limpio o “Clean on board” y “Freight prepaid”. (Anexo XX)

10.4.1 ESQUEMA DEL CRÉDITO DOCUMENTARIO



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

1) Ambas partes, DERCO y E-FARA convienen el contrato de compra-venta internacional de coches eléctricos TWIZY, DAP Santiago de Chile.

- 2) El importador DERCO, solicita a su Banco la apertura de un Crédito Documentario (En adelante C.D.) confirmado, irrevocable, pago a 90 días a favor del exportador, E-FARA.
- 3) El Banco del importador, SANTANDER Chile, emite el C.D. y lo envía al banco designado del exportador, SANTANDER S.A. por medio de códigos SWIFT, solicitando su confirmación.
- 4) El Banco Santander S.A. notifica a su cliente, E-FARA, sobre el Crédito Documentario confirmándolo, convirtiéndose en Banco confirmador. E-FARA procede a revisar el C.D. y sus cláusulas.
- 5) E-FARA se encarga de que la mercancía sea enviada al puerto de embarque para su transporte desde el puerto de valencia hasta el punto acordado en Santiago de Chile. Y paralelamente prepara la documentación exigida por el importador en las condiciones pactadas.
- 6) El Banco Santander S.A. recibe la documentación presentada por E-FARA y procede a emitir el pago a favor de esta, ya que al ser confirmador tiene tal responsabilidad. El Banco Santander S.A. avisa sobre la negociación al Banco emisor y le remite los documentos presentador por E-FARA, solicitando el reembolso.
- 7) SANTANDER Chile deposita el importe contra la cuenta de su cliente DERCO.
- 8) SANTANDER Chile procede a realizar el reembolso a favor del Banco Santander S.A.
- 9) SANTANDER Chile facilita la documentación a su cliente, DERCO.S.A.
- 10) DERCO.S.A. procede a retirar la mercancía del punto convenido.

10.5 SEGURO DE CAMBIO

Al ser el medio de pago, pactado en divisas, existe el riesgo potencial de tipo de cambio, y para cubrir este, E-FARA ha optado por utilizar el servicio de seguro de cambio de su banco. El coste de dicho servicio será transmitido al cliente de forma implícita.

A continuación, se pueden ver las variaciones del cambio de dólar con respecto al euro en los últimos 5 meses:

Fecha	Último	Apertura	Máximo	Mínimo	% var.
May 2017	1,1243	1,0905	1,1269	1,0838	3,18%
Abr 2017	1,0897	1,0658	1,0952	1,0568	2,30%
Mar 2017	1,0652	1,0573	1,0907	1,0492	0,71%
Feb 2017	1,0577	1,0796	1,0830	1,0492	-2,05%
Ene 2017	1,0798	1,0529	1,0814	1,0339	2,68%
Máximo: 1,1269		Mínimo: 1,0339		Diferencia: 0,0930	

FUENTE: ES.INVESTING.COM

Este gráfico demuestra que, por muchas razones, la fluctuación de la moneda del medio de pago es constante en su tipo de cambio y mantendrá tal variación en los meses futuros.

Puesto que la fecha de firma del contrato será en los próximos meses del presente año, el seguro de cambio es la mejor opción por la seguridad que ofrece. Aunque tiene un coste un tanto elevado, su característica principal es que al vencimiento del plazo se aplicará el tipo de cambio estipulado en el mismo, independientemente de cual sea la cotización al contado en ese momento en el mercado de divisas.

Al ser el banco Santander el que dará este servicio, con los datos del crédito documentario, se aplicará un valor del 0.95% sobre la operación total, por un periodo de 90 días +/-20 días.

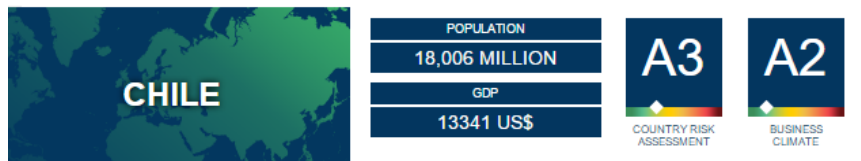
10.6 RIESGOS

10.6.1 Riesgo País

El riesgo país se basa en las situaciones que pueden influir de manera negativa para impedir el cumplimiento del contrato. Abarca aquellas situaciones que el importador no controla, ya sean motivos políticos, sociales, culturales o económicos.

Se ha tomado en cuenta las evaluaciones más actuales de dos entidades calificadoras reconocidas a nivel mundial. A continuación, se observan dos gráficos que las expresan:

CALIFICACIÓN “COUNTRY RISK”, ENERO 2017



FUENTE: WWW.COFACE.ES

GRAFICO 555.- CALIFICACIÓN: “RIESGO PAÍS”, SEPTIEMBRE 2016



FUENTE: WWW.CESCE.ES

La calificación dada por el COFACE indica que, al tener una calificación A3, se encuentra entre un riesgo bajo y riesgo bastante aceptable siendo el único país sudamericano situado en tales escalas. También se le agrega que al tener una calificación de A2 en cuanto a “clima de negocios”, se considera que es muy

propicio para entablar relaciones comerciales con empresas e instituciones del país. A la vez, las calificaciones del CESCE son muy positivas teniendo un riesgo comercial y riesgo político muy bajo. Esto último es gracias a las buenas gestiones de su gobierno y entidades que aportan tal estabilidad. A pesar de que la evaluación de su economía, tanto interna como externa, sea negativa no significa que haya dejado de crecer sino que lo hace a un ritmo menos acelerado, por motivos anteriormente explicados en el apartado de país destino.

10.6.2 Riesgo Comercial

Independientemente del país de donde provengan los participantes de una relación comercial, establecerla con una empresa ajena conlleva un riesgo como lo puede ser un posible impago de parte del importador por insolvencia, la quiebra de la empresa o una posible disolución del contrato.

Esto se evita, de manera práctica, con el crédito documentario que se ha elegido como medio de pago por las razones ya explicadas.

10.6.3 Riesgo de tipo de cambio

La moneda que se pactó para que el importador realice el pago fue el dólar americano, ya que ésta es la moneda con la que operan las empresas en Chile. Sin embargo, el importe de pago se podría ver por las fluctuaciones del tipo de cambio, entre el momento de cerrar la operación comercial y el momento en que el pago se hace efectivo.

11 ESCANDALLO DE COSTE

A continuación, se detallan los diferentes costes en los que incurre E-FARA para realizar la operación ya descrita anteriormente, bajo las condiciones DAP Santiago, Chile.

ESCANDALLO DE COSTES DE TRANSPORTE		
CONCEPTO	USD \$	EUROS
Coste de la mercancia	131,527.15	121,782.28
EXWORKS (Valladolid)	131,527.15	121,782.28
Transporte interior España)	194.40	180.00
Seguro de transporte interior	38.88	36.00
Formalidades aduaneras España	38.88	36.00
Gastos Puerto	298.09	276.00
FOB Valencia	132,097.40	122,310.28
Transporte internacional	4,212.07	3,900.00
CFR Valparaíso	136,309.48	126,210.28
Seguro internacional	324.01	300.00
CIF Valparaíso	136,633.48	126,510.28
Seguro hasta Santiago de Chile	707.99	655.54
Transporte interior Valparaiso-Santiago	1,166.42	1,080.00
DAP Santiago De Chile	138,507.89	128,245.82

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Los datos se han elaborado conforme a la cotización recibida de parte de la compañía de transporte elegida, y se ha transformado a la moneda del medio de pago a tipo de Cambio EUR/USD: 1.08

12 PLAN DE NEGOCIO

12.1 MODELO DE NEGOCIO: FRANQUICIA

El modelo elegido para llevar a cabo la explotación de nuestro negocio es una empresa en forma de franquicia. El equipo de dirección ha determinado que esta es la forma más ventajosa para el desarrollo de la actividad que queremos realizar.

Para comenzar nuestra empresa tiene sede en Madrid y la explotación se va a llevar a cabo en Chile, para ser exactos en Santiago. Por lo que nos enfrentábamos ante un problema esencial: la necesidad de destinar recursos humanos y económicos para crear una sucursal en este país desde la que poder

operar. Por ello, tras estudiar distintos tipos de negocio nos decantamos por adaptar nuestro modelo de negocio a la franquicia. De esta forma, sólo habría que hacer una inversión inicial de recursos para poner en marcha la central de franquicias, que en un primer momento seguiría estando en España. Y más tarde, se podría trasladar a Santiago de Chile una vez que la evolución del proyecto sea favorable. Como segunda parte implicada estaría el franquiciado que sería el encargado de llevar a cabo la explotación. A continuación, vamos a detallar los puntos esenciales de nuestro modelo de negocio.

12.1.1 Relación Franquiciador - Franquiciado

En primer lugar hay que determinar perfectamente cuál es la relación en cuanto a derechos y obligaciones de cada una de las partes involucradas en el acuerdo. El franquiciador es el que aporta el conocimiento necesario para explotar el negocio con éxito, puesto que ha desarrollado el proyecto y dispone de información y estudios sobre cómo conseguir unos resultados exitosos. El franquiciado por su parte es el que muestra interés en participar del proyecto, por su parte aporta la inversión financiera y la gestión para llevarlo a cabo.

Esta relación comienza en el momento en el que el franquiciado, en nuestro caso DERCO, se ponen contacto con el franquiciador, E-FARA, y le transmite su interés para formar parte del negocio.

E-FARA realizó un barrido de contacto con empresas que pudieran tener interés en ser nuestros franquiciados en Chile. De este intento de comunicación con los posibles interesados tuvimos respuesta de DERCO. Esta empresa respondió solicitando más información acerca de nuestro proyecto. Puesto que ellos ya tenían experiencia en los mercados de Latinoamérica. A partir de este punto se estableció una primera comunicación a través de emails y teleconferencias en los que les explicamos en qué consistía el proyecto y las condiciones imprescindibles para formar parte del mismo. Durante un periodo de tiempo se sucedieron y las

comunicaciones. Finalmente la empresa se mostró interesada en formar parte del proyecto y acto seguido pasamos a la negociación de los términos.

12.1.2 Licencia del servicio integral

Una vez que se ha establecido una comunicación entre las partes, se pasa a negociar los términos de la relación. Cuando la negociación es positiva e igualitaria para ambas partes se realiza el contrato de franquicia.

En nuestro caso, hemos redactado un contrato de franquicia en el que se recogen los puntos negociados con el cliente (Anexo XXXV). Ambas partes nos comprometemos a cumplir con una serie de obligaciones. También se describen las cesiones al cliente como respuesta al pago a unos royalties de funcionamiento. Todo este proceso finaliza con la concesión de una licencia de mano del E-FARA a DERCO que le otorga el carácter de franquiciado y todos los derechos

En nuestro caso los aspectos más relevantes del mismo son los siguientes:

12.1.3 Capital para invertir necesario

El primer punto negociado tiene que ver con la inversión financiera que deberá desembolsarse para formar parte de nuestra franquicia. En nuestro caso hemos fijado que el canon de entrada dependerá del número de vehículos adquiridos para iniciar el servicio (9695,61 USD por vehículo), al que habría que sumarle una suma 50.000 USD en concepto de canon de entrada en el estricto sentido de la palabra. Por tanto, con DERCO se ha fijado que la suma asciende a 50.000 USD + 155.129,82 USD. Consideramos que este es un precio razonable, puesto que dentro de estos derechos les proveemos de toda la información necesaria para empezar con el negocio, así como las herramientas necesarias para su correcto desarrollo.

Otro aspecto de este punto es la obligación del pago de unos royalties con carácter trimestral. En este caso se pagará una suma fija de 4.500 € en concepto de pago por el soporte de la central de franquicias. Más el 8% del total de ventas.

12.1.4 Exclusividad para ubicación geográfica.

Otro punto derivado de la negociación fue la concesión de la exclusividad dentro de Chile a DERCO. De esta forma, el franquiciado tendrá total tranquilidad de que será el único con la posibilidad de explotar este negocio dentro del país. Esta concesión se hace por un plazo de 5 años y el carácter de esta cláusula puede ser negociable al término del periodo dado.

12.1.5 Aplicación

Para poder ofrecer el servicio de forma completa se va a proceder al desarrollo de la aplicación que de soporte al mismo, esta se llamará EfarApp. En este caso, se ha determinado que la App estará disponible para los dos tipos de sistemas operativos más utilizados en la actualidad: Android, e iOS. Una vez que comprobemos la acogida se plantearía ampliar a Windows Phone o incluso Blackberry OS. A continuación, pasamos a detallar ciertos puntos de la App.

12.1.5.1 Requisitos de la aplicación

- Gestión de usuarios. Registro de usuarios, altas, bajas y modificaciones de datos personales
- Información de los vehículos. Tiempo de batería restante, cálculo del posible coste previo al inicio del recorrido, estaciones de carga cercanas, averías.
- Gestión de cobro. El usuario proporcionará sus datos bancarios o vinculará su tarjeta de crédito donde se cargará el importe de cada uso o trayecto. Al finalizar el trayecto recibo de la factura.

- Definición de la ubicación. Localizar por GPS vehículos y la distancia con el usuario.
- Gestión de incidencias. Registro de las incidencias en el propio perfil de usuario, y estas serán respondidas por el equipo de atención al cliente.

12.1.6 Funcionamiento

Paso 1. Una vez instalada la aplicación en el dispositivo, el usuario podrá registrarse a través de la misma.

Paso 2. Para que el registro sea efectivo el usuario deberá autenticar su permiso de circulación, esto se podrá hacer a través de la aplicación o en persona en las propias oficinas de la empresa.

a. Si el registro se hace a través de la aplicación el alta será efectiva en un plazo máximo de 3 días laborables que será el tiempo necesario para que se compruebe la autenticidad de los documentos aportados con el respectivo organismo correspondiente.

b. Si el registro se realiza en las oficinas de la empresa, con la presentación de los documentos originales y confirmando su autenticidad, el alta será inmediata.

Paso 3. Una vez que el usuario reciba la notificación de su alta podrá empezar a disfrutar del servicio.

Paso 4. A través de la aplicación el usuario puede localizar el coche más cercano y reservarlo por un tiempo de 20 minutos.

Paso 5. Mediante el escaneo del código QR del vehículo seleccionado el usuario desbloqueará el coche, en ese momento se enviará un mensaje de texto al usuario con el código para arrancar el coche y hacer uso de este.

Paso 6. Para liberar el vehículo una vez apagado el motor, en el ordenador de a bordo se darán dos opciones: a) finalizar el viaje o, b) vuelvo enseguida. La

primera opción significaría el fin del uso y daría al cliente 5 min para salir del coche y recoger sus pertenencias hasta su bloqueo. La segunda opción dejaría el coche bloqueado para el mismo usuario, y a este se le facturaría a un precio más bajo mientras el coche está estacionado.

Paso 7. Si el usuario ha elegido finalizar el viaje. En un plazo de un día el usuario recibirá una factura por el total de minutos utilizados.

12.1.6.1 Protección de datos

Los datos personales de los usuarios estarán recogidos de acuerdo a lo dictaminado en la *Ley 19.628 sobre Protección de Datos de carácter personal* de Chile.

12.1.6.2 Soporte

La aplicación dispondrá de un equipo técnico que daría soporte del software por los problemas que pudieran darse debido a la red o diferentes problemas técnicos.

Además del soporte técnico, habría un teléfono de atención al cliente, para registrar las posibles incidencias que pudieran ocurrir durante el disfrute del servicio. Por otro lado, en su propio perfil el usuario podrá registrar las incidencias que tuviera y estas serán gestionadas en el menor tiempo posible.

12.1.6.3 Presupuesto y previsión de implantación

Después de ponernos en contacto con diferentes empresas nos hemos decidido por el presupuesto de UMA (Anexo XXXVI). Esta empresa nos ofrece la personalización de una aplicación de su catálogo y respondería a las necesidades planteadas. Esta tarea de desarrollo ocuparía un periodo de tiempo e importe menor que si se realizara partiendo de cero para E-FARA. Además de la misma aplicación dentro del servicio de UMA también se incluye el mantenimiento de la aplicación durante el primer año y la instalación de la misma en los vehículos en nuestras instalaciones. El periodo de implantación es de 1 mes a contar desde el inicio de los trabajos de desarrollo, que será una vez se reciban los vehículos en

Chile. El coste de todos estos servicios es un total de 9550 €. El pago se ha fijado por transferencia bancaria a la empresa en dos pagos. El 65 % del total al inicio del trabajo y el 35 % restante una vez la aplicación esté en funcionamiento.

12.1.7 PERFIL DEL CLIENTE OBJETIVO

En los últimos 30 años se han registrado cambios en la sociedad chilena. Se puede apreciar en el desarrollo inmobiliario, los tipos de vehículos circulantes, el mayor acceso a la educación universitaria y el uso de nuevas tecnologías como Smartphones.

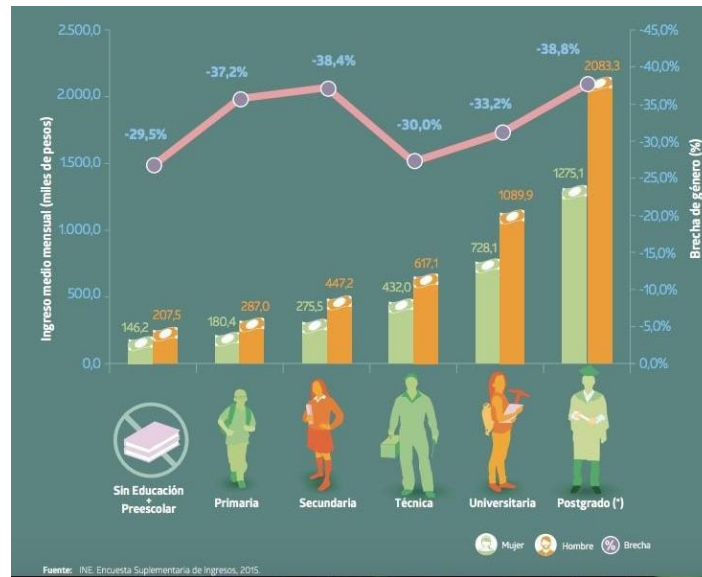
A continuación, segmentaremos la sociedad de Chile según nivel de estudios y clase social; para así, más tarde, poder concretar y mencionar algún ejemplo de perfil al que va dirigido nuestro producto y servicio.

Empecemos por analizar los estudios, podemos ver los siguientes niveles:

- Sin educación/sólo con preescolar. El sueldo medio de las mujeres no llega a los 200 pesos chilenos por mes, y el de los hombres ronda los 200 pesos.
- Educación primaria. El sueldo mensual de los hombres está en torno a los 300 pesos chilenos, mientras que el de las mujeres no llega a los 200 pesos.
- Educación secundaria. Las mujeres cobran una media de 270 pesos mensuales y los hombres alrededor de 450.
- Educación técnica. El sueldo de los hombres es de unos 600 pesos mensuales, mientras que el de las mujeres está en 400 pesos.
- Educación universitaria. Mientras que el salario de los hombres supera los 1000 pesos chilenos, el de las mujeres apenas llega a los 700.
- Educación de postgrado. El sueldo medio de los hombres ronda los 2000 pesos chilenos y el de las mujeres se queda alrededor de los 1200 pesos.

Podemos observar que existe una clara diferencia en los sueldos, ya no sólo según nivel de estudios, sino que hay una brecha salarial entre hombres y mujeres. A continuación, podemos ver de forma más gráfica los ingresos mensuales por nivel de educación:

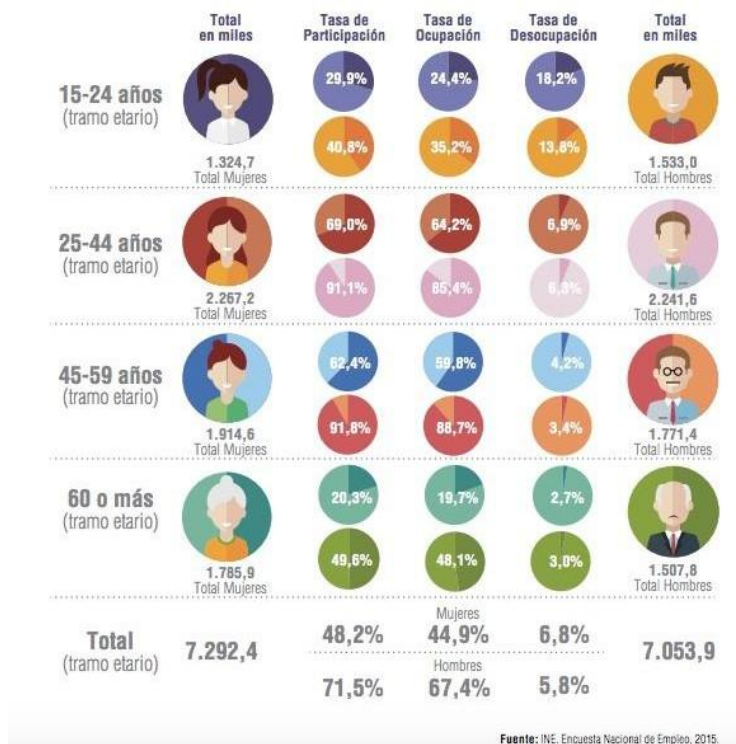
INGRESO MEDIO MENSUAL, SEGÚN SEXO Y NIVEL DE EDUCACIÓN



FUENTE: INE.CL

En el siguiente gráfico vemos la tasa de empleo y desempleo según edad y sexo:

TASAS DE PARTICIPACIÓN, OCUPACIÓN Y DESOCUPACIÓN, SEGÚN SEXO Y EDAD, 2015

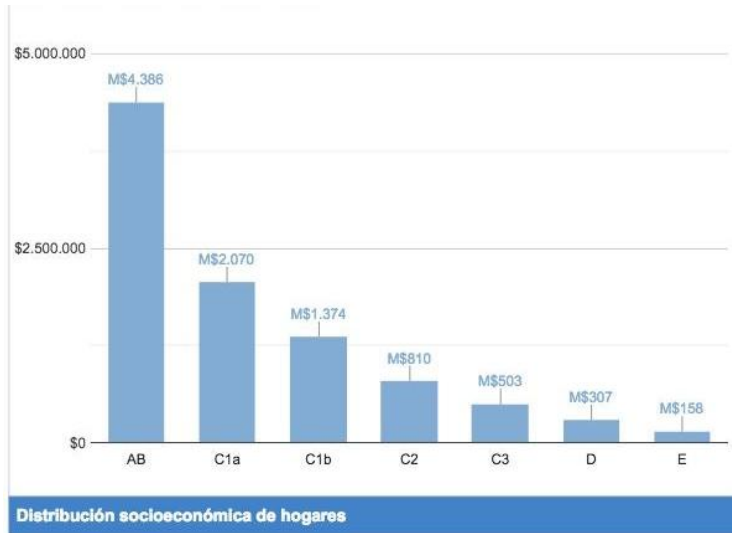


Se puede ver cómo la tasa de desempleo no es demasiado alta (exceptuando el desempleo en los jóvenes de entre 15 y 24 años), lo cual es muy positivo para nuestro proyecto. La Asociación de Investigadores de Mercado (AIM) realizó en Abril de 2016 un estudio sobre los nuevos estratos sociales a partir de una clasificación ya existente realizada por Criteria.cl en 2013. Este análisis divide la población De Santiago de Chile en distintos grupos socioeconómicos:

- **A y B: clase alta.** Con un ingreso mensual promedio por hogar de \$²4.386.000. El 67% viven en el área metropolitana.
- **C1a: clase media acomodada.** Su ingreso promedio por hogar es de \$2.070.000. El 54% vive en el área metropolitana.
- **C1b: clase media emergente.** Esta nueva clase social surgida en los últimos años tiene un promedio por hogar de \$1.374.000; el 44% vive en la zona metropolitana de la capital.
- **C2: clase media típica.** El promedio por hogar es de \$810.000 y el 44% de esta clase social vive en la zona metropolitana.
- **C3: clase media baja.** Con un promedio por hogar de \$503.000, el 36% vive en el área metropolitana aunque en zonas periféricas.
- **D: vulnerables.** Su ingreso mensual promedio ronda los \$307.000 y, tan sólo un 28% de esta clase social vive en la zona metropolitana (aunque concentrándose en áreas más bien periféricas).
- **E: pobres.** Su promedio por hogar es de \$158.000. El 21% de la clase E vive en zonas periféricas del área metropolitana.

INGRESO MENSUAL PROMEDIO POR HOGAR

² Moneda: Peso Chileno. Presente en todo el apartado.

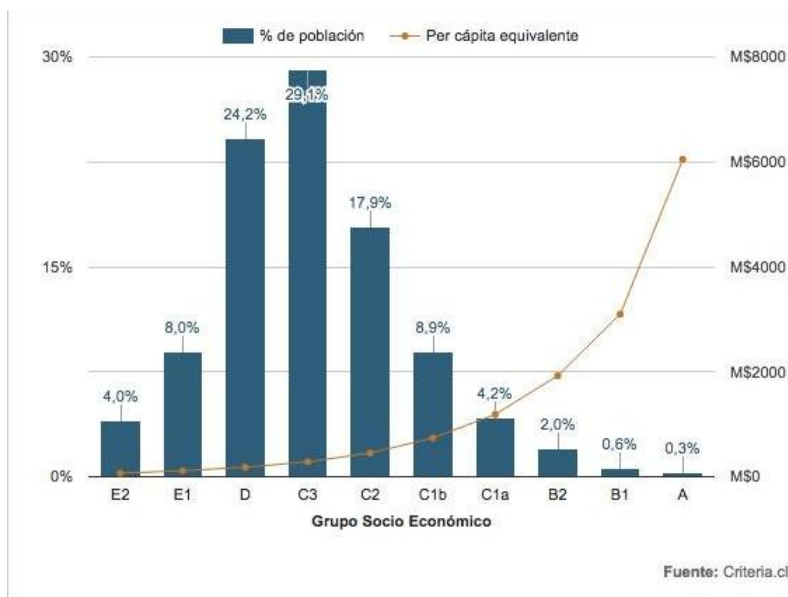


FUENTE: CRITERIA.CL

Además, en Santiago se concentran los grupos económicos de mayor ingreso mensual mientras que en las regiones exteriores se concentra la pobreza.

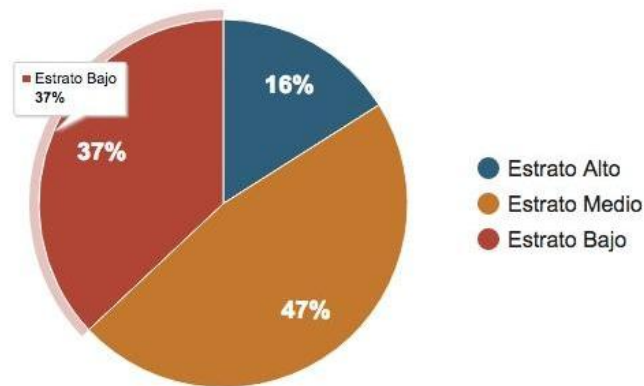
Uno de los cambios más evidentes es el gran crecimiento experimentado por el grupo C3, así como el grupo AB y el C1 que tuvo que dividirse en C1a Y C1b debido a su aumento.

SEGMENTACIÓN POR INGRESO PER CÁPITA EQUIVALENTE



FUENTE: CRITERIA.CL

SEGMENTACIÓN SEGÚN ESTRATOS DEL PAÍS



FUENTE: CRITERIA.CL

Como podemos observar, la clase media en su conjunto (C1, C2 y C3) y la clase alta representan en total un 63% de la población chilena. Esto significa una gran ventaja para nuestro proyecto, ya que el servicio de alquiler será asequible para la mayor parte de la población del país.

Ya hemos comentado anteriormente que nuestro servicio se brinda tanto a jóvenes como a adultos. Es un servicio asequible y diseñado para que todas las edades puedan disfrutar de él.

Por todo ello, nuestro servicio va a ir dirigido a personas entre 20 y 60 años de clase media y alta (grupos A, B, C1a, C1b, C2 y C3).

Dentro de estos grupos, podemos ver algún ejemplo de perfiles a los que nos dirigimos:

- Joven estudiante que haga trayectos a la universidad.
- Joven emprendedor que haga trayectos a reuniones, oficinas, comidas de empresa, etc.
- Mujer/hombre de edad media, que acuda a una cita, vaya a un centro comercial de compras, quede con amistades...

- Empresarios jóvenes y de mediana edad.

Nuestro objetivo es que el servicio que proporcionamos pueda ser disfrutado y aprovechado por el mayor número de personas posible. Si bien es verdad que, al dirigirnos a un público tan amplio, encontramos un serio problema: el uso de la tecnología.

Como ya hemos explicado, el acceso al servicio de alquiler es por medio de una aplicación de Smartphone. Esto supone un arma de doble filo: es una forma fácil y rápida de acceder a los vehículos, sin complicaciones y sin intermediarios. Una forma de atraer al público joven, amante de las tecnologías y fan del “aquí y ahora”. Sin embargo, para nuestro consumidor de mayor edad puede suponer una traba, ya que no todos los adultos están tan acostumbrados ni saben manejar tan bien las nuevas tecnologías.

A pesar de esto y como EfarApp es una aplicación de fácil uso, esperamos que no suponga un problema muy significativo a la hora de conseguir clientes y ver resultados positivos.

12.1.8 Know-How

De acuerdo a lo negociado en el contrato. El franquiciado tiene derecho a que el franquiciador le provea los conocimientos necesarios para el funcionamiento del negocio. Con este punto nos referimos al Know-How, es decir, todas las pautas que debe seguir el franquiciado o el “saber-hacer”.

E-FARA se compromete a poner a disposición de DERCO toda la información que necesite para ponerse en funcionamiento. Dentro del Know-How incluimos desde las características de los productos y su funcionamiento, a cómo iniciar el negocio, encontrar clientes, reparaciones y seguros.

12.1.8.1 Manuals

E-FARA proporcionará manuales para dictar el funcionamiento de la franquicia, se adjunta la portada de los mismos en el Anexo XXXVII. A continuación podemos ver una lista de dichos manuales, actualmente en proceso de desarrollo:

- Manual sobre el producto: TWIZY y sus usos. Incluye, entre otros: ficha técnica del automóvil, instrucciones de uso y carga, listado de partes y repuestos, extras incluidos en el coche y cómo usarlos.
- Manual sobre la aplicación del servicio: un alquiler por minutos. Incluye, entre otros: instrucciones de uso de la App, normas del servicio, cómo usar E-FARA.
- Manual sobre el usuario: Consumidor Carsharing. Incluye, entre otros: tipos de usuario, trato al usuario, atención al cliente, público objetivo.
- Manual sobre marketing: Objetivo, ser conocidos. Incluye, entre otros: estrategias de marketing, cómo nos vamos a anunciar.

12.1.8.2 Seguimiento del franquiciado

E-FARA debe contar con un equipo de centralita de atención al cliente, disponible de 7 a.m. a 12 p.m., para responder las llamadas de los usuarios y resolver cualquier duda que pueda surgir en cuanto a la utilización de los vehículos o en caso de accidente. Además la App incluye un apartado para reportar incidencias, disponible las 24h del día.

Desde España se hará un seguimiento de E-FARA y los Twizy para comprobar la acogida que tiene la empresa en Santiago de Chile y proceder al estudio de su implantación en más ciudades. También se estudiaría la ampliación de la flota existente en Santiago, según la demanda de los usuarios.

12.1.8.3 Seguros

Cada coche Twizy debe estar asegurado con una compañía residente en Chile: seguros Mapfre. Al igual que el taller colaborador y los cargadores de batería de Circutor, debe ser el franquiciado quien firme y negocie las cláusulas pertinentes.

Sin embargo, hay una serie de garantías enumeradas a continuación que deben estar incluidas a la hora de contratar el seguro:

- responsabilidad civil.
- reclamación de daños.
- defensa jurídica.
- robo e incendio.
- asistencia en carretera 24h.

En el Anexo XXXVIII, queda incluida la ficha técnica de un seguro de coche eléctrico para que pueda servir a modo de ejemplo.

12.1.8.4 Mantenimientos y repuestos

En el contrato con Renault veíamos, y la ley así lo estipula, que el período de garantía de los 16 vehículos Twizy adquiridos es de dos años.

Por otro lado los automóviles pasarán por una serie de revisiones (las propias implícitas al mantenimiento de un vehículo) e incluso sufrirán reparaciones de mayor o menor envergadura, dependiendo del uso que se les dé a los mismos o del impacto de los siniestros sufridos.

Para todo ello, E-FARA contará con la colaboración de un taller Renault situado en el área metropolitana De Santiago de Chile.

Será labor del franquiciado la firma del contrato y el pacto de las cláusulas que crea convenientes con dicho taller, puesto que va a ser él quien esté presente en la capital chilena y quién se encargue del negocio desde allí.

Además el taller Renault será el punto de carga, es decir, el lugar donde se encuentren instalados los cargadores de automóviles adquiridos a Circutor. Será también competencia del franquiciado el contrato de compra de los cargadores y las cláusulas pactados con Circutor. El modelo de cargador que se debe adquirir será Home T1C16. En el anexo XXXIX se encuentra disponibles las tarifas y los diferentes modelos de dicha empresa.

E-FARA contará con un equipo técnico que se encargue de supervisar los coches a través de EfarApp y de llevar aquellos que se encuentren por debajo de un 20% de batería hasta el taller Renault donde estén situados los cargadores. Una vez que los automóviles hayan completado su carga, este mismo equipo técnico pondrá de nuevo los Twizy a disposición de los usuarios.

12.2 13.2 ESQUEMA DE LA OPERACIÓN

A continuación, se muestran dos imágenes en las que se resume la totalidad de la operación desde un punto de vista general:

EMPRESAS IMPLICADAS



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En este primer esquema se representa, de forma simplificada, la relación existente entre las tres empresas implicadas en la operación. Renault es el proveedor de los vehículos y los vende a E-FARA, con la que tiene un contrato de asociación. E-FARA, a su vez, vende estos vehículos al franquiciado, que es DERCO.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En esta imagen, se representa la operación desde el punto de vista del transporte de las mercancías. Los vehículos se producen en la fábrica de Renault, en Valladolid, y desde ahí se trasladan por carretera hasta el LAME. Una vez que el barco está preparado, se lleva a cabo la carga. Los vehículos se descargan en el puerto de Valparaíso, en Chile. Una vez allí, se cargan en camiones que los transportan a la sede de la empresa y es allí donde se produce la entrega para la explotación.

12.3 CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

Este contrato estipula las partes de una futura relación entre E-FARA S.L. y DERCO.S.A. que estipula en el ámbito financiero, económica, de suministro y las respectivas restricciones según el régimen de franquicia al que se acoge, tanto para el franquiciado como el franquiciador (Anexo XXXV).

Estando de acuerdo ambas partes ara que se pueda formalizar dicho trato en el mercado chileno.

12.4 ANÁLISIS DAFO

Se ha llevado a cabo un análisis DAFO para poder reunir, de forma más visual, el conjunto de debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que plantea nuestro servicio (Anexo XL).

Observamos que se plantea una debilidad muy importante en el uso de la tecnología que implica el servicio que ofrecemos. Si bien se trata de un arma de doble filo ya que, mientras que para parte de los usuarios puede suponer una complicación (personas de edad más adulta que no estén tan familiarizadas con los Smartphones y sus Apps) para la mayoría de personas jóvenes supondría algo innovador y una forma de captar su atención.

También nos gustaría resaltar la concentración de población existente en el área metropolitana de Santiago, y su movimiento de personas. No sólo es una oportunidad para el servicio en sí mismo, sino para lo referente a la publicidad que supondrá para E-FARA dicha concentración y movimiento de gente. Esperamos que E-FARA sea una marca que acabe siendo reconocida y asociada al respeto al medio ambiente.

Un serio problema que se nos plantea, y debemos poner nuestros esfuerzos en superar, es el maltrato físico que irán acumulando los Twizy tanto por el uso como por el hecho de encontrarse en la calle y a disposición de todos.

12.5 PREVISIONES A FUTURO

Si queremos seguir expandiendo nuestro mercado en Sudamérica, debemos continuar con los resultados obtenidos en el estudio de selección de mercado ideal (Anexo XLI) En este caso, los países que mejor valoración obtuvieron fueron: México y Argentina.

12.6 PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

Uno de los pilares más importantes del éxito de E-FARA en el mercado de Santiago de Chile, será la campaña comunicativa que se implementará tanto local como nacionalmente.

El objetivo a corto plazo es dar a conocer el servicio, exponer las ventajas que ofrece en comparación con los demás oferentes de Carsharing y el valor a brindar en sí mismo. Como ya se ha dicho en repetidas ocasiones, dicho valor es el del impacto positivo para el medio ambiente, el ahorro que supone al bolsillo de los usuarios y el descongestionamiento vehicular de la tan concurrida área metropolitana.

Parte de los objetivos a largo plazo son de aumentar el número de usuarios y ser reconocidos como agentes de cambio relacionados con la lucha contra la contaminación.

La campaña de comunicación se dividirá en 3 fases que se desarrollarán en el plazo de 18 meses, desde la firma de contrato de franquicia.

La primera será la fase previa al inicio del servicio, que durará 45 días. La segunda fase se inicia con la puesta en marcha del servicio y la tercera fase comenzaría 3 meses después de estar implantados en el mercado.

La campaña de comunicación en Santiago de Chile estará a cargo de la agencia “LOLA PRODUCCIONES”, cuyo objetivo principal será el de ejecutar los estándares y lineamientos del manual de Marketing. También desarrollará estrategias bajo el concepto principal del servicio, descrito al inicio de este apartado.

La agencia de publicidad y comunicación, en conjunto con DERCO, deberá coordinar esfuerzos para lograr todos sus respectivos beneficios en general.

La agencia deberá brindar las herramientas necesarias que reúnan los esfuerzos de negocio y transmitan de manera efectiva la propuesta de valor de E-FARA como servicio para el mercado chileno.

Los canales que se utilizara para hacer efectiva la comunicación se describen a continuación, en el apartado de acciones de marketing.

12.7 ACCIONES DE MARKETING

El marketing que se llevará a cabo será una de las principales claves para el éxito del servicio y su conocimiento.

Se ejecutará una campaña de marketing de introducción al mercado agresiva y constante durante 18 meses, empezando previo a la implantación del servicio como tal.

Las acciones de marketing que se realizarán las coordinará de manera directa la agencia LOLA producciones, ubicada en Santiago Chile, siguiendo las directrices específicas que se encuentran en el Manual de Marketing que tendrá el franquiciado.

Las acciones de Marketing obligatorias de realizar son las siguientes:

- Imagen corporativa de la empresa impresa en los coches.
- Vallas publicitarias del servicio ubicadas en zonas estratégicas de la ciudad.
- Eventos de lanzamiento del servicio con presencia de la prensa local.
- Patrocinio de eventos de promoción de cuidado del medio ambiente y reducción de la contaminación.
- Interacción con la comunidad, clientes potenciales y usuarios mediante redes sociales, contando con la colaboración de influencers locales conocidos a nivel nacional.
- Apariciones semanales en diferentes medios escritos: periódicos, revistas del medio, blogs.

Entrevistas en revistas matutinas de medios importantes de la televisión.

Algunas de las actividades descritas se podrán visualizar en el Anexo XLII.

12.8 POSIBLES CONVENIOS CON AUTORIDADES LOCALES

El servicio que se brindará en la ciudad de Santiago podría contar a futuro, con el apoyo oficial de instituciones gubernamentales en cuanto a su promoción, con las que la empresa franquiciada podría negociar acuerdos de mutua ayuda operativa. De esta manera se pretende obtener ventajas para operar, facilidades de gestión y desarrollo de proyectos brindando el servicio a mayor escala. A continuación, nombraremos algunas instituciones:

- Ministerio de Medio Ambiente y Salud de Santiago.
- Comité de asistencia para el desarrollo.
- Comisión Nacional del Medio Ambiente.
- Ministerio de Desarrollo Limpio.
- Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático

13 CONCLUSIONES

A través de la información recabada durante la elección de los mercados y sobretodo en nuestro mercado principal, Santiago de Chile, hemos comprobado que Sudamérica es un nicho de mercado en cuanto a explotación y desarrollo de planes y estrategias de negocio enfocadas a la industria sostenible y ecológica. Al igual que ocurre en España.

Hemos percibido que se están multiplicando los proyectos basados en las energías renovables, sin embargo el área de los servicios directos para el ciudadano sigue sin explotarse. A pesar que para nuestro punto de vista sea un mercado de especial relevancia. Esta importancia se debe a que el sector servicios permite a los ciudadanos formar parte del cambio hacia un entorno más limpio a través de pequeños gestos que están al alcance de cualquiera.

Por ello, vemos que se debería de hacer un esfuerzo en la inversión en I+D+i en estos países. Además de un cambio en el enfoque de las exportaciones tradicionales españolas en el sector servicios. Dada la cercanía entre la cultura española y latinoamericana, podríamos tener una buena acogida por el cliente chileno, si conseguimos hacerles entender nuestra idea y que sientan nuestro proyecto como una parte de la cadena de sostenibilidad.

Para finalizar, cabría subrayar el gran valor del conocimiento adquirido tras la investigación que hemos llevado a cabo. Nos gustaría destacar que durante el desarrollo de la misma hemos descubierto que a lo largo del mundo surgen las mismas necesidades, pero no todos los países disponen de los mismos conocimientos ni medios para cubrirlas. Por este motivo consideramos de vital importancia saber responder a estas oportunidades basándonos en nuestra propia experiencia personal y de esta forma enriquecer los futuros planteamientos. Esta idea la hemos querido plasmar en el proyecto, aprovechando nuestras propias vivencias en el ámbito como base para enriquecer el valor del estudio.

14 BIBLIOGRAFÍA

20 MINUTOS. Los orígenes del coche eléctrico. Disponible en: <<http://blogs.20minutos.es/coches-electricos-hibridos/2014/02/01/los-origenes-del-coche-electrico/>>.

24 HORAS. COMPETENCIA DE LOS TAXISTAS EN CHILE. Disponible en: <<http://www.24horas.cl/nacional/asi-son-los-precios-y-servicios-de-uber-y-cabify-los-dolores-de-cabeza-de-los-taxistas-capitalinos-1981787>>

Agencia Estatal. Boletín LAME. Disponible en: <<https://www.boe.es/boe/dias/2000/12/21/pdfs/A44889-44892.pdf>>

AGENCIA FERNÁNDEZ DE SOLA. Disponible en: <<http://www.afdsola.com/>>.

Agencia Tributaria Asignación de número NIF. Disponible en: <<https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/procedimientos/G324.shtml>>

Agencia Tributaria Modelo 036 solicitud de CIF. Disponible en: <http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/La_Agencia_Tributaria/Campañas/Censos__NIF_y_domicilio_fiscal/Empresas_y_profesionales__Declaracion_censal__Modelos_036_y_037/Empresas_y_profesionales__Declaracion_censal__Modelos_036_y_037.shtml>

ÁREA DE PYMES. Guía de Incoterms 2010. Disponible en: <<http://www.areadepymes.com/?tit=-dap-delivered-at-place-entrega-en-lugar-de-destino-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcak>>.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE AUTOMÓVILES Y CAMIONES, ANFAC. Disponible en: <<http://www.anfac.com/portada.action>>.

ATLAS. DATOS EXPORTACIÓN CHILE Y MÉXICO. Disponible en: <<http://atlas.cid.harvard.edu/>>

AUTOW.EMPRESAS DE CARSHARING EN SANTIAGO. Disponible en:
<<http://www.awto.cl/awto/>>

AZURE AFI. Certificado de circulación EUR-1. Disponible en:
<https://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/certificado/circulacion/eur1/conenido_sidN_1052425_sid2N_1052384_cidlL_954944_ctylL_139_scidN_954944_utN_3.aspx>.

Banco Central de Chile. Información sobre la moneda. Disponible en:
<http://www.bcentral.cl/es/faces/bcentral/biletesymonedas/faqbilletes;jsessionid=jrp5oAv_aFv0flhRAdvndaz_fQFwC8Es0V52A9jUPO6JlIfMWrqW!-1497074538!NONE?_adf.ctrl-state=9zfm9g6xk_4&_afLoop=21322563657233&_afWindowMode=0&_afWindowId=null#!%40%40%3F_afWindowId%3Dnull%26_afLoop%3D21322563657233%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3D3bao9tz0o_4>

Banco Mundial. Argentina: Panorama General. Disponible en:
<<http://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview#1>>

Banco Santander. Cuenta Bancaria. Disponible en:
<<https://www.bancosantander.es/es/empresas-advance>>

BBVA. Como definir el objeto social de una empresa. Disponible en:
<<http://www.bbvacontuempresa.es/a/definir-adecuadamente-el-objeto-social-una-empresa>>

BLUEMOVE. Disponible en: <<https://bluemove.es/es>>

Cámara de Comercio Santiago. Bases de datos gratuitas. Disponible en:
<<http://www.escueladecomercio.cl/biblioteca/bases-de-datos-gratuitas/>>

Cámara oficial Española de Comercio en Chile / Constituir su empresa en Chile.
Disponible en:
<<http://www.camaco.es.cl/index.php/internacionalizacion/chile/constituir-su-empresa-enchile>>

Cámara Zaragoza. EORI. Disponible en:
<<http://www.camarazaragoza.com/externo/BoletinNET/docs/DocumentoContenido827.pdf>>

Car2Go. Disponible en: <<https://www.car2go.com/ES/es/>>

CEA. Conoces qué marcas y modelos de coches se fabrican en España. Disponible en:<<https://www.cea-online.es/blog/131-conoces-que-marcas-y-modelos-de-coches-se-fabrican-en-espana>>.

Cesce. Riesgo País. < <http://www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs>>

CIRCUTOR. Productos de recarga. Disponible en:
<<http://circutor.com/es/productos/recarga-inteligente-para-vehiculos-electricos>>

CNAE. Lista completa de actividades. Disponible en:
<<http://www.cnae.com.es/lista-actividades.php>>

Coface. Estudio Económicos de Chile. <<http://www.coface.es/Estudios-Economicos/Chile>>

CONTAMINACIÓN DEL AIRE DE CHILE. Mapa de la calidad del aire en tiempo real. Disponible en: <<http://aqicn.org/map/chile/es/>>

Crear Empresa Madrid. Constitución de una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Disponible en: <<http://www.crearempresamadrid.com/crear-empresa-archivos/constitucion-de-sociedad.html>>

Crear empresa. Modelo de estatutos de una sociedad limitada. Disponible en:
<<http://www.crear-empresas.com/modelo-de-estatutos-de-una-sociedad-limitada>>

CRITERIA RESEARCH. Estudio sobre clases sociales en Chile. Disponible en:
<<https://www.criterias.cl/>>

DAIMLER AG. Disponible en: <<http://www.daimler.com/products/services/mobility-services/car2go/>>

DAMCO. Disponible en: <<http://www.damco.com/>>.

DERCO S.A. Información sobre la empresa DERCO S.A. < <http://www.derco.cl/>>

DGT. Distintivos ambientales. Disponible en: <<http://revista.dgt.es/es/sabia-que/dudas/2017/0424distintivos-ambientales.shtml>>.

DONQUIJOTE. SANTIAGO DE CHILE INFORMACIÓN GENERAL. Disponible en: <http://www.donquijote.org/es/learn-spanish-in-chile/santiago-de-chile-city>

DRIVENOW. Disponible en: <<https://www.drive-now.com/de>>

ECOMOVILIDAD. ¿Emov o Car2Go? Comparamos el Carsharing eléctrico de Madrid. Disponible en: <<https://ecomovilidad.net/madrid/emov-car2go-comparamos-car-sharing-electrico-madrid/>>

Economía y negocios Online. Constitución de una sociedad limitada. Disponible en:

<http://www.economiaynegocios.cl/mis_finanzas/detalles/detalle_emp.asp?id=240

EL MUNDO. Emov mantiene sus precios y Car2Go decide incrementarlos.

Disponible en:

<<http://www.elmundo.es/motor/2017/03/30/58dcc811ca4741c0798b45f7.html>>

EL PAÍS INTERNACIONAL. Santiago de Chile se ahoga en una nube de contaminación. Disponible en:

<http://internacional.elpais.com/internacional/2015/06/23/actualidad/1435019252_195649.htm>

EMOL ECONOMÍA. Cambios en grupos socioeconómicos: C3 es el más numeroso y el de mayor crecimiento. Disponible en:

<<http://www.emol.com/noticias/Economia/2015/12/02/761997/Cambios-en-grupos-socioeconomicos-ABC1-alcanza-el-16-de-la-poblacion-y-C3-es-el-mas-numeroso.html>>

EMOL. MEDIDAS ANTICONTAMINACIÓN. Disponible en:
<<http://www.emol.com/noticias/Nacional/2016/10/04/824992/Las-medidas-que-buscan-descontaminar-la-Region-Metropolitana-a-partir-de-2017.html>>

EMOV. Disponible en: <<https://emov.es/>>

EMPRESAS IMPLANTADAS EN MONTERREY. Disponible en:
<<http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/ITESM/Tecnologico+de+Monterrey/Nosotros/Que+es+el+Tecnologico+de+Monterrey/Datos+y+cifras/>>

EXPORTACIONES-IMPORTACIONES CHILE. Disponible en:
<<http://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/chile>>

EXPORTACIONES-IMPORTACIONES MÉXICO. Disponible en:
<<http://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/mexico>>

FERRAS CARGO. Disponible en: <<http://www.ferrascargo.com/>>.

FORMACIÓN EN TRANSPORTE. Cotizaciones y Costes de Transporte Marítimo. Disponible en: <<http://www.formacionentransporte.es/maritimo/cotizaciones-y-costes-de-transporte-maritimo>>.

GRUPO MONLLOR. Disponible en: <<http://grupomonllor.com/>>.

HIPERTEXTUAL. Historia del coche eléctrico. Disponible en:
<<https://hipertextual.com/2016/01/historia-del-coches-electrico>>.

ICEX. Directorio de empresas españolas establecidas en Chile. Disponible en:
<<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/informacion-para-invertir-en-el-exterior/empresas-espanolas-establecidas-en-el-exterior/4639105.html>>

ICEX. DISPONIBLE EN: <<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/4734989.html?idPais=BO&null>>.

ICEX. INVEST IN SPAIN. Disponible en:
<<http://www.investinspain.org/invest/es/sectores/automocion/descripcion/index.html>>.

INCOTERMS 2010. Conceptos y Recargos Básicos en el Flete Marítimo. Disponible en: <<http://www.incoterms-2010.es/articulos/conceptos-y-recargos-basicos-en-el-flete-maritimo>>.

INE. POBLACIÓN, SEGMENTACIÓN Y RENTA DE SANTIAGO DE CHILE
Disponible en: < www.ine.cl>

INEGI. DATOS POBLACIÓN Y ECONÓMICOS MÉXICO. Disponible en:
<<http://www.inegi.org.mx/>>

INFOBAE. PROBLEMAS DE CONTAMINACIÓN SANTIAGO DE CHILE.
Disponible en: <<http://www.infobae.com/america/america-latina/2016/06/26/chile-decreto-emergencia-en-santiago-por-alta-contaminacion/>>

INFORMACIÓN SECTOR DEL TAXI EN MONTERREY. Disponible en:<
http://www.milenio.com/monterrey/taxis_Uber-Uber-servicio_Uber_0_474552560.html>

INFORMACIÓN SECTOR DEL TAXI EN SANTIAGO Y MONTERREY. Disponible
en: <<https://www.publimetro.cl/cl/noticias/2016/04/06/cuanto-cuesta-taxista-chile.html>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE CHILE. Género e ingresos.
Disponible en: <<http://ine.cl>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE CHILE. Género y empleo.
Disponible en: <<http://ine.cl>>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. Enfoque estadístico sobre género e
ingresos en el 2016. Disponible en: <<http://www.ine.cl/resultado-de-busqueda?indexCatalogue=todo-el-contenido-de->>

ine&searchQuery=Enfoque%20Estadistico%20de%20genero%20e%20ingreso&wordsMode=AllWords>

INvesting.com. Histórico cambio EUR/USD. Disponible en: <<https://es.investing.com/currencies/eur-usd-historical-data>>

LARATRANS. Disponible en: <<http://www.laratrans.com/>>

LEGAL PRACTICOPEDIA. Cómo funciona el carnet por puntos. Disponible en: <<http://legal.practicopedia.lainformacion.com/trafico/como-funciona-el-carne-por-puntos-162>>.

MAERSK. Disponible en: <<https://www2.maerskline.com/>>.

MARKET ACCESS DATABASE. TARIFAS EN CHILE. Disponible en: <<http://madb.europa.eu/madb/atDutyDetailPubli.htm?hscod=870380&countries=CL>>

Mercantil.com. Información DERCO S.A. Disponible en: <<http://www.mercantil.com/empresa/derco-s-a-/Quilicura/300029647/esp>>

MSC. Disponible en: <<https://www.msc.com/>>.

Normas administrativas de Comercio Exterior. Disponible en: <<http://www.comercioexterior.ub.edu/fpais/catalunya/ope.htm>>\

OPERINTER. Disponible en: <<http://www.operinter.com/>>.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CAR-SHARING EN SANTIAGO DE CHILE. Disponible en: <<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/140066>>

PORTIC. Disponible en: <<http://www.portic.net/transitaris.htm>>.

PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES MONTERREY. Disponible en:
<<https://guiademonterrey.wordpress.com/economia/principales-grupos-empresariales-de-monterrey/>>

PROBLEMAS CONTAMINACIÓN MONTERREY. Disponible en:
<<http://www.animalpolitico.com/2016/05/estas-son-las-ciudades-mas-contaminadas-de-mexico-y-la-cdmx-no-es-la-primera/>>

PROBLEMAS CONTAMINACIÓN MONTERREY. Disponible en:
<<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2016/12/23/se-agudiza-problema-de-mala-calidad-del-aire-en-monterrey>>

REGISTRO CIVIL DE CHILE, IMPUESTOS A PAGAR Disponible en:
<<https://www.registrocivil.cl/>>

Registro Mercantil Central. Denominaciones sociales. Disponible en:
<http://www.rmc.es/Deno_seguintimiento.aspx?lang=es>

RENAULT. Disponible en:
<<http://www.renault.es/concesion/rrgpalaciocongresos/>>.

Renault. Información de contacto. Disponible en
<<http://www.renaultjurado.com/contacto-email-telefono-fax-concesionario-renault-dacia-madrid>>

REVISTA EI. Información sobre energía eléctrica en Chile. Disponible en:
<<http://www.revistaei.cl/wp-content/uploads/sites/5/2017/03/boletin-marzo-2017.pdf>>

SANTANDER TRADE. DATOS SOBRE CHILE. Disponible en:
<<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>>

SANTANDER TRADE. DATOS SOBRE MÉXICO. Disponible en: <<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/politica-y-economia>>.

SANTANDER TRADE. EXPORTACIÓN Disponible en: <<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/politica-y-economia>>

SANTANDER. SANTANDER TRADE PORTAL. Disponible en: <<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>>.

SEARATES. DISPONIBLE EN: <<https://www.searates.com/es/>>.

SERNAUTO. Disponible en: <<http://www.sernauto.es/>>.

SIXT. Disponible en: <<https://www.sixt.es/>>

SLICAR. AUTOW.EMPRESAS DE CARSHARING EN SANTIAGO. Disponible en: <<http://www.slicar.com/>>

T4 FRANQUICIAS. 5 Pasos para franquiciar tu empresa. Disponible en:<<http://www.t4franquicias.com/informacion/los-5-pasos-para-franquiciar-una-empresa/>>.

TARIC.DATOS ADUANEROS, PARTIDAS ARANCELARIAS, IMPUESTOS A LA EXPORTACIÓN. Disponible en: <http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20170601&Area=CL&Taric=8703&LangDescr=es>

TERRA. DATOS POBLACIÓN Y ECONÓMICOS MÉXICO. Disponible en: <<https://www.terra.com.mx/noticias/mexico/politica/las-10-ciudades-mas-peligrosas-de-mexico,a355d4a22ddb3310VgnVCM4000009bf154d0RCRD.html>>

Top Ten Franquicias. Las franquicias como comedio de negocio.
<<http://www.toptenfranquicias.com/las-franquicias-modelos-de-negocio-de-exito/>>

Trade Market Access. Exportación de coches eléctricos a Chile. Disponible en:
<<http://madb.europa.eu/madb/atDutyDetailPubli.htm?hscod=870380&countries=CL>>

UNION OF CONCERNED SCIENTISTS. What is ZEV? Disponible en:
<<http://www.ucsusa.org/clean-vehicles/california-and-western-states/what-is-zev>>.

VALENCIA PLAZA. El Renault Twizy listo para su lanzamiento. Disponible en:
<<http://epoca1.valenciaplaza.com/ver/48736/el-renault-twizy---listo-para-su-lanzamiento.html>>.

WIKIPEDIA. General Motors EV1. Disponible en:
<https://es.wikipedia.org/wiki/General_Motors_EV1>.

WIKIPEDIA.SANTIAGO DE CHILE, INFORMACIÓN GENERAL. Disponible en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Santiago_de_Chile

XATAKA. Si quieres un coche eléctrico estos son los 7 mejores que se pueden comprar a día de hoy. Disponible en: <<https://www.xataka.com/automovil/si-quieres-un-coche-electrico-estos-son-los-7-mejores-que-se-pueden-comprar-a-dia-de-hoy>>.