



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PLANIFICACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

Alumno: Domingo Fernández Damas

RESUMEN

Este proyecto se enfoca en la creación y el funcionamiento de una idea de negocio. Dicha idea de negocio consiste en la formación de una empresa destinada a prestar servicios en el sector automovilístico.

He comenzado mi estudio describiendo los aspectos ajenos y externos a la empresa, así como su entorno, dividido este a su vez en general y específico.

A continuación, he plasmado nuestro diseño de la oferta, explicando los servicios que vamos a ofrecer, detallando dónde se ubicará nuestra empresa y de qué forma vamos a suministrar nuestro producto.

La última parte del proyecto engloba a todo lo referido con la parte económica y financiera, explicando la inversión y financiación necesaria para la creación de la empresa y analizando diferentes métodos para saber si el proyecto estudiado es rentable o no.

Para finalizar el proyecto, haré una pequeña valoración personal.

ABSTRACT

This Project focuses on the creation and operation of a business idea. The business idea that I have chosen is the formation of a Company destined to provide services in the automotive sector.

I have started my study describing the aspects outside the Company and its environment, divided in turn into a general and specific environment.

Next, I have captured our offer design, explaining the services we are going to offer, detailing where our Company will be located and how we will supply our product.

The last part of the Project encompasses everything referred to with the economic and financial part, explaining the investment and financing necessary for the creation of the Company and analyzing different methods to know if the Project studied is profitable or not.

To finish the Project, I will make a small personal assessment.

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
1 INTRODUCCIÓN	
1.1 IDEA EMPRESARIAL.....	5
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	5
2 ANÁLISIS EXTERNO	
2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO	
2.1.1 ENTORNO GENERAL.....	5
2.1.2 ENTORNO EXTERNO.....	7
2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	
2.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR.....	11
2.2.2 FACTORES DIFERENCIALES A LA COMPETENCIA.....	12
3 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y LA IDEA EMPRESARIAL	
3.1 OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA.....	15
3.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	15
3.3 LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	17
3.4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	17
3.5 ASPECTOS DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE PERMITAN UNA EXTENSIÓN DEL MISMO	17
3.6 PROVEEDORES.....	18
3.7 CLIENTES.....	20
3.8 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN Y MARKETING.....	21
3.9 PODER DE MERCADO.....	22
4 DESCRIPCIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA Y PLAN DE OPERACIONES	
4.1 INVERSIÓN NECESARIA.....	24
4.2 FINANCIACIÓN NECESARIA.....	27
4.3 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	28
5 PREVISIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA EMPRESA	
5.1 PREVISIÓN DE INGRESOS.....	29
5.2 PREVISIÓN DEL GASTO.....	30
6 PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA	

6.1	CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	32
6.2	ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO.....	34
6.3	BALANCE DE SITUACIÓN.....	35
6.4	ANÁLISIS DE RATIOS CONTABLES.....	37
6.5	PRESUPUESTO DE CAPITAL.....	39
7	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	40
8	CONCLUSIONES.....	42
9	BIBLIOGRAFÍA.....	43
10	ANEXOS.....	45
10.1	REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA.....	45
10.2	ENTREVISTA CON EMPRESARIOS.....	49
10.3	FICHAS DE LOS COMPETIDORES DEL SECTOR.....	50
10.4	ANÁLISIS DAFO	52

1. INTRODUCCIÓN

1.1. IDEA EMPRESARIAL

La finalidad esencial de nuestra empresa es la de la creación de un negocio para la comercialización y compraventa de vehículos nacional e internacionalmente.

En cuanto al ámbito geográfico, nos centraremos principalmente en la localidad de Torredelcampo (Jaén), aunque no descartamos expandirnos a otros puntos del país o fuera de él.

FERCARS, S. L. será el nombre de nuestra empresa. Nace de la iniciativa de cuatro personas que, tras acabar nuestros estudios, decidimos crearla debido a la gran tasa de desempleo.

1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Tras estudiar varios tipos de empleos, decidimos quedarnos con la compraventa de coches debido a la poca competencia y, además, por la innovación de permitir al cliente elegir el coche con sus propias características. También es un trabajo con una inversión de bajo coste y un beneficio elevado por cada vehículo vendido.

Nuestra idea de negocio se presenta como una gran oportunidad de mercado, ya que con la situación económica actual, debido a la crisis financiera, la mayor parte de la sociedad no dispone de dinero para adquirir un vehículo nuevo, por lo que las personas compran vehículos de segunda mano.

2. ANÁLISIS EXTERNO

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1.1 ENTORNO GENERAL

Hemos decidido ubicar nuestra empresa en Torredelcampo, una localidad situada a 11 kilómetros de Jaén que cuenta con una población de 14.335 habitantes. Se encuentra junto a la autovía A-316 que enlaza Jaén, Córdoba, Madrid y Granada.

Situarnos en esta ubicación nos beneficia, puesto que se encuentra muy cerca de la capital de la provincia y de otros pueblos colindantes como Torredonjimeno, Jamilena, Martos, etc.

La situación en el mapa es la siguiente:

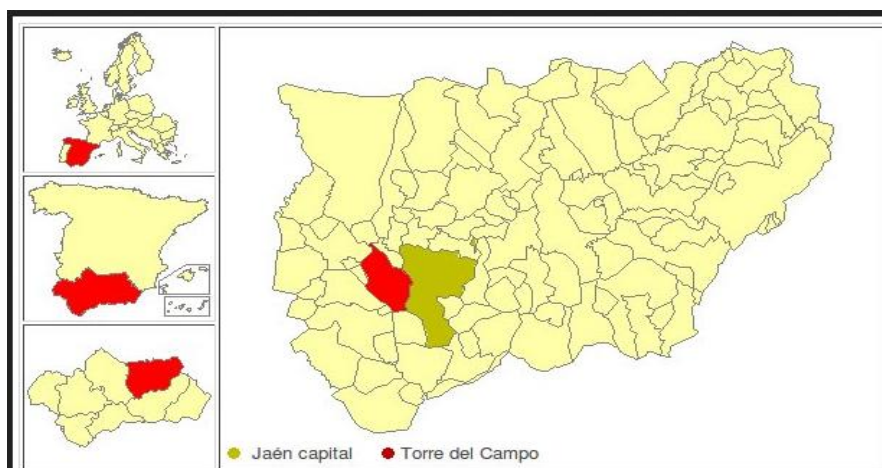


Figura 1: Ubicación de Torredelcampo con respecto a la capital Jiennense. Fuente: redjaen.es

- Información socioeconómica y laboral de nuestra localidad

El término municipal de Torredelcampo tiene una superficie general de 182 kilómetros cuadrados, el 90% de los cuales están cultivados principalmente por olivos.

La base de la economía local es la agricultura del olivar, con más de 16.000 hectáreas dedicadas a este cultivo y más de 1.300.000 olivos.

En Torredelcampo se recolectan entre 8 y 10 millones de kilos de aceite anualmente, lo que le supone unos ingresos en torno a los 20 millones anuales.

También hay una gran influencia del sector secundario con los talleres de transformado de hierro (ferralla) para la construcción, los cuales aportan muchos puestos de trabajo.

Además Torredelcampo cuenta con un polígono industrial que alberga un amplio tejido industrial aumentando la creación de nuevas empresas, las cuales proporcionarán más puestos de trabajo para el desarrollo económico de la localidad.

- Infraestructuras

En las inmediaciones de la localidad, encontramos la autovía A-316, que enlaza Jaén, Córdoba, Madrid y Granada. Además encontramos la carretera denominada JV-2333 que une Torredelcampo con Garcíez y Fuerte del Rey, y una amplia red de carreteras comarcales y carriles que enlaza Torredelcampo con los pueblos más cercanos. Torredelcampo cuenta con una estación de autobuses y dos paradas las cuales se encuentran muy transitadas ya que pasan los autobuses que van dirección Jaén, y todos los que salen de la capital dirección Córdoba, Torredonjimeno, Martos, Porcuna, etc.

2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

La empresa desarrolla su actividad en un entorno concreto que se compone de una serie de fuerzas que tienen incidencia sobre la actividad empresarial.

“El entorno empresarial hace referencia a los factores externos a la empresa que influyen en la empresa y que condicionan su actividad” (Empresa e iniciativa emprendedora, 2011).

La empresa recibe del entorno trabajo, capital, materiales y recursos, denominados «entradas», que, una vez transformadas, proporcionarán «salidas», es decir, productos y servicios que la empresa ofrece al mercado.

“El entorno empresarial es inestable, complejo y competitivo. La empresa debe ser capaz de conocer ese entorno, adaptarse a las necesidades, prever los cambios con anticipación, evaluar el impacto de esos cambios en su actividad y prepararse para cuando se produzcan” (Empresa e iniciativa emprendedora, 2011).

Se analizará dicho entorno a través de diversos aspectos:

- Políticos

Aquí encontraremos las ayudas que los gobiernos facilitan a los jóvenes emprendedores, las cuales nos ayudaría mucho en la puesta en marcha de nuestra empresa.

Estas ayudas son las siguientes:

- Ayudas y subvenciones para emprender en las comunidades autónomas.
- Deducción de cuota.
- Bonificaciones para autónomos.
- Ayudas o préstamos ICO.
- Préstamo participativo de creación de empresas para jóvenes de Enisa (Empresa Nacional de Innovación)

Estas ayudas tienen el objetivo de proteger al sector, ya que genera un gran impacto en el PIB y en el empleo del país.

- Económicos

El automóvil es un bien de consumo que tiene un precio relativo a la renta de cada familia, la compra de los vehículos depende de la situación económica del país,

España se encuentra atravesando una crisis, por lo que el poder adquisitivo de la población es menor y esto beneficia al mercado de segunda mano de automóviles, lo que puede ser una ventaja para nosotros.

Según Datos, Macro, Expansión, el producto interior bruto de España ha crecido un 2% respecto a 2018. En 2019, la cifra del PIB fue de 1.244.757 millones de euros, colocándose en la economía número 13 en el ranking de los 196 países que publican el PIB. Esta cifra podemos identificarla en la *Figura 3*.

El valor absoluto del PIB en España creció 42.564 millones de euros respecto a 2018. El PIB per cápita de España en 2019 fue de 26.440 euros, 710 euros mayor que el de 2018, siendo de 25.730 euros. Esta cifra podemos observarla en la *Figura 4*.

Para ver la evolución del PIB per cápita, resulta interesante echar un vistazo unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2009, cuando el PIB per cápita en España era de 23.060 euros. Si ordenamos estos países que publican su PIB per cápita, España se encuentra en el puesto 33 de los 196 países que lo publican.

En lo que respecta al IDH, que confecciona las Naciones Unidas con el objetivo de medir el avance de un país, y que, en consecuencia, nos enseña el nivel de vida de sus habitantes, aprecia que los españoles poseen una gran calidad de vida.

Si el propósito para visitar España son negocios, es interesante saber que España se encuentra en el puesto 30 de los 190 que componen el ranking “Doing Business”.

En lo que respecta al IPC del sector público, en nuestro país ha sido de 58 puntos, y se coloca en el puesto 41 del ranking de percepción de corrupción (Datos, Macro, Expansión, 2019).

En la *Figura 2*, se amplía información sobre la economía de España:

ECONOMÍA DE ESPAÑA		
Cuentas Nacionales - Gobierno		
PIB Trim Per Cápita	IV Trim 2019	6.727€
PIB anual	2019	1.244.757M €
PIB Per Cápita	2019	26.440€
PIB Trimestral	IV Trim 2019	315.710M €
Deuda total (M. €)	2019	1.188.862M €
Deuda (% PIB)	2019	95,50 %
Deuda Per Cápita	2019	25.330€

Figura 2: Indicadores macroeconómicos de España. Fuente: Datosmacro, Expansión (2019).

PIB Trimestral a precios de mercado 2019			
Fecha	PIB Trimestral	Var. Trim. PIB (%)	Var. Anual. PIB Trim. (%)
IV Trim. 2019	315.710 M. €	0,4 %	1,8 %
III Trim. 2019	311.882M. €	0,4 %	1,9 %
II Trim. 2019	310.369M. €	0,4 %	2,0 %
I Trim. 2019	307.370M. €	0,6 %	2,2 %

Figura 3: Crecimiento del producto interior bruto de España 2019. Fuente: Datosmacro, Expansión.

PIB Trimestral Per Cápita 2019			
Fecha	PIB Trim Per Cápita	Var. PIB Trim Per Cápita	Var. Anual PIB Per Cápita
IV Trim. 2019	6.727 €	1,2 %	3,6 %
III Trim. 2019	6.645 €	0,5 %	3,1 %
II Trim. 2019	6.613 €	1,0 %	3,2 %
I Trim. 2019	6.549 €	0,8 %	3,1 %

Figura 4: Crecimiento del producto interior bruto per cápita de España de 2019. Fuente: Datosmacro, Expansión.

- Social demográfico

Según el periódico “Confidencial” (2019), España acaba con el mínimo de nacimientos históricos: 170.000 hasta junio.

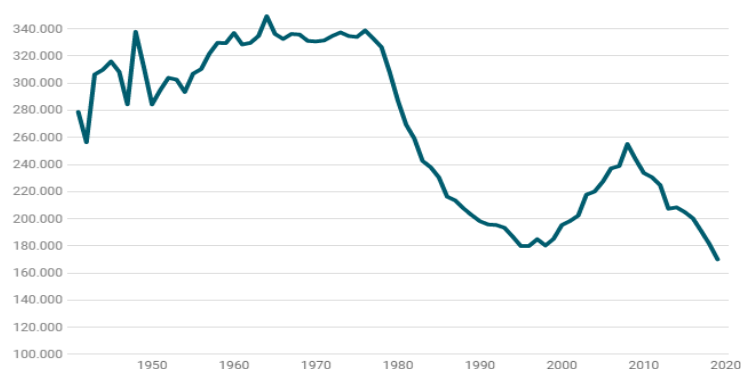


Figura 5: Tasa de fecundidad de España. Fuente: Instituto Nacional de Estadística, El confidencial (2019).

Como podemos observar en la *Figura 5*, la natalidad está en un claro descenso desde 2009, acumulando un descenso del 33%. En cuanto a las defunciones, fue de 215.000, significando una pérdida de población de 45.400 personas.

Durante los seis primeros meses de 2019, los registros de nacimientos en España fueron de 170.074 personas, siendo el dato más bajo de la historia, situándose por debajo del mínimo histórico.

Según los datos publicados por el INE, en el último año se ha producido un descenso del 6,2%, perdiéndose un total de 11.000 nacimientos.

Esta caída de la natalidad comenzó en el 2009, debido al estallido de la crisis y la pérdida de inmigrantes, ya que se volvían a sus correspondientes países ante la falta de oportunidades que surgían en España.

En cuanto a la mortalidad, durante los seis primeros meses del año 2019, los registros de defunciones en España fueron de 215.478 personas, 12.000 personas menos que en 2018. Dicho esto, en 2019 vuelve a producirse un descenso en la población.

- Tecnológicos

En cuanto a la tecnología, el sector del automóvil está avanzando y se está actualizando constantemente. Se ha protagonizado muchos cambios desde el diseño de los modelos hasta aspectos como los sistemas de producción de las fábricas, sin olvidar el buen trato hacia el cliente. No obstante, existen unos avances tecnológicos que se están empezando a notar en España, provocando una revolución en el sector del automóvil. Estos avances son los siguientes:

- Vehículos eléctricos.

En unos años, el coche eléctrico se convertirá en el vehículo más utilizado en España. Esta revolución del sector viene acompañada del grado de adaptación por parte de las ciudades, ya que se deberán de adaptar a las necesidades del coche eléctrico, como por ejemplo la instalación de puestos de recarga en puntos clave como centros comerciales, universidades, etc.

Con la fabricación de vehículos eléctricos se pretende una España más ecológica, hasta el punto de que en un futuro estén totalmente prohibidos los coches contaminantes a nivel europeo.

- Conducción autónoma.

Otro gran cambio en el sector del automóvil será la llegada de la conducción autónoma, con el objetivo de quitarle trabajo al conductor, hasta el punto de ser un vehículo 100% guiado automáticamente en un futuro.

En definitiva, se acercan años en el que los vehículos eléctricos tomarán protagonismo: vehículos con mayor autonomía, no contaminantes y que dependerán en su mayor proporción de sensores, olvidando la imagen del conductor. Estas innovaciones convertirán a España en un país más seguro y ecológico.

- Sector del automóvil en España

Según el periódico “Europa Press” (2020), en España, el volumen de empleo en el sector automovilístico se reduce un 1,5% en el año 2019, con un total de 566.400 personas ocupadas. En el año 2018, se registraron un total de 575.500 personas ocupadas.

Según unos datos publicados de la Encuesta de Población Activa (EPA), en el año 2019, la fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques supone una reducción del volumen de empleo en un 7,2% con respecto a 2018, alcanzando un total de 219.100 personas ocupadas.

En lo que se refiere a la venta y reparación de vehículos, en el año 2019 se produjo un crecimiento de un 2,3% con respecto 2018, registrándose una cifra de ocupación laboral de 347.300 personas.

A pesar de ello y, según unos datos de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac), en 2019, las empresas españolas del sector automovilístico fabricaron 2,82 millones de vehículos, turismos, todoterrenos, camiones, suponiendo una mejora del 0,1% con respecto al año precedente.

2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR

En relación a los posibles competidores de nuestra localidad, el sector al que pertenece la empresa cuenta con unas 9 empresas que se dedican a la compraventa de coches directamente o indirectamente. De las 9 empresas de ámbito local, que son posible competencia, ninguna realiza el servicio exclusivo de la compraventa de vehículos por encargo y al gusto del cliente.

Como competencia sustitutiva nuestro negocio se puede asemejar a “Autos José David”, ubicada en Jaén y que ofrece, al igual que nuestra idea de negocio, la venta por encargo de vehículos y también teniendo una gama de vehículos en una exposición.

2.2.2 FACTORES DIFERENCIALES A LA COMPETENCIA

FERCARS, S. L. venderá un producto a medida, nuestros vehículos cumplirán las características exigidas por el cliente. Trabajaremos por encargo, lo que será nuestra característica principal que nos diferenciará de la competencia. Además, nuestra idea de empresa es trabajar con todo tipo de marcas, realizaremos descuentos para clientes habituales, proporcionaremos garantía mecánica y trataremos de entregar nuestro producto lo antes posible.

También, nos centraremos en proporcionar mejores precios, poseer una mayor gama de vehículos en nuestra exposición y como aspecto diferencial principal, la importación de vehículos de lujo extranjeros (Bélgica y Alemania).

A continuación, vamos a realizar un estudio de las fuerzas competitivas de Porter para conocer mejor el estado de la competencia entre las empresas de nuestro sector. En cuanto a su definición, podríamos decir que:

“Las 5 fuerzas de Porter es un modelo de gestión empresarial desarrollado por Michael Porter, uno de los mejores economistas de todos los tiempos. Nació en Norteamérica en 1947 y es el creador de las 5 fuerzas de Porter.

Analizan un sector en función de cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación. Esto permite a la empresa conocer la competencia que tiene el sector en el que opera. Así, se puede realizar un análisis con el objetivo de hacer frente a la situación.

Son un gran concepto de los negocios con el que se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia.

Se comienza desarrollando la visión de la empresa. Después se establece la estrategia necesaria para cumplir la visión de la empresa. Hay que tener en cuenta desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta el poder y la jerarquía dentro de una empresa.” (Dircomfidencial, 2020).



Figura 6: Fuerzas Competitivas de Porter. Fuente: Dircomfidencial.

- Poder negociador de los clientes

FERCARS, S.L. fijará los precios de sus productos, aunque estos se pueden ver afectados por la competencia, asemejándolos así e intentando competir con ellos. Además, nuestros precios se adaptaran lo máximo posible a la economía del cliente.

- Rivalidad entre los competidores actuales

La competencia actualmente en el sector de la compraventa de vehículos es muy alta debido al gran número de negocios que se dedican a ello y, también, debido a un factor muy importante dado en la actualidad, ya que cualquier persona hoy en día puede adquirir un vehículo de segunda mano por internet.

La demanda de nuestro producto aún sigue siendo alta, siendo a veces mayor la demanda que la oferta.

En mi opinión, hay que distinguir dos tipos principales de competidores:

- Compraventa de vehículos que proponen una idea de negocio con características similares ubicadas en la misma zona de influencia en la que se encuentra nuestro negocio, aunque nuestra empresa tendrá una característica principal que nos diferenciará de la competencia, como es la compraventa de vehículos por encargo (reuniendo las características que el cliente solicite).
- Negocios que, aparte de realizar su principal actividad, también se dedican a la compraventa de vehículos. Por ejemplo: Talleres San José, Lavados y Engrases “El Chori”, Talleres Pegalajar, etc.

La mayoría de los competidores se encuentra en el polígono industrial de nuestra localidad, por lo que nuestra competencia se ubicaría especialmente próxima, aunque esto puede resultar beneficioso, pues genera afluencia de público.

Para adquirir más información sobre nuestros competidores, hemos realizado una ficha con una serie de cuestiones. Esta ficha se encuentra en el *Anexo 12.4*.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores

El sector del automóvil no sufre una gran amenaza por la entrada de nuevos competidores, ya que existen unas grandes barreras de entrada que evitan la entrada de nuevos competidores y fortalecen a las empresas que se encuentran en el propio sector.

- Diferenciación del producto: debido a la numerosa competencia “directa” o “indirecta” en nuestro sector, buscamos ofrecer un servicio exclusivo que nos

diferencie de nuestros competidores, siendo así la venta por encargo de vehículos nuestro aspecto diferente.

- Necesidades de capital: para la puesta en marcha de un negocio de este sector, el capital no es tan elevado. De hecho, la venta de vehículos de segunda mano está en continuo crecimiento en los últimos años.
- Canal de distribución: la distribución de nuestros productos se hará de forma directa a nuestros clientes.
- Introducción en el mercado: a medida que la empresa se da a conocer en el sector y va adquiriendo experiencia, los beneficios son mayores y el margen de error es menor.

- Poder de negociación de los proveedores.

El poder de negociación con los proveedores es bajo, ya que principalmente FERCARS, S.L. se abastecerá de vehículos procedentes de subastas. Por lo tanto, los precios irán fijados por la subasta.

- Amenaza de productos sustitutivos.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA 2019	
ENERO - NOVIEMBRE	
Automóviles de turismo	2.070.018
Todoterrenos	36.689
VEH. COMERCIALES E INDUSTRIALES	
Comerciales ligeros	281.052
Furgones	210.310
Industriales ligeros	31.512
Industriales pesados	10.027
Tractocamiones	5.325
Total Comerciales e Industriales	538.226
Total Vehículos	2.644.933

Figura 7: Producción española 2019. Fuente: Anfac (Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones)

Como podemos observar en la *Figura 7*, la fabricación de turismos es la actividad principal del sector junto con la fabricación de vehículos comerciales e industriales, haciendo del automóvil el medio de transporte más utilizado en la sociedad. Por esta razón, en lo referido a desplazamientos de media y corta distancia, no existe la amenaza del empleo de otros medios de transporte.

No obstante, en los últimos años han aparecido nuevos productos, como son los vehículos eléctricos, aunque más que un producto sustitutivo, se trata de un avance del automóvil.

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y LA IDEA EMPRESARIAL

3.1. OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA

Este apartado tratará de analizar la descripción de nuestra empresa, cuyo objetivo social es facilitar la búsqueda por encargo de un vehículo que reúna las características que el cliente solicite.

Además, también poseeremos en nuestra sede social algunos productos que hayamos adquirido ante una gran oportunidad de negocio. Nuestro producto cumplirá la “BBB” (Bueno, Bonito y Barato) y se encontrará en un estado óptimo, con los requisitos deseados y, económicamente, se ajustará al presupuesto de nuestro cliente.

Principalmente, irá destinado en gran medida a personas con un menor poder adquisitivo, aunque también se dispondrá de productos para todos los niveles económicos.

3.2. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Cuando hablamos de los objetivos de una empresa, nos referimos a los resultados que la empresa pretende conseguir a corto, medio o largo plazo y con la utilización de sus recursos disponibles. Para ello, es de vital importancia que todos los integrantes de la empresa intervengan en la consecución de los objetivos.

Generalmente, las empresas suelen fallar en la fijación de sus objetivos, y eso se debe a las siguientes razones:

- Las personas que se encargan de fijar los objetivos no conocen suficientemente la misión, visión y valores de la empresa.
- Se desconoce la forma de evaluar, en el caso de que los objetivos fijados se estén consiguiendo.

- No se dedica tiempo suficiente al establecimiento de objetivos.
- Los objetivos no son suficientemente concretos.

Por otro lado, para que los objetivos de una empresa sirvan para avanzar, han de ser claros y específicos para que todos los miembros de la organización los pueda entender de forma precisa, deben ser alcanzables para dar credibilidad y motivación a los miembros de la organización, y por último, medibles para poder evaluar posibles desviaciones que puedan suceder.

Dicho esto, los objetivos que se marca FERCARS, S.L., a medio y largo plazo, son los siguientes:

- **Objetivos empresariales:**

Seleccionar los mejores vehículos nacionales.

Ser una marca de confianza.

Garantizar los kilómetros de los vehículos.

Revisar con ayuda de un mecánico profesional el vehículo antes de su adquisición.

Garantía mecánica de un año.

Vehículos a precios competitivos.

- **Objetivos financieros:**

Maximizar los beneficios.

Conseguir a nuestros clientes financiación, a través de una entidad bancaria, con las mejores condiciones posibles.

Crear riqueza.

- **Objetivos de marketing:**

Dar una imagen seria y de calidad.

Comercializar con todas las marcas de vehículos.

Expandirnos geográficamente.

Publicitarnos de la forma más útil para dar a conocer nuestra empresa (televisión, radio, prensa, etc.)

3.3. LOGOTIPO DE LA EMPRESA

La función principal de nuestro logotipo es la de representar nuestra idea de negocio. La elección del mismo surgió pensando que la imagen más adecuada de nuestra empresa sería un vehículo.



Figura 8: Logotipo de la empresa. Fuente: Elaboración Propia

3.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nuestra empresa estará dedicada a la venta de coches por encargo, en el que el cliente nos define el modelo de coche que desea con sus principales características (kilometraje, motor, color, modelo, etc.), ya que nosotros nos encargamos de facilitarle dicho vehículo.

Ofrecemos nuestro servicio a todo tipo de clientes independientemente de su poder adquisitivo ya que disponemos de una gran variedad de modelos.

3.5. ASPECTOS DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE PERMITAN UNA EXTENSIÓN DEL MISMO

Con el paso del tiempo, eliminaremos de nuestra cartera de productos los vehículos menos demandados, con peores características o con escasa fiabilidad para así asegurarnos la plena satisfacción de nuestros clientes.

Lo anteriormente dicho, nos ayudará a expandirnos geográficamente, teniendo la oportunidad de no solo dedicarnos al ámbito local, sino también poder hacerlo provincialmente y autonómicamente.

3.6. PROVEEDORES

Los proveedores son un importante grupo a tener en cuenta, debido a que resultan imprescindibles para este tipo de empresas.

Los proveedores de los distintos productos ofertados se encuentran principalmente en distintos puntos de España, además tenemos proveedores en países como Alemania y Bélgica puesto que importaremos el producto cuando consideremos que se trate de una oportunidad de negocio.

Se comienza buscando el vehículo con las características requeridas por el cliente en la página web del proveedor.

Cuando tengamos varios coches que se asimilen a lo que el cliente busca, se le mostrarán y él decidirá si le gusta el vehículo ofertado. Una vez que el cliente esté de acuerdo con el vehículo, FERCARS, S.L. pujará en subasta para obtenerlo.

- BASE DATOS POSIBLES PROVEEDORES.

1. *BCA ESPAÑA:*

BCA España forma parte del grupo BCA MarketPlace, compañía que cotiza en la bolsa de Londres y en la actualidad es la empresa de remarketing de vehículos más grande de Europa, con más de 2 millones de vehículos gestionados al año. Tiene más de 40 centros de subastas en 13 países de la Unión Europea y más de 60 años de experiencia en el sector.”

Gestionan coches usados en 50 centros de 10 países: Francia, Portugal, España, Alemania, Holanda, Suiza, Dinamarca, Italia, Suecia y Reino Unido.

En lo que respecta a la gama de productos, venden una gran variedad de tipologías: turismos, industriales ligeros, coches de empresa, vehículos dañados, vehículos con avería, motocicletas y también camiones y maquinaria.

En cuanto a la forma de encontrar un vehículo, en el menú de su página web, puedes buscar un vehículo específico en nuestra oferta o buscar una subasta en particular. El calendario de subastas te permitirá organizarte el día para no perderte la puja del coche que te interesa.

En cuanto a las subastas:

TIPOS DE SUBASTAS	
SUBASTAS	CARACTERÍSTICAS GENERALES
Subasta Física	Amplia variedad de vehículos de ocasión
Subasta live Online	Puedes pujar desde casa
Subasta Online BCA	Exclusivas por internet con hora específica de apertura y cierre.
Xbid	Sistema que permite pujar por un vehículo en los últimos momentos. Las subastas online se cierran con este sistema.
Precio Fijo	Precio para conseguir el vehículo.
Subasta por puja	Se aceptan pujas hasta la finalización de la subasta Ganará la subasta aquel que tenga la puja más alta

Figura 9: Tipo de subastas, Fuente: Elaboración propia.

El pago del vehículo es solicitado inmediatamente, no más tarde de 2 días después de la finalización de la subasta a través de transferencia bancaria nacional o internacional.

Como comprador de vehículos, usted debe pagar el precio del vehículo que se le ha adjudicado, más una comisión de compra de BCA.

Una vez realizado el pago, el vehículo estará disponible para su retirada inmediatamente.

Hay que tener en cuenta que hay algunos vehículos que no están ubicados en sus instalaciones y que necesitan algunos días para que estén disponibles para su recogida en sus centros.

2. AUTOROLA. ES:

Autorola.es se trata de una subasta de vehículos online dónde se pueden comprar los vehículos sin necesidad de un intermediario.

Aquí, se obtiene cada día una gran selección de vehículos detalladamente descritos a precios de mayorista.

Usted puja cuando tiene tiempo. No pierde todo el día participando en las subastas de vehículos tradicionales.

En Autorola.es, usted compra los vehículos directamente de:

- Particulares
- Gerentes de parques móviles y pequeñas empresas
- Sociedades de financiación y leasing
- Profesionales VO y usados

- Importadores y fabricantes de vehículos
- Abogados y bancos

En cuanto a las subastas, se realizan a diario cinco subastas semanalmente. Todos los vehículos están descritos con la mayor precisión para que usted también sepa por lo que está pujando.

Tiene derecho a examinar el vehículo y a hacer un recorrido de prueba antes de efectuar el pago. De esta manera, se asegura de que el vehículo se corresponde con la descripción que ha servido de base para su puja.

Con respecto al pago y a la recogida del vehículo, la compra de un vehículo a través de Autorola.es cuesta desde 160 euros hasta 500 euros más IVA, en función del precio mínimo del vehículo.

Licitación es gratis, hasta que no haya comprado realmente un vehículo a través de Autorola.es, no debe pagar ninguna comisión.

El pago y la recogida del vehículo se concertarán con el vendedor.

3. PARTICULARES.

Compraremos vehículos a particulares, creyendo que estos pueden ser una gran oportunidad de negocio.

Antes de su compra, realizaremos un peritaje minucioso del vehículo a través de una empresa externa de profesionales.

3.7. CLIENTES

Por lo general, los compradores de vehículos han ido cambiando con el paso de los años. Estos hábitos de compra se han ido modificando con la evolución de la tecnología, ya que hoy en día un cliente puede informarse en internet.

Según La Vanguardia (2020), los españoles siguen comprando más coches usados que nuevos. En 2019, se vendieron más de dos millones de ejemplares de segunda mano, un 31,5% de los cuales tenían más de 15 años.

Según los datos recabados por Ideauto para la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (GANVAM), a lo largo de 2019 se comercializaron un total de 2.236.406 unidades de ocasión.

De nuevo, un año más, podemos afirmar que en nuestro país son más los consumidores optan por adquirir automóviles de segunda mano que vehículos nuevos.

Para adquirir una mayor información sobre nuestros clientes, hemos decidido realizar una encuesta con una serie de preguntas genéricas.

Estas preguntas sirven para determinar qué producto es el más adecuado para el personal, el tiempo dispuesto a esperar, el dinero que estaría dispuesto a gastar, etc.

Esta encuesta se reflejará como el anexo número 12.1 con su correspondiente interpretación y, por último, una conclusión final.

3.8. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN Y MARKETING

A la hora de distribuir nuestros productos, lo haremos mediante un canal de distribución directo. Un canal de distribución directo se realiza cuando los productos son entregados al cliente en nuestro punto de venta, es decir, sin tener que desplazarnos para entregárselo.

En la web y en las redes sociales de nuestra empresa aparecerá tanto la dirección de nuestra sede social como las características de nuestros vehículos, que proporcionamos para que el cliente obtenga la mayor información posible de nuestra empresa.

Los vehículos que les facilitaremos a los clientes estarán en nuestra nave mientras se realiza las gestiones de documentación de dicho vehículo. También, dispondremos de inventario en el que se reflejarán las entradas y salidas de vehículos.

Cada uno de los socios estaremos atentos ante oportunidades de obtener algún vehículo a través de BCA. En caso de que nos interese algún vehículo nos pondremos en contacto con ellos y uno de los socios se encargará de gestionarlo.

El encargado de los stocks tendrá como objetivo llevar el vehículo seleccionado a la nave donde los guardaremos y posteriormente, dejar el vehículo en las mejores condiciones para la entrega a nuestros clientes.

Gestionar dichos stocks supone un coste. Los costes de ésta gestión estará en torno a 50€ mensuales, irán incorporados en el precio del vehículo.

Por otro lado, cuando hablamos de estrategias dentro de un Plan de Marketing, nos referimos a aquellas acciones que se realizará para la consecución de los objetivos finales previstos por parte de la empresa. Estos objetivos trataremos de conseguirlos a través de:

- Campaña de publicidad: En primer lugar necesitaremos darnos a conocer con una campaña más intensa, para dar a conocer nuestra marca, utilizando varios medios y soportes. Después de esta campaña de introducción en el mercado, mantendremos muchos de los métodos de publicidad dando una idea más detallada de nuestra empresa.

Para darnos a conocer en el mercado automovilístico y social, hemos desarrollado los siguientes modelos de publicidad.

- Comunicación Online: puedes acceder a nuestra página web a través del siguiente enlace <http://fegamocars.wix.com/fegamocars>.
- Redes sociales: de igual manera, las redes sociales tendrán un papel importante, casi a diario; Facebook, llamado fegamocars en el que puedes encontrar bastante información de nuestra empresa y en el que se pueden poner en contacto con nosotros y Twittter llamado @fegamocars en el que publicamos diariamente nuestras ventas para llamar la atención de posibles clientes.
- Publicidad en la calle: expondremos nuestra marca en paradas de autobús (en la que aparecerá nuestro logo con la dirección y teléfono de contacto). También aparecerá nuestro logo en varias vallas publicitarias ubicadas estratégicamente en la localidad y de la capital.
- Para nuestros clientes: entregaremos a nuestros clientes tarjetas de visita, con todos nuestros datos. También para los vehículos vendidos le añadiremos un porta matriculas con nuestro nombre, dirección y teléfono.
- Televisión: adicionalmente, emitiremos un anuncio de 1 minuto aproximadamente de duración, el cual se emitirá de lunes a viernes en la sobremesa (15:30h – 17:00h) durante 1 año aproximadamente, en Campaña Digital. Coste aproximado: 250€/mes.
- Radio: se emitirá en radio a nivel local (Radio Torredelcampo) una cuña publicitaria de nuestra empresa con una duración de 41 segundos. Una vez al día de 09:00h- 11:00h de lunes a viernes durante 2 meses. Coste aproximado: 104€/mes.

3.9. Poder de mercado.

Sin haber realizado ningún tipo de estudio, FERCARS, S.L, no puede prever el precio estimado de nuestro producto. Cada uno de nuestros productos poseerá unas características diferentes y peculiares (kilómetros, años, extras, marca, precio de compra...) que conllevarán la asignación de un precio fijo.

En los primeros meses de nuestra andadura los precios serán los más bajos posibles, reduciendo así nuestro beneficio, con el fin de captar clientes e intentar hacernos un hueco en el mercado, haciendo así que los clientes nos elijan y no a la competencia.

4. DESCRIPCIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA Y PLAN DE OPERACIONES

Aquí, analizaremos la inversión que vamos a tener que realizar para hacer llegar los servicios que ofrecemos a nuestros clientes. Desde el alquiler de nuestro local, hasta el capital circulante necesario, que nos dará oxígeno mientras no generemos ingresos, es decir, presentaremos el Activo del que se va a partir.

Según Erly Zeballos (2013), podríamos definir el activo de una empresa como:

“Resumen de todos los bienes derechos y valores adquiridos por la empresa, así como los desembolsos relacionados con la investigación, exploración, desarrollo, etc. que deberán ser absorbidos como gasto en ejercicio posteriores”.

También, realizaremos el análisis de la financiación necesaria para hacer frente a toda la inversión que describiremos a continuación, es decir, presentaremos el patrimonio neto y pasivo que tendrá la empresa.

Según Javier Romero (2011), podríamos definir el pasivo de una empresa como:

”El pasivo comprende obligaciones presentes provenientes de operaciones o transacciones pasadas, tales como la adquisición de mercancías o servicios, pérdidas o gastos en que se ha incurrido o por la obtención de préstamos para el financiamiento de los bienes que constituyen el activo”.

Y patrimonio neto, lo define Oviedo Cabrera (2017) como:

“El capital aportado por los socios más las reservas acumuladas de diverso tipo. La rentabilidad puede interpretarse como la suma de una compensación al capital, el patrimonio refleja el estado en que se encuentra la empresa, en crecimiento o retracción”.

De esta forma, realizaremos el análisis económico-financiero de nuestra empresa explicando nuestro activo, pasivo y patrimonio neto. Todo ello para poder realizar un primer balance de situación, con el podremos realizar estudios de ratios y así ver si nuestro proyecto tiene viabilidad o no.

4.1. INVERSIÓN NECESARIA

En este apartado detallaré todos los bienes y servicios que necesitaremos para poder realizar nuestra actividad de forma normal. Con ello, una estimación cercana del coste de cada uno de estos bienes y servicios.

- Inmovilizado Intangible

Aquí detallaremos el conjunto de bienes y servicios que emplearemos, siendo de carácter duradero. Tendremos solamente un programa informático que la empresa utilizará para llevar el gestión y control de la misma.

Este programa constará de ContaPlus, NominaPlus y McAfee anti-virus que nos ayudará para evitar posibles virus y gestionar datos muy importantes para la empresa.

El coste total de este programa será de 756,40€.

INVERSIÓN	COSTE INVERSIÓN
ContaPlus	359.20€
NominaPlus	359,20€
McAfee anti-virus	38,00€
Total Coste Programa informático	756,40€

Figura 10: Inversión total de inmovilizado intangible. Fuente: Elaboración Propia.

- Inmovilizado material.

En este apartado, detallaremos todos nuestros elementos patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles que utilizaremos en nuestra empresa de manera continuada, es decir, por más de un año. Estos elementos no están destinados a la venta.

Nuestros principales activos serán el mobiliario de oficina y el utillaje, los cuales están divididos en una serie de elementos que detallaré en la *Figura 11*.

INVERSIÓN - INMOVILIZADO MATERIAL	5.484,76 €
Mobiliario	2.367,48 €
Escobillero, portarrollos y toallero	50,00 €
Mueble de baño	274,50 €
Grifo de baño y toallas	63,70 €
Espejo para baño	43,00 €
Sillas de oficina	200,00 €
Escritorio de oficina	1.047,20 €
Archivador de oficina y archivador definitivo	312,88 €
Estanterías almacén	236,20 €
Mueble de oficina	140,00 €
Utillaje	341,29 €
Cajón de herramientas	160,00 €
Llaves Allen	22,73 €
Llaves inglesas	19,82 €
Llaves fijas	15,88 €
Llaves de carraca	38,12 €
Destornilladores	15,00 €
Martillo y cincel	22,00 €
Llaves de torx	11,60 €
Alicates	22,78 €
Tenazas	13,36 €

Figura 11: Inversión total del inmovilizado material. Fuente: Elaboración Propia

- Equipos informáticos

En este apartado se encontrará todo el material informático necesario para poner en marcha nuestra idea empresarial. Esto está reflejado en la *Figura 12*.

INVERSIÓN	COSTE INVERSIÓN
Ordenadores HP	2240,00€
Impresora Konica Minolta	449,00€
Caja fuerte	86,99€
TOTAL COSTE INVERSIÓN	2775,99€

Figura 12: Inversión total en equipos informáticos. Fuente: Elaboración Propia.

- Existencias.

Nuestra empresa no tendrá un elevado coste de existencias ya que nosotros nos encargaremos de ofrecerle un servicio al cliente. Nuestras principales existencias será el material de oficina necesario para el inicio de la actividad.

INVERSIÓN	COSTE INVERSIÓN
Inversión para el inicio de la act.	550,00€
Materiales de oficina	550,00€
TOTAL COSTE INVERSIÓN	550,00€

Figura 13: Inversión necesaria en existencias. Fuente: Elaboración Propia.

Una vez detalladas todas las inversiones necesarias, decir que nuestra empresa no contará con ningún trabajador ya que son los 4 socios los que hacen todas las funciones necesarias y tendrán un rendimiento salarial mensual.

En cuanto a la estacionalidad de las ventas de nuestro negocio, obtendríamos un porcentaje mayor de ventas en los meses de Junio y Diciembre mientras los demás meses habría un porcentaje igualado de ventas.

- Disponible

Contaremos con un buen colchón monetario en nuestra cuenta corriente bancaria, para hacer frente a nuestras deudas y al pago mensual de nuestras nóminas.

Cuenta corriente de la empresa	67.208,84 €
--------------------------------	-------------

Figura 14: Cuenta corriente de la empresa. Fuente: Elaboración Propia

- Amortizaciones de la Inversión

Todos los elementos de inmovilizado que he mencionado tiene su correspondiente amortización.

4.2. FINANCIACIÓN NECESARIA

En cuanto a la financiación, a continuación pasaremos a explicar cómo se va a financiar la inversión inicial del proyecto. Para ello hemos establecido dos tipos de financiación: con nuestros recursos propios mediante aportaciones de los socios y con los recursos ajenos, mediante la negociación de un préstamo a largo plazo.

- Financiación propia.

Representa el capital aportado por los propietarios de la empresa, siendo el mismo de 24.000 euros, aportando 6.000 euros cada socio, desembolsándose al inicio del proyecto empresarial.

- Financiación ajena.

Según las características y magnitud de nuestro proyecto, hemos creído conveniente solicitar un préstamo a una entidad financiera (Banco Santander) de 10.000 euros a un tipo de interés del 6%, pagaderos cada 3 meses, es decir, por trimestres.

El préstamo sigue un sistema de amortización por el método francés.

- Reparto de dividendos

En cuanto al reparto de dividendos, detallar que no empezaremos a repartirlos hasta segundo año. Este reparto se realizará entre los cuatro socios que componemos la empresa.

Por últimos, cabe señalar que el porcentaje de repartición de dividendos a partir del segundo año corresponde al 70%.

4.3. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Se trata del estado de situación inicial de nuestra empresa en el que se podrá ver con claridad el estado financiero y económico que refleja la situación del patrimonio de la empresa en el momento en que la constituimos.

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
A) ACTIVO NO CORRIENTE	6.241,16 €	A) PATRIMONIO NETO	24.000,00 €
I. Inmovilizado intangible	756,40 €	I. Fondos Propios	24.000,00 €
II. Inmovilizado material	5.484,76 €	Capital social	24.000,00 €
III. Amortización acumulada	-	Reservas	-
B) ACTIVO CORRIENTE	27.759 €	B) PASIVO NO CORRIENTE	10.000,00 €
I. Existencias	550,00 €	I. Deudas a largo plazo	10.000,00 €
II. Efectivo y otros activos líquidos		C) PASIVO CORRIENTE	-

1. Tesorería	27.208,84 €	I. Dividendos a pagar	-
TOTAL ACTIVO	34.000,00 €	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	34.000,00 €

Junto con la cuenta de pérdidas y ganancias, forma la parte más importante de las cuentas anuales.

Figura 15: Balance de Situación Inicial. Fuente: Elaboración Propia

5. PREVISIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

En este apartado, realizaremos una previsión de ventas para los cuatro años siguientes. Si la suma de las ventas anuales es superior a la suma de todos sus gastos, nuestro negocio será viable.

Además de la previsión de ventas, realizaremos una previsión del gasto en que tendremos que incidir para así llevar a cabo las ventas previstas.

También, elaboraremos una cuenta de pérdidas y ganancias provisional para apreciar el resultado del ejercicio de nuestro negocio en los siguientes años.

5.1. PREVISIÓN DE INGRESOS

Previsión de ventas o Ingresos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Número de transacciones diarias	0,50	0,50	0,50	0,50
Total transacciones diarias	0,50	0,50	0,50	0,50
Previsión Total transacciones(año)	180,00	180,00	180,00	180,00
Precio medio transacción	1.200,00 €	1.212,00 €	1.224,12 €	1.236,36 €
Ingresos por ventas	216.000,00 €	218.160,00 €	220.341,60 €	222.545,02 €

Figura 16: Previsión de ventas o ingresos. Fuente: Elaboración Propia

En la *Figura 16*, se puede observar la previsión de ventas de nuestra empresa durante los próximos cuatro años.

Nuestra empresa estará compuesta únicamente por los cuatro socios, es decir, no vemos la necesidad de contratar a ningún trabajador.

He realizado una estimación sobre el número de transacciones diarias realizadas por la plantilla y una previsión total de previsiones al año, multiplicando el número de transacciones diarias por los 360 días que compone un año comercial.

Por último, he calculado el precio medio de cada transacción que vamos a facturar al cliente.

Dicho esto, la previsión de ventas es el resultado de la previsión total de transacciones al año multiplicado por su precio correspondiente.

5.2. PREVISIÓN DEL GASTO

Aquí, consideramos los gastos que son necesarios para conseguir el nivel de ventas previsto anteriormente.

Para ello, diferenciamos tres tipos de gastos: costes fijos, costes variables y costes de mano de obra.

- Costes fijos: se trata de aquellos costes que haremos frente de forma obligatoria. Estos costes aparecen detallados en la *Figura 17*.

GASTOS FIJOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Amortizaciones	386,08 €	386,08 €	386,08 €	386,08 €
Publicidad	3.380,00 €	3.447,60 €	3.481,40 €	3.515,20 €
Notario	600,00 €	606 €	612 €	618 €
Abogado	480,00 €	484,80 €	489,60 €	494,40 €
TOTAL	4.846,08 €	4.924,48 €	4.969,08 €	5.013,68 €
Gastos sin amortización	4.460,00 €	4.538,40 €	4.583,00 €	4.627,60 €

Figura 17: Gastos fijos. Fuente: Elaboración Propia.

▪ Costes variables: será aquellos gastos que varían en función del nivel de actividad y de producción de bienes y servicios de una empresa. Los costes variables de nuestra empresa vienen reflejados en la *Figura 18*.

GASTOS VARIABLES				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Electricidad	3.600,00 €	3.636,00 €	3.672,36 €	3.709,08 €
Material de oficina	550,00 €	550,00 €	550,00 €	550,00 €
Agua	1.560,00 €	1.560,00 €	1.560,00 €	1.560,00 €
Teléfono + adsl	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Gestoría	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €
TOTAL	24.910,00 €	24.946,00 €	24.982,36 €	25.019,08 €
Total gastos /pagos a proveedores	29.370,00 €	29.484,40 €	29.565,36 €	29.646,68 €

Figura 18: Costes variables. Fuente: Elaboración Propia

▪ Costes mano de obra: estos costes hacen referencia al salario correspondiente a los cuatro socios que formamos la empresa. También, hacemos referencia al gasto de Seguridad Social que tendremos que hacer frente al estar dados de alta.

GASTOS DE MANO DE OBRA						
PLANTILLA DE LA OFICINA						
	Horas semanales	Salario mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Domingo	40	2.000,00 €	24.000,00 €	24.240,00 €	24.482,40 €	24.727,22 €
Felipe	40	2.000,00 €	24.000,00 €	24.240,00 €	24.482,40 €	24.727,22 €
Manuel	40	€2.000,00 €	24.000,00 €	24.240,00 €	24.482,40 €	24.727,22 €

José	40	2.000,00 €	24.000,00 €	24.240,00 €	24.482,40 €	24.727,22 €
TOTAL		8.000,00 €	96.000,00 €	96.960,00 €	97.929,60 €	98.908,90 €
Seguridad Social y Otros		23,70 %	22.752,00 €	22.979,52 €	23.209,32 €	23.441,41 €
TOTAL Gasto mano de obra			118.752 €	119.939,52 €	121.138,92 €	122.350,30 €

Figura 19: Costes mano de obra. Fuente: Elaboración Propia.

6. PLANIFICACIÓN FINANCIERA

Una herramienta fundamental para cualquier empresa es la planificación financiera, ya que se trata de la base para el surgimiento de éstas. Se fijará unos objetivos primordiales para el incremento de los beneficios y la permanencia en el sector económico en el que desarrolla su actividad.

“La planeación financiera es la parte de la administración financiera que tiene como objeto el estudio, evaluación y proyección del futuro de un organismo social, o bien, es la técnica que aplica el profesional para la evaluación de una empresa y así tomar decisiones acertadas, o también es la herramienta que aplica el administrador financiero para la evaluación proyectada, estimada o futura de una compañía pública, privada, social o mixta y que sirve de base para la toma de decisiones acertadas”. (Román, 2012)

En definitiva, la planificación financiera trata de programar la evolución de nuestra empresa en el futuro analizando los datos económicos-financieros que estamos estimando. Con la planificación financiera, se minimiza los posibles riesgos que nos podamos encontrar a lo largo del tiempo.

Para realizar la planificación financiera de nuestra empresa, se analizará la cuenta de Pérdidas y Ganancias, el Estado de flujos de efectivo, el Balance de Situación y los principales ratios contables.

6.1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Según el Plan General Contable (2007), *“la cuenta de Pérdidas y ganancias recoge el resultado del ejercicio, formado por los ingresos y los gastos del mismo excepto cuando proceda su imputación directa al patrimonio neto de acuerdo con lo previsto en las normas de registro y valoración.*

Los ingresos y gastos se clasificarán de acuerdo con su naturaleza.

La presentación de la cuenta se realiza en forma de lista en lugar de una estructura de cuenta o cuadro como hace el PGC 1990.

Se trata de una estructura más sintética que distingue dos grandes apartados: Operaciones continuadas y operaciones interrumpidas.”

CUENTA DE RESULTADOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ingresos por ventas	216.000,00 €	218.160,00 €	220.341,60 €	222.545,02 €
INGRESOS DE EXPLOTACION	216.000,00 €	218.160,00 €	220.341,60 €	222.545,02 €
- Gastos fijos	-4.460,00 €	-4.538,40 €	-4.583,00 €	-4.627,60 €
- Gastos variables	-24.910,00 €	-24.946,00 €	-24.982,36 €	-25.019,08 €
- Costes mano de obra	-118.752,00 €	-119.939,52 €	-121.138,92 €	-122.350,30 €
- Costes de materias primas		-550,00 €		
GASTOS EXPLOTACION	- 148.122,00 €	-149.973,92 €	- 150.704,28 €	- 151.996,99 €
MARGEN DE EXPLOTACION	67.878,00 €	68.186,08 €	69.637,32 €	70.548,03 €
Amortización contable	- 386,08 €	- 386,08 €	-386,08 €	-386,08 €
Subvención	- €	- €	- €	- €
TOTAL BAIT	67.491,93 €	67.800,01 €	69.251,25 €	70.161,95 €
INGRESOS FINANCIEROS	- €	- €	- €	- €
- Intereses	-549,31 €	-409,32 €	-260,74€	-103,04 €
GASTOS FINANCIEROS	-549,31 €	-409,32 €	-260,74 €	-103,04 €
TOTAL BAT	66.942,62 €	67.390,69 €	68.990,51 €	70.058,91 €
- Impuestos	16.735,65 €	16.847,67 €	17.247,63 €	17.514,73 €
BENEFICIO NETO	50.206,96 €	50.543,01 €	51.742,88 €	52.544,18 €
- Dividendos	- €	-16.800,00 €	-16.800,00 €	-16.800,00 €
RESERVAS	50.206,96 €	33.743,01 €	34.942,88 €	35.744,18 €
RESERVAS ACUMULADAS	50.206,96 €	83.949,98 €	118.892,86 €	154.637,04 €

Figura 20: Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Fuente: Elaboración Propia

Como podemos observar, en la *Figura 20* se refleja la cuenta de Pérdidas y Ganancias que hemos previsto para los siguientes 4 años. Evidentemente, se trata de datos estimados una vez estudiada la plantilla media que va a formar la empresa.

Una de los datos que se puede apreciar con claridad es que obtendremos un beneficio neto positivo, después de impuestos, durante los próximos cuatro años.

Otro de los datos a tener en cuenta sería nuestros ingresos, ya que una disminución de éstos provocaría una reducción de los costes variables.

Un dato curioso se puede ver en los gastos de explotación, ya que la mayor parte de éstos se encuentran en la mano de obra. Tras ello, si conseguimos una reducción de este coste, aumentaremos nuestro margen de beneficios.

Por último, una vez hecho el reparto de dividendos, la cantidad restante de nuestro beneficio se destinará a reservas. Estas reservas se irán acumulando con el paso de los años y se podrá utilizar para cualquier imprevisto que pueda surgir así como cualquier inversión necesaria.

6.2. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Según el Plan General Contable (2007), “se trata de un estado que informa sobre la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio”.

En lo referido a nuestra empresa, realizaremos servicios que cobraremos al contado, es decir, realizaremos y cobraremos a principios de mes la facturación del mes anterior. Siguiendo esto, conseguiremos que la empresa sea viable.

Nuestros pagos, como he comentado anteriormente, se realizarán a principios de mes, más concretamente en un plazo de cuatro días, es decir, del 1 al 4 de cada mes.

En relación con nuestros proveedores, las facturas se pagarán también al contado, ya que los gastos en proveedores no suponen un gasto tan elevado y podríamos hacer frente a dichos pagos fácilmente.

PRESUPUESTO DE TESORERIA					
Conceptos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Saldo inicial de tesorería		27.208,84 €	272.256,24 €	468.426,06 €	667.023,11 €
Tesorería de la explotación	- €	49.878,00 €	68.556,08 €	69.455,52 €	70.364,41 €
Cobros a clientes		198.000,00 €	217.980,00 €	220.159,80 €	222.361,40 €
Pagos a proveedores		29.370,00 €	29.484,40 €	29.565,36 €	29.646,68 €

Pago mano de obra		118.752,00 €	119.939,52 €	121.138,92 €	122.350,30 €
Tesorería operaciones de capital	67.209 €	- 2.281,30 €	- 2.421,28 €	- 2.569,86 €	- 2.727,56 €
Capital social	24.000 €	- €			
Cobro por préstamo	10.000,00 €				
Pagos por inversiones productivas	- 6.791,16 €				
Pago amortización financiera préstamo		-2.281,30 €	-2.421,28 €	-2.569,86 €	-2.727,56 €
Tesorería por coste de capital	- €	-549,31 €	-17.209,32 €	-17.060,74 €	-40.903,04€
Pago intereses		-549,31 €	-409,32 €	-260,74 €	-103,04 €
Pago dividendos y último año reparto de aportaciones iniciales		- €	-16.800,00 €	-16.800,00 €	-40.800,00 €
Pago de impuestos	- €	- €	-16.735,65 €	- 16.847,67 €	- 17.247,63 €
Saldo final de tesorería	27.208,84 €	74.256,24 €	106.446,06 €	139.423,31 €	148.909,49 €
Tesorería neta del periodo	27.208,84 €	101.465,08 €	207.911,14 €	347.334,45 €	496.243,94 €

Figura 21: Presupuesto de tesorería. Fuente: Elaboración Propia.

En la *Figura 21* podemos observar la previsión de tesorería de nuestra empresa para los próximos cuatro años.

Nuestro presupuesto inicial será de 34.000 €, pertenecientes a 24.000 € por parte de las aportaciones de los socios y 10.000 € por parte de un préstamo a largo plazo.

Por último, al presupuesto inicial le debemos restar el coste de la inversión en la compra de activos para el inicio de la actividad empresarial. Dicho coste corresponde a 6.791,16 €.

Según esta previsión, debemos destacar que el presupuesto de tesorería será positivo en cada uno de los cuatro años previstos.

6.3 BALANCE DE SITUACIÓN

En la *Figura 22*, observaremos el balance de nuestro negocio durante los cuatro años siguientes.

Aquí, se detallará todos los elementos que forman nuestra empresa. En el activo, encontraremos elementos como el inmovilizado intangible y el inmovilizado material, así como su amortización correspondiente.

También, se puede apreciar aunque no detalladamente, la cuenta de pérdidas y ganancias y la cuenta de tesorería de la empresa.

En cuanto al pasivo, se reflejará las deudas a las que tenemos que hacer frente, como el préstamo a largo plazo que irá disminuyendo con el paso de los años.

Además, aparece el pago del impuesto de sociedades debido a las deudas que mantenemos con los organismos públicos.

BALANCE DE SITUACIÓN					
Conceptos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
A) ACTIVO NO CORRIENTE	6.241,16 €	5.855,09 €	5.469,01 €	5.082,94 €	4.696,86 €
I. Inmovilizado intangible	756,40 €	756,40 €	756,40 €	756,40 €	756,40 €
II. Inmovilizado material	5.484,76 €	5.484,76 €	5.484,76 €	5.484,76 €	5.484,76 €
IV. Amortización acumulada	-	-386,08 €	-772,15 €	-1.158,23 €	-1.544,30 €
B) ACTIVO CORRIENTE	27.758,84 €	92.806,24 €	124.626,06 €	157.785,11 €	167.454,91 €
I. Existencias	550,00 €	550,00 €			
I. Clientes		18.000,00 €	18.180,00 €	18.361,80 €	18.545,42 €
II. Efectivo y otros activos líquidos	27.208,84 €	74.256,24 €	106.446,06 €	139.423,31 €	148.909,49 €
1, Tesorería	27.208,84 €	74.256,24 €	106.446,06 €	139.423,31 €	148.909,49 €
TOTAL ACTIVO	34.000,00 €	98.661,32 €	130.095,07 €	162.868,04 €	172.151,77 €
A) PATRIMONIO NETO	24.000,00 €	74.206,96 €	107.949,98 €	142.892,86 €	154.637,04 €
A-1) Fondos Propios	24.000,00 €	24.000,00 €	107.949,98 €	142.892,86 €	154.637,04 €
I. Capital social	24.000,00 €	24.000,00 €	24.000,00 €	24.000,00 €	0,00 €
II. Reservas			50.206,96 €	83.949,98 €	118.892,86 €
Resultado del ejercicio	- €	50.206,96 €	33.743,01 €	34.942,88 €	35.744,18 €
B) PASIVO NO CORRIENTE	10.000,00 €	7.718,70 €	5.297,42 €	2.727,56 €	- €
I. Deudas a largo plazo	10.000,00 €	7.718,70 €	5.297,42 €	2.727,56 €	- €
C) PASIVO CORRIENTE	- €	16.735,65 €	16.847,67 €	17.247,63 €	17.514,73 €
I. Hacienda pública acreedora		16.735,65 €	16.847,67 €	17.247,63 €	17.514,73 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	34.000,00 €	98.661,32 €	130.095,07 €	162.868,04 €	172.151,77 €

Figura 22: Balance de Situación. Fuente: Elaboración Propia.

6.4 ANÁLISIS DE RATIOS CONTABLES

En primer lugar, hay que decir que los ratios ofrecen una visión muy general de nuestra empresa, aunque toda información es buena para el funcionamiento óptimo de ésta.

No obstante, analizaremos una serie de ratios contables para conocer si la empresa se encuentra en equilibrio financiero en los próximos cuatro años.

- Ratio de endeudamiento ($\text{Ratio de endeudamiento} = \text{Pasivo} / \text{Patrimonio Neto}$)

Aquí, se mide la relación que existe entre el importe de los fondos propios de una empresa con las deudas que mantiene la empresa, entendiendo por fondos propios el Patrimonio Neto y por deudas la suma del Pasivo corriente y no corriente.

RATIOS FINANCIEROS			
RATIO DE ENDEUDAMIENTO			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
0,33	0,21	0,14	0,11
32,95%	20,51%	13,98%	11,33%

Figura 23: Ratio de endeudamiento. Fuente: Elaboración Propia.

Como podemos observar en la Figura 23, el primer año obtendremos un valor del 33,21%, significando que, de todos los activos que posee nuestra empresa, el 32,95% se encuentra financiados por recursos ajenos. En los años restantes, este porcentaje va disminuyendo considerablemente hasta encontrarse en el cuarto año, en un 11,33% de endeudamiento. Esto se puede deber a la reducción de nuestras deudas a largo plazo con el paso de los años.

Con este porcentaje, podríamos realizar algún tipo de inversión en el caso que fuese necesario ya que gran parte de nuestros activos se financia con nuestros propios fondos.

- Ratio de solvencia ($\text{Ratio de solvencia} = \text{Activo} / \text{Pasivo}$)

Este ratio se refiere a la capacidad que tiene nuestra empresa para hacer frente a sus deudas. Es decir, el ratio de endeudamiento aclara si una empresa tiene activos suficientes para pagar todas sus deudas.

Por lo general, para situarnos en una situación de solvencia idónea, el ratio de solvencia deberá estar en torno al 1,5.

RATIO DE SOLVENCIA			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
4,03	5,87	8,15	9,83

Figura 24: Ratio de solvencia. Fuente: Elaboración Propia.

Como podemos ver en la Figura 24, el ratio de solvencia en el año 1 será de 4,03. Al estar por encima de 1'5, corremos el riesgo de poseer mucho activo corriente que podría perder valor con el paso de los años.

En los años siguientes, los datos muestran una solvencia excesiva hasta el punto de llegar en el año 4 a un 9,83.

En definitiva, estos resultados nos muestran que tenemos suficiente dinero a nuestra disposición para hacer frente a cualquier tipo de contratiempo que pueda suceder.

- Ratio de liquidez ($\text{Ratio de liquidez} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$)

Este ratio, se refiere a la capacidad de la empresa para hacer frente a nuestras deudas a corto plazo.

El resultado natural del ratio de liquidez debe situarse en torno a 1.

RATIO DE LIQUIDEZ			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
5,55	7,40	9,15	9,56
555%	740%	915%	956%

Figura 25: Ratio de liquidez. Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede apreciar en la Figura 25, al tener unos datos muy superiores a 1, significa que existe un exceso de recursos activos que no están siendo bien explotados.

Por ejemplo, en el año 1 tenemos un resultado de 5,55, es decir, tenemos disponible 5,55 € para hacer frente a 1 € de deuda.

Dicho esto, sería recomendable buscar una gran inversión de manera que se consiga sacar el mayor partido al exceso de nuestros activos.

6.5 PRESUPUESTO DE CAPITAL

Este presupuesto trata de una técnica utilizada por las empresas que sirve para que los directivos puedan estudiar, desarrollar y evaluar las posibles oportunidades de inversión que puedan ser rentables para la propia empresa.

Resulta de vital importancia realizar nuestro presupuesto de capital ya que tenemos como objetivo compensar las diferentes fuerzas financieras en función de las inversiones que pretendamos realizar.

Con ello, trataremos de conseguir una estructura financiera óptima que tenga una proporción adecuada entre los recursos ajenos y propios de la empresa.

En la *Figura 26*, aparecerá de forma más detallada nuestro presupuesto de capital.

PRESUPUESTO DE CAPITAL	AÑO 1
1-PRESUPUESTO DE INVERSIONES	
Total Inversiones	-6.791 €
Amortización Financiera Préstamo	-2.281,30 €
TOTAL DE NECESIDADES INVERSIONES	-9.072,46 €
2-PRESUPUESTO DE FINANCIACIONES	
Autofinanciación	24.000,00 €
Préstamo a Largo Plazo	10.000,00 €
TOTAL FUENTES	34.000,00 €
SUPERAVIT/ DEFICIT DEL PERIODO	24.927,54 €

Figura 26: Presupuesto de Capital. Fuente: Elaboración Propia.

Como podemos observar, éste será nuestro presupuesto de capital para el primer año. Nuestro mayor desembolso se encontrará en la amortización del préstamo solicitado de 10.000€.

El total de inversiones previstas alcanzan un importe total de 6.791€. Aquí, se engloba las inversiones necesarias para el inmovilizado intangible con un importe de 756,40€, las inversiones para el inmovilizado material siendo el importe de 5.484,76€ y por último, las existencias con un importe total de 550,00€.

En cuanto a las fuentes de financiación, se divide en autofinanciación y préstamo a largo plazo. La autofinanciación corresponde con las aportaciones de cada uno de los socios, siendo

el importe de 6.000€ cada socio, alcanzando un importe total de 24.000€. El préstamo a largo plazo alcanza un importe de 10.000€.

Dicho esto, podremos hacer frente a todas nuestras inversiones ya que el presupuesto de financiación de nuestra empresa es mucho mayor que las inversiones necesarias.

Por último, no sería necesario realizar un presupuesto de capital para los siguientes años debido a que no tenemos previsto realizar más inversiones en la compra de activos.

7. VIABILIDAD DEL PROYECTO

La viabilidad del proyecto se trata del estudio que intenta predecir el éxito o fracaso de una empresa.

Nuestra empresa será rentable siempre que se genere beneficios, es decir, nuestros ingresos serán mayores a nuestros egresos de dinero.

Dicho esto, analizaremos una serie de elementos a tener en cuenta para predecir si nuestra empresa es rentable. Estos elementos serán los siguientes: valor neto actualizado (VAN), tasa interna de rendimiento (TIR) y, por último, la rentabilidad neta.

- Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto se trata de la diferencia entre el dinero que entra en la empresa y el dinero invertido en ella.

El resultado que veremos en la Figura 27, son una estimación ya que no conocemos con certeza lo que puede pasar.

Por último, debemos decidir una tasa de actualización pudiendo ser también el coste de nuestro capital y que estará simbolizada como “TA”.

VAN	64.010,38 €
TA	34,72%

Figura 27: Valor Actual Neto. Fuente: Elaboración Propia.

Como podemos observar, según el estudio realizado de nuestra idea de negocio, el resultado final del valor actual neto sería una estimación de 64.010,38€.

Si no tenemos en cuenta la estimación de estos resultados, podemos decir que nuestro proyecto será rentable debido a que el resultado del valor actual neto es positivo.

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

En cuanto a la Tasa Interna de Retorno, se trata de del porcentaje de beneficios o pérdidas que ofrece nuestra inversión para aquellas cantidades que aún no hemos retirado de nuestra empresa. En definitiva, se refiere a la tasa de interés que tendrá nuestra inversión.

Para que sea rentable nuestra empresa, la TIR ha de ser superior al coste de capital de la empresa “TA”.

TIR	137,586%
------------	-----------------

Figura 28: Tasa Interna de Retorno. Fuente: Elaboración Propia.

Como podemos observar en la Figura 28, el resultado obtenido para la Tasa Interna de Retorno es del 137,586%.

Por lo tanto, como la TIR es superior al coste del capital de la empresa, nuestro proyecto de inversión será rentable.

- Rentabilidad Neta

La rentabilidad neta se refiere a los beneficios que obtendrá nuestra empresa una vez que se descuentan los gastos necesarios.

En otras palabras, el resultado de la TIR menos el coste del capital de nuestra empresa.

RENTABILIDAD NETA	102,87%
--------------------------	----------------

Figura 29: Rentabilidad Neta. Fuente: Elaboración Propia.

El resultado estimado que hemos obtenido es del 102,87%. Por lo tanto, podemos decir que nuestro proyecto tendrá éxito.

8. CONCLUSIONES

En primer lugar, considero que uno de los aspectos más importantes para que nuestra empresa funcione de manera óptima es que los cuatro socios que formamos la organización seamos capaces de realizar nuestro trabajo de la mejor manera posible.

Cabe señalar que los cuatro socios de FERCARS S.L no tenemos las mismas ideas, pero juntos formamos un gran equipo, caracterizado en el esfuerzo y sacrificio para así conseguir el mayor beneficio posible.

Dicho esto, voy a detallar las conclusiones que he sacado sobre el estudio de la planificación económica-financiera.

En lo que se refiere a la rentabilidad de la empresa, los estudios realizados sobre el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno nos dice que nuestro proyecto será rentable. Esta rentabilidad se debe a que ambos resultados nos muestran datos positivos, aunque no hay que olvidar que estos datos son una estimación.

También, hemos realizado una estimación de nuestra cuenta de resultados y de tesorería para los cuatro años siguientes del inicio de la actividad. Hay que destacar que tendremos beneficios en los cuatro años y el elevado coste de mano de obra que trataremos de reducir.

En cuanto a la cuenta de tesorería, nos permite conocer tanto los cobros que obtendremos con nuestros trabajos, como los pagos a los que se deben hacer frente. Según los estudios realizados, nos hacen ver que la empresa generará beneficios.

Por último, y no menos importante, hemos calculado cuál será el presupuesto de capital para nuestra empresa solamente durante el primer año ya que no tenemos previsto realizar más inversiones en la compra de activos. Dicho esto, los resultados nos dice que podremos hacer frente a todas nuestras inversiones debido a que el presupuesto de financiación de nuestra empresa es mucho mayor que las inversiones necesarias.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Ayuntamiento de Torredelcampo (2017). Torredelcampo: *Wikipedia*.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Torredelcampo>.
- Francis (2010). Torredelcampo: *web personal*.
<http://www.redjaen.es/francis/?m=c&o=20799&letra=&ord=3&id=27956>.
- Debitoor (2015). España: *Descripción Balance de Situación*.
<https://debitoor.es/glosario/definicion-balance-situacion>.

- Academia Edu (2017). España: *Planificación financiera*. https://www.academia.edu/40085002/Libro_Planeaci%C3%B3n_Financiera_y_Presupuestria_MPR.
- CEF (2007). España: *Cuenta de pérdidas y ganancias*. <https://www.contabilidadtk.es/la-cuenta-de-perdidas-y-ganancias.html>.
- CEF (2007). España: *Estado de flujos de efectivo*. <https://www.contabilidadtk.es/el-estado-de-flujos-de-efectivo.html>.
- Área de Pymes (2015). España: *Ratio de endeudamiento*. <https://www.areadepymes.com/?tit=ratio-de-endeudamiento-formulario-economico-financiero&name=Manuales&fid=ee0bccca>.
- Área de Pymes (2015). España: *Ratio de solvencia*. <https://www.areadepymes.com/?tit=ratio-de-solvencia-formulario-economico-financiero&name=Manuales&fid=ee0bccci>.
- Infoautónomos (2009). España: *Ratio de liquidez*. <https://www.infoautonomos.com/contabilidad/ratio-liquidez-que-es-como-calcular/>.
- Empresa e iniciativa emprendedora (2018). España: *¿Qué es el entorno empresarial?*. <https://www.empresaeiniciativaemprendedora.com/?Que-es-el-entorno-empresarial>.
- IEBS (2020). España: *Ayudas y subvenciones para jóvenes emprendedores*. <https://www.iebschool.com/blog/ayudas-y-subvenciones-emprendedores-creacion-empresas/>.
- Datos macro, expansion (2019). España: *España: economía y demografía*. <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>.
- Datos macro, expansion (2019). España: *PIB de España*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>.
- El Confidencial (2019). España: *España rompe el mínimo histórico de nacimientos: 170.000 hasta junio*. https://www.elconfidencial.com/economia/2019-12-11/espana-minimo-historico-nacimientos-1995_2372252/.
- El País (2019). España: *España, el único país del top 5 tecnológico europeo que frena su inversión en 2019*. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/11/20/companias/1574268547_015895.html.
- Merca2 (2020). España: *El empleo en el sector del automóvil cae un 1,5% en 2019*. <https://www.merca2.es/empleo-automovil-2019/>.

- Dircomfidencial. (2020). España: 5 fuerzas de Porter. <https://dircomfidencial.com/diccionario/5-fuerzas-porter-20161109-1320/>.
- Anfac (2019). España: *Producción española 2019*. <https://anfac.com/actualidad/la-produccion-de-vehiculos-se-mantendra-estable-en-espana-en-2019/>.
- Gestión.org (2018). España: *Objetivos de una empresa*. <https://www.gestion.org/objetivos-de-una-empresa/>.
- BCA España (2017). España: *Descripción, subastas, pago y recogida del vehículo*. <https://www.bca.com/es/BCA-Spain/Contacto/FAQ/>.
- Aurola.es (2020). España: *Descripción, subastas, pago y recogida del vehículo*. <https://www.autorola.es/dealer/prices.do>.
- La Vanguardia (2020). España: *Los españoles siguen comprando más coches usados que nuevos*. <https://www.lavanguardia.com/motor/actualidad/20200107/472779522324/venta-coches-usados-epsana-2019.html>.

10. ANEXOS

10.1. REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA

Hemos decidido realizar una encuesta para conocer más a los clientes y sacar la mayor información posible sobre ellos en una media de entre 10 y 15 preguntas.

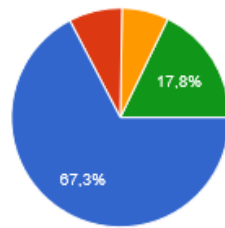
Estas preguntas sirven para determinar qué producto es el más adecuado para el personal, el tiempo dispuesto a esperar, el dinero que estaría dispuesto a gastar, etc.

- Interpretación de los resultados

Una vez rellenas todas las encuestas, interpretamos los resultados:

1º. En la primera pregunta podemos ver en qué rango de edad se encuentran las personas que han realizado nuestra encuesta. La mayoría con un 67.3% son personas con un rango de edad de entre 18 y 24 años:

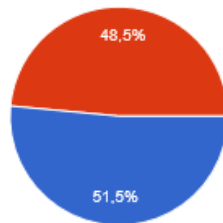
Dentro de qué rango de edad se encuentra:



De 18 a 24 años	68	67.3%
De 25 a 30 años	8	7.9%
De 31 a 40 años	7	6.9%
De 41 a 50 años	18	17.8%

2º. La segunda pregunta nos informa sobre el sexo de las personas encuestadas. La mayoría son mujeres con un 51,5% y el resto son hombres con un 48,5%:

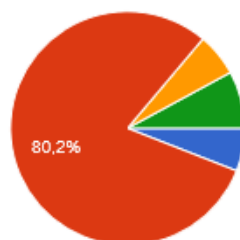
Sexo



Femenino	52	51.5%
Masculino	49	48.5%

3º. La tercera pregunta nos sirve para determinar la localidad de cada persona, la mayoría son de Torredelcampo (80,2%):

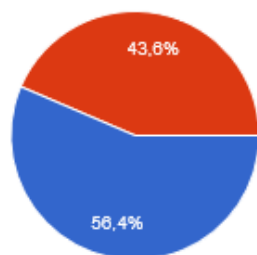
¿A qué localidad pertenece?



Martos	6	5.9%
Torredelcampo	81	80.2%
Jaén	6	5.9%
Torredonjimeno	8	7.9%

4º. En la cuarta pregunta nos da a entender si alguna vez ha realizado una compra de segunda mano, en este caso la mayoría con un 56,4% si ha realizado una compra de segunda mano:

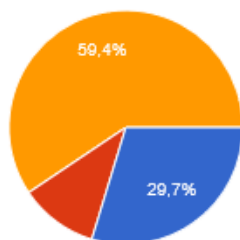
¿Has realizado alguna compra de un vehículo de segunda mano?



Si	57	56.4%
No	44	43.6%

5°. La quinta pregunta determinamos cada cuanto tiempo cambia el entrevistado de vehículo en el caso de que tenga vehículo, la mayoría (59,4%) cambia de 3 a más años:

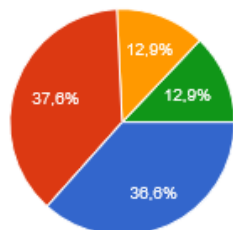
Si dispone de vehículo, ¿Cada cuanto tiempo suele cambiarlo?



No dispongo de vehículo	30	29.7%
De 1 a 3 años	11	10.9%
De 3 a más años	60	59.4%

6°. La sexta pregunta nos sirve para informarnos sobre la cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar un cliente por el vehículo, en este caso se gastarían entre 5.000€ y 10.000€ la mayoría con un 37,6%:

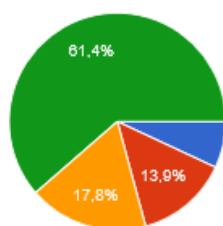
¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un vehículo?



Desde 2.000€ a 5.000€	37	36.6%
Desde 5.000€ a 10.000€	38	37.6%
Desde 10.000€ a 15.000€	13	12.9%
Más de 15.000€	13	12.9%

7°. La séptima pregunta determinamos el tiempo que el cliente estaría dispuesto a esperar hasta que le facilitemos el vehículo, la mayoría esperaría el tiempo que hiciese falta.

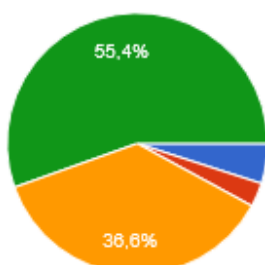
¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar mientras encontramos su vehículo?



10 días	7	6.9%
15 días	14	13.9%
20 días	18	17.8%
El tiempo que hiciese falta	62	61.4%

8°. La octava pregunta nos sirve para informarnos sobre dónde le gustaría al cliente ver nuestra empresa anunciada, la mayoría sería en televisión con el 55,4% seguidos del 36,6% que quieren vernos anunciados en internet:

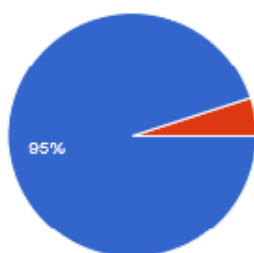
¿Dónde le gustaría ver anunciada esta empresa?



Radio	5	5%
Prensa	3	3%
Internet	37	36.6%
Televisión	56	55.4%

9°. En la novena pregunta queremos determinar si al cliente le gustaría que existiera este tipo de empresa en nuestra localidad, en este caso a la inmensa mayoría (95%) le gustaría:

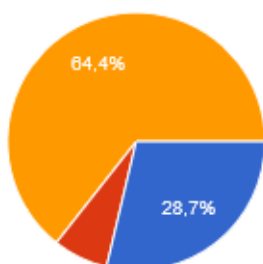
¿Le gustaría que en torredelcampo existiera este tipo de empresa?



Si	96	95%
No	5	5%

10°. La décima pregunta nos sirve para especificar en qué parte de Torredelcampo le gustaría al cliente encontrar nuestro negocio, el 64,4% le gustaría encontrar el negocio en el polígono de Torredelcampo:

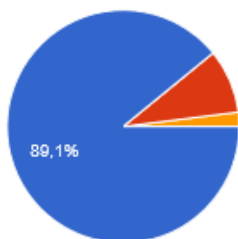
¿En qué parte de Torredelcampo le gustaría encontrar este negocio?



Centro	29	28.7%
Afueras	7	6.9%
Polígono	65	64.4%

11°. En la undécima pregunta queremos determinar qué tipo de vehículo es la prioridad en nuestros clientes, en dicho caso casi todos querrían coche (89,1%):

¿Qué tipo de vehículo nos encargaría?



Coche	90	89.1%
Moto	9	8.9%
Camión	2	2%

Tras realizar la encuesta a nuestros futuros clientes, hemos sacado una serie de conclusiones:

- Nuestros clientes potenciales se encontrarán en un rango de edad de entre 18 a 50 años, a personas de cierto poder adquisitivo sabiendo que según la encuesta la mayor parte de las personas encuestadas estarían dispuestos a gastarse una cantidad entre 2.000€ y 5.000€.
- Tratamos de enfocar nuestra actividad a personas indistintamente del lugar de residencia.
- Consideramos que la mejor forma de publicitarnos será a través de televisión ya que es el medio más visto por los posibles clientes.
- Por último, situaremos nuestra empresa en el polígono ya que ha sido la opción más votada por nuestras personas encuestadas.

10.2. ENTREVISTA CON LOS EMPRESARIOS

A parte de la información que hemos obtenido con la encuesta, hemos intentado ponernos en contacto con varias empresas de nuestro sector para ampliar nuestros conocimientos.

De todas las empresas a las que hemos encuestado, la mayoría no han podido contestar a nuestras preguntas debido a que la consideran información privada. No obstante algunas empresas si han estado dispuestas a facilitarnos información, ayudándonos así a conocer muchos aspectos que no conocíamos antes relacionados con nuestra empresa.

Las conclusiones que hemos tenido de las entrevistas son:

- Buscar modelos de vehículos de una gama considerable y a su vez un precio asequible para cualquier persona.
- Además de ofrecer calidad y garantía en los vehículos debemos de transmitirle confianza al cliente.
- Examinar el vehículo al 100% para entregarlo en las mejores condiciones, ya que un mínimo defecto podría hacer que el cliente salga descontento y a su vez se lo transmita a los demás, perdiendo así clientela.
- Entregarnos al cliente ayudándolo en todas las dudas que tenga en cuanto a la elección del vehículo, aconsejando siempre las mejores opciones para él.

10. 3. FICHA DE LOS COMPETIDORES DEL SECTOR

Empresas competidoras	Nivel de aceptación o volumen de ventas	Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón lo eligen?	Tipo de coche que comercializan
Talleres San José	Poca	Habituales del taller con coches de la marca Seat	Por la confianza que existe con su clientela	Coches de la marca Seat nuevos de segunda mano
Talleres Pegalajar	Poca	Habituales del taller con coches de la marca Renault	Por la confianza que existe con su clientela	Vehículos nuevos o de segunda mano de la marca Renault generalmente
J. Cars	Media	Todo tipo de clientela, generalmente joven	Por la variedad de coches que posee	Todo tipo de marcas, con un gran número de km
Autos José David	Media	Especialmente a clientes con poder adquisitivo medio–	Variedad de coches y la posibilidad de encargo de coches al gusto del cliente	Todo tipo de marcas y gran variedad de vehículos en la exposición
Mecajima	Poca.	Clientes habituales de taller y o que posean coches de la marca Opel	Generalmente porque el cliente quiere adquirir o sustituir su coche por uno de la marca Opel	Vehículos nuevos o semi- nuevos de la marca Opel

Gabiauto	Poca.	Cientes habituales de taller y o interesados en la marca Mitsubishi	Generalmente por la confianza de su clientela o por que quieran comprar vehículos de la marca con la que trabajan	Generalmente todo terrenos de la marca Mitsubishi
Grupo Jiménez.	Media	Personas con un poder adquisitivo medio- alto	Porque en relación precio calidad son aceptables	Generalmente vehículos de alta gama
Automóviles García	Media, alta	Gente de nuestra localidad y alrededores	Buena relación entre calidad y precio	Vehículos semi nuevos multimarcas
El chori	Poca	Gente de nuestra localidad	Venta vehículos de ocasión	Vehículos de gama media- baja

10.4. ANÁLISIS DAFO

Antes de tomar cualquier decisión estratégica es imprescindible realizar un diagnóstico de nuestra empresa. El análisis DAFO es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro y plantear las acciones que deberíamos poner en marcha ante las oportunidades detectadas.

Hemos realizado el siguiente análisis DAFO.

Dicho análisis nos sirve para convertir los puntos débiles en puntos fuertes.

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS
<u>OPORTUNIDADES</u> • Precio más asequible. • Mercado de vehículos usados. • Concesionarios multimarca. • Nuevas ofertas para atraer clientes.	<u>FORTALEZAS</u> • Innovador. • Clientes sin límite geográfico. • Horario flexible. • Calidad del servicio postventa. • Reconocimiento de la marca.
<u>AMENAZAS</u> • Productos sustitutivos. • Ingreso de nuevos competidores • Posibilidad de avería del vehículo entregado. • La situación financiera en España.	<u>DEBILIDADES</u> • Tiempo en encontrar el vehículo. • Cliente poco fiel y sensible al precio. • La situación económica.

Una vez obtenida la matriz DAFO determinamos los puntos fuertes y débiles de nuestra empresa.

- Los puntos fuertes serían la innovación respecto a cualquier compra-venta en cuanto a la posibilidad de elegir las características del vehículo y la posibilidad de encontrar el coche deseado a un precio más asequible.
- Los puntos débiles serían que el vehículo no es completamente nuevo y nuestro cliente tendrá que esperar un tiempo hasta que encontremos su vehículo.

Por lo tanto, para mejorar nuestras debilidades, entregaremos el vehículo en las mejores condiciones posibles e intentaremos que la búsqueda del vehículo sea en el menor tiempo posible.