

# TRABAJO DE FIN DE GRADO



Biblioteca  
UNIVERSITAS Miguel Hernández

## Estudio de viabilidad de la empresa Electrofuel S.L.

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche  
Administración y Dirección de Empresas  
Universidad Miguel Hernández Elche  
Curso 2021-2022

*Elaborado por: PABLO POVEDA ALBEROLA*

*Dirigido por: MARINA ESTRADA DE LA CRUZ*

**RESUMEN:** Con el presente trabajo pretendo analizar la situación de una empresa de creación nueva denominada Electrofuel. Esta empresa encaja dentro de las empresas tipo de sociedad limitada. El análisis abarca todos los campos de estudio relevantes para la empresa, tanto externos como internos, además del propósito de cumplir una serie de objetivos, mayoritariamente con fin medioambiental. Por último, se realizará un análisis económico y financiero, donde se observará como sería la situación de la empresa desde su creación hasta los próximos 3 años vista, desde un punto de vista, tanto de financiación, ventas, gastos y beneficios, para de esta manera conocer su viabilidad tanto en el corto como en el largo plazo.

**ABSTRACT:** With this work I intend to analyze the situation of a newly created company called Electrofuel. This company fits within the limited company type companies. This analysis covers all the relevant fields of study for the company, both external and internal, in addition to the purpose of meeting a series of objectives, mostly for environmental purposes. Finally, an economic and financial analysis will be carried out, where the situation of the company will be observed from its creation until the next 3 years, from a point of view of financing, sales, expenses and benefits, in order to know its viability in both the short and long term.

**PALABRAS CLAVE:** Sociedad, empresa, gasolinera eléctrica, medio ambiente, electricidad, vehículo eléctrico, cambio, evolución.

## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN .....	7
1.1	INTRODUCCIÓN AL TRABAJO FIN DE GRADO .....	7
1.2	OBJETIVOS DEL TRABAJO FIN DE GRADO .....	7
2.	CONSUMO ENERGÉTICO EN ESPAÑA .....	8
3.	ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN.....	9
3.1	DATOS SOBRE LA UTILIZACIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL.....	9
3.2	EVOLUCIÓN DE LOS AUTOMÓVILES ELÉCTRICOS EN ESPAÑA.....	11
3.3	IMPACTO AMBIENTAL DE LOS AUTOMÓVILES ELÉCTRICOS EN ESPAÑA.....	12
4.	METODOLOGÍA EMPLEADA.....	14
5.	ESTUDIO DE CASO: PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA ELECTROFUEL 15	
6.	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA Y DE LA EMPRESA .....	15
6.1	NOMBRE DE LA EMPRESA, PRODUCTO/SERVICIO. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. ....	15
6.2	DEFINICIÓN DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR. ....	16
6.3	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO. ....	16
6.4	NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO/SERVICIO. ....	16
6.5	VENTAJAS COMPETITIVAS.....	17
6.6	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO. ....	17
6.7	EVOLUCIÓN FUTURA DEL PRODUCTO/SERVICIO.....	19
7.	PLAN DE EMPRESA.....	20
7.1	MODELO DE NEGOCIO: CANVAS .....	20
7.2	MODELO DE NEGOCIO CANVAS-SOCIAL .....	23
7.3	MISIÓN.....	27
7.4	VISIÓN.....	27
7.5	VALORES Y CULTURA .....	28
8.	ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	29
8.1	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO PESTEL .....	29
8.2	ANÁLISIS DEL MICROENTORNO. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER. ....	34
8.3	MATRIZ DAFO/CAME .....	36
8.4	ANÁLISIS DEL SECTOR. SITUACIÓN DEL SECTOR ACTUAL. ....	38
8.5	ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMPETENCIA.....	41
8.5.1.1	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.....	42
8.5.1.2	CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR. ....	42

8.5.1.3	CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA.....	43
9.	PLAN DE MARKETING.....	46
9.1	POLÍTICA DE PRODUCTO.....	46
9.2	POLÍTICA DE PRECIO.....	47
9.3	POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.....	48
9.4	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.....	48
9.5	CONTROL DE MARKETING Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN.....	52
10.	PLAN DE OPERACIONES.....	53
10.1	ESTRATEGIA.....	53
10.2	CONTROL DE CALIDAD.....	54
10.3	PLANIFICACIÓN E INFRAESTRUCTURAS. MATERIAS PRIMAS Y SUMINISTROS.....	55
11.	PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	58
11.1	ORGANIGRAMA.....	58
11.3	SISTEMAS DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL.....	61
12.	PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.....	62
12.1	INTRODUCCIÓN.....	62
12.2	HIPÓTESIS CONTEMPLADAS.....	62
12.2.1.1	INVERSIONES PREVISTAS Y PLAN DE AMORTIZACIÓN.....	62
12.2.1.2	FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	64
12.2.1.3	PREVISIÓN DE VENTAS E INGRESOS.....	66
	Figura 10: Estacionalidad de ventas ELECTROFUEL durante el primer año.....	69
12.2.1.4	ESTIMACIÓN COSTES VARIABLES Y FIJOS.....	70
12.2.1.4.1.1	COSTES VARIABLES.....	70
12.2.1.4.1.2	COSTES FIJOS.....	70
12.3	ESTADOS FINANCIEROS PREVISIONALES:.....	72
12.3.1.1	CUENTAS DE RESULTADOS PREVISIONALES:.....	72
12.3.1.2	BALANCES PREVISIONALES.....	75
12.3.1.3	ANÁLISIS DE RATIOS:.....	77
12.3.1.3.1.1	RATIOS DE ANÁLISIS FINANCIERO.....	77
12.4	CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	79
12.5	CÁLCULO DEL VAN Y DE LA TIR.....	79
13.	ESTRUCTURA LEGAL.....	80
14.	CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN.....	83
15.	VALORACIÓN DEL RIESGO Y CONCLUSIONES.....	85
16.	FUENTES, BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN CONSULTADA PARA SU ELABORACIÓN.....	87

17. ANEXOS: GLOSARIO, ESTADÍSTICAS, LEGISLACIÓN BÁSICA APLICABLE, ETC.....	88
--	----

### Índice de figuras

<b>Figura 1: Distribución porcentual del consumo de energía final en España en 2019, por fuentes energéticas.....</b>	<b>8</b>
<b>Figura 2. Venta de turismos electrificados 2020.....</b>	<b>9</b>
<b>Figura 3. Cuota de mercado sobre total venta de turismos primer semestre de 2021.....</b>	<b>10</b>
<b>Figura 4: Relación infraestructura de recarga pública y vehículos eléctricos.....</b>	<b>11</b>
<b>Figura 5: Comparativa según características principales para cada tecnología....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 6: Emisiones según tecnología.....</b>	<b>13</b>
<b>Figura 7: Previsión venta vehículos eléctricos hasta 2040.....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 8 y 9: Evolución de matriculación de coches eléctricos en España y Europa.....</b>	<b>40</b>

### Índice de tablas

<b>Tabla 1: Canvas social.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 2: Comparación de tasas entre tipos de coches.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 3: Matriz DAFO.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 4: Ficha técnica de competencia Aquavatio.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 5: Ficha técnica de competencia Ibil.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 6: Activo ELECTROFUEL.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 7: Pasivo ELECTROFUEL.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 8: Cuadro de inversiones ELECTROFUEL.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 9: Pronóstico de ventas.....</b>	<b>67</b>
<b>Tablas 10 y 11: Estacionalidad de ventas y Estructura de Ventas y Márgenes ELECTROFUEL.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 12: Pronóstico de costes variables ELECTROFUEL.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 13: Cuenta PyG ELECTROFUEL.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 14: Análisis cuenta PyG ELECTROFUEL.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 15: Balances Previsionales ELECTROFUEL.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 16: Ratios básicos ELECTROFUEL.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 17: VAN y TIR.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 18: Gráfico de Gantt.....</b>	<b>85</b>

## Índice de imágenes

<b>Imagen 1: Concepto de Gasolinera Eléctrica.....</b>	<b>18</b>
<b>Imagen 2: Puntos de recarga particulares. ....</b>	<b>19</b>
<b>Imagen 3: Búsqueda sobre puntos de recarga en Google Maps en nuestra geográfica .....</b>	<b>41</b>
<b>Imagen 4: Mercadona situado en Zona Martínez Valero (Elche) .....</b>	<b>44</b>
<b>Imagen 5: Redes sociales .....</b>	<b>50</b>
<b>Imagen 6: Feria de motor y movilidad eléctrica 2019 .....</b>	<b>51</b>
<b>Imagen 7: Concepto Gasolinera Eléctrica .....</b>	<b>56</b>
<b>Imagen 8: Organigrama Electrofuel.....</b>	<b>58</b>



## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 INTRODUCCIÓN AL TRABAJO FIN DE GRADO

Uno de los temas que se ha ido desarrollando durante estos últimos años en el sector de la automoción ha sido el cambio de fuentes de energía que se emplean para el funcionamiento de dichos vehículos. Un cambio hacia fuentes de energía renovables y menos perjudiciales para el medio ambiente que enlaza de manera directa con nuestro proyecto. Un proyecto que nace desde la idea social de mejorar el medio ambiente de mano del cambio de esas energías contaminantes, por otro tipo de energías renovables, concretamente la electricidad, como fuente de energía.

Para ello, este proyecto pretende contribuir a que ese cambio se produzca de la mano de la empresa ELECTROFUEL S.L. Con la creación de esta empresa se desea conocer si este tipo de empresas tienen viabilidad en el sector, y también si tendrán marcada una evolución favorable o no, respecto uso de otras energías del sector.

Para el desarrollo del estudio se realizará una búsqueda de información amplia, relacionada con el sector automovilístico y empresarial, además de una recopilación de datos relativos para el estudio, tanto del plan de empresa, como del plan económico a llevar a cabo.

Este estudio tendrá una estructura marcada por un breve estudio inicial sobre el sector eléctrico en España, y concretamente en el sector de la automoción. Posteriormente se realizará el plan de negocio, plan de empresa y plan económico de Electrofuel S.L., y finalmente se establecerán una serie de conclusiones donde conoceremos si esta empresa fuera viable actualmente y en un futuro próximo.

### 1.2 OBJETIVOS DEL TRABAJO FIN DE GRADO

El objetivo general de este estudio es conocer si la empresa es viable en el sector de la automoción. Partiendo de este objetivo general, se enumeran a continuación los objetivos específicos:

- Estudiar el mercado energético en España
- Conocer las alternativas de combustibles competidores
- Estudiar el mercado de empresas que ya están en el sector

- Comprender las necesidades del consumidor y satisfacerlas.
- Mejorar el medio ambiente con nuestra actividad
- Realizar un análisis técnico, comercial, económico y financiero de la empresa en el sector de la automoción eléctrica.

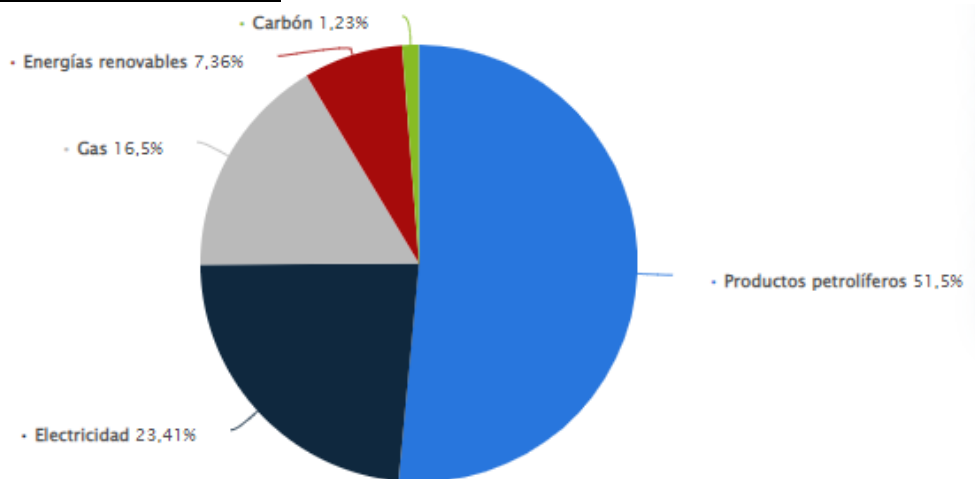
## 2. CONSUMO ENERGÉTICO EN ESPAÑA

En este apartado se estudiará el consumo energético en España de manera general, como breve introducción para entender cómo es el país donde nuestra empresa dará sus primeros pasos.

A lo largo de los años, el consumo eléctrico ha ido aumentando de manera general en el país, debido al mayor consumo de energías renovables y la concienciación de la ciudadanía, a pesar de que a partir de 2010 se produce un estancamiento en su crecimiento. No obstante, las energías no renovables también gozan de una demanda importante.

El siguiente gráfico muestra la distribución del consumo de energía en España en 2019.

**Figura 1: Distribución porcentual del consumo de energía final en España en 2019, por fuentes energéticas**



Fuente: Statista.com 2022

Como se podría intuir, las energías combustibles representan más de la mitad del consumo. Sin embargo, el consumo de electricidad es el segundo posicionado, por lo que esta energía es empleada en España de manera notable.



### 3. ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN

Para el desarrollo de este bloque, hemos empleado información del Informe OBS sobre vehículos eléctricos en España, que referenciamos y que adjuntamos como anexo al final del trabajo.

#### 3.1 DATOS SOBRE LA UTILIZACIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL.

Este apartado explica la situación de la energía eléctrica en España, y de esta manera poder conocer si este tipo de energía renovable tiene relevancia en el sector automovilístico, y también para conocer como está evolucionando el sector automovilístico.

A continuación, podemos ver un grafismo donde se muestra la evolución en la venta de nuevos electrificados durante 2020.

**Figura 2. Venta de turismos electrificados 2020**

	Vehículos con carga eléctrica (ECV)		Vehículos eléctricos híbridos	Vehículos con pila combustible
	BEVs	PHEVs	HÍBRIDOS	FCEVs
REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CO2 EN TUBO DE ESCAPE	100 %	50 - 75 %	Mild: 10 - 20 % Full: 20 - 40 %	100 %
Cuota de mercado sobre total ventas	5,4 %	5,1 %	11,9 %	0,008 %
	2,1 %	2,7 %	16,1 %	0,001 %
Cuota de mercado sobre ventas electrificados	24,1 %	22,8 %	53,1 %	0,03 %
	10,0 %	13,0 %	76,9 %	0,004 %

Fuente: Empresas por la Movilidad Sostenible y ACEA

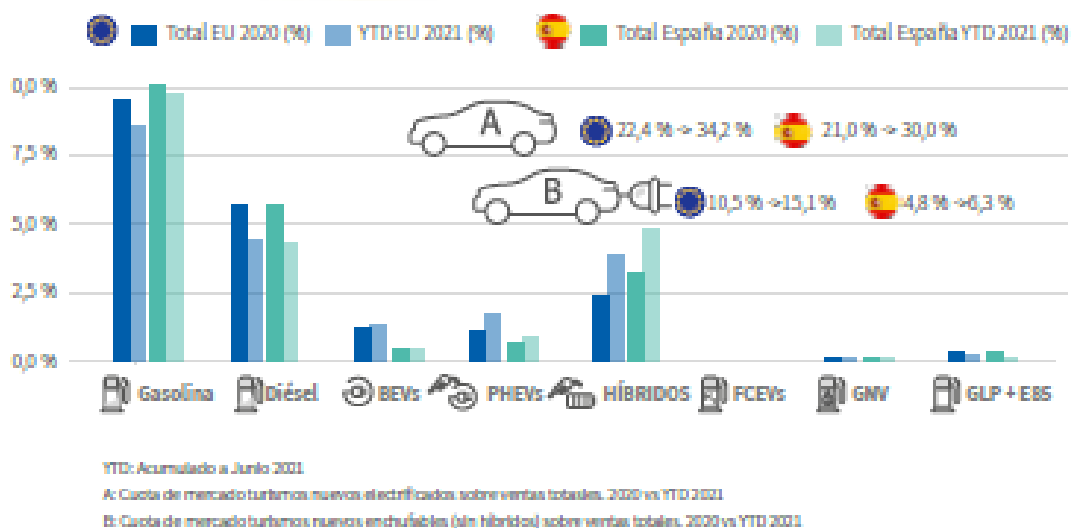
Del grafismo anterior se puede extraer que la cuota total de mercado de vehículos electrificados llegó al 22.4% en la UE y un 20.9% en España. En cuanto a las ventas, el 5.4% (538023 unidades) de ventas en la UE fueron eléctricos, situación que en España es del 2.1% (17920 unidades). Otro dato relevante es que el 5,1 % de todos los coches vendidos en la UE en 2020 fueron híbridos enchufables (PHEV) frente al 2,7 % en

España. Por lo que respecta a ventas de coches nuevos en la UE, el 11,9 % en 2020 fueron híbridos eléctricos (HEV), mientras que en España fue del 16,1 %.

En el informe ACEA (Asociación Europea de Fabricantes de Automóviles) se extrae que, durante el 2020, debido a la COVID-19, la venta de automóviles nuevos cayó en un 25 % en Europa. A pesar de ello, las matriculaciones de los eléctricos puros (BEV) mantuvieron el crecimiento, alcanzando un 38,2 % de crecimiento en la UE y un 78 % en España, al matricularse 17920 unidades en 2020.

Se ha de mencionar que los híbridos eléctricos encabezan una posición indiscutible y en crecimiento, al igual que sobre los híbridos eléctricos enchufables (PHEVs), en relación con los turismos eléctricos puros (BEV) que presentan una menor cuota de mercado sobre el total de electrificados. Los datos correspondientes al primer semestre del 2021 mantienen la tendencia de crecimiento, donde la cuota total del mercado de turismos electrificados ha marcado récords tanto en Europa como en España, llegando al 34,2 % y 30 % del total de vehículos matriculados respectivamente. Este incremento se produce fundamentalmente por el crecimiento del segmento de los turismos híbridos eléctricos (HEV), seguido del incremento de los híbridos enchufables (PHEVs).

**Figura 3. Cuota de mercado sobre total venta de turismos primer semestre de 2021**

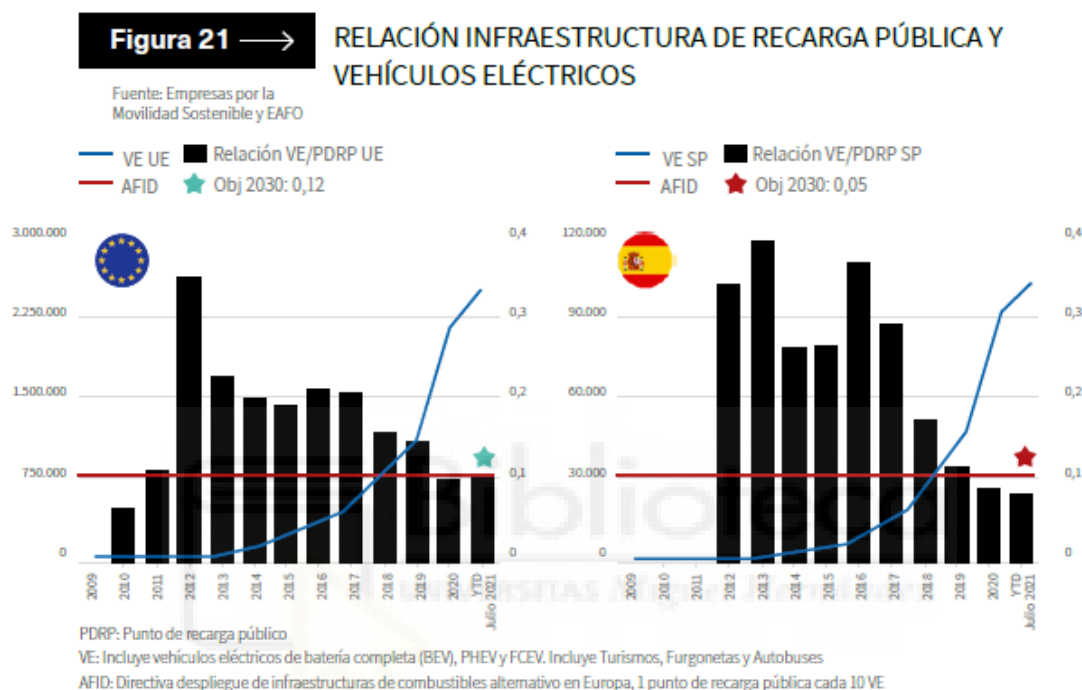


Fuente: Empresas por la Movilidad Sostenible y ACEA

### 3.2 EVOLUCIÓN DE LOS AUTOMÓVILES ELÉCTRICOS EN ESPAÑA.

Para el estudio de la evolución de los automóviles eléctricos en España emplearemos el siguiente grafismo en el que se relaciona, la existencia las infraestructuras de recarga publica con el número de vehículos eléctricos.

**Figura 4: Relación infraestructura de recarga publica y vehículos eléctricos**



Fuente: Empresas por la Movilidad Sostenible y ACEA

En España se tiene en cuenta el objetivo establecido en el PNIEC 2021-2030 (Plan Nacional Integrado de Energía y Clima) adoptado en la Ley de Cambio Climático de alcanzar los 5 millones de vehículos eléctricos en España en el 2030. Cuando dicho objetivo se cumpla, se requerirían en torno a los 500000 puntos de recarga para cubrir la relación establecida de un punto de recarga pública por cada 10 vehículos eléctricos. Sin embargo, existen vehículos eléctricos enchufables, cuya demanda de la infraestructura de recarga pública es menor. Por ello, para poder valorar la adecuación de la red de recarga, debemos tener en cuenta que, de los 5 millones de vehículos eléctricos, si mantenemos la proporción con la que España contribuye al total de vehículos eléctricos puros en Europa (7,5 %) de cara al objetivo europeo de los 30 millones en el 2030, España contribuiría con 2,25 millones de vehículos eléctricos puros en 2030. Por lo que la estructura actual y la presupuestada para el 2030 en torno a los 250000 o los 340000 puntos de recarga,








manteniendo el crecimiento lineal necesario para acompañar al crecimiento exponencial del vehículo eléctrico, cumpliendo los criterios de suficiencia establecidos en la AFID (Directiva sobre el despliegue de infraestructuras de combustibles alternativos en Europa: Directiva 2014/94/UE).

### 3.3 IMPACTO AMBIENTAL DE LOS AUTOMÓVILES ELÉCTRICOS EN ESPAÑA.

A continuación, de la mano de una serie de grafismos, analizaremos cuál es el impacto ambiental de los automóviles eléctricos en España, comparándolos entre los diferentes modelos existentes de vehículos eléctricos, y entre las diferentes tecnologías empleadas para su funcionamiento.

En el siguiente grafismo podemos observar una comparativa entre los diferentes tipos de vehículos, ya sean plenamente eléctricos, híbridos o parcialmente eléctricos, junto con los vehículos que emplean combustibles fósiles, como la gasolina y el diésel. Dentro de esta comparativa podremos observar cómo se comporta cada tecnología empleada relativa a la autonomía, coste medio y de mantenimiento, el impacto acústico, la eficiencia energética promedio, junto con las emisiones de los diferentes vehículos.

**Figura 5: Comparativa según características principales para cada tecnología.**

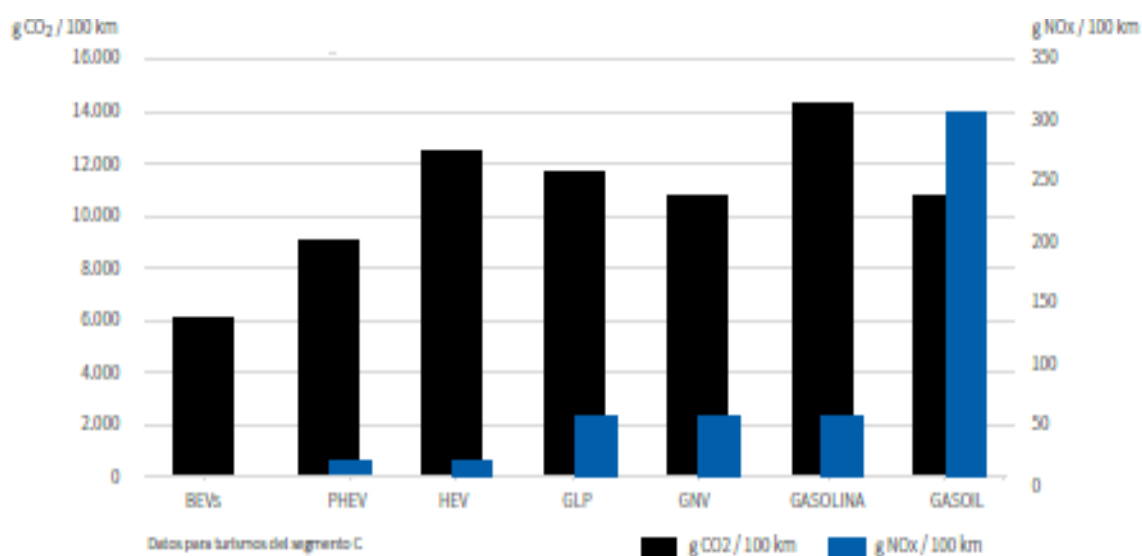
<b>etecnic</b> ENERGY AND MOBILITY	 BEVs	 PHEVs	 HÍBRIDOS	 GLP	 GNV	 Gasolina	 Diésel
Autonomía (Km)	160 - 450	31 - 73	1 - 4	514 - 650	300 - 500	385 - 911	800 - 1.000
Coste medio energía (€/100 Km)	1,36	3,34	8,65	7,26	4,43	11,17	7,85
Coste mantenimiento (€/100 km)	6,3	6,7	7,3	7,5	7,5	3,2	3,2
Impacto acústico (dB)	56-75 <sup>(1)</sup>	56-75 <sup>(1)</sup> 84 - 90	56-75 <sup>(1)</sup> 84 - 90	58 - 67	42 - 45	84 - 90	84 - 90
Eficiencia energética promedio	75 % - 80 %	45 % - 50 %	40 % - 45 %	40 % - 45 %	240 % - 45 %	20 % - 25 %	30 % - 35 %
Emisiones vehículos (g CO <sub>2</sub> / 100 km)	6.000	9.150	12.500	11.750	10.700	14.300	10.700
Emisiones vehículos (g CO <sub>2</sub> / 100 km)	0	0	1,1	1,1	1,1	1,1	1,8
Emisiones vehículos (g NOx / 100 km)	0	9,6	12,2	48,9	48,9	48,2	306,4

Datos para turismos del segmento C

(1) Impacto del AVAS (Sistema de Alerta de Vehículos Acústicos), obligatorio en todos los vehículos eléctricos a partir de junio del 2021.

Fuente: ETECNIC, DGQA y Plataforma Live.

**Figura 6: Emisiones según tecnología**



Fuente: ETECNIC

### **Citando directamente el Informe OBS sobre vehículos eléctricos en España:**

*Del análisis realizado se obtuvo que:*

- *El vehículo eléctrico puro (BEV) es el más eficiente de las tecnologías disponibles (hasta 4 veces más eficiente que el de gasolina), seguido de los híbridos enchufables (PHEV), y posteriormente los híbridos y los vehículos de gas.*

- *El vehículo con menos emisiones es el eléctrico puro (BEV), con menos de la mitad de las emisiones que un vehículo de gasolina, siendo el segundo menos contaminante el híbrido enchufable, seguido de los híbridos y por último, los vehículos de gas.*

*Así pues, desde el punto de vista medioambiental (tomando como criterio las emisiones de CO<sub>2</sub> equivalentes), los vehículos eléctricos deben ser prioritarios, seguidos de los híbridos enchufables.*

*Hay que añadir que en el caso de los vehículos eléctricos las emisiones de GEI pueden reducirse aún más si la energía eléctrica proviene de fuentes renovables, contribuyendo doblemente a los objetivos del Pacto Verde Europeo y la Ley de Cambio Climático, que establecen conseguir que el 74 % en el ámbito eléctrico y el 42 % sobre el uso final de la energía consumida en España provenga de fuentes renovables en 2030. De hecho, el autoconsumo eléctrico en España se triplicó en 2020, con 113,24 megavatios de placas*

*solares instalados en el sector residencial<sup>6</sup>, y cada vez son más los usuarios de vehículos eléctricos que combinan ambos sistemas, autoconsumo y movilidad eléctrica, aumentando la eficiencia y ahorro en costes.*

De esta manera, conocemos que el impacto ambiental de los vehículos tradicionales (gasolina y diésel) en España es extremadamente superior al de los vehículos eléctricos.

#### 4. METODOLOGÍA EMPLEADA

En el desarrollo de la confección del modelo de negocio hemos utilizado distintas fuentes de información secundaria como pueden ser distintas páginas webs, libros, artículos e informes estadísticos mediante los cuales se procura definir de forma objetiva los diferentes escenarios que se pueden desarrollar entorno la empresa Electrofuel S.L.

La metodología utilizada en el plan de negocio se va confeccionando desde el comienzo con un resumen donde incluimos la idea de negocio; quienes son los promotores; quienes forman el equipo directivo y como instaurar la organización interna; cuál es el perfil del equipo estratégico; cuál es el estado de desarrollo del negocio; cuales son los productos y una pequeña valoración del proyecto; cuál es el público objetivo y como es el mercado potencial; cuál es el escenario competitivo de la empresa; y cuál es la inversión inicial requerida.

Se continua con el diagnóstico estratégico dentro del cual se engloba el análisis de los valores estratégicos (misión, visión y valores y cultura); el análisis externo de la empresa que incluye tres puntos, el análisis del entorno general (estudiado mediante el análisis PESTEL) (Johnson et al. 2011) el análisis del entorno específico (estudiando mediante las cinco fuerzas de Porter) (Porter, 1979) y el análisis del mercado, de la competencia y de la clientela; el análisis interno de la empresa ( estudiado a través de la cadena de valor de Porter); análisis DAFO y análisis CAME de formulación de estrategias empresariales.

Para el análisis del modelo de negocio se ha utilizado el método Canvas (Osterwalder y Pigneur, 2010), así como el método Social Lean Canvas desarrollado por Yeoman y Moskovitz (2014). Además, se ha procedido a analizar cada una de las áreas funcionales de la empresa y finalizando con una valoración económica financiera del negocio.

A continuación, se realiza el estudio de las estrategias de implantación en las áreas funcionales (comercial y de marketing, de organización y de recursos humanos y de su producción y de operaciones).

Posteriormente, se plantea el plan económico y financiero en el que se realiza un exhaustivo estudio de los datos numéricos que proporcionan unos ratios que permiten dar conclusiones acerca del modelo de negocio.

Por último, se tiene en cuenta los aspectos de tramitación y puesta en marcha de la empresa.

## 5. ESTUDIO DE CASO: PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA ELECTROFUEL

De acuerdo con el análisis del sector realizado en los puntos anteriores, en este apartado explicaremos el porqué de la creación de nuestro negocio. Para ello realizaremos una serie de estudios, que se realizarán en los siguientes apartados, para llegar a una conclusión sobre si en nuestra empresa existe viabilidad, tanto técnica como económica. Lo que se pretende es analizar, desde un punto de vista económico y técnico, todas las variables que puedan afectar al funcionamiento de nuestra empresa y a su puesta en marcha, analizando ventajas e inconvenientes, y proponiendo una serie de acciones a llevar a cabo, en el caso de que nuestra empresa sea viable.

## 6. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA Y DE LA EMPRESA

### 6.1 NOMBRE DE LA EMPRESA, PRODUCTO/SERVICIO. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

El nombre de la empresa con el que desarrollaremos el proyecto en cuestión es ELECTROFUEL, el servicio que ofrecemos es el de repostaje de vehículos, ya sean eléctricos o de combustible, de ahí el nombre de la empresa.

En cuanto a la localización, el domicilio social estará en Elche, lugar de residencia del equipo promotor, sin embargo, la prestación de servicios se llevará a cabo en las ciudades donde encontramos el mayor número de vehículos eléctricos, estas ciudades son: Madrid,

Barcelona y Valencia; por otra parte, como parte de nuestra misión también acercaremos esos puntos de repostaje eléctrico a las localidades donde sea necesario, de acuerdo con la población y el número de coches eléctricos, acercándonos así a todo el público posible.

## 6.2 DEFINICIÓN DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR.

La actividad que principalmente desarrollará ELECTROFUEL es el repostaje de vehículos eléctricos y de combustible.

Otra de las actividades que destacan a la empresa es la instalación de cargadores en domicilios particulares, parkings privados e incluso en espacios públicos. Junto con esto, destacamos nuestro servicio de posventa, mediante garantía y revisiones periódicas gratuitas, con el que se asegura que el cliente tendrá una experiencia satisfactoria con nuestro servicio.

Por último, aprovechando nuestras estaciones de servicio, ofreceremos un servicio completo a todos los conductores, con la posibilidad de tomar un snack con las máquinas de vending que se instalarán en dichas estaciones

## 6.3 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO/SERVICIO.

Las características técnicas más destacables de nuestro servicio son las siguientes: dispensadores eléctricos y de combustible separados.

Dispondremos de espacios donde esperar a que se termine la carga eléctrica, la cual no durará mucho ya que todos nuestros cargadores contarán con carga super rápida.

Por otro lado, los cargadores que instalemos a particulares destacan por su fácil instalación a la red eléctrica, y su discreción y reducido tamaño, por lo que no se convertirá en un estorbo en el garaje donde instale.

## 6.4 NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO/SERVICIO.

En todas las estaciones de servicio de ELECTROFUEL, encontraremos surtidores tanto de combustible como cargadores eléctricos con los que se cubrirá la necesidad de



repostaje de todo conductor. Esta es una de las características que nos diferencia del resto de las estaciones de servicio, las cuales no cuentan con cargadores eléctricos, con lo que además solucionamos un problema mucho más concreto, que es la escasez de cargadores para vehículos eléctricos.

La otra necesidad que trataremos de cubrir es hacer posible que un particular pueda cargar su coche o moto eléctrica en su garaje o en el garaje de la comunidad.

#### 6.5 VENTAJAS COMPETITIVAS.

ELECTROFUEL cuenta esencialmente con dos ventajas competitivas principales.

La primera de ellas es la facilidad de instalación de cargadores eléctricos en cualquier lugar que tenga acceso a la red eléctrica, ya sea un garaje particular, el parking de una comunidad de vecinos o incluso el de una empresa como un supermercado o centro comercial. Con esto lograremos que nuestros clientes disfruten de la comodidad de repostar su vehículo sin la necesidad de salir de casa.

Otra de las ventajas, la encontramos en las mismas estaciones de servicio, las existe la posibilidad de repostar cualquier tipo de vehículo, ya sea de combustible como eléctrico, y por qué no, también podrías cargar bicicletas o patinetes eléctricos.

#### 6.6 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO.

Nuestro producto más destacable será, sin duda, las gasolineras o estaciones de servicio, las cuales siguen el esquema de las gasolineras low-cost. Se trata de unas estaciones de autoservicio, donde encontramos un monitor donde se elige la cantidad que se desea repostar y donde también se realizará el pago.

Además de los surtidores eléctricos y tradicionales, encontramos unas pequeñas áreas de descanso, en las que se podrá tomar un snack antes de seguir tu viaje en carretera gracias las máquinas dispensadoras con las que contarán todas las estaciones de ELECTROFUEL.

El otro producto que distribuiremos serán los cargadores que instalemos a los clientes que contraten este servicio. Los encontramos de dos tipos, cargadores para particulares o

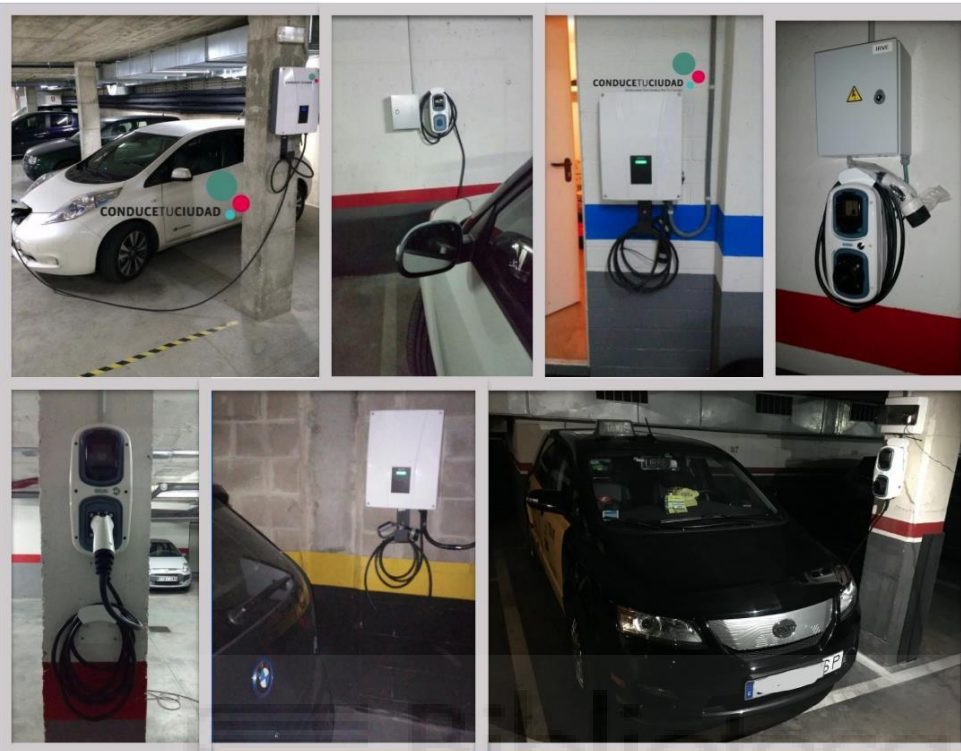
cargadores para empresas o para ser instalados en espacios públicos. Los primeros, serán de un tamaño reducido, instalados cerca de una toma de corriente, y contarán con una manguera extensible, para así ocupar el mínimo espacio posible. Los cargadores del segundo tipo contarán con una forma similar a la de un dispensador tradicional de combustible, los cuales también deberán ser instalados cerca de una toma de corriente.

**Imagen 1: Concepto de Gasolinera Eléctrica.**



Fuente: FOROCOCHESELECTRICOS.COM

## Imagen 2: Puntos de recarga particulares.



Fuente: Conducetuciudad

### 6.7 EVOLUCIÓN FUTURA DEL PRODUCTO/SERVICIO.

Nuestra visión de futuro es trabajar de la mano con la Administración Pública, ya que es uno de los principales propulsores de la movilidad eléctrica. Se trata de un reto difícil de conseguir, ya que trabajar de la mano de la Administración Pública en empresas de nueva creación es prácticamente imposible. Como ya se mencionó anteriormente, alguna de las posibles propuestas es ofrecer nuestros servicios para instalar nuestras estaciones de servicio o cargadores dentro de los mismos hangares de los autobuses eléctricos que realizan las rutas urbanas.

Otro público objetivo de nuestro servicio y productos es el sector del taxi y del alquiler de coche con conductor, esto es Uber o Cabify, donde encontramos un gran número de coches eléctricos. La forma de trabajar con este sector es mediante la instalación de una batería de puestos de recarga eléctrica en las principales paradas de taxi de las ciudades.

Sin embargo, somos conocedores de que esta clientela publica es difícil de conseguir, debido a la gran cantidad de competencia que existe ya en el sector, y la cantidad de requisitos que exige la Administración para trabajar con ellos. Por ello, nos centramos en un objetivo privado, un objetivo donde el cliente particular sea la principal referencia para evolucionar hacia un futuro donde nuestro servicio se encuentre especialmente adaptado a cada uno de ellos, un futuro de nuestro producto/servicio adaptado a las necesidades de cada persona.

## 7. PLAN DE EMPRESA

### 7.1 MODELO DE NEGOCIO: CANVAS

**SOCIOS CLAVE:** Para poder desarrollar nuestra idea de negocio debemos contar con el apoyo de diferentes socios. En primer, lugar los Ayuntamientos de las diferentes ciudades son clave para obtener licencias necesarias para poder llevar a cabo la instalación de nuestras estaciones de servicio. Otros socios de importancia son las principales gasolineras españolas, las cuales pueden contratar la instalación de un puesto de repostaje eléctrico en sus propias estaciones. Para el suministro eléctrico, deberemos establecer relaciones con empresas energéticas como Iberdrola o Endesa. Por último, para la contratación de las máquinas de vending, se contratarán con Grupo Mendoza.

**ACTIVIDADES CLAVE:** las actividades clave de este negocio, a parte del repostaje eléctrico, que es la actividad principal, son: el repostaje tradicional de gasolina o diésel, el servicio 24H de las máquinas de vending, y la instalación de puestos de repostaje a particulares. (Garajes particulares, de comunidades de vecinos, aparcamiento de Centros comerciales)

**PROPUESTA DE VALOR:** El objetivo de esta idea de negocio es cubrir la escasez de puestos de repostaje eléctrico, ya que a pesar del gran crecimiento de la movilidad eléctrica no hay un aumento de puestos de carga para estos vehículos.

**RELACIONES CON LOS CLIENTES:** Se buscará una relación de fidelidad con los clientes principalmente por dos vías, la primera es mediante descuentos, ya sea por la tradicional tarjeta de puntos (cada x depósitos/baterías llenos o cargados, se regalará 1 gratis) o por un sistema de afiliación mediante nuestra app (Compartiendo tu código de

afiliado obtendrás un descuento). Por otro lado, se busca crear una comunidad en redes sociales que fomente el uso de la movilidad eléctrica.

**SEGMENTO DE CLIENTE:** Nuestro negocio va dirigido a todo conductor ya sea de vehículo de combustión como de un vehículo eléctrico, ya sea un coche, moto, bici o patinete. Pretendemos dar un servicio de repostaje a todos los conductores.


**RECURSOS CLAVE:** Como toda gasolinera necesitaremos tener acceso a recursos como el combustible y los puestos de repostaje. Además, al ofrecer repostaje para la movilidad eléctrica necesitaremos tener buen acceso al suministro eléctrico. Por último, se contratarán máquinas de vending y de café para ofrecer un servicio completo a nuestros clientes.

**CANALES:** Para dar a conocer nuestras estaciones y servicios, optamos por la publicidad en las vallas publicitarias próximas a nuestras estaciones de servicio, así como publicidad en las principales redes sociales (Instagram, Facebook)

**ESTRUCTURA DE COSTES:** Para llevar a cabo nuestra actividad incurriremos en unos importantes costes de instalación de nuestras estaciones de servicio. En cuanto al coste de los recursos, el coste más importante será el del combustible. Otros costes de los recursos, será el alquiler de las máquinas vending.

**FUENTES DE INGRESOS:** La principal fuente de ingresos será el repostaje de combustible y de electricidad, también obtendremos ingresos de los productos que se vendan en las máquinas de vending. La instalación de puestos de recarga eléctrica a clientes particulares también supondrá una parte importante de los ingresos.

<p><b>SOCIOS CLAVE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-PRINCIPALES ESTACIONES DE SERVICIO EN ESPAÑA (CEPSA, REPSOL,BP)</li> <li>-CENTROS COMERCIALES</li> <li>-AYUNTAMIENTOS</li> <li>-PRINCIPALES EMPRESAS ENERGÉTICAS (IBERDROLA, ENDESA)</li> <li>-EMPRESAS VENDING</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-REPOSTAJE ELÉCTRICO (ACTIVIDAD CLAVE)</li> <li>-REPOSTAJE CLÁSICO(GASOLINA)</li> <li>-24H (TANTO MAQUINAS VENDING, COMO SERVICIO)</li> <li>-SERVICIO INSTALACIÓN DE ESTACIONES DE REPOSTAJE ELÉCTRICO PARA PARTICULARES</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR:</b></p> <p>ELECTROFUEL NACE CON EL OBJETIVO CUBRIR LA ESCASEZ DE ESTACIONES DE REPOSTAJE ELÉCTRICO, YA QUE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS HAN AUMENTADO LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS EN CIRCULACIÓN, PERO NO LO HA HECHO EL NÚMERO DE PUESTOS DE REPOSTAJE PARA ESTOS VEHÍCULOS.</p>	<p><b>RELACIONES CON CLIENTES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-TRATAREMOS DE ESTABLECER UNA RELACIÓN DE FIDELIDAD CON LOS CLIENTES, OFRECIÉNDOLES DESCUENTOS VÍA APP (CADA X BATERÍAS/DEPÓSITOS REPOSTADOS, SE OBTIENE 1 GRATIS), CREANDO COMUNIDAD EN LAS REDES SOCIALES PARA FOMENTARLA MOVILIDAD ELÉCTRICA.</li> <li>- EL COSTE DE ESTAS RELACIONES ES MÍNIMO.</li> </ul>	<p><b>SEGMENTO DE CLIENTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-PERSONAS CON VEHÍCULO ELÉCTRICO(PRINCIPAL)</li> <li>-PERSONAS CON VEHÍCULO NORMAL A COMBUSTIBLE</li> </ul> <p>EN DEFINITIVA, SE TRATA DE TODO CONDUCTOR QUE TENGA UNA NECESIDAD Y QUE LA PUEDA SATISFACER EN NUESTRA "GASOLINERAELÉCTRICA"</p>
--	---	---	--	---

<p><b>RECURSOS CLAVE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ELECTRICIDAD O ACCESO A SUMINISTRO ELÉCTRICO</li> <li>-COMBUSTIBLE</li> <li>-MÁQUINAS DE AUTOSERVICIO TIPO VENDING (REDUCIENDO LOS COSTES DE PERSONAL DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO)</li> </ul>	<p><b>CANVAS ELECTROFUEL</b></p> 	<p><b>CANALES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-PUBLICIDAD ESTÁTICA EN VALLAS PUBLICITARIAS</li> <li>-PRINCIPALES REDES SOCIALES (FACEBOOK, INSTAGRAM)</li> <li>-APP</li> </ul>
--	--	--

<p><b>ESTRUCTURA DE COSTES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-COSTES MÁS IMPORTANTES: INSTALACIÓN DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO ELÉCTRICO</li> <li>-RECURSOS MÁS COSTOSOS: COMBUSTIBLE</li> </ul>	<p><b>FUENTE DE INGRESOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-REPOSTAJE DE COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD</li> <li>-PRODUCTOS VENDIDOS EN LAS MÁQUINAS VENDING</li> <li>-POSIBILIDAD DE INSTALACIÓN PRIVADA DE ESTACIÓN DE SERVICIO PARTICULAR PARA CLIENTES INTERESADOS</li> </ul>
---	---

## 7.2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS-SOCIAL

**Tabla 1: Canvas social**

<b>Objetivo:</b> - Promover la compra de productos y servicios de Electrofuel para que se produzca una reducción de la contaminación en el medio ambiente.		<b>Impacto:</b> - Reducir las emisiones de gases contaminantes.		
<b>Problema:</b> - Gran emisión de gases contaminantes que provocan el empeoramiento del medio ambiente.	<b>Solución y Actividades</b> <b>Clave:</b> - Plantar árboles, de la mano de la ONG TREE-NATION	<b>Propuesta de Valor Social/ Propuesta de Valor al Cliente:</b> - Por la venta de un surtidor eléctrico particular se asignará un árbol al cliente. - Por el gasto superior a 10€, ya sea en productos o servicios, se plantará 1 árbol. - Existirá un apartado web donde ver la situación y localización de tu árbol, además de poder contribuir con más dinero para la plantación de más árboles	<b>Ventaja Diferencial:</b> - En Electrofuel no se piensa en que haya que haber algo diferencial, sino que cualquier ayuda para mejorar el medio ambiente es bienvenida.	<b>Segmentos de Cliente/ Beneficiario:</b> - Todos los clientes son beneficiados, ya que se contribuye a la mejora del medio ambiente. - Colaboradores con la causa social que se sientan partidarios de contribuir al medio ambiente.
	<b>Recursos, Socios y Actores Clave:</b> - Todos los clientes que participen de la compra de productos/servicios de Electrofuel. - TREE-NATION		<b>Canales:</b> - Publicidad en Redes Sociales. - Publicidad en Página web. - Publicidad física en las estaciones de servicio y en los surtidores.	
<b>Estructura de Costes:</b> - Costes de Publicidad. - Costes de Cubrir cupo hasta ingresos.		<b>Beneficios:</b> - Ayuda al medio ambiente - Desgravación fiscal	<b>Fuentes de Ingresos:</b> - Venta de surtidores eléctricos - Servicios de repostaje.	

Fuente: Elaboración propia

#### Objetivo:

Como objetivo principal del modelo de emprendimiento social se observa que hay que promover la compra de productos y servicios de Electrofuel para que se produzca una reducción de la contaminación en el medio ambiente, destinando una cantidad de dinero a la ONG TREE-NATION, con la intención de plantar árboles.

#### Impacto:

En este apartado es importante señalar el impacto social y los beneficios del modelo de negocio sobre la sociedad. Por ello, se define el propósito del modelo de negocio de mejorar el medio ambiente y reducir la emisión de gases contaminantes.

Como métrica de medida para analizar si se está consiguiendo el cambio social que se ha propuesto se basa en organizar un control de entrada de dinero para la causa social. Para que no haya desconfianza sobre el destino del dinero que se ingresa en la empresa Electrofuel trabajará de manera directa con TREE-NATION, para que la misma comunidad de clientes se encargue de llevar a cabo el proyecto social con la colaboración total y unánime de la empresa, mediante un sistema web de asignación y plantación de árboles a cada cliente.

#### Problema:

El principal problema de la propuesta central es la gran emisión de gases contaminantes que provocan el empeoramiento del medio ambiente. Esta emisión se verá atenuada progresivamente mediante la plantación de árboles.

#### Solución y Actividades Clave:

La solución para conseguir la propuesta de valor pasa por la plantación de árboles, de la mano de la ONG TREE-NATION.

#### Propuesta de Valor Social/ Propuesta de Valor al Cliente:

¿Cómo se pueden paliar todos los aspectos que se han ido comentando durante la explicación? Se disponen de diferentes formas de contribuir a la causa social:



- La primera forma de ayudar: por la venta de un surtidor eléctrico particular se asignará un árbol al cliente.
- La segunda forma de ayudar: por el gasto superior a 10€, ya sea en productos o servicios, se plantará 1 árbol.
- La tercera forma de ayudar es que existirá un apartado web donde ver la situación y localización de tu árbol, además de poder contribuir con más dinero para la plantación de más arboles

#### Ventaja Diferencial:

¿Ventaja diferencial? Es buena idea si lo que se pretende es ayudar a cambio de algo (prestigio, poder, incentivos); en Electrofuel no se piensa en que haya que haber algo diferencial, sino que cualquier contribución al medio ambiente, es buena. La idea de que unidos somos mejores es lo que se debe mantener para que exista una mayor cantidad de ayudas sociales.

#### Segmentos de Cliente/ Beneficiario:

Todos los clientes son beneficiados, ya que se contribuye a la mejora del medio ambiente. También se pretende que haya colaboradores con la causa social que se sientan partidarios de contribuir al medio ambiente.

#### Recursos, Socios y Actores Clave:

En este apartado se necesita la cooperación de todos los clientes que participen de la compra de productos/servicios de Electrofuel. Una vez se vayan realizando las ventas, se trabajará de la mano de TREE-NATION, para llevar a cabo esa labor social de plantar árboles, de acuerdo con las actividades establecidas anteriormente y los requisitos necesarios.

#### Canales:

- Publicidad en Redes Sociales: se utilizarán las redes sociales para comunicar a las personas la existencia de campañas a favor de la labor social. Se incentivará mediante contenido audiovisual la ayuda la mejora del medio ambiente.

- Publicidad en Página web: en la página web se describirán varios enlaces que permitan a los clientes acceder a las zonas para contribuir.
- Publicidad física en las estaciones de servicio y en los surtidores, mediante pegatinas y flyers informativos de la labor social que se esta llevando a cabo.

#### Estructura de Costes:

Los costes en los que incurre Electrofuel para la consecución de la propuesta de valor pasan por los siguientes puntos:

- Costes de Publicidad: tanto física, redes sociales y en la página web para hacer llegar a los clientes la información.
- Costes de Cubrir cupo hasta ingresos: esto significa que si por ejemplo, muchas compras no han llegado al minio de 10 € para la plantación de arboles, Electrofuel contribuirá de manera directa para llegar a ese mínimo.

#### Beneficios:

Con esta propuesta de valor, nuestra empresa contribuirá notablemnte a la mejora del medio ambiente, además de obtener una desgravación fiscal derivada de la labor social y medioambiental que está realizando.

#### Fuentes de Ingresos:

Electrofuel obtendrá ingresos de la venta de surtidores eléctricos y de los servicios de repostaje.

### 7.3 MISIÓN

Como ya hemos mencionado en algunos puntos anteriores de nuestro plan de negocio, nuestra misión se fundamenta en la satisfacción del cliente que no dispone de las facilidades necesarias para completar, ya sea las recargas de sus vehículos, o bien cualquier otra necesidad que puede tener en un momento determinado, como por ejemplo la necesidad de comida o agua. La satisfacción con el cliente junto con la mejora medioambiental son los dos pilares fundamentales de nuestro proyecto, contribuyendo además a una reducción progresiva del consumo de combustibles fósiles.

Todas estas necesidades serán satisfechas en nuestras estaciones de servicio, además de los servicios a particulares mencionados anteriormente. Nuestra empresa se basa en el cliente, por lo que nuestra misión es que sus necesidades se satisfagan de la mejor manera posible, fácil y con una gran sencillez, en nuestras superficies.

Se ha de comentar que tratamos de mejorar el medio ambiente. Por ello somos una empresa 100% comprometida con las energías renovables y especializada en los vehículos eléctricos. A raíz de ello, tratamos de evolucionar con el sector automovilístico, ya que los datos arrojan un notable crecimiento de los vehículos de este tipo en el sector.

### 7.4 VISIÓN

En todo momento hemos comentado que nuestro proyecto es un proyecto de futuro. Esto se debe a que dependemos de la evolución del sector eléctrico en el sector automovilístico. Por lo tanto, todos nuestros objetivos están planteados en un medio o largo plazo.

Con ello, establecemos una ruta a seguir, donde los objetivos a corto plazo nos harán crecer y evolucionar para así conseguir nuestros objetivos más lejanos. Así, nuestra empresa comenzará su actuación a nivel de comunidad autónoma, en concreto la Comunidad Valenciana. Nuestro deseo es que en un periodo de 5 años estemos presentes en varias comunidades autónomas, y en 10 años tener estaciones de servicio en toda España, ya que este será el ámbito en el que nuestra empresa trabajará.

No obstante, es muy fácil decir donde queremos llegar en un futuro idílico, pero debemos

comentar que no existen este tipo de estaciones de servicio como tal, por lo que se trata de un proyecto innovador y nuevo, donde tenemos la clave de nuestro éxito en un futuro no tan lejano. Ello unido al gran esfuerzo y a los conocimientos que tenemos será la herramienta para conseguir convertir ELECTROFUEL en una empresa pionera e importante dentro del sector servicios. Todas estas aptitudes unidas con nuestros colaboradores, trabajadores y clientes permitirán que esa visión de futuro se convierta en una realidad, y hacer de ELECTROFUEL una empresa ya no solo referente en el sector servicios, sino también una pionera en apostar por el uso de las energías renovables en el sector.

## 7.5 VALORES Y CULTURA

ELECTROFUEL se ha creado desde un punto de vista ambicioso, donde priman las ganas de trabajar y de mejorar cada día. Somos conscientes de que una empresa de nueva creación suele tener dificultades de estabilidad en sus primeros pasos, pero en nuestro caso no es así. Conocemos desde el primer momento dónde estamos y a dónde queremos llegar. En definitiva, somos una empresa que se ha creado en base a la creatividad de un estudiante de Derecho y ADE que pretende mejorar el medio ambiente de mano de las energías renovables.

Nuestra empresa tratará la creatividad como uno de los puntos más importantes de su estructura cultural. Para ello dispondremos de gente con una muy buena preparación personal en nuestro equipo, donde la implantación de retos u objetivos, tanto a nivel individual como grupal, consigan hacer de nuestra empresa un lugar donde nuestros empleados, además de nuestros clientes, encuentren respeto y colaboración, además de felicidad, ya que es uno de los puntos profesionales que es más difíciles de conseguir en la práctica laboral.

Todo estos valores conseguirán hacer que nuestra plantilla crezca tanto a nivel profesional como personal, evitando de cualquier forma actitudes de arrogancia, egoísmo, etc... con las que no se caracteriza nuestra empresa. Somos conscientes de que no es un proceso difícil, pero que en el momento en el que pensemos como un grupo y no individualmente, conseguiremos crear unas costumbres, unidas al compromiso y la constancia, para

conseguir tener una identidad en el sector en el que pretendemos entrar.

Por ello, queremos destacar que todos los valores y la cultura que pretendemos conseguir vendrá determinada por un proceso de contratación bastante selectivo, donde tanto las aptitudes profesionales, como personales, tendrán bastante importancia a la hora de la contratación de nuestra plantilla.

Para finalizar, hemos de mencionar que un proyecto en los que se implicará nuestra empresa será la plantación de 1 árbol por cada venta de surtidor de electricidad. Se trata de un proyecto de la mano de Tree-Nation, una organización sin ánimo de lucro que permite a ciudadanos y empresas plantar árboles en todo el mundo y compensar sus emisiones de CO2. Con ello pretendemos estrechar lazos de lealtad con nuestros clientes, y que puedan ver que con su intención de mejorar el medio ambiente se producen hechos reales que contribuyen a ello.

## 8. ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO

### 8.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO PESTEL

Para realizar un estudio sobre el entorno macroeconómico en el que se encuentra el coche eléctrico utilizaremos una de las mejores herramientas de la planificación estratégica conocida por: el modelo PESTEL. Este modelo estudia el entorno general de un mercado prestando atención a factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales. Estos factores son clave para las empresas a la hora de desarrollarse un mercado porque su vida en el mercado dependerá del impacto que generen cada uno de esos factores (CIPD, 2018)

- Dimensión Política

En el ámbito político, concretamente Teresa Ribera, ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, presentó el pasado abril la tercera edición del Plan Moves. (Moncloa, 2021). Se trata de un plan de ayudas estatales que tiene como objetivo fomentar y facilitar la incursión del coche eléctrico en España (hibridosyelectricos.com, 2020). Este plan, que tendrá validez hasta 2023 está provisto de hasta 800 millones de euros donde la compra de un coche 100% eléctrico gozará de hasta 7.000 euros de bonificación, mientras que un híbrido enchufable hará lo propio con hasta 5.000 euros.

En definitiva, desde el gobierno español quieren potenciar la compra del vehículo eléctrico, por lo que supone un dato importante para nuestra empresa. Además, la ministra destacó que el objetivo para 2023 es de 250000 vehículos eléctricos en España junto con 100000 puntos de recarga, tanto públicos como privados.

- Dimensión Económica

En el ámbito económico, España, debido a la crisis del Covid19 está en un periodo de recesión. Existe un gran volumen de desempleo y quizá la renta haya disminuido con respecto a la época sin Covid. Esto supone que sea más difícil adquirir un coche eléctrico y que nuestro servicio se vea dificultado debido a la falta de vehículos de este tipo. Sin embargo, como hemos mencionado anteriormente, el Gobierno pretende ayudar a la gente que quiera comprarse un coche eléctrico y por lo tanto está fomentando esa adquisición de vehículos que puede beneficiar a nuestro sector y en definitiva a nuestra empresa.

En concreto, factores influyentes del macroentorno como son el PIB, la tasa de desempleo, la inflación, han variado mucho durante el 2020 y el año actual. El PIB pasó de un 2% anual en 2019 a un -10.8% en 2020 debido a la pandemia. El desempleo ha aumentado con respecto a 2019 desde un 13.7% a un 16.2%. La inflación pasó en 2019 de un 4% a un -4.4% en 2020 en el sector transportes por lo que se produjo una disminución de los precios en el sector. (Diario Expansión, 2021)

- Dimensión Socio-cultural / Demográfica

Por lo que respecta al ámbito social y cultural, somos una empresa formada por gente

joven y preparada, y lo que tratamos es que nuestros clientes principales, la gente de +18 años con carné de conducir trate de evolucionar y se lance a la compra de un vehículo eléctrico, a medida que nuestra empresa se hace más presente.

Como ya hemos mencionado anteriormente, en España el uso del coche o moto es esencial para la vida diaria, por lo que en el ámbito social seremos un referente en el sector automovilístico.

También hemos de destacar que se está apostando por el uso de energía renovable y también por reciclar y cuidar el medio ambiente en nuestra cultura. Esto nos refuerza y hace que nuestra cultura y objetivo empresarial se relacione con la cultura de la sociedad general. Con ello pretendemos influir mediante nuestras campañas publicitarias y nuestras ideas de contribuir al medio ambiente en la gente joven, involucrándonos en sus hábitos de la vida diaria y que, en definitiva, contribuyan a mejorar el medio ambiente.

- **Dimensión Tecnológica**

Nuestra empresa será un referente en las estaciones de servicio con soporte eléctrico. A medida que aumentemos nuestro número de localizaciones, evolucionaremos invirtiendo en I+D sobre el mejor uso de las energías renovables, además de innovar en nuestros servicios, ya que para nosotros mejorar cada día es uno de nuestros lemas importantes.

Quizá uno de los actuales problemas, es que el conductor tradicional se muestra reticente a la adopción del vehículo eléctrico, es por ello, por lo que se apuesta más por el vehículo tradicional que por el vehículo eléctrico. Esto sucede en muchos países de Europa, pero sobre todo en España. En EE. UU. con el boom de numerosas marcas de coches eléctricos como TESLA ha servido para que esta tecnología madure, y en la que los clientes confíen. Todo ello ha permitido la evolución, la creación de nuevas tecnologías y, sobre todo, mayores niveles de información para el consumidor. En España, sin embargo, está todo un poco más atrasado, a pesar de que la evolución es bastante favorable y optimista.

- **Dimensión Ecológica/Medioambiental**

En el ámbito ecológico y medioambiental nuestra empresa está totalmente involucrada. Como hemos mencionado anteriormente, el gobierno español está apostando por el sector

de las energías renovables, y esto se debe a una gran evolución, que está llegando desde la Unión Europea, que pretende mejorar el medio ambiente, y para ello insta a los países de nuestra zona a combatir la contaminación y, sobre todo, al cambio climático.

La energía principal que usará nuestra empresa es la electricidad, un tipo de energía renovable que es capaz de reemplazar a los combustibles de forma limpia y eficiente.

- Legal

En este apartado haciendo referencia al tema de los impuestos relativos a los vehículos, vamos a comentar que en España en cuando se compra un coche eléctrico o híbrido, se está exento de pagar el impuesto de matriculación. Además, en ciudades como Madrid o Barcelona donde la contaminación es bastante importante se ha decidido hacer descuento del 75% en el impuesto de los vehículos de tracción mecánica. Esto suponen incentivos legales para la compra de dichos vehículos.

Por otra parte, las empresas también tienen ciertos beneficios fiscales en cuanto al IRPF de sus trabajadores ya que mediante la compra de vehículos eléctricos y la cesión de estos a sus empleados se pueden deducir cierta parte del IRPF de su salario.

Por último, otro beneficio que quizá puede instar a la gente a comprar vehículos eléctricos es que, en algunas ciudades, estos vehículos tienen acceso y aparcamiento gratuitos, además de poder circular por determinados carriles que tienen preferencia.

En la siguiente imagen les explicaremos, a modo de ejemplo, como es el ahorro de un coche eléctrico en relación con las tasas que han de pagar un coche de gasolina.



**Tabla 2: Comparación de tasas entre tipos de coches**

	<b>Eléctrico</b>	<b>Gasolina</b>
Precio sin impuestos	30.000 €	30.000 €
Ayuda administrativa a la compra (1)	5.000 €	0
Impuesto de matriculación (2)	0 €	1.425 €
Impuesto municipal (3)	15 €	60 €
150 horas anuales de aparcamiento en ciudad (4)	0	300 €
Total en 3 años	25.045 €	32.505 €
Total en 5 años	25.075 €	33.225 €
Ahorro eléctrico en 3 años	7.640 €	
Ahorro eléctrico en 5 años	8.150 €	

1 - Las ayudas varían según el periodo y la Comunidad Autónoma. Pueden ser mayores o menores de 5.000 €.

2 - Supuesto para un coche con un impuesto de matriculación del 4,75 %, correspondiente a unas emisiones de 120 a 160 g/km de CO<sub>2</sub>.

3 - Supuesto para ciudades con una reducción del 75% en el impuesto municipal (IVTM).

4 - Supuesto para ciudades con una tasa de aparcamiento de 2 €/hora.

\* En este cálculo no se incluyen otros ahorros del eléctrico, como menor coste de la energía y del mantenimiento.

Fuente: (EL MUNDO, 2021)

## 8.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER.

En este apartado se va a desarrollar cuales son las fuerzas competitivas en el entorno específico de nuestra empresa. En este entorno encontraremos diferentes agentes cuyas fuerzas determinan su grado de competencia y capacidad para influir en precios, costes e inversión potencial en el sector. Entre estos agentes se encuentran la competencia, los proveedores, los distribuidores y los clientes.

En primer lugar, explicaremos la gran importancia de los clientes en nuestro sector. Como en cualquier otra empresa el cliente es el elemento más importante ya que de sus compras depende nuestra supervivencia. En este sector, nuestra empresa goza de una ventaja, y es que no existe un concepto de estación eléctrica, por lo que tendremos una gran tasa de clientela a medida que nuestro proyecto se ponga en marcha. Además, con nuestros sistemas de fidelización y nuestra calidad en el servicio, serán puntos clave para la atracción de los clientes. Los clientes no tendrán un poder de negociación muy alto. Esto se debe a la limitación de alternativas en el sector del vehículo eléctrico. Sin embargo, en el sector tradicional de combustible, el cliente tendrá un poder de negociación alto, debido a la gran cantidad de alternativas que existen en el sector. En cuanto a la venta de cargadores particulares, la gran mayoría de los cargadores que hay en venta los ofrecen las marcas de los vehículos, que además son de un precio bastante elevado. Nosotros ofreceríamos unos supercargadores más rápidos y económicos que la competencia, además de su instalación y puesta en marcha, poniendo al cliente en una situación de elección.

En segundo lugar, hablaremos del poder negociador de los proveedores. En nuestro caso, los proveedores con los que contaremos serán de abastecimiento de electricidad y combustible para nuestras estaciones, de los productos esenciales de comida y/o bebida, proveedor de surtidores eléctricos, además de acuerdos con las máquinas de vending que se implantarán en nuestras estaciones. Con ello se pretende satisfacer cualquier necesidad para el cliente, centrándonos en el repostaje eléctrico, objetivo principal de nuestra empresa.

Para ello trataremos de llegar a acuerdos con empresas como Iberdrola, Endesa, etc. para conseguir un proveedor fiable y a buen precio para conseguir tener la mayor ventaja con

respecto a nuestros competidores. Por lo que respecta al combustible, el poder de negociación de estos es bajo, ya que existen muchos proveedores donde elegir para el abastecimiento de nuestra estación. En cuanto al sector eléctrico, también existen muchas compañías, por lo que estaríamos en la misma situación, ya que en ambos casos la diferencia de precios entre proveedores es ínfima. Por último, en cuanto a los proveedores de supercargadores, tenemos poco poder de negociación porque somos una empresa nueva y nuestros pedidos serán limitados, además de que existen pocos proveedores que suministren el tipo de supercargadores que queremos vender.

En tercer lugar, la competencia en este sector se centra en puestos eléctricos insuficientes para el cliente. Para ello, tratamos de adelantar a la competencia mediante la creación de más estaciones de servicio eléctricas que vaya de la mano con precios realmente asequibles para el cliente, y con una capacidad de fidelización importante. Nuestra principal competencia se centra en las empresas de combustión como CEPSA, REPSOL, BP, que están empezando a implantar puntos de recarga eléctricos en sus estaciones. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, estos puntos son insuficientes de acuerdo con el crecimiento del sector, por lo que trataremos de suplir la necesidad de aquellos clientes que lo necesiten. Además, en nuestro plan de negocio también contemplamos la implantación de surtidores de combustibles low-cost en nuestras estaciones, que como ya hemos mencionado en puntos anteriores, serán eliminados a medida que el sector del vehículo avance.

Por último, pero no por ello menos importante, vamos a comentar los diferentes productos sustitutivos que existen en el mercado. Debemos mencionar que los principales productos sustitutivos con los que nos enfrentaremos serían las estaciones de carga gratuitas, que tienen limitada su potencia, que se encuentran en supermercados como Mercadona que hemos mencionado anteriormente, en centros comerciales como el Aljub aquí en Elche, y quizá algunos puntos que se están implantando en gasolineras que son muy escasos. Por otra parte, en cuanto a las barreras de entrada, la principal barrera de entrada en el sector se trata de la gran inversión inicial que es necesaria para llevar a cabo nuestra actividad.

Finalmente, en cuanto a las barreras de salida, nos encontramos con una gran facilidad si decidiéramos terminar nuestra actividad, existiendo la posibilidad de realizar el traspaso

de la gasolinera eléctrica a otra cadena más grande o a un particular

### 8.3 MATRIZ DAFO/CAME

A continuación, realizaremos una valoración de la oportunidad de mercado para nuestro proyecto.

**Tabla 3: Matriz DAFO**

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Negocio nacional</li> <li>-Empresa nueva (incertidumbre)</li> <li>-Servicio/venta sujeta a la compra de vehículos eléctricos.</li> <li>-Cliente NO fidelizado</li> <li>-Sin experiencia emprendedora</li> <li>-Recursos económicos limitados</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Empresas que ofrecen productos y servicios muy semejantes.</li> <li>-Posibilidad de que proveedores no nos tengan como primera opción.</li> <li>-Negocio joven</li> <li>-Incertidumbre del entorno (Covid19)</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Atención 24 horas 7 días a la semana</li> <li>-Valores medio ambientales.</li> <li>-Gran cantidad de recursos humanos</li> <li>-Precios competitivos</li> <li>-Valores y cultura de plantilla.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ayudas políticas.</li> <li>-Tendencia del sector al crecimiento</li> <li>-Mayor uso redes sociales</li> <li>-Marca España (referente en vehículos eléctricos)</li> <li>-Posibilidad de expansión en medio-largoplazo en toda España.</li> <li>-Competencia sin experiencia</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### Análisis CAME:

Una vez tenemos la información del DAFO, intentaremos mediante el análisis de nuestro mercado ver qué posibilidades de actuación tenemos y que estrategia seguir.

Primero debemos corregir las debilidades que provienen del interior de nuestra empresa. Uno de los puntos más importantes puede que sea la limitación de los recursos económicos, por lo que nuestra estrategia a seguir sería implantar una buena optimización de recursos para conseguir esa supervivencia en el sector, mediante una búsqueda y diversificación de los principales gastos de nuestra empresa.

En segundo lugar, por lo que respecta a las fortalezas, hemos de potenciar aquello que nos hace diferentes, que es la posibilidad de recargar tu vehículo en gasolineras eléctricas, lo que nos elevaría por encima de nuestra competencia y nos reforzaría como empresa. La estrategia para seguir sería por ejemplo la digitalización de nuestra empresa mediante la aplicación y la amplia gama de recursos que ofrece esta herramienta electrónica. Con ello pretendemos convertir aquellas debilidades en fortalezas, ya que la implantación de ese sistema digital nos hará estar un paso por delante de la competencia.

En tercer lugar, debemos de explotar nuestras oportunidades, aprovechando aquellos huecos de mercado y errores de la competencia. Nuestra estrategia consistirá en hacernos visibles en canales online, como RRSS o anuncios publicitarios, además de confirmar que nuestra competencia no tiene tanta experiencia en el sector en el que queremos entrar.

Una posible estrategia relacionada con el producto es la alianza/colaboración con Ecowash en Elche para que los clientes puedan cargar el coche y lavarlo sin agua. Se trata de una alianza con una empresa que trabaja de manera sostenible, llevando a cabo un servicio ecológico de lavado de vehículos.

Por último, la principal amenaza de nuestra empresa es que el entorno turbulento en el que nos encontramos, además de que el sector está creciendo y las grandes empresas son conscientes de ello, por lo que nuestra empresa podría considerarse una segunda opción si estas deciden implantar esta actividad en sus estaciones. Por ello tratamos de crear una identidad con nuestra marca y sobre todo, el reconocimiento en redes sociales, mediante la digitalización y diversificación de nuestra actividad, siempre desde el punto de vista de contribuir con el medio ambiente.

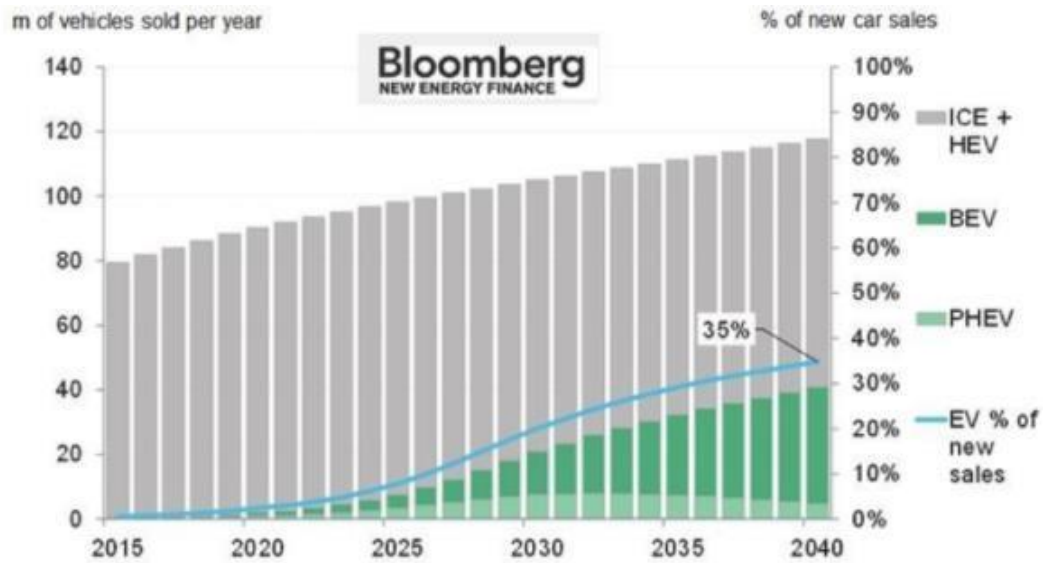
#### 8.4 ANÁLISIS DEL SECTOR. SITUACIÓN DEL SECTOR ACTUAL.

Como podemos observar de los puntos anteriores, el sector automovilístico eléctrico, es un sector que se encuentra en pleno crecimiento. Es cierto que nuestro país está muy lejos de países como Noruega, donde los números de vehículos electrificados han superado en ventas a los vehículos térmicos. Sin embargo, España es uno de los países que tiene mayor potencial comparándose con otros países europeos comparables.

Según empresas como NISSAN, el número de vehículos eléctricos en España puede aumentar hasta la cifra de 60000 unidades. Se trata de un número considerable ya que, como hemos comentado en apartados anteriores, España contaba con menos de 40000 unidades.

En cuanto al tamaño de mercado, nos basamos en los coches que hay en España, 29M, de ellos eléctricos o híbridos, 39900, que como hemos mencionado anteriormente, se han duplicado su venta respecto a 2019. Se trata de un mercado de competencia monopolística donde la entrada sería factible, ya que hay muchas empresas hoy en día de bajo coste, con mucha demanda, y donde no vemos esa idea de negocio que queremos plasmar en esta empresa.

**Figura 7: Previsión venta vehículos eléctricos hasta 2040**



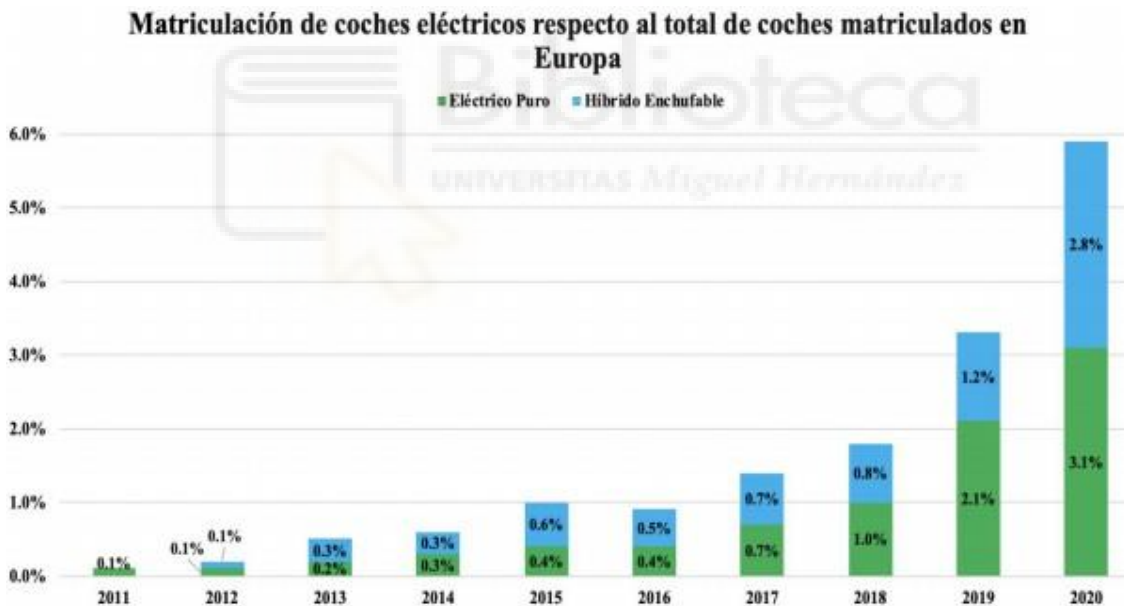
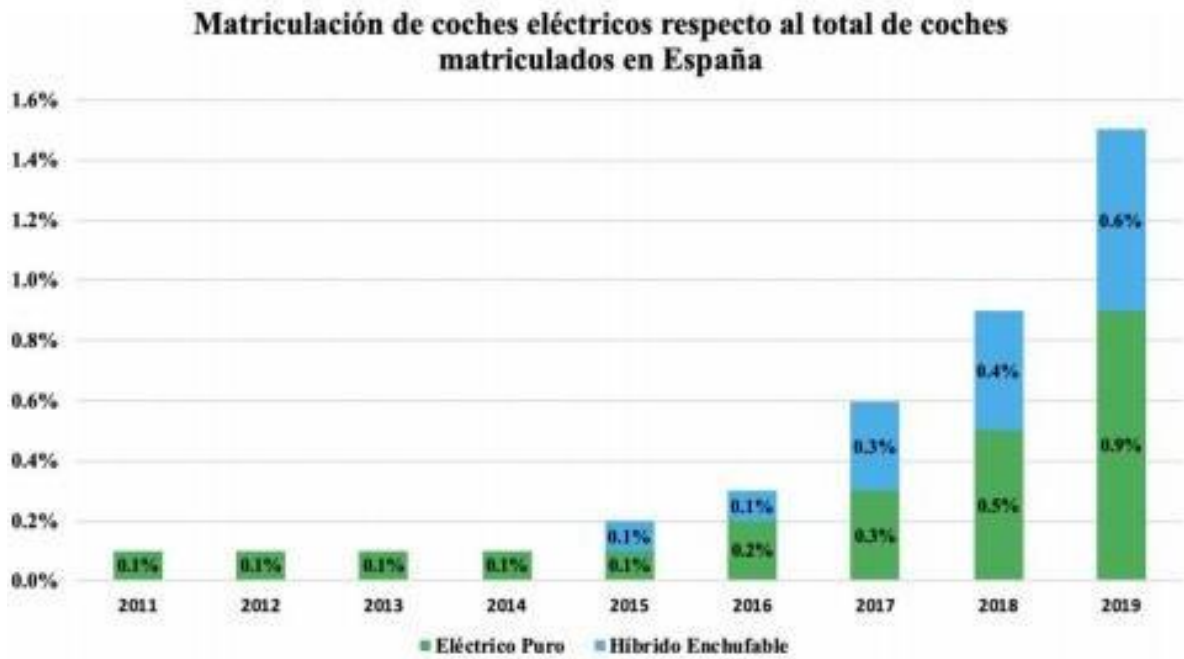
Relación de la previsión de los vehículos eléctricos vendidos y el porcentaje de nuevas ventas: térmicos combustión interna + híbridos (ICE+HEV), Eléctricos (BEV), Híbridos Pug-in (PHEV) y % de nuevas ventas de eléctricos (EV).

Fuente: Bloomberg



Además, este mercado cada vez resulta más atractivo para los conductores, por lo que en la siguiente gráfica se puede observar ese aumento de matriculación de coches eléctricos respecto al total de coches eléctricos en Europa y España, según la EUROPEAN ALTERNATIVE FUELS OBSERVATORY, que se trata de una institución europea que estudia el uso o la tendencia de vehículos que utilizan combustibles alternativos al combustible fósil.

**Figura 8 y 9: Evolución de matriculación de coches eléctricos en España y Europa**



Fuente: EUROPEAN ALTERNATIVE FUELS OBSERVATORY

Ambas gráficas tienen en cuenta que existe un crecimiento en el sector automovilístico eléctrico, pero, en lo que atañe a nuestra empresa, vamos a explicar el análisis del sector de las estaciones de servicio con puntos eléctricos, tomando como referencia la localidad de residencia del fundador de la empresa.



### **Imagen 3: Búsqueda sobre puntos de recarga en Google Maps en nuestra geográfica**

Fuente: (Google Maps)



En la anterior imagen se puede observar cómo sí existen puntos de recarga en la localización buscada. Se trata de puntos de recarga dispersos y localizados en las zonas donde se acumula mayor población. Esto demuestra que el sector está activo y que cada vez existen más puntos. Sin embargo, nosotros nos centraremos en localizaciones donde no existe grandes masas de población para poder acercar estos servicios a todos aquellos que los necesiten. Además, se ha de tener en cuenta que en todo este mapa aparecen estaciones de carga, que no estaciones de servicio, que son las que nuestro proyecto propone, y que además creemos que puede ser un punto diferencial con el resto de las estaciones.

#### **8.5 ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMPETENCIA.**

El objetivo de este apartado es confirmar que nuestro proyecto tiene viabilidad desde el punto de vista comercial. Por ello determinaremos si existe una oportunidad para nuestro producto/servicio en el mercado que ya hemos descrito en los apartados anteriores.

En primer lugar, procederemos a definir el mercado al que se dirigirá nuestra oferta comercial ya descrita en nuestro documento, donde delimitaremos el mercado potencial y así identificar las posibles variables del entorno al que va dirigido nuestro proyecto. Con

ello pretendemos conocer la competitividad de las empresas que operan en nuestro mercado y, en definitiva, cuáles son los factores que determinan la competitividad de nuestro entorno.

En segundo lugar, determinaremos el tamaño del mercado, cuál es su tendencia y el comportamiento de compra de los clientes para así caracterizar la demanda posible de nuestro proyecto. Con ello conseguiremos analizar si existe una cuota de mercado potencial para nuestro proyecto, caracterizando con ello la oferta.

Por último, analizaremos cuales son nuestros clientes potenciales, además de comparar si existe una demanda potencial determinada por la oferta, y así valorar si nuestro proyecto tiene oportunidad de mercado en el sector.

#### 8.5.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.

Para comenzar, nuestra empresa se dirige al mercado nacional en un principio. En este mercado, el uso de coche o moto es esencial en la vida diaria. Por lo tanto, el transporte es necesario, y en la mayoría de las familias hay entre 1 y 3 coches.

Nuestra empresa tiene en mente un futuro en el que todos los vehículos sean eléctricos. Por ello queremos evolucionar de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes. Nuestra idea es empezar con una estación de servicio básica que venga acompañada con estaciones de recarga eléctrica para ese tipo de vehículos. Y con nuestro objetivo principal de ayudar al medio ambiente, nos comprometemos a ir eliminando las estaciones de combustible de nuestras estaciones a medida que aumente el número de vehículos eléctricos. Con este compromiso, destacamos que, según la revista *Motorpasión* en el año 2020 se vendieron el doble de vehículos eléctricos matriculados en 2019, por lo que se trata de un mercado en expansión en España. Además, muchas empresas automovilísticas están apostando por este tipo de vehículos, por lo tanto, vemos un gran futuro en este sector.

#### 8.5.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR.

En relación con el cliente, nos centramos en tres opciones. La primera es el cliente de toda la vida que reposta su vehículo en una estación de servicio. Este cliente verá necesario

repostar en cualquier estación de servicio, pero desde nuestra empresa, trataremos de convencerle mediante la implantación de sistemas de fidelización y de repostaje baratos, además de la creación de la app, donde existirán numerosos descuentos. En segundo lugar, el cliente con vehículo eléctrico, que no dispone de medios para poder cargar su vehículo, y para ello ponemos a su disposición nuestros servicios. En España, somos el segundo país de Europa que tiene más coches eléctricos, y, además, el primero en número de matriculaciones en 2020, como muestra el *European Alternative Fuels Observatory*. Y, en tercer lugar, la Administración Pública, con la integración de vehículos eléctricos en el transporte público, o en cualquier otro ámbito.

Uno de los sectores principales podría ser el sector de los TAXIS, o vehículos con conductor (UBER, CABIFY, entre otros). En este sector, existe, con el paso del tiempo, la tendencia al uso de vehículos eléctricos, debido al gran kilometraje de ellos en vía urbana, y en zonas céntricas de ciudades, donde en muchos casos solo se permite el uso de dichos vehículos eléctricos, por lo que se podrían convertir en uno de los principales clientes para nuestra empresa. Al ser eléctricos, y disponer de puntos de recarga económicos, aumentará el número de vehículos de este tipo, a medida que aumenta el sector eléctrico de la conducción, que como ya sabemos, está en crecimiento.

Además, los vehículos públicos como los autobuses, también podrían ser un sector interesante, ya que la mayoría también son eléctricos. Este, podría ser uno de los objetivos a largo plazo para la empresa, pudiendo ofrecer nuestro servicio en un futuro en las propias sedes de los vehículos públicos de este tipo.

#### 8.5.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA.

Es cierto que nuestro sector está determinado por el avance en el sector de los vehículos eléctricos. Algunas empresas como Iberdrola o Cepsa están instaurando puntos de recarga en varios puntos de las principales ciudades de España. Además, otras empresas como Mercadona también están implantando puntos de recarga en algunas de sus superficies donde existe la posibilidad.

**Imagen 4: Mercadona situado en Zona Martínez Valero (Elche)**



Fuente: Elaboración propia

Por ello queremos destacar que tenemos también una especie de “competencia indirecta” donde también podemos encontrar posibles clientes, ya que podemos establecer convenios con estas empresas y trabajar juntos para conseguir ese objetivo común de mejorar el medio ambiente, pilar fundamental de nuestro proyecto.

Nuestra empresa, como ya hemos mencionado quiere servir de punto de conexión entre cliente y necesidad. Conocemos que puede existir ciertas dificultades en la entrada al mercado, porque actualmente se encuentra dividido entre muy pocas empresas, pero consideramos que sí existe esa oportunidad de negocio. Todo esto unido al auge del mercado automovilístico eléctrico puede hacer que nuestra oferta de servicios, junto con las facilidades y seguridad que proporcionaremos a nuestros clientes puede ser fundamental para hacernos hueco en el mercado.

Como conclusión a este apartado, he elaborado 2 fichas de 2 empresas que cumplen con las características para ser consideradas competidoras cuando nuestra empresa comience con su actividad.

**Tabla 4: Ficha técnica de competencia Aquavatio**

<b>Dominio web</b>	https://www.aquavatio.com/
<b>Propietario</b> <b>Localidad /</b> <b>País</b>	CALLE CASIOPEA, 59 03006.- ALICANTE ESPAÑA
<b>Presencia internacional</b> (webs otros países/idiomas)	NO, PRESENCIA REGIONAL
<b>Descripción de productos</b>	<p>INSTALACIÓN DE PANELES SOLARES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• INSTALACIÓN FOTOVOLTAICA (CONECTADA A RED)</li> <li>• INSTALACIÓN FOTOVOLTAICA(AISLADA)</li> <li>• INSTALACIÓN FOTOVOLTAICA(AUTOCONSUMO)</li> <li>• INSTALACIÓN TERMO SOLAR (PARA AGUA CALIENTE)</li> </ul> <p>INSTALACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PUERTAS AUTOMÁTICAS</li> <li>• PUNTOS DE RECARGA ELÉCTRICOS</li> </ul>
<b>Formato de productos</b>	DISTRIBUCIÓN, INSTALACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS
<b>VENTAJAS DE ELECTROFUEL RESPECTO A AQUAVATIO, S.L.</b>	<p>-NUESTRA PRESENCIA SERÁ PROGRESIVA HACIA EL ÁMBITO NACIONAL</p> <p>-PRECIOS MÁS COMPETITIVOS</p> <p>-SOMOS PARTE DE PROYECTOS ECO-AMBIENTALES</p> <p>-ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR DEL VEHÍCULO ELÉCTRICO</p>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5: Ficha técnica de competencia Ibil**

<b>Dominio web</b>	https://www.ibil.es/
<b>Propietario</b> <b>Localidad /</b> <b>País</b>	ESPAÑA, INGLATERRA y PORTUGAL
<b>Presencia internacional</b> (webs                    otros países/idiomas)	ESPAÑA y EUROPA
<b>Descripción de productos</b>	-CREACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE RECARGA DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS -INFRAESTRUCTURA DE RECARGA POR TODA ESPAÑA -PLATAFORMA WEB DE SERVICIOS
<b>Formato de productos</b>	DISTRIBUCIÓN, INSTALACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
<b>VENTAJAS DE ELECTROFUEL RESPECTO A IBIL</b>	-DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS -PRECIOS MÁS COMPETITIVOS -SOMOS PARTE DE PROYECTOS ECO-AMBIENTALES -CAPTACIÓN DE NUEVO MERCADO DE CLIENTES

Fuente: Elaboración propia

Estas fichas se han elaborado con el objetivo de comparar 2 empresas con diferente localización y espacio de actuación, para conocer cuál es la situación competencial que se encontrará nuestra empresa, tanto en el ámbito nacional como en el ámbito regional.

## 9. PLAN DE MARKETING.

### 9.1 POLÍTICA DE PRODUCTO.

Con nuestro producto principal, que son las estaciones de servicio, haremos de ellas un lugar agradable y acogedor diferenciándonos del resto de estaciones de servicio, esto lo conseguiremos con las ya mencionadas áreas de descanso o incluso con un área de juegos para los niños.

De cara al futuro, en la fase de crecimiento de este producto, y con el objetivo de seguir diferenciándonos del resto de estaciones, ofreceremos la posibilidad de lavar el coche con el túnel de lavado ecológico, la alternativa verde al tradicional túnel de lavado. Este servicio se llevaría a cabo mediante una cooperación con la empresa ilicitana Ecowash. Se trata de una empresa de Lavado de Vehículos Sin Agua, por lo que seguiríamos contribuyendo al medio ambiente mediante el ahorro de agua, mediante productos de limpieza ecológicos además de innovadores.

En cuanto al otro producto o servicio de ELECTROFUEL, la instalación de cargadores, destacarán por la calidad del material empleado y su diseño, que será discreto y de tamaño reducido. Otros aspectos de este producto son la rápida instalación y su servicio postventa gratuito, y la garantía de por vida. Características que mejoran significativamente la experiencia de compra del cliente.

La estrategia a seguir cuando el producto entre su fase de crecimiento será la introducción al mercado de un modelo de cargador con dos mangueras, con el que se podrá cargar un vehículo y una moto a la vez, por ejemplo. Además, si nuestra empresa alcanza puntos de venta destacables, tenemos pensado adaptar estos surtidores para patinetes, bicicletas, etc. y así cumplir con las necesidades de esos clientes.

## 9.2 POLÍTICA DE PRECIO.

En cuanto a la política de precios, hemos de diferenciar los diferentes productos o servicios que prestaremos.

En primer lugar, en las estaciones de servicio encontraremos:

- El combustible, gasolina o diésel, el precio se fijará en base a los precios de las gasolineras low-cost cercanas a nuestras estaciones. El precio de venta se adecuará para realizar una competencia con respecto a dichas gasolineras.
- La electricidad, el precio de esta será de 0,45€ por kWh, algo inferior al resto de puesto de carga que encontremos, para así incentivar el uso de nuestras estaciones.

- En cuanto a la instalación de cargadores, el precio incluyendo el cargador, la mano de obra e IVA, oscilará entre los 1000€ y 1500€ dependiendo de la potencia de este, la cual depende de la capacidad de carga del vehículo en cuestión.

Además, nuestros sistemas de fidelización a base de descuentos otorgarán a nuestros clientes unas ventajas económicas que no tendrán en otras estaciones de servicio.

Los sistemas de fijación de precios que hemos empleado en nuestra política vienen determinados por los precios de las estaciones, tanto de combustible como eléctricas, con las que hemos comparado nuestra actividad y las consideramos una competencia para nuestra empresa. Nuestra principal estrategia inicial será intentar adecuar los precios para conseguir clientes rápidamente. Sin embargo, esto nos provocará no tener beneficios hasta el último mes del año.

### 9.3 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

A la hora de ubicar nuestras estaciones de servicio atenderemos a las zonas donde encontramos el mayor número de clientes objetivos, estas zonas en España son Madrid, Barcelona y en especial, la Comunidad Valenciana.

La vinculación con los clientes será directa puesto que no habrá intermediarios entre nosotros y ellos. Por ello la longitud del canal es corta.

De cara al futuro, se podría dar una distribución de tipo asociativo a través de centros comerciales que instalen nuestros cargadores eléctricos, o incluso empresas energéticas de nueva creación con las que podríamos asociarnos que oferten nuestros cargadores.

### 9.4 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Para la comunicación de nuestros productos y servicios se utilizarán diferentes instrumentos:

- **Creación de Aplicación:** cuyas características serán
  - Disponible tanto para Android e iOS
  - La app tendrá formato de Blog informativo, sin embargo, también obtendremos feedback de los clientes.



- El registro en la app será con RRSS o con Google
- Gestionada por el equipo de desarrollo independiente de ELECTROFUEL.
- El idioma será el español y el inglés.
- Las notificaciones push serán de forma segmentada en función de la actividad del usuario.
- Disponibilidad de chat en tiempo real para resolver las dudas más frecuentes, mediante la extensión Smartsupp.
- Geolocalización, mapas con nuestras estaciones de servicio, rutas...
- Los usuarios de la app podrán interactuar escribiendo blogs sobre movilidad eléctrica.

- **Marketing directo:**

- Mailing: gracias a la base de datos que se genere mediante Mailchimp, que registra el número de usuarios de nuestras redes sociales y usuarios registrados en nuestra app, se realizará un mailing donde se comunique nuevas aperturas, ofertas o cualquier novedad.
- Distribución de flyers publicitarios: un medio útil y barato para dar a conocer las próximas aperturas y ofertas.

- **Publicidad:**

- Vallas publicitarias cercanas a las estaciones de servicio.
- Anuncios en las principales revistas de motor o de movilidad eléctrica.
- Anuncios en las emisoras de radio de las localidades donde se encuentren las estaciones de servicio.

- **Redes sociales:** Las redes sociales y los anuncios que en ellas se encuentran, serán una buena herramienta para la comunicación de la empresa.

Por un lado, utilizaremos las herramientas de publicidad de las mismas redes sociales, a destacar Instagram Ads y Facebook ads.

## Imagen 5: Redes sociales



Fuente: Google imágenes

○ Por otro lado, también nos daremos a conocer mediante Marketing de influencers del mundo del motor.

- **Promoción de ventas:**

- PLV, publicidad en el lugar de venta, las estaciones de servicio serán un punto ideal para promocionar nuestro servicio de instalación de cargadores eléctricos, ya que allí encontremos a nuestro público objetivo, el conductor de vehículo eléctrico.

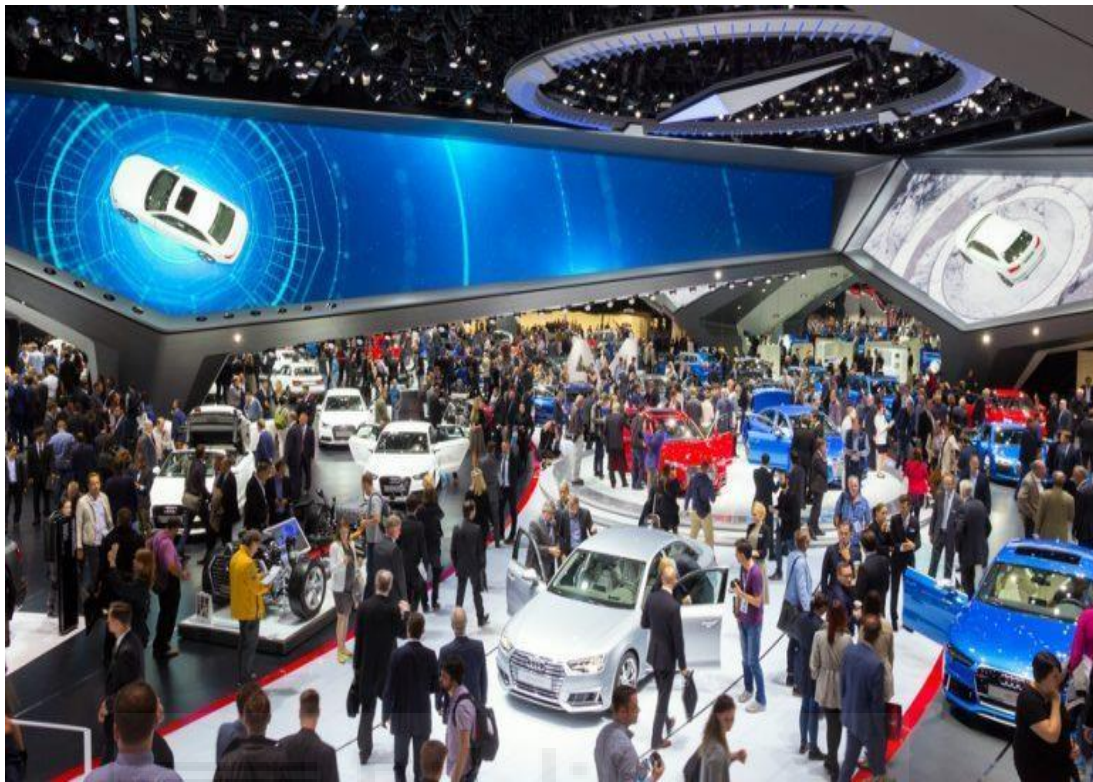
- Diferentes ofertas:

- Cupones de descuento para canjear en las estaciones de servicio abiertas recientemente

- Reembolso de una parte del precio pagado, por ejemplo, si se gasta más de 40€, se reembolsará un tanto por ciento para la siguiente carga.

- Participación en diferentes ferias del motor y de la movilidad eléctrica.

**Imagen 6: Feria de motor y movilidad eléctrica 2019**



Fuente: Motorpasion.com



## 9.5 CONTROL DE MARKETING Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Encontramos aquí herramientas útiles para examinar si las políticas de promoción y marketing son eficientes o no.

### Redes Sociales

A partir de las redes sociales podemos conocer datos sobre el comportamiento de nuestros seguidores, analizarlos y gestionar nuestras cuentas para que sean lo más eficientes y consigan el máximo alcance posible.

Para ello usaremos la herramienta *Hootsuite*, la cual nos proporcionará datos (para Instagram, por ejemplo) como:

- Datos generales de seguidores: género, edad, demografía.
- Interacciones con las Stories: número de veces compartidas, reacciones o si son contestadas.
- En cuanto a las publicaciones, número de "me gusta", de veces de compartidas, comentarios y la franja horaria donde más alcance tienen.
- Análisis de los hashtags con más gancho.

Analizando estos datos podremos ver si de la forma que se ha llevado a cabo la gestión de las redes sociales ha tenido el alcance deseado o no.

### Control de información en la web

Periódicamente se harán análisis de los datos que se generen por la actividad de los usuarios en internet en general, en estos estudios se tendrá en cuenta datos como:

- Palabras más buscadas
- Palabras con más gancho
- Páginas más buscadas
- Comportamiento del usuario en general

Con estos datos se pretende hacer un estudio del comportamiento del principal cliente de ELECTROFUEL.

La forma de hacer estos estudios son varias, nosotros usaremos la herramienta gratuita de Google Analytics.

#### Control de satisfacción del cliente.

Para asegurar que la experiencia de compra del cliente sea óptima, los clientes tendrán a su disposición tanto en las estaciones de servicio como en la app, un apartado para valorar el servicio e incluso hacer sugerencias.

Por otro lado, como ya se mencionó, hemos de mencionar aquí el servicio de post venta que viene incluido en el precio de la instalación de los cargadores.

### 10. PLAN DE OPERACIONES.

El proceso de operaciones de nuestra empresa Electrofuel va dirigido, por un lado, al servicio de repostaje de vehículos tanto eléctricos como de combustible. Por otro lado, la empresa también se encargará de la instalación de puestos de recarga, ya sea cargadores individuales como puede ser para un garaje particular o una serie de cargadores para empresas, centros comerciales, etc.

#### 10.1 ESTRATEGIA.

La misión de la empresa junto con el análisis del mercado al que nos dirigimos, el cual se encuentra en pleno auge nos permite definir las ventajas competitivas que podemos aprovechar y como posicionar nuestro negocio.

En cuanto a la estrategia de operaciones, sus objetivos se desglosan directamente de la estrategia global de la empresa: acelerar el proceso de transición hacia la movilidad eléctrica.

Para el análisis de los objetivos de operaciones nos centraremos en 5 aspectos básicos que influyen en todo el plan de operaciones.

Coste: del análisis de la estructura de costes, observamos que el grueso de esta se encuentra al inicio de la actividad, ya que deberemos construir la primera de nuestras estaciones de servicio. Por lo que respecta a los demás servicios o productos, su coste no

tendrá mayor importancia puesto que al tratarse de venta e instalación de cargadores, no se necesitará de un tiempo para rentabilizar ese coste.

Calidad: Una de nuestras prioridades es la de la calidad, tanto del servicio en las estaciones, para ello se buscará que el proceso de autoservicio de estas estaciones sea lo más fácil posible para nuestros clientes, contando para ello de unos monitores intuitivos que expliquen el funcionamiento del dispensador. Por otro lado, en cuanto a los cargadores será una exhaustiva búsqueda de los mejores cargadores para que el cliente obtenga una buena calidad de servicio.

Entregas e instalación: Por lo que respecta a la entrega e instalación de cargadores, se realizará por personal propio de la empresa para asegurar de que se trabaja de acuerdo a nuestros valores.

La flexibilidad y el servicio: Para lograr la mejor experiencia de servicio del cliente, ofreceremos flexibilidad en el horario de las estaciones de servicio, las cuales permanecerán abiertas 24 horas al día. Por otro lado, ofreceremos un eficaz servicio post venta, para que en caso de que nuestros clientes tengan cualquier problema con el producto adquirido, pueda solucionarse en el menor tiempo posible.

## 10.2 CONTROL DE CALIDAD.

Nuestra visión en cuanto a la calidad es ser reconocidos como la empresa líder en la calidad de nuestros productos y servicios, basándonos con nuestro compromiso compartido con una cultura de cumplimiento y mejora continua de nuestros procesos, que realce el valor para el cliente como para el equipo directivo.

Para ello contaremos con dos tipos de controles de calidad, un externo y otro interno.

En cuanto al control externo, nos referimos a controles realizados por auditorías externas a nuestra empresa que supervisen que nuestros sistemas de gestión de seguridad, calidad y medio ambiente superen los estándares. Estas auditorías serán llevadas a cabo por la Asociación Española de normalización y Certificación, AENOR. La cual será la

responsable de certificar que cumplimos con normativas tales como ISO 9001 (Gestión de Calidad) o ISO 14001 (Gestión ambiental).

El control de calidad interno, contaremos con un Sistema de gestión de Calidad Corporativo integrado en todas las actividades que realizaremos. Esto permite identificar que productos aportan más valor a nuestros clientes y mejorarlos basándonos en sus opiniones.

### 10.3 PLANIFICACIÓN E INFRAESTRUCTURAS. MATERIAS PRIMAS Y SUMINISTROS.

Para el desarrollo de nuestra actividad, nuestro gerente de compras tendrá que ponerse en contacto con distintos proveedores para abastecernos de productos suficientes para cubrir las necesidades de nuestros clientes, ya que nuestra empresa como hemos dicho anteriormente se dedica a distribuir los productos y a prestar servicios.

Para el desarrollo de nuestra actividad, dispondremos de 3 infraestructuras. La primera se trata de un local situado en el polígono de Altabix de Elche, en la calle SABADELL N.º 13. Este local cuenta con 200m<sup>2</sup> para poder almacenar nuestros supercargadores, además de servir de oficina para nuestra empresa.

En segundo lugar, alquilaremos una parcela en la zona del PARQUE EMPRESARIAL de Torrellano. Esta parcela constará de 2500 m<sup>2</sup>, donde instalaremos nuestra GASOLINERA ELÉCTRICA.

## Imagen 7: Concepto Gasolinera Eléctrica



Fuente: BP industries

En tercer y último lugar, nuestra marca tendrá un punto de recarga en el parking del edificio Altabix en la UMH, con un terreno de 100m<sup>2</sup> cedido por la propia universidad, a coste cero.

En cuanto a las materias primas, realmente nuestra empresa no produce, pero sí presta un servicio de instalación y venta, por así decirlo, de distribución de súper cargadores. Por lo tanto, tendremos un proveedor de súper cargadores y esa será nuestra única materia prima con la que deberíamos contar.

En cuanto a los suministros que necesitarán nuestra empresa, la luz y el agua serán importantes a la hora de cuantificar que suministren necesitaremos. Por otra parte, necesitaremos conexión a internet fija que será contratada por la empresa tanto para el local, como para las gasolineras eléctricas que se vayan poniendo en funcionamiento a medida que avance nuestro proyecto.

Por último, dentro de los suministros directos para el servicio de repostaje de gasolinera, tendremos en cuenta ambos combustibles, diésel y gasolina, además de la conexión



eléctrica de alta potencia con la que nuestros súper cargadores tendrán la capacidad de recargar los vehículos con la menor duración posible.

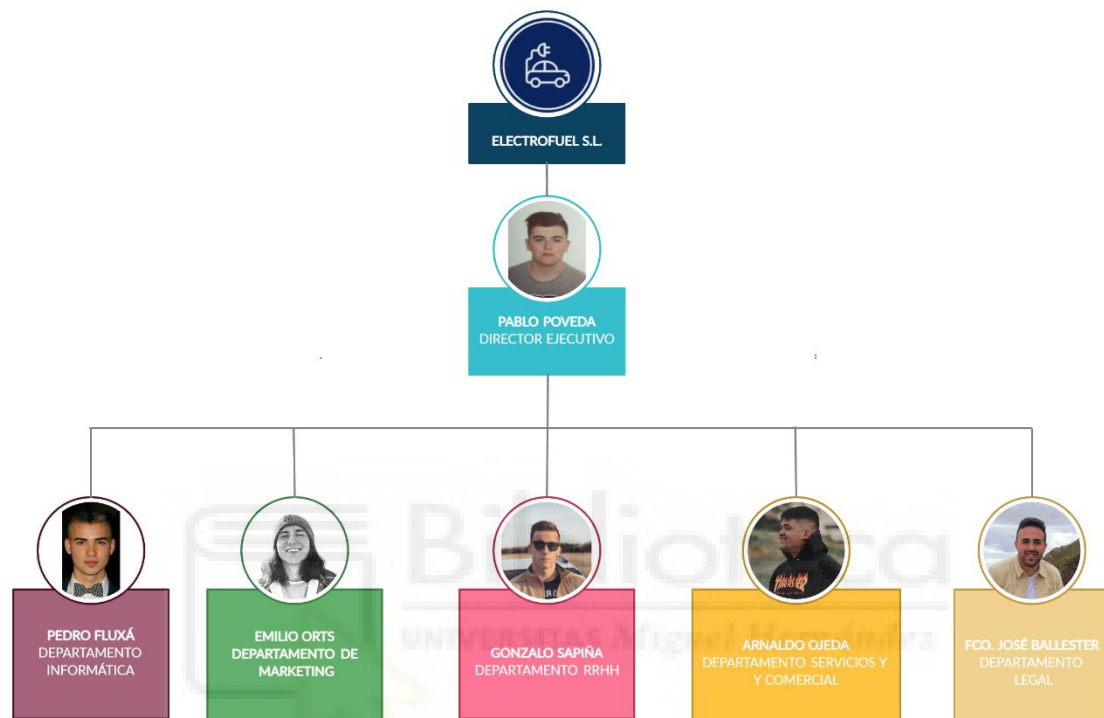
Los costes de estos últimos dos suministros deberán ser cuantificados y su coste dependerá del número, tanto de litros de combustible con los que nuestra empresa comenzará su actividad, que se suministrarán en grandes cantidades, además de la cantidad de electricidad, donde intentaremos llegar a contratos con empresas de suministro eléctrico como Endesa, Iberdrola, etc... para abaratar costes y aumentar ingresos.



## 11. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

### 11.1 ORGANIGRAMA

#### Imagen 8: Organigrama Electrofuel



Fuente: Elaboración propia

### 11.2 PROMOTOR Y PERSONAL NECESARIO.

Después de tratar diversos campos dentro del proyecto (aspecto económico, competitivo, comercial, financiero, técnico) es conveniente tratar el plan de recursos humanos, donde se estudia y se realiza una correcta gestión del personal, importante para el correcto funcionamiento de una empresa.

Dicha gestión del personal comienza por la atribución de las funciones a cada uno de los miembros de la empresa, informar de nuestra política de la empresa, aspectos salariales y todo lo que tenga que ver con las necesidades de los trabajadores para poder formar un entorno agradable para el correcto funcionamiento de la empresa.

La empresa estará constituida por 1 socio fundador, además de una plantilla con los trabajadores necesarios para poner en funcionamiento nuestro amplio número de actividades. Para ello necesitaremos un número no muy amplio de trabajadores, que será

regulado en base a los resultados obtenidos en los primeros períodos de trabajo (demanda, eficiencia, trabajo en grupo, capacidad de respuesta a los problemas que surjan...)

Inicialmente tendremos:

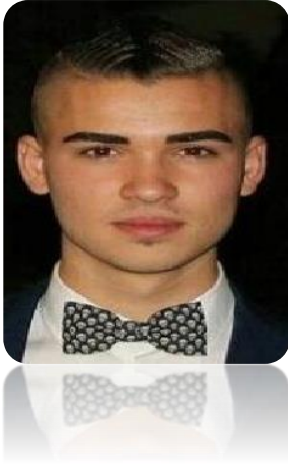


**Pablo Poveda** a cargo de la administración y gestión de la empresa. Socio fundador, se encargará del control ejecutivo. Licenciado en Derecho y ADE por la Universidad Miguel Hernández.



**Arnaldo Ojeda:** asignado al área comercial, encargándose de la relación con clientes y proveedores. Sus funciones son la gestión de pedidos de supercargadores, trato y atención con el cliente, ya sea vía email o telefónica, además de visitas y reuniones con proveedores. Supervisión de puntos de repostaje y control de calidad de nuestros servicios. Además, será la persona encargada del almacén.

En este cargo se comprenden funciones como la gestión de carga y descarga, gestión de los productos del almacén (stock), preparación de pedidos, control de existencias, mantenimiento y controles periódicos de la maquinaria. Estas tareas se realizarán con apoyo de trabajadores que serán contratados por la empresa. Graduado en un módulo superior de logística y transporte, además de ser técnico superior en prevención de riesgos laborales.



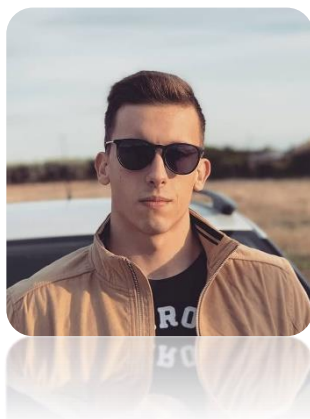
**Pedro Fluxá:** se encargará de los servicios informáticos y electrónicos de la empresa. Sus funciones son la tramitación de pedidos de supercargadores. También se encargará del correcto funcionamiento y el desarrollo de la aplicación que pondremos a disposición del cliente cuando nuestra empresase lance. También atenderá servicio técnico de supercargadores.

Ingeniero informático por la Universidad Miguel Hernández, con 3 años de experiencia en el sector de las energías renovables, en la empresa Perleta Energía Solar S.L.



**Emilio Orts:** se encargará de dar visibilidad a nuestra empresa y marca, realizando tareas publicitarias. Además, será el encargado de manejar y coordinar las estrategias de venta de nuestra empresa. Su principal objetivo será posicionar a la empresa en un punto importante del mercado para conseguir ventas e ingresos lo más rápido posible.

Doble titulación en marketing y publicidad por la Universidad CEU, además de máster en Marketing y Gestión Comercial por EAE Business School (Barcelona)



**Gonzalo Sapiña:** será el encargado de buscar, organizar, contratar y motivar a nuestros empleados. Se trata de una figura que tendrá bastante presencia en nuestra empresa, ya que como hemos mencionado en puntos anteriores, además de las habilidades personales, la relación entre los trabajadores son puntos importantes para nuestra empresa.

Titulado en Administración y Dirección de empresas por la Universidad Complutense de Madrid, Máster Oficial en Recursos Humanos: Organización y Gestión del Talento por la Universidad Camilo José

cela, además de contar con 2 años de experiencia en la empresa Volvo con sede en Punta Umbría.



**Francisco José Ballester:** se encarga de la elaboración de normas, la representación legal ante conflictos o litigios, juicios y negocios. Cumple, función de defensa y protección de los intereses de la empresa ante hechos contractuales que puedan afectarla. Su tarea es preservar el marco legal de la actividad de la compañía con funciones preventivas, evaluadoras, mediadoras, normalizadoras, adecuadoras y llegado el caso, estratégica ante demandas, defensiva y patrocinadora legal ante conflictos.

Titulado en Derecho y Ade por la Umh, máster en asesoría jurídica por la Umh, y 3 años de experiencia los servicios jurídicos del FCBarcelona.

### 11.3 SISTEMAS DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL.

Las personas mencionadas anteriormente tendrán un puesto fijo en la empresa.

Además, en el caso de que fuera necesario y a medida que la empresa avance, se subcontratará a las personas necesarias para llevar a cabo las tareas relacionadas con la gestión de nuestros establecimientos, mediante una ETT.

## 12. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

### 12.1 INTRODUCCIÓN.

ELECTROFUEL S.L, tiene previsto comenzar su actividad en enero de 2023. En este plan económico-financiero hemos analizado cual será la situación de nuestra empresa durante los 3 primeros años, contemplando todos aquellos recursos aportados por el fundador, y con una imagen realista de la actividad de nuestra empresa en un futuro no muy lejano.

### 12.2 HIPÓTESIS CONTEMPLADAS.

Como hemos mencionado anteriormente, mostraremos en las siguientes páginas datos gráficos sobre el comportamiento realista de nuestra empresa, además de adjuntar 2 archivos Excel de cómo se encontraría nuestra empresa desde una posición optimista y pesimista.

A continuación, procedemos a explicar nuestro plan realista económico- financiero de ELECTROFUEL. En el plan económico-financiero que presentamos, contemplamos 4 familias de productos que ya hemos mencionado anteriormente en nuestro plan de negocio; estos son la venta de combustible, la venta de recargas eléctricas con súpercargadores, las máquinas vending y, por último, el servicio de distribuidor de súpercargadores a particulares.

#### 12.2.1.1 INVERSIONES PREVISTAS Y PLAN DE AMORTIZACIÓN.

Nuestra empresa tiene previsto un activo inicial cercano a los 71000€, de los cuales 20000€ corresponden al disponible del primer año de actividad de la empresa.

Tanto la parcela donde se instalará la gasolinera eléctrica, como el local de funciones, responderán a un leasing financiero de 30000€ al año. Para el inicio de la actividad, se solicitará un préstamo a l/p de 5795€.

**Tabla 6: Activo ELECTROFUEL**

Concepto	Inversión		Base Imponible		% IVA Soportado	Importe IVA
	Importe	%	Aportación	Adquisición		
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>41.300</b>	<b>58%</b>				
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>	<b>16%</b>				
Terrenos y bienes naturales	0				10%	0
Edificios y construcciones	0				10%	0
Instalaciones	0				21%	0
Maquinaria	0				21%	0
Uillaje, Herramientas,...	200			200	21%	42
Mobiliario	500			500	21%	105
Elementos de transporte	10.000		10.000		21%	0
Equipos informáticos	600			600	21%	126
Otro Inmovilizado Material	0				21%	0
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>	<b>42%</b>				
Aplicaciones Informáticas				700	21%	147
Arrendamientos Financieros	30.000			30.000		
Otro Inmovilizado Inmaterial	0				21%	0
<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>				
Fianza de la parcela	0					0
<b>Gastos Amortizables</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>				
De primer establecimiento	0				21%	0
De constitución	0				21%	0
<b>Total Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>42%</b>				
<b>Existencias Iniciales</b>	<b>7.500</b>	<b>11%</b>				
COMBUSTIBLE	5.000			5.000	21%	1.050
ELECTRICIDAD	2.500			2.500	21%	525
MAQUINA VENDING	0				21%	0
SERVICIO DISTR/VENTA	0				21%	0
0	0				21%	0
0	0				21%	0

0	0				21%	0
0	0				21%	0
<b>Realizable</b>	<b>1.995</b>	<b>3%</b>	<b>10.000</b>	<b>39.500</b>		<b>1.995</b>
Hacienda Pública IVA soportado	1.995					
<i>Cientes (*)</i>						
<i>Otros Deudores (*)</i>						
<b>Tesorería inicial / Disponible</b>	<b>20.000</b>	<b>28%</b>				
<b>Total Activo</b>	<b>70.795</b>	<b>100%</b>				

Fuente: Elaboración propia

#### 12.2.1.2 FUENTES DE FINANCIACIÓN.

Como se ha mencionado anteriormente, la empresa tendrá un capital inicial de 25000€ y todo el montante inicial de inversiones hacen un total de 70795€. Dentro de este montante la empresa solicitará un préstamo y así obtener 5795€ en concepto de crédito a largo plazo, que se pagará a un plazo de 10 años. Esto permitirá a la empresa disponer de la solvencia y liquidez suficiente hasta que comience a tener beneficios.

**Tabla 7: Pasivo ELECTROFUEL**

	<b>Importe</b>	<b>%</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>35.000</b>	<b>49%</b>
Capital	25.000	35%
Reservas		0%
Resultados del periodo		0%
Aportaciones no dinerarias	10.000	14%
Subvenciones		0%
<b>Recursos Ajenos</b>	<b>35.795</b>	<b>51%</b>
Créditos Largo Plazo	35.795	51%



Acreeedores L.P. Financieros	5.795	8%
Acreeedores L.P. Leasing	30.000	
<i>C/c Socios y Administradores(*)</i>		
Otros Acreeedores L.P.		0%
Créditos a Corto Plazo	0	0%
Acreeedores C.P. Financieros		0%
Acreeedores Comerciales		
<i>Salarios a Pagar (*)</i>		
Otros Acreeedores C.P.		0%
<b>Total Pasivo</b>	<b>70.795</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8: Cuadro de inversiones ELECTROFUEL**

Concepto	Estimación Inicial	2.023	2.024	2.025
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>41.300</b>	<b>36.858</b>	<b>32.415</b>	<b>27.867</b>
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>
<b>A.A.I.M.</b>		<b>1.860</b>	<b>3.720</b>	<b>5.580</b>
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>
<b>A.A.I.I.</b>		<b>2.582</b>	<b>5.165</b>	<b>7.853</b>
<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Gastos Amortizables Netos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>80.649</b>	<b>91.707</b>	<b>92.673</b>
<b>Existencias</b>	<b>7.500</b>	<b>7.500</b>	<b>8.100</b>	<b>8.505</b>
<b>Realizable</b>	<b>1.995</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Tesorería</b>	<b>20.000</b>	<b>73.149</b>	<b>83.607</b>	<b>84.168</b>
<b>Total Inversión</b>	<b>70.795</b>	<b>117.507</b>	<b>124.122</b>	<b>120.540</b>

Fuente: Elaboración propia

### 12.2.1.3 PREVISIÓN DE VENTAS E INGRESOS.

En este apartado se hará una previsión de ventas, lo que viene a ser una estimación o aproximación, por lo que no podremos definir con exactitud las cifras de esta previsión. Nuestra previsión de ventas se ha basado en datos reales proporcionados por una conocida estación de servicio de Elche, desde donde partimos en nuestro primer año con un nivel inferior de ventas que ésta, ya que no tenemos clientes y tenemos que poner en funcionamiento nuestra estación de servicio. A raíz de ello conseguiríamos el punto muerto dónde observar cuál es el nivel de ventas previsible para nuestra empresa en cierto modo inferior al de una gasolinera que ya está consolidada en el sector.

De este modo, nuestra previsión de ventas para la estación de servicio, la cual incluye la venta de combustible y recargas eléctricas, es conservadora en los primeros meses de la actividad, ya que estimamos que harán falta unos meses para darnos a conocer. Sin embargo, obtendremos unas ventas constantes desde enero, consistentes en el alquiler de una parte de nuestro espacio para la colocación de una máquina expendedora o tipo vending.

Por lo que respecta al otro servicio de venta e instalación de puntos de recarga, sigue la misma línea, así que consideramos que deberán pasar algunos meses en los que se hará hincapié en la promoción de este servicio mediante campañas de publicidad para llegar a ver las primeras ventas.

Como conclusión a este apartado, comentaremos el porcentaje de las ventas de cada producto sobre el total de ventas:

- Combustible 29%
- Carga eléctrica 61%
- Máquinas vending 0.49%
- Servicio distribuidor 10%

**Tabla 9: Pronóstico de ventas**

Ventas	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
COMBUSTIBLE	Unidades	1.000	1.000	2.000	7.000	7.000	8.000	5.000	3.000	6.000	6.000	10.000	11.000	67.000
	1,50	1.500	1.500	3.000	10.500	10.500	12.000	7.500	4.500	9.000	9.000	15.000	16.500	100.500
ELECTRICIDAD	Unidades	250	2.000	5.000	7.000	5.400	7.000	8.100	8.100	8.100	8.100	10.800	10.800	80.650
	1,20	300	2.400	6.000	8.400	6.480	8.400	9.720	9.720	9.720	9.720	12.960	12.960	96.780
MAQUINA VENDING	Unidades	10	30	27	50	60	45	70	54	63	80	90	100	679
	1,00	10	30	27	50	60	45	70	54	63	80	90	100	679
SERVICIO DISTR/VENTA	Unidades	0	0	0	1	0	1	1	0	2	2	4	7	18
	1.400,00	0	0	0	1.400	0	1.400	1.400	0	2.800	2.800	5.600	9.800	25.200
<b>Total</b>		1.810	3.930	9.027	20.350	17.040	21.845	18.690	14.274	21.583	21.600	33.650	39.360	223.159

Fuente: Elaboración propia.

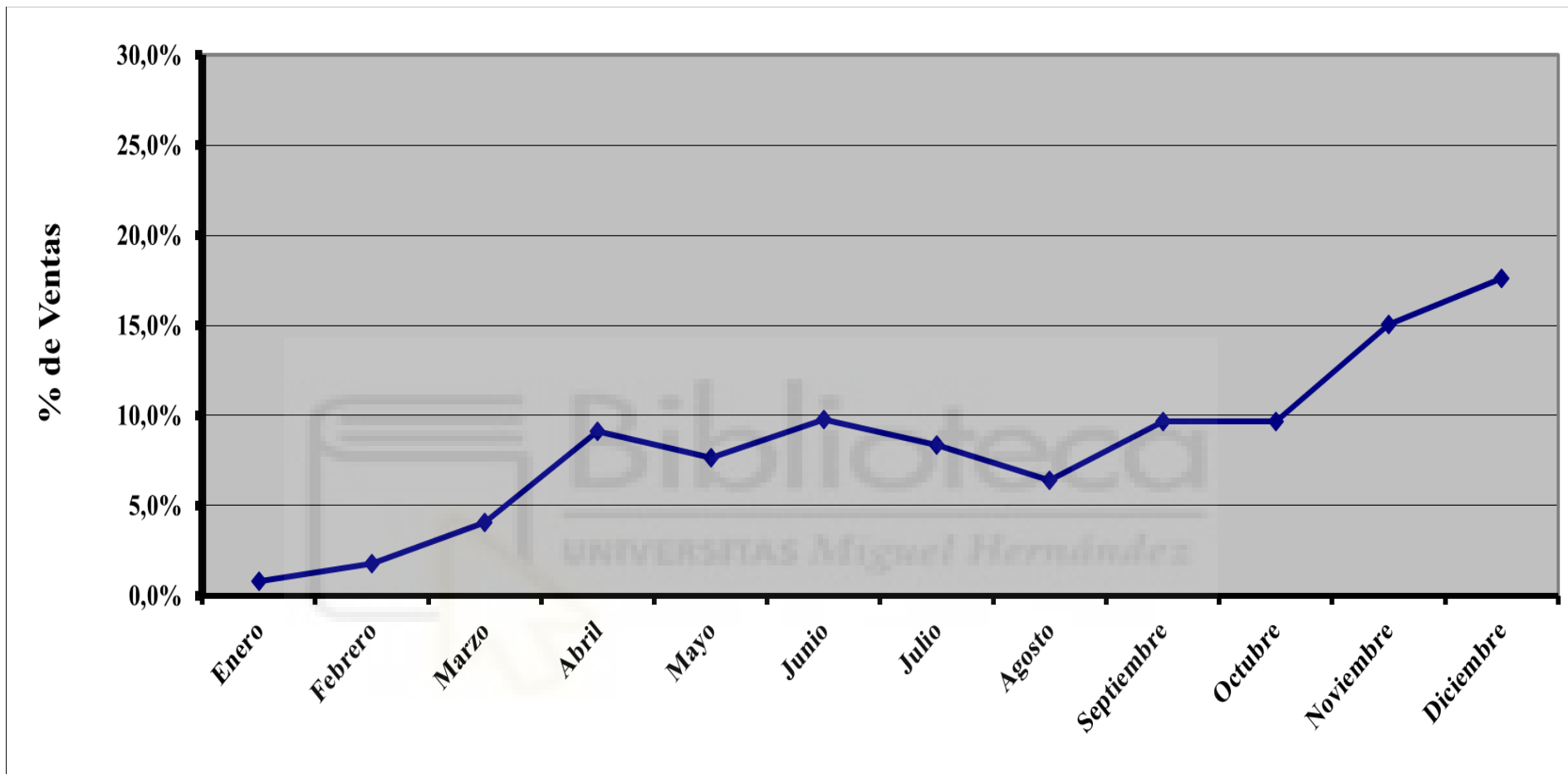
**Tablas 10 y 11: Estacionalidad de ventas y Estructura de Ventas y Márgenes ELECTROFUEL**

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
Porcentaje	0,8%	1,8%	4,0%	9,1%	7,6%	9,8%	8,4%	6,4%	9,7%	9,7%	15,1%	17,6%	100,0%

Producto	Ventas	% s / Ventas	Costes Variables	% s / Costes	Margen Bruto	% margen s / Ventas	% margen s / total
<b>COMBUSTIBLE</b>	100.500	45%	60.300	72%	40.200	40%	29%
<b>ELECTRICIDAD</b>	96.780	43%	12.098	15%	84.683	88%	61%
<b>MAQUINA VENDING</b>	679	0%	0		679	100%	0,49%
<b>SERVICIO DISTR/VENTA</b>	25.200	11%	10.800	13%	14.400	57%	10%
<b>Totales</b>	<b>223.159</b>	<b>100%</b>	<b>83.198</b>	<b>100%</b>	<b>139.962</b>	<b>63%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Figura 10: Estacionalidad de ventas ELECTROFUEL durante el primer año**



Fuente: Elaboración propia

#### 12.2.1.4 ESTIMACIÓN COSTES VARIABLES Y FIJOS

##### 12.2.1.4.1.1 COSTES VARIABLES

Podemos definir este tipo de coste como el directamente relacionado a los servicios que ofrecemos, por lo que conforme aumenten las ventas de estos, también lo harán los costes variables. Sin embargo, dentro de nuestras ventas e ingresos, vemos que las que los ingresos por las máquinas vending no tienen gastos afectos.

La descripción de los gastos variables será la siguiente

- o Combustible, el precio de adquisición de este, incluyendo el precio de comprar y el impuesto a los hidrocarburos que está entre 40 y 43%, es de 0.90€/litro.
- o Energía eléctrica para la carga de vehículos, está deberá ser contabilizada en Kilovatios (kWh). Su precio con impuestos ya incluido es de 0,15€/kWh.
- o Cargadores eléctricos disponibles para su venta e instalación, el precio de estos oscila entre los 500€ y 700€ dependiendo del modelo, por lo que coste medio para la empresa se ha fijado en 600€ por cargador.

##### 12.2.1.4.1.2 COSTES FIJOS

Estos son los costes que permanecen fijos durante todo el año, independientemente del nivel de ventas. A destacar:

- Arrendamientos: 2500€ al mes
- Prima de seguros: 2000€ al mes
- Material de oficina: 100€ al mes
- Publicidad: 200€ al mes
- Suministro de luz, agua, teléfono...: 300€ al mes

**Tabla 12: Pronóstico de costes variables ELECTROFUEL**

Costes Variables	Coste	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
COMBUSTIBLE	0,90	900	900	1.800	6.300	6.300	7.200	4.500	2.700	5.400	5.400	9.000	9.900	60.300
ELECTRICIDAD	0,15	38	300	750	1.050	810	1.050	1.215	1.215	1.215	1.215	1.620	1.620	12.098
MAQUINA VENDING	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SERVICIO DISTR/VENTA	600,00	0	0	0	600	0	600	600	0	1.200	1.200	2.400	4.200	10.800
Total Compras	Total	938	1.200	2.550	7.950	7.110	8.850	6.315	3.915	7.815	7.815	13.020	15.720	83.198
Costes varios	1%	18	39	90	204	170	218	187	143	216	216	337	394	2.232
Otros COSTES VAR.	Total	18	39	90	204	170	218	187	143	216	216	337	394	2.232

Fuente: Elaboración propia

## 12.3 ESTADOS FINANCIEROS PREVISIONALES:

### 12.3.1.1 CUENTAS DE RESULTADOS PREVISIONALES:

A modo de resumen, los datos a destacar de las cuentas de resultados previsionales para el ejercicio de 2023 serían los siguientes:

Ventas: observamos un aumento paulatino de ventas hasta el 3º cuatrimestre del año, donde a partir de aquí consideramos que el nivel de ventas puede aumentar considerablemente. Este margen bruto de ventas alcanza la cifra de 137730€ a final de año, representando un 62%.

En cuanto a los gastos de explotación, a final de año se habrá incurrido en un total de 121823€, representando un 55%.

Sobre los resultados durante el año, observaremos pérdidas durante los 3 primeros cuatrimestres, siendo a partir de septiembre cuando dejaremos de ver números rojos, llegando a final de año con un resultado antes de impuestos de 14777€.

De cara a los siguientes ejercicios, se espera una variación positiva del 8% de las ventas en el año 2024 y otra del 5% para las ventas de 2025. El 8% vendrá relacionado con la fase de crecimiento de nuestra empresa durante el segundo año y el 5 por ciento se debe a un período de estancamiento, donde nuestra empresa seguiría teniendo un crecimiento en ventas, pero inferior al del año anterior.



**Tabla 13: Cuenta PyG ELECTROFUEL**

Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	%
Ventas	1.810	3.930	9.027	20.350	17.040	21.845	18.690	14.274	21.583	21.600	33.650	39.360	223.159	100%
Costes variables de compra y venta	956	1.239	2.640	8.154	7.280	9.068	6.502	4.058	8.031	8.031	13.357	16.114	85.429	38%
Coste de la M.O.D.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>854</b>	<b>2.691</b>	<b>6.387</b>	<b>12.197</b>	<b>9.760</b>	<b>12.777</b>	<b>12.188</b>	<b>10.216</b>	<b>13.552</b>	<b>13.569</b>	<b>20.294</b>	<b>23.246</b>	<b>137.730</b>	62%
Sueldos y Salarios	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000	19%
Cargas Sociales	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	13.638	6%
Tributos: IAE, IBI, ...	543												543	0%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600	2%
Servicios de profesionales indep.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Material de oficina	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200	1%
Publicidad y propaganda	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400	1%
Primas de Seguros	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000	11%
Trabajos realizados por otras empresas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mantenimiento y reparación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Arrendamientos	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000	13%
Varios		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Dotación Amortizaciones	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	4.442	2%
Otros Gastos Explotación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Total Gastos Explotación</b>	<b>10.650</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>121.823</b>	55%
Res. Ordi. antes Int. e Imp. (B.A.LL)	-9.795	-7.416	-3.720	2.090	-347	2.670	2.081	110	3.446	3.462	10.187	13.140	15.907	7%
Ingresos Financieros													0	
Gastos Financieros	14	112	110	108	106	104	101	99	97	95	93	91	1.130	1%
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-14</b>	<b>-112</b>	<b>-110</b>	<b>-108</b>	<b>-106</b>	<b>-104</b>	<b>-101</b>	<b>-99</b>	<b>-97</b>	<b>-95</b>	<b>-93</b>	<b>-91</b>	<b>-1.130</b>	-1%
Res. Ordi. antes Imp. (B.A.L)	-9.810	-7.528	-3.830	1.982	-453	2.566	1.980	10	3.348	3.367	10.094	13.049	14.777	7%
+ - Res. Extraordinarios													0	
<b>Resultado del Periodo antes Imp.</b>	<b>-9.810</b>	<b>-7.528</b>	<b>-3.830</b>	<b>1.982</b>	<b>-453</b>	<b>2.566</b>	<b>1.980</b>	<b>10</b>	<b>3.348</b>	<b>3.367</b>	<b>10.094</b>	<b>13.049</b>		
<b>Res. Acumulado Ejercicio a/Imp.</b>	<b>-9.810</b>	<b>-17.338</b>	<b>-21.168</b>	<b>-19.186</b>	<b>-19.638</b>	<b>-17.072</b>	<b>-15.092</b>	<b>-15.082</b>	<b>-11.733</b>	<b>-8.366</b>	<b>1.728</b>	<b>14.777</b>		7%
<b>Beneficio Bruto:</b>	<b>14.777</b>													
			<b>Provisión Impuestos:</b>			<b>3.694</b>			<b>Beneficio Neto:</b>		<b>11.083</b>			

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 14: Análisis cuenta PyG ELECTROFUEL**

Conceptos	2.023	% / Ventas	2.024	% / Ventas	Variación	2.025	% / Ventas	Variación
<b>Ventas Netas</b>	<b>223.159</b>	<b>100%</b>	<b>241.012</b>	<b>100%</b>	<b>8,0%</b>	<b>253.062</b>	<b>100%</b>	<b>5,0%</b>
Costes variables de compra y venta	85.429	38%	92.263	38%	8%	96.877	38%	5%
Coste de la M.O.D.	0		0		4%	0		4%
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>137.730</b>	<b>62%</b>	<b>148.748</b>	<b>62%</b>	<b>8%</b>	<b>156.186</b>	<b>62%</b>	<b>5%</b>
Sueldos y Salarios	42.000	19%	56.800	24%	1%	71.000	28%	1%
Cargas Sociales	13.638	6%	18.285	8%	1%	22.856	9%	1%
Tributos: IAE, IBI, ...	543	0%	550	0%	1%	557	0%	1%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	3.600	2%	3.647	2%	1%	3.694	1%	1%
Servicios de profesionales indep.	0		0		1%	0		1%
Material de oficina	1.200	1%	1.216	1%	1%	1.231	0%	1%
Publicidad y propaganda	2.400	1%	2.431	1%	1%	2.463	1%	1%
Primas de Seguros	24.000	11%	24.312	10%	1%	24.628	10%	1%
Trabajos realizados por otras empresas	0		0		1%	0		1%
Mantenimiento y reparación	0		0		1%	0		1%
Arrendamientos	30.000	13%	30.390	13%	1%	30.785	12%	1%
Dotación Amortizaciones	4.442	2%	4.443	2%	0%	4.548	2%	2%
Otros Costos Explotación	0		0		4%	0		4%
<b>Total Gastos Explotación</b>	<b>121.823</b>	<b>55%</b>	<b>142.074</b>	<b>59%</b>	<b>17%</b>	<b>161.763</b>	<b>64%</b>	<b>14%</b>
<b>Res. Ordí. antes Int. e Imp.</b>	<b>15.907</b>	<b>7%</b>	<b>6.675</b>	<b>3%</b>	<b>-58%</b>	<b>-5.578</b>	<b>-2%</b>	<b>-184%</b>
Ingresos Financieros	0		0		0%	0		0%
Gastos Financieros	1.130	1%	916	0%	-19%	592	0%	-35%
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-1.130</b>	<b>-1%</b>	<b>-916</b>	<b>0%</b>	<b>19%</b>	<b>-592</b>	<b>0%</b>	<b>35%</b>
<b>Res. Ordí. antes Imp. (B.A.I.)</b>	<b>14.777</b>	<b>7%</b>	<b>5.758</b>	<b>2%</b>	<b>-61%</b>	<b>-6.170</b>	<b>-2%</b>	<b>-207%</b>
+ - Res. Extraordinarios	0		0		0%	0		0%
<b>Resultado antes de Impuestos</b>	<b>14.777</b>	<b>7%</b>	<b>5.758</b>	<b>2%</b>	<b>-61%</b>	<b>-6.170</b>	<b>-2%</b>	<b>-207%</b>
Provisión Impuestos	3.694	2%	1.440	1%		0	0%	-100%
<b>Resultado del Periodo</b>	<b>11.083</b>	<b>5%</b>	<b>4.319</b>	<b>2%</b>	<b>-61%</b>	<b>-6.170</b>	<b>-2%</b>	<b>-243%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 12.3.1.2 BALANCES PREVISIONALES

En los balances previsionales para los siguientes años de actividad observamos una reducción del activo fijo o no corriente, debido a la amortización del inmovilizado, como puede ser el loca y la superficie de la que disponemos.

Sin embargo, observamos un aumento en el activo circulante, a consecuencia de posteriores aumentos en la cantidad de existencias y tesorería.

Por otro lado, en la otra parte del balance hemos de destacar:

- Un aumento en los recursos propios como consecuencia de aumentos en las reservas y la obtención de beneficios.
- En cuanto al pasivo no corriente, observamos una disminución a lo largo de los años como consecuencia de la amortización del crédito a largo plazo.
- Por último, vemos un aumento del pasivo corriente, por un lado, debido a la existencia de deudas a corto plazo por acreedores comerciales por el normal ejercicio de nuestra actividad y, por otro lado, deudas por acreedores por Hacienda Pública.

**Tabla 15: Balances Previsionales ELECTROFUEL**

	2.023		2.024		2.025		2.026	
	€	%	€	%	€	%	€	%
<b>Activo Fijo</b>	<b>41.300</b>	<b>58,3%</b>	<b>36.858</b>	<b>36,1%</b>	<b>32.415</b>	<b>33,6%</b>	<b>27.867</b>	<b>34,7%</b>
Inmovilizado Material Neto	11.300	16,0%	9.440	9,2%	7.580	7,8%	5.720	7,1%
Inmovilizado Inmaterial Neto	30.000	42,4%	27.418	26,8%	24.835	25,7%	22.147	27,6%
Inmovilizado Financiero	0		0		0		0	
Gastos Amortizables Netos	0		0		0		0	
<b>Activo Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>41,7%</b>	<b>65.321</b>	<b>63,9%</b>	<b>64.154</b>	<b>66,4%</b>	<b>52.415</b>	<b>65,3%</b>
Existencias	7.500	10,6%	7.500	7,3%	8.100	8,4%	8.505	10,6%
Realizable	1.995	2,8%	0		0		0	
Tesorería	20.000	28,3%	57.821	56,6%	56.054	58,0%	43.910	54,7%
<b>Total Activo</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>102.179</b>	<b>100,0%</b>	<b>96.570</b>	<b>100,0%</b>	<b>80.282</b>	<b>100,0%</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>35.000</b>	<b>49,4%</b>	<b>46.083</b>	<b>45,1%</b>	<b>50.402</b>	<b>52,2%</b>	<b>44.232</b>	<b>55,1%</b>
Capital	35.000	49,4%	35.000	34,3%	35.000	36,2%	35.000	43,6%
Reservas	0		0		11.083	11,5%	15.402	19,2%
Pérdidas y Ganancias del Ejercicio	0		11.083	10,8%	4.319	4,5%	-6.170	-7,7%
Subvenciones	0		0		0		0	
<b>Pasivo Exigible a largo Plazo</b>	<b>35.795</b>	<b>50,6%</b>	<b>26.242</b>	<b>25,7%</b>	<b>16.475</b>	<b>17,1%</b>	<b>6.385</b>	<b>8,0%</b>
Financiación Largo Plazo	5.795	8,2%	-1.176	-1,2%	-8.360	-8,7%	-15.762	-19,6%
Otros Acreedores (leasing)	30.000	42,4%	27.418	26,8%	24.835	25,7%	22.147	27,6%
C/c de Socios y Administradores	0		0		0		0	
<b>Pasivo Exigible a Corto Plazo</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>29.854</b>	<b>29,2%</b>	<b>29.692</b>	<b>30,7%</b>	<b>29.665</b>	<b>37,0%</b>
Entidades de Crédito	0		0		0		0	
Acreedores Comerciales	0		15.720	15,4%	16.978	17,6%	17.826	22,2%
Salarios a Pagar	0		0		0		0	
Otros Acreedores (H.P.)	0		14.134	13,8%	12.715	13,2%	11.839	14,7%
<b>Total Recursos Permanentes</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>72.325</b>	<b>70,8%</b>	<b>66.877</b>	<b>69,3%</b>	<b>50.617</b>	<b>63,0%</b>
<b>Total Recursos Ajenos</b>	<b>35.795</b>	<b>50,6%</b>	<b>56.096</b>	<b>54,9%</b>	<b>46.168</b>	<b>47,8%</b>	<b>36.051</b>	<b>44,9%</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>102.179</b>	<b>100,0%</b>	<b>96.570</b>	<b>100,0%</b>	<b>80.282</b>	<b>100,0%</b>
<b>Fondo de Maniobra</b>	<b>29.495</b>	<b>41,7%</b>	<b>35.467</b>	<b>34,7%</b>	<b>34.462</b>	<b>35,7%</b>	<b>22.750</b>	<b>28,3%</b>

Los % de Fondo de Maniobra son sobre el Activo Total.

Fuente: Elaboración propia

### 12.3.1.3 ANÁLISIS DE RATIOS:

#### 12.3.1.3.1.1 RATIOS DE ANÁLISIS FINANCIERO

Para el análisis financiero, hablaremos de las ratios más importantes:

- Ratio de liquidez: muestra porcentualmente el nivel de Activo Corriente sobre Pasivo Corriente, contamos con un ratio de 1,93 por lo que no se aprecia ningún problema en la liquidez.
- Ratio endeudamiento: estima la proporción de recursos de la empresa que utiliza para financiar su activo. Compara los recursos ajenos con los propios de la empresa. El ratio de endeudamiento 0.5, nos indica que la mitad de nuestros activos está financiada con recursos ajenos.

Periodo medio de pago y cobro: por un lado, el plazo medio de pago a proveedores está en 68 días, y el plazo medio de cobro a los clientes, por nuestro modelo de negocio, es de 0 días, cobro directo.

#### 12.3.1.3.1.2 RATIOS DE ANÁLISIS ECONÓMICO

- Rotación de activos: hace referencia a la capacidad de la empresa de transformar los activos totales en ventas, este ratio es de 2.18%.
- Rotación del circulante: mide lo mismo, pero con referencia a los activos corrientes, siendo en este caso 3.42%.
- Rotación de existencias, mide la relación entre existencias de la empresa y las ventas que se han generado, 29.75%.
- Fondo de maniobra: la parte del activo corriente de una empresa financiada con deuda a largo plazo (pasivo no corriente). En nuestro caso 35467€ del activo corriente estará financiado con deuda a largo plazo.

**Tabla 16: Ratios básicos ELECTROFUEL**

Ratios de Rentabilidad	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. (Retorno sobre Inversión)	Beneficio Neto / Recursos Propios x 100	24,05%	8,57%	(13,95)%
ROE (Return On Equity)				
2. (Retorno sobre Activo)	Beneficio antes de intereses e impuestos / Activo Total x 100	15,57%	6,91%	(6,95)%
ROI (Return On Investment)				
3. Margen sobre Ventas	Beneficio antes de intereses e impuestos / Ventas Netas x 100	7,13%	2,77%	(2,20)%
ROS (Return On Sales)				
Ratios de Eficiencia	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. Rotación del Activo				
	Ventas Netas / Activo Total	2,18	2,50	3,15
2. Rotación del Circulante				
	Ventas Netas / Activo Circulante	3,42	3,76	4,83
3. Rotación de Existencias				
	Ventas Netas / Existencias	29,75	29,75	29,75
Ratios Financieros	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. Liquidez				
	(Activo Circulante - Existencias) / Pasivo Exigible a Corto	1,94	1,89	1,48
2. Disponibilidad				
	Activo Circulante / Pasivo Exigible a Corto	2,19	2,16	1,77
3. Endeudamiento o Apalancamiento				
	Pasivo Exigible Total / Recursos Propios	1,22	0,92	0,82
4. Cobertura del Inmovilizado				
	(Recursos Propios + Pasivo Exigible a Largo) / Activo Fijo	1,96	2,06	1,82
5. Plazo Medio de Cobro				
	(Clientes / Ingresos de Explotación) x 365	0 días	0 días	0 días
6. Plazo Medio de Pago				
	(Acreedores Comerciales / Coste de Ventas) x 365	68 días	68 días	68 días
<b>Fondo de Maniobra</b>	Activo Circulante - Pasivo Exigible a Corto Plazo	35.467	34.462	22.750
	(Recursos Propios + Pasivo Exigible a Largo Plazo) - Activo Fijo			
Plazo de Recuperación de la Inversión:	Número de años que se tarda en recuperar la Inversión Inicial	3,16	6,54	-1,18
Punto Muerto o Punto de Equilibrio:	Volumen de Ventas a partir del cual se genera Beneficio	199.216	231.682	263.059

Fuente: Elaboración propia

## 12.4 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de ventas que una empresa o negocio debe alcanzar para lograr cubrir sus costos de producción, costos de ventas y demás costos de tipo administrativo. En otras palabras, el punto de equilibrio es el nivel ingresos que iguala a la sumatoria de costos totales. En este punto la utilidad operacional es igual a cero. En concreto, nuestro volumen de ventas a partir del cual se generaría beneficios es de 199216€. Por lo tanto, a partir de este punto de equilibrio nuestra empresa en un escenario realista obtendría beneficios. Un beneficio con el que trataremos de recuperar la inversión inicial en un periodo de 3.16 años.

## 12.5 CÁLCULO DEL VAN Y DE LA TIR

En este apartado procedemos a calcular el valor actual neto (VAN). Se trata de un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión. De esta manera conoceremos cuánto se va a ganar o perder con nuestra inversión.

Como nuestra  $VAN > 0$ , confirmamos que el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida nos generará beneficios. En concreto, nuestra VAN es 50433.58€.

**Tabla 17: VAN y TIR**

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD		2023
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS		14.777,36
(Gastos/Ingresos Financieros)		1.129,68
<b>BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS</b>		<b>15.907,05</b>
(Impto Sociedades)		3.694,34
Amortizaciones /Provisiones		4.441,54
CASH FLOW BRUTO		16.654,25
Variaciones de Fondo de Maniobra		35.467,00
Inversion en Activos		41.300,00
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>		<b>10.821,25</b>
VALOR DE LA DEUDA		35.795,00
<b>AÑO</b>		<b>2023</b>
<b>FLUJO DE CAJA DISPONIBLE</b>	-	<b>24.973,75</b>
<b>TIR</b>		<b>27%</b>
<b>VAN</b>		<b>50.433,58 €</b>

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, a partir de la VAN calcularemos la tasa interna de retorno (TIR), que es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá nuestra inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. La TIR nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento. En nuestro caso es +27%.

### 13. ESTRUCTURA LEGAL.

En este apartado se va a comentar qué forma jurídica vamos a implementar en nuestra empresa, además de destacar una serie de datos legales y trámites que hemos de realizar para iniciar nuestra actividad.

La elección de la forma jurídica es uno de los primeros factores que es preciso tener en cuenta para poner en marcha un proyecto empresarial. Aspectos como el tipo de actividad a ejercer, el número de personas que participan en el proyecto, la fiscalidad que soportará el negocio o la responsabilidad de los promotores, son factores cruciales que hemos tenido en cuenta en el momento de decidir la estructura legal del negocio.

Nuestra empresa ELECTROFUEL se registra como Sociedad Limitada. Hemos elegido esta forma jurídica por diversos motivos:

- Empresa de nueva creación emprendedora
- Los costes de constitución son asequibles.
- Capital social mínimo exigido relativamente bajo.
- Está sujeta a un gravamen relativamente bajo.

El socio único fundador realizará una inversión inicial con aportaciones materiales de 10000€, siendo el capital social inicial de 25.000€.

Una vez escogida la forma jurídica, hemos establecido el calendario de constitución e implantación del negocio, contemplando todos los trámites legales y administrativos que debemos desarrollar de acuerdo con la estructura legal que hemos seleccionado:



Requisitos para abrir una gasolinera (Emprendepyme.net, 2017):

*La apertura de una gasolinera requiere numerosos permisos y autorizaciones por lo que se demora en el tiempo. Se tratan a continuación los requisitos necesarios.*

*Conviene destacar, no obstante, que la concesión administrativa no forma parte del proceso de cómo poner una gasolinera. Además, este tipo de negocio puede montarlo cualquier persona (física o jurídica).*

*En primer lugar, es necesario un proyecto suficientemente desarrollado (aunque no sea necesario presentar el proyecto de construcción) sobre el que ha de consultarse a la Dirección General de Carreteras. La resolución de dicha consulta es vinculante.*

*Evacuada la consulta, será necesario, esta vez sí, que un técnico competente con la visa del colegio correspondiente realice el proyecto de construcción, incluyendo todos los elementos exigidos por la normativa vigente.*

*Para llevar a cabo el proyecto, será necesario solicitar y obtener una licencia de obras y, posteriormente, una licencia de actividad. En ambos casos, habrán de solicitarse y tramitarse en el ayuntamiento correspondiente.*

*Pero además, será necesario solicitar y obtener la autorización para la instalación en todo o en parte del dominio público viario, que también ha de tramitarse ante la Dirección General de Carreteras (la tramitación incluye información pública, autorización provisional y, en su caso, autorización definitiva); Y las actas de conformidad de inicio y terminación de obra, la autorización de instalación de venta al público, el registro del depósito de combustible y las certificaciones del resto de los elementos de la gasolinera. Por último, la autorización de apertura de estación de servicio.*

*Pero no concluyen aquí los requisitos, ya que el titular de la gasolinera será productor de residuos, deberá realizar los correspondientes contratos de suministros y darse de alta en el registro de comerciantes.*

*Trámites para la constitución de la empresa:*

*Teniendo en cuenta todo lo anterior, cómo abrir una gasolinera puede sintetizarse en los siguientes pasos:*

- *Asesoramiento y estudio de requisitos y viabilidad.*
- *Adquisición o arrendamiento de la parcela sobre la que va a establecerse la gasolinera.*
- *Obtención del informe favorable por parte de la Dirección General de Carreteras.*
- *Realización del proyecto técnico.*
- *Solicitud de licencias.*
- *Ejecución de la obra y demás instalaciones.*
- *Finalización de obras e instalaciones y adquisición de combustible, previa negociación de los correspondientes contratos de suministro.*
- *Inspecciones, pruebas y apertura.*

*Montar una gasolinera no es un proceso sencillo, ya que son necesarios muchos requisitos y trámites para crear una empresa de este tipo. Sin embargo, quitando los trámites administrativos la puesta en marcha de una gasolinera se debe realizar como la de cualquier otra empresa. Para ello, es necesario realizar un plan de negocio donde se describan todas las particularidades de nuestro proyecto empresarial y todas las decisiones importantes para asegurar su viabilidad en el futuro, como hemos realizado en el trabajo.*

#### 14. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN.

Un punto importante en el que hemos de detenernos es el calendario de implantación o cronograma de las actividades de ELECTROFUEL. Este calendario nos servirá para planificar y monitorear nuestro futuro, mediante la concreción de objetivos y su posterior control.

La empresa en sí será constituida a lo largo de 2022 atendiendo a los trámites que mejor se adapten a nuestro modelo de negocio, pero por razones logísticas no comenzará su actividad hasta enero de 2023.

Podemos desglosar nuestro cronograma en cuatro pilares

- ESTUDIO DE MERCADO:

Este es el primer paso para conocer si nuestro modelo de negocio puede llegar a tener futuro y en caso de ser así, conocer donde se encuentran nuestros clientes potenciales. Tras la realización de este estudio, se llega a la conclusión de que el sector de la movilidad eléctrica se encuentra en pleno auge, y por lo que respecta a la posible localización de nuestras estaciones de servicio, consideramos que será óptimo situarlas en polígonos industriales, donde el precio del terreno suele tener un precio inferior y donde vemos un flujo continuo de vehículos. La primera estación de servicio se ubicará en el Parque Empresarial de la ciudad de Elche, y, además, contaremos con una pequeña estación de servicio ubicada en el aparcamiento de la Universidad Miguel Hernández.

- PLAN DE MARKETING:

El Plan de marketing hace referencia a la estrategia que utilizaremos para darnos a conocer al público.

Las primeras actividades que se llevarán a cabo para llegar a nuestros clientes potenciales serán las siguientes:

- Asistencia a las principales ferias del automóvil del país, a destacar: *NatruAuto 2023*, salón del automóvil y motocicleta sostenible y *Mobility Car Experience*, ambas en Madrid. En dichas ferias, ELECTROFUEL contará con un stand donde se promocionará nuestra idea de negocio, así como los productos que comercializaremos, pudiendo así captar futuros pedidos e incluso inversores interesados en nuestro proyecto y filosofía de trabajo.

○ En segundo lugar, cerca de la fecha de apertura de nuestra primera estación de servicio e inicio de nuestra actividad, se llevará a cabo una campaña de publicidad mediante el reparto de *flyers publicitarios* enfocada en la ubicación de esta estación, que como hemos dicho anteriormente, será el polígono industrial de elche. Por otro lado, se contratarán servicios de vallas publicitarias en las carreteras próximas al Parque empresarial de Elche.

○ Por último y coincidiendo con la apertura de nuestra primera estación de servicio, se comenzará con las campañas digitales de publicidad, ya sea mediante las Redes Sociales, mailing o nuestra aplicación para teléfono móvil

- **INICIO DE LA ACTIVIDAD**

Una vez que realizado el estudio de mercado del cual obtenemos unas conclusiones positivas para nuestro modelo de negocio y realizada la campaña publicitaria, se comenzará con nuestra actividad con la apertura en el mes de enero de 2023 de la primera estación de servicio de ELECTROFUEL y con la preparación de los primeros pedidos cargadores eléctricos.

- **EXPANSIÓN**

En un horizonte de dos a tres años, de acuerdo a nuestra visión de llegar al máximo número de conductores de vehículos eléctricos, tenemos en mente abrir nuevas estaciones de servicio en las provincias donde encontramos el mayor número de vehículos eléctricos, estas son Madrid, Barcelona y Valencia.

- **NUEVOS PRODUCTOS**

Por último, pensando en el largo plazo tenemos en mente el objetivo de lograr una producción propia de los cargadores que comercializaremos, así como baterías intercambiables para pequeños vehículos eléctricos como bicicletas o patinetes eléctricos

**Tabla 18: Gráfico de Gantt**

Actividad	Inicio	Final	01/01/2022	01/02/2022	01/03/2022	01/04/2022	01/05/2022	01/06/2022	01/07/2022	01/08/2022	01/09/2022	01/10/2022	01/11/2022	01/12/2022	01/01/2023	01/02/2023	01/03/2023	01/04/2023	01/05/2023	01/06/2023	01/07/2023	01/08/2023	01/09/2023	01/10/2023	01/11/2023	01/12/2023	01/01/2024	01/02/2024	01/03/2024	01/04/2024	01/05/2024	01/06/2024	01/07/2024	01/08/2024	01/09/2024	01/10/2024	
Creación de la empresa	01/01/2022	01/05/2022	█	█	█	█	█																														
Estudio de mercado	01/06/2022	30/07/2022					█	█																													
Plan de marketing	01/08/2022	01/12/2022							█	█	█	█	█																								
Inicio de la actividad	01/01/2023	12/12/2027													█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Expansión	01/01/2024	17/01/2027																										█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Nuevos productos	12/12/2023	20/01/2027																																			

Fuente: Elaboración propia

### 15. VALORACIÓN DEL RIESGO Y CONCLUSIONES.

Gracias al estudio realizado durante todo el plan de negocio y al plan económico financiero podemos valorar la viabilidad de nuestra empresa y de esta manera mencionar nuestras conclusiones, incluyendo todos los puntos que, desde nuestro punto de vista son importantes para nuestro proyecto empresarial.

Partimos de que somos un proyecto medioambiental, un proyecto dedicado a las energías renovables y por lo tanto un proyecto de presente y, sobre todo, de futuro. Después de analizar los riesgos y toda la serie de datos que hemos obtenido durante nuestra investigación para la elaboración del proyecto, afirmamos que nuestro proyecto tiene un riesgo generalmente alto, debido a su gran inversión inicial y, sobre todo, a su entorno.

Se trata, en definitiva, de un entorno social y empresarial bastante competitivo, donde empresas muy grandes y potentes pueden entrar en nuestro sector de forma muy rápida y sencilla, y arrebatarlos a ese cliente que nosotros queremos fidelizar. A pesar de que nuestro sector está en auge, y que los gobiernos de la Unión Europea están apostando por este sector, nos encontramos numerosas barreras de carácter económico, como una gran inversión inicial necesaria, con competencia con grandes empresas. Nuestra empresa

ELECTROFUEL será una empresa que, si inicia su actividad en estos próximos dos años, tendrá capacidad de tener nicho de mercado en este sector, y de esta manera competir contra esas grandes empresas que todavía NO han apostado por este sector y por el que nosotros SÍ apostamos, aprovechando esas oportunidades de mercado.

En cuanto a la viabilidad técnica, resolvemos la pregunta de si es posible desde el punto de vista tecnológico realizar nuestra actividad y en definitiva, crear nuestra empresa. Pensamos que disponemos del conocimiento necesario para poder llevar a cabo nuestra actividad y tenemos un gran equipo con experiencia y estudios relevantes con el que poder desarrollar nuestra actividad desde el ámbito tecnológico y técnico, por lo que sí tendría viabilidad técnica el proyecto que exponemos. Por lo que respecta a la viabilidad comercial, afirmamos que nuestro proyecto sería viable, ya que existe un mercado para nuestro producto y servicio que es emergente y nuevo, y donde la competencia todavía no tiene un mercado garantizado. Además, gracias a nuestro plan económico podemos expresar un número de ventas aproximado durante los 3 primeros años, y que se trata de unas ventas realistas de acuerdo con el planteamiento realizado por la empresa. Desde nuestro punto de vista, nuestra empresa sería viable económica y financieramente, es decir, sería capaz de conseguir los recursos necesarios para conseguir beneficios y tener una rentabilidad suficiente durante el primer año, siendo conscientes de los riesgos que existen. Nuestro proyecto es viable, ya que no plantea problemas de tesorería y tendría una liquidez y una solvencia a corto plazo notable. Mediante los cobros por las ventas de nuestra actividad haremos frente a los pagos, aunque somos conscientes de que el primer año será muy difícil, pero terminaremos obteniendo beneficios.

Analizado todo lo expuesto anteriormente y explicada nuestra visión global de proyecto, concluimos que nuestra empresa SÍ tendría posibilidad de triunfar en un futuro, ya que al ser una empresa pequeña y relacionada con el emprendimiento, con las energías renovables y con la digitalización y las redes sociales, sería susceptible tanto de captar nuevos inversores como de obtener ayudas, y con ello triunfar en el sector de las energías renovables y contribuir con ello a la mejora del medio ambiente.

## 16. FUENTES, BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN CONSULTADA PARA SU ELABORACIÓN

- <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana> 28-02-2022  
<https://economipedia.com/> 28-02-2022
- <https://movilidadelectrica.com/barcelona-inicia-pruebas-proyecto-europeo-assured/> 01-03-2022
- <https://www.eafo.eu/vehicles-and-fleet/lev> 01-03-2022
- <https://www.egafutura.com/glosario/departamento-legales> 01-03-2022
- <https://www.emprendepyme.net/como-montar-una-gasolinera.html> 01-03-2022
- <https://www.hibridosyelectricos.com/articulo/sector/informe-bloomberg-ano-2022-programada-revolucion-coche-electrico/20160227102415011165.html> 01-03-2022
- <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2020> 04-03-2022
- [https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/transicion-ecologica/Paginas/2021/090421-plan\\_moves\\_iii.aspx](https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/transicion-ecologica/Paginas/2021/090421-plan_moves_iii.aspx) 04-03-2022
- <http://www.ipyme.org/esES/creaciondelaempresa/ProcesoConstitucion/Paginas/SA.aspx?cod=SA&nombre=Sociedad+An%C3%B3nima&idioma=es-ES> 04-03-2022
- <https://es.statista.com/buscar/?q=electricidad&qKat=newSearchFilter&sortMethod=idrelevance&language=0&isRegionPref=724&statistics-group=1&statistics=1&forecasts=1&infos=1&topics=1&studies-reports=1&groupD=1&dossiers=1&dossiersplus=1&groupA=1&branchreports=1&countryreports=1&cityreports=1&ecommercedbreports=1&xmo=1&groupB=1&companyreports=1&brandreports=1&toplists=1&surveys=1&groupC=1&expert-tools=1&cmo=1&mmo=1&co=1&tmo=1&amo=1&io=1&hmo=1&dmo=1&accuracy=and&isoregion=0&isocountrySearch=&category=0&interval=0&archive=1> 11-03-2022

17. ANEXOS: GLOSARIO, ESTADÍSTICAS, LEGISLACIÓN BÁSICA APLICABLE, ETC.

- Informe OBS: El vehículo eléctrico en España. Situación actual, objetivos y retos a abordar.  
<https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-el-vehiculo-electrico-en-espana-situacion-actual-objetivos-y-retos-abordar>
- Libro sobre energía del Ministerio de transición ecológica  
<https://www.idae.es/publicaciones>
- Planes económicos optimista y pesimista de la empresa en formato Excel.





## ANEXO 1: PLAN ECONÓMICO PESIMISTA



# Activo

## ELECTROFUEL, S.L.

Concepto	Inversión		Base Imponible		% IVA Sonortado	Importe IVA
	Importe	%	Aportación	Adquisición		
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>41.300</b>	<b>58%</b>				
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>	<b>16%</b>				
Terrenos y bienes naturales	0				10%	0
Edificios y construcciones	0				10%	0
Instalaciones	0				21%	0
Maquinaria	0				21%	0
Ustillaje, Herramientas,...	200			200	21%	42
Mobiliario	500			500	21%	105
Elementos de transporte	10.000		10.000		21%	0
Equipos informáticos	600			600	21%	126
Otro Inmovilizado Material	0				21%	0
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>	<b>42%</b>				
Aplicaciones Informáticas				700	21%	147
Arrendamientos Financieros	30.000			30.000		
Otro Inmovilizado Inmaterial	0				21%	0
<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>				
Fianza de la parcela	0					0
<b>Gastos Amortizables</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>				
De primer establecimiento	0				21%	0
De constitución	0				21%	0
<b>Total Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>42%</b>				
<b>Existencias Iniciales</b>	<b>7.500</b>	<b>11%</b>				
COMBUSTIBLE	5.000			5.000	21%	1.050
ELECTRICIDAD	2.500			2.500	21%	525
MAQUINA VENDING	0				21%	0
SERVICIO DISTR/VENTA	0				21%	0
0	0				21%	0
0	0				21%	0
0	0				21%	0
0	0				21%	0
<b>Realizable</b>	<b>1.995</b>	<b>3%</b>	<b>10.000</b>	<b>39.500</b>		<b>1.995</b>
Hacienda Pública IVA soportado	1.995					
Clientes (*)						
Otros Deudores (*)						
<b>Tesorería inicial / Disponible</b>	<b>20.000</b>	<b>28%</b>				
<b>Total Activo</b>	<b>70.795</b>	<b>100%</b>				

(\*) Solo para empresas en funcionamiento

**Pasivo**  
**ELECTROFUEL, S.L.**

	<b>Importe</b>	<b>%</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>35.000</b>	<b>49%</b>
Capital	25.000	35%
Reservas		0%
Resultados del periodo		0%
Aportaciones no dinerarias	10.000	14%
Subvenciones		0%
<b>Recursos Ajenos</b>	<b>35.795</b>	<b>51%</b>
Créditos Largo Plazo	<b>35.795</b>	<b>51%</b>
Acreedores L.P. Financieros	5.795	8%
Acreedores L.P. Leasing	30.000	
<i>C/c Socios y Administradores(*)</i>		
Otros Acreedores L.P.		0%
Créditos a Corto Plazo	<b>0</b>	<b>0%</b>
Acreedores C.P. Financieros		0%
Acreedores Comerciales		
<i>Salarios a Pagar (*)</i>		
Otros Acreedores C.P.		0%
<b>Total Pasivo</b>	<b>70.795</b>	<b>100%</b>

Balance Cuadrado      Sí

(\*) Solo para empresas en funcionamiento

## Cuadro de Amortización Contable (\*)

### ELECTROFUEL, S.L.

Concepto	Valor inicial	% amortización	Inversiones año 1	Cuota año 1	Inversiones año 2	Cuota año 2	Inversiones año 3	Cuota año 3
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>		<b>0</b>	<b>1.860</b>	<b>0</b>	<b>1.860</b>	<b>0</b>	<b>1.860</b>
Terrenos y bienes naturales	0	0%		0		0		0
Edificios y construcciones	0	3%		0		0		0
Instalaciones	0	12%		0		0		0
Maquinaria	0	12%		0		0		0
Utillaje, Herramientas,...	200	30%		60		60		60
Mobiliario	500	10%		50		50		50
Elementos de transporte	10.000	16%		1.600		1.600		1.600
Equipos informáticos	600	25%		150		150		150
Otro Inmovilizado Material	0	30%		0		0		0
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>		<b>0</b>	<b>2.582</b>	<b>0</b>	<b>2.583</b>	<b>0</b>	<b>2.688</b>
Aplicaciones Informáticas	0	33%		0		0		0
Arrendamientos Financieros	30.000			2.582		2.583		2.688
Otro Inmovilizado Inmaterial	0	10%		0		0		0
<b>Gastos Amortizables</b>	<b>0</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
De establecimiento	0	20%		0		0		0
De constitución	0	20%		0		0		0
<b>Total Anual</b>	<b>41.300</b>		<b>0</b>	<b>4.442</b>	<b>0</b>	<b>4.443</b>	<b>0</b>	<b>4.548</b>

(\*) En el caso de empresas en funcionamiento, tener en cuenta las amortizaciones acumuladas.

## Plan de Inversión: 3 primeros años de actividad ELECTROFUEL, S.L.

Concepto	Estimación Inicial	2.023	2.024	2.025
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>41.300</b>	<b>36.858</b>	<b>32.415</b>	<b>27.867</b>
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>
<b>A.A.I.M.</b>		<b>1.860</b>	<b>3.720</b>	<b>5.580</b>
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>
<b>A.A.I.I.</b>		<b>2.582</b>	<b>5.165</b>	<b>7.853</b>
<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Gastos Amortizables Netos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>10.195</b>	<b>-33.317</b>	<b>-91.553</b>
<b>Existencias</b>	<b>7.500</b>	<b>7.500</b>	<b>8.100</b>	<b>8.505</b>
<b>Realizable</b>	<b>1.995</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Tesorería</b>	<b>20.000</b>	<b>2.695</b>	<b>-41.417</b>	<b>-100.058</b>
<b>Total Inversión</b>	<b>70.795</b>	<b>47.053</b>	<b>-902</b>	<b>-63.686</b>

## Cuadro de Amortización del Leasing ELECTROFUEL, S.L.

Capital del Crédito	30.000	Sumatorio Primer año:			Sumatorio Segundo año:		
Interés	4,0%			Cuotas	3.633	Cuotas	3.633
Años	10			Intereses	1.051	Intereses	1.050
Nº. Pagos por año	12			Capital	2.582	Capital	2.583
Periodos	Cuota	Carga financiera	Recuperación coste	Capital Pendiente	Sumatorio Tercer año:		
1	303	0	303	29.697	Cuotas	3.633	
2	303	99	204	29.494	Intereses	944	
3	303	98	204	29.289	Capital	2.688	
4	303	98	205	29.084			
5	303	97	206	28.878			
6	303	96	206	28.672			
7	303	96	207	28.465			
8	303	95	208	28.257			
9	303	94	209	28.048			
10	303	93	209	27.839			
11	303	93	210	27.629			
12	303	92	211	27.418			
13	303	91	211	27.207			
14	303	91	212	26.995			
15	303	90	213	26.782			
16	303	89	213	26.569			
17	303	89	214	26.355			
18	303	88	215	26.140			
19	303	87	216	25.924			
20	303	86	216	25.708			
21	303	86	217	25.491			
22	303	85	218	25.273			
23	303	84	218	25.055			
24	303	84	219	24.835			
25	303	83	220	24.616			
26	303	82	221	24.395			
27	303	81	221	24.173			
28	303	81	222	23.951			
29	303	80	223	23.728			
30	303	79	224	23.505			
31	303	78	224	23.280			
32	303	78	225	23.055			
33	303	77	226	22.829			
34	303	76	227	22.603			
35	303	75	227	22.375			
36	303	75	228	22.147			

# Cuadro de Amortización del Crédito

## ELECTROFUEL, S.L.

Capital del Crédito	5.795	Sumatorio Primer año:		Sumatorio Segundo año:	
Interés	3,0%	Cuotas	7.050	Cuotas	7.050
Años	10	Intereses	79	Intereses	-134
Nº. Pagos por año	1	Capital	6.971	Capital	7.184
Periodos	Cuota	Intereses	Capital	Capital	Sumatorio Tercer año:
1	587	14	573	5.222	Cuotas
2	587	13	574	4.648	7.050
3	587	12	576	4.072	Intereses
4	587	10	577	3.494	-352
5	587	9	579	2.916	Capital
6	587	7	580	2.335	7.402
7	587	6	582	1.754	
8	587	4	583	1.171	
9	587	3	585	586	
10	587	1	586	0	
11	587	0	587	-587	
12	587	-1	589	-1.176	
13	587	-3	590	-1.767	
14	587	-4	592	-2.359	
15	587	-6	593	-2.952	
16	587	-7	595	-3.547	
17	587	-9	596	-4.143	
18	587	-10	598	-4.741	
19	587	-12	599	-5.341	
20	587	-13	601	-5.942	
21	587	-15	602	-6.544	
22	587	-16	604	-7.148	
23	587	-18	605	-7.753	
24	587	-19	607	-8.360	
25	587	-21	608	-8.968	
26	587	-22	610	-9.578	
27	587	-24	611	-10.190	
28	587	-25	613	-10.803	
29	587	-27	615	-11.417	
30	587	-29	616	-12.033	
31	587	-30	618	-12.651	
32	587	-32	619	-13.270	
33	587	-33	621	-13.891	
34	587	-35	622	-14.513	
35	587	-36	624	-15.137	
36	587	-38	625	-15.762	

**Pronóstico de Ventas de la empresa:  
ELECTROFUEL, S.L.**

**2.023**

Ventas	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
COMBUSTIBLE	Unidades	1.000	2.000	2.000	2.000	8.000	8.000	4.500	4.650	6.000	6.000	6.000	6.900	57.050
	1,50	1.500	3.000	3.000	3.000	12.000	12.000	6.750	6.975	9.000	9.000	9.000	10.350	85.575
ELECTRICIDAD	Unidades	0	0	0	5.000	7.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	54.000
	1,20	0	0	0	6.000	8.400	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	64.800
MAQUINA VENDING	Unidades	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	390
	1,00	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	390
SERVICIO DISTR/VENTA	Unidades	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	4	2	8
	1.400,00	0	0	0	0	0	1.400	0	0	1.400	0	5.600	2.800	11.200
<b>Total</b>		1.505	3.010	3.015	9.020	20.425	20.630	13.985	14.215	17.645	16.250	21.855	20.410	161.965

Los precios son precios medios unitarios de venta.

**Pronóstico de Costes Variables de la empresa:  
ELECTROFUEL, S.L.**

Costes Variables	Coste	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
COMBUSTIBLE	0,90	900	1.800	1.800	1.800	7.200	7.200	4.050	4.185	5.400	5.400	5.400	6.210	51.345
ELECTRICIDAD	0,15	0	0	0	750	1.050	900	900	900	900	900	900	900	8.100
MAQUINA VENDING	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SERVICIO DISTR/VENTA	600,00	0	0	0	0	0	600	0	0	600	0	2.400	1.200	4.800
<b>Total Compras</b>	<b>Total</b>	<b>900</b>	<b>1.800</b>	<b>1.800</b>	<b>2.550</b>	<b>8.250</b>	<b>8.700</b>	<b>4.950</b>	<b>5.085</b>	<b>6.900</b>	<b>6.300</b>	<b>8.700</b>	<b>8.310</b>	<b>64.245</b>
Transporte	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costes varios	1%	15	30	30	90	204	206	140	142	176	163	219	204	1.620
<b>Otros COSTES VAR.</b>	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>90</b>	<b>204</b>	<b>206</b>	<b>140</b>	<b>142</b>	<b>176</b>	<b>163</b>	<b>219</b>	<b>204</b>	<b>1.620</b>

Los costes son costes medios unitarios de compra



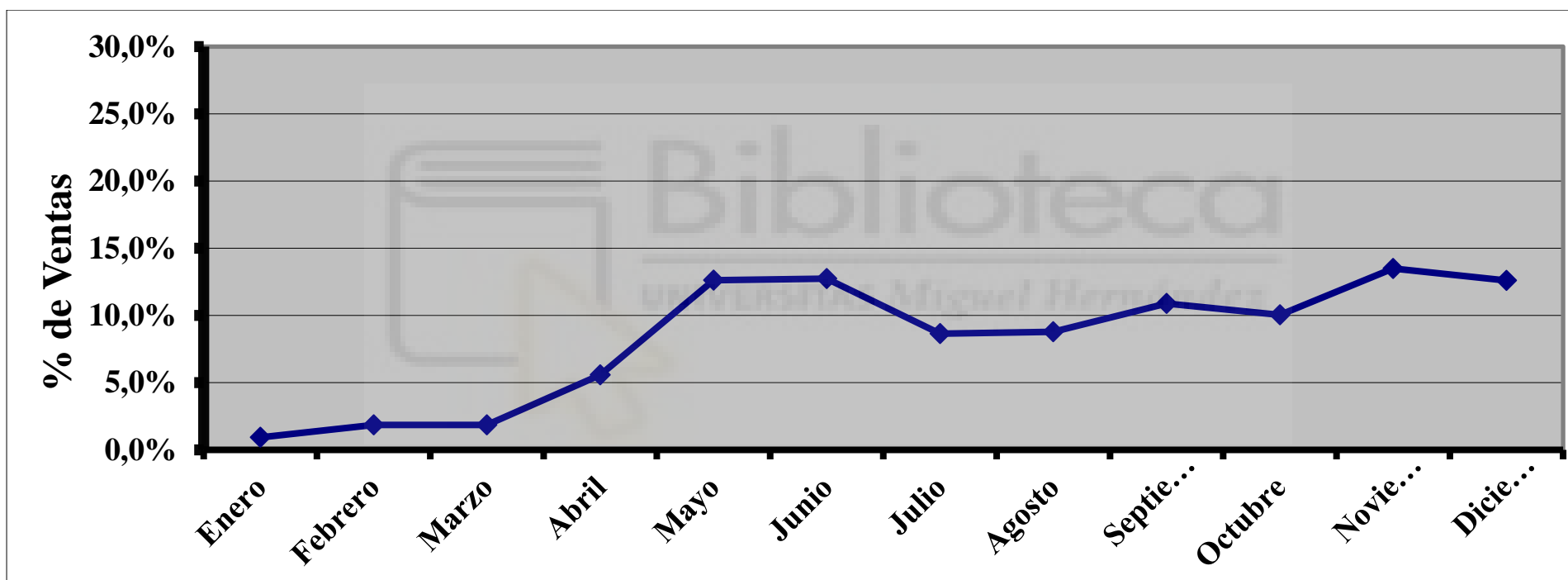
## Estacionalidad de las Ventas ELECTROFUEL, S.L.

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Porcentaje	0,9%	1,9%	1,9%	5,6%	12,6%	12,7%	8,6%	8,8%	10,9%	10,0%	13,5%	12,6%

## Estructura de Ventas y de Margenes ELECTROFUEL, S.L.

Producto	Ventas	% s / Ventas	Costes Variables	% s / Costes	Margen Bruto	% margen s / Ventas	% margen s / total
COMBUSTIBLE	85.575	53%	51.345	80%	34.230	40%	35%
ELECTRICIDAD	64.800	40%	8.100	13%	56.700	88%	58%
MAQUINA VENDING	390	0%	0		390	100%	0,40%
SERVICIO DISTR/VENTA	11.200	7%	4.800	7%	6.400	57%	7%
<b>Totales</b>	<b>161.965</b>	<b>100%</b>	<b>64.245</b>	<b>100%</b>	<b>97.720</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>

## Estacionalidad de las Ventas ELECTROFUEL, S.L.



**Plan de Tesorería**  
**ELECTROFUEL, S.L.**

2.023

I.V.A. Soportado al: 21% I.V.A. Repercutido al: 21%

Todos los datos son con IVA o Impuesto Equivalente

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Saldo inicial (1)</b>	<b>20.000</b>	<b>10.105</b>	<b>924</b>	<b>-9.340</b>	<b>-12.411</b>	<b>-2.727</b>	<b>306</b>	<b>-5.509</b>	<b>-6.168</b>	<b>-2.881</b>	<b>-6.389</b>	<b>470</b>	
Cobro de ventas	1.505	3.010	3.015	9.020	20.425	20.630	13.985	14.215	17.645	16.250	21.855	20.410	161.965
Créditos obtenidos													0
Otras entradas													0
I.V.A. Repercutido	316	632	633	1.894	4.289	4.332	2.937	2.985	3.705	3.413	4.590	4.286	34.013
<b>Total Entradas (2)</b>	<b>1.821</b>	<b>3.642</b>	<b>3.648</b>	<b>10.914</b>	<b>24.714</b>	<b>24.962</b>	<b>16.922</b>	<b>17.200</b>	<b>21.350</b>	<b>19.663</b>	<b>26.445</b>	<b>24.696</b>	<b>195.978</b>
Pago de compras	0	900	1.800	1.800	2.550	8.250	8.700	4.950	5.085	6.900	6.300	8.700	55.935
Pago de otros costes variables	15	30	30	90	204	206	140	142	176	163	219	204	1.620
Sueldos y Salarios	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000
Cargas Sociales	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	13.638
Tributos: IAE, IBI, ...										543			543
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Servicios de profesionales indep.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material de oficina	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Publicidad y propaganda	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
Primas de Seguros	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Trabajos realizados por otras empresas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento y reparación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arrendamientos	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Varios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	14	112	110	108	106	104	101	99	97	95	93	91	1.130
Devolución de préstamo	573	574	576	577	579	580	582	583	585	586	587	589	6.971
Recuperación coste leasing	303	204	204	205	206	206	207	208	209	209	210	211	2.582
Inversiones realizadas	0												0
Otras salidas													0
I.V.A. Soportado	1.074	1.266	1.455	1.468	1.649	2.847	2.927	2.140	2.176	2.554	2.440	2.941	24.938
<b>Total Salidas (3)</b>	<b>11.716</b>	<b>12.823</b>	<b>13.912</b>	<b>13.985</b>	<b>15.030</b>	<b>21.930</b>	<b>22.394</b>	<b>17.859</b>	<b>18.064</b>	<b>20.787</b>	<b>19.585</b>	<b>22.472</b>	<b>210.557</b>
<b>Liquidación trimestral del I.V.A. (4)</b>				<b>-4.210</b>			<b>342</b>			<b>2.384</b>			4.353 IVA a liquidar
<b>Tesorería del periodo = (2)+(3)+(4)</b>	<b>-9.895</b>	<b>-9.181</b>	<b>-10.264</b>	<b>-3.071</b>	<b>9.684</b>	<b>3.032</b>	<b>-5.814</b>	<b>-659</b>	<b>3.286</b>	<b>-3.508</b>	<b>6.859</b>	<b>2.224</b>	
<b>Saldo final = Tesorería periodo + (1)</b>	<b>10.105</b>	<b>924</b>	<b>-9.340</b>	<b>-12.411</b>	<b>-2.727</b>	<b>306</b>	<b>-5.509</b>	<b>-6.168</b>	<b>-2.881</b>	<b>-6.389</b>	<b>470</b>	<b>2.695</b>	

# Cuenta de Pérdidas y Ganancias

## ELECTROFUEL, S.L.

2.023

Todos los datos son sin IVA o Impuesto Equivalente

Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	%
Ventas	1.505	3.010	3.015	9.020	20.425	20.630	13.985	14.215	17.645	16.250	21.855	20.410	161.965	100%
Costes variables de compra y venta	915	1.830	1.830	2.640	8.454	8.906	5.090	5.227	7.076	6.463	8.919	8.514	65.865	41%
Coste de la M.O.D.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>590</b>	<b>1.180</b>	<b>1.185</b>	<b>6.380</b>	<b>11.971</b>	<b>11.724</b>	<b>8.895</b>	<b>8.988</b>	<b>10.569</b>	<b>9.788</b>	<b>12.936</b>	<b>11.896</b>	<b>96.100</b>	59%
Sueldos y Salarios	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000	26%
Cargas Sociales	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	13.638	8%
Tributos: IAE, IBI, ...	543												543	0%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600	2%
Servicios de profesionales indep.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Material de oficina	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200	1%
Publicidad y propaganda	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400	1%
Primas de Seguros	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000	15%
Trabajos realizados por otras empresas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mantenimiento y reparación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Arrendamientos	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000	19%
Varios		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Dotación Amortizaciones	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	4.442	3%
Otros Gastos Explotación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Total Gastos Explotación</b>	<b>10.650</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>121.823</b>	75%
<b>Res. Ordi. antes Int. e Imp. (B.A.I.I.)</b>	<b>-10.060</b>	<b>-8.927</b>	<b>-8.922</b>	<b>-3.727</b>	<b>1.864</b>	<b>1.617</b>	<b>-1.211</b>	<b>-1.119</b>	<b>462</b>	<b>-319</b>	<b>2.830</b>	<b>1.789</b>	<b>-25.723</b>	-16%
Ingresos Financieros													0	
Gastos Financieros	14	112	110	108	106	104	101	99	97	95	93	91	1.130	1%
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-14</b>	<b>-112</b>	<b>-110</b>	<b>-108</b>	<b>-106</b>	<b>-104</b>	<b>-101</b>	<b>-99</b>	<b>-97</b>	<b>-95</b>	<b>-93</b>	<b>-91</b>	<b>-1.130</b>	-1%
<b>Res. Ordi. antes Imp. (B.A.I.)</b>	<b>-10.074</b>	<b>-9.039</b>	<b>-9.032</b>	<b>-3.835</b>	<b>1.758</b>	<b>1.514</b>	<b>-1.313</b>	<b>-1.218</b>	<b>365</b>	<b>-414</b>	<b>2.737</b>	<b>1.699</b>	<b>-26.852</b>	-17%
+ - Res. Extraordinarios													0	
<b>Resultado del Periodo antes Imp.</b>	<b>-10.074</b>	<b>-9.039</b>	<b>-9.032</b>	<b>-3.835</b>	<b>1.758</b>	<b>1.514</b>	<b>-1.313</b>	<b>-1.218</b>	<b>365</b>	<b>-414</b>	<b>2.737</b>	<b>1.699</b>		
<b>Res. Acumulado Ejercicio a/Imp.</b>	<b>-10.074</b>	<b>-19.113</b>	<b>-28.145</b>	<b>-31.980</b>	<b>-30.221</b>	<b>-28.708</b>	<b>-30.020</b>	<b>-31.239</b>	<b>-30.874</b>	<b>-31.288</b>	<b>-28.551</b>	<b>-26.852</b>		-17%

Beneficio Bruto: **-26.852**

Provisión Impuestos: **0**

Beneficio Neto: **-26.852**

# Los Recursos Humanos de la Empresa

## ELECTROFUEL, S.L.

2.023

Conceptos	Salario Bruto anual	Ret.IRPF anual	S. Social trabajador anual	Salario Liquido anual	S. Social Empresa anual	Cuota Autónomos mensual	Otros Gastos Sociales anual	Total Coste Empresa Anual
Socio 1	12.000	1.800		10.200		372		16.458
Socio 2	0	0		0				0
Socio 3		0		0				0
Empleado 1	5.000	250	318	4.433	1.530			6.530
Empleado 2	5.000	250	318	4.433	1.530			6.530
Empleado 3	10.000	500	635	8.865	3.060			13.060
Empleado 4	10.000	500	635	8.865	3.060			13.060
<b>Totales</b>	<b>42.000</b>	<b>3.300</b>	<b>1.905</b>	<b>36.795</b>	<b>9.180</b>	<b>372</b>	<b>0</b>	<b>55.638</b>

<b>Cotizaciones Seguridad Social:</b>	<b>Retenciones IRPF:</b>	<b>Cuota Mensual Autónomos:</b>
Empresa: 30,60%	socios 15,00%	242,00 euros
Trabajador: 6,35%	trabajadores 5,00%	

**Política de Cobros y de Pagos de la Empresa**

2.023

**ELECTROFUEL, S.L.**

**Cobros por Ventas**

Ventas del periodo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
	1.505	3.010	3.015	9.020	20.425	20.630	13.985	14.215	17.645	16.250	21.855	20.410	161.965

Plazos de cobr	% / Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Contado	100%	1.505	3.010	3.015	9.020	20.425	20.630	13.985	14.215	17.645	16.250	21.855	20.410	161.965
a 30 días			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 60 días				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 90 días					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 120 días						0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 150 días							0	0	0	0	0	0	0	0
a 180 días								0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1.505</b>	<b>3.010</b>	<b>3.015</b>	<b>9.020</b>	<b>20.425</b>	<b>20.630</b>	<b>13.985</b>	<b>14.215</b>	<b>17.645</b>	<b>16.250</b>	<b>21.855</b>	<b>20.410</b>	<b>161.965</b>

Cobros Tarjeta de Crédito 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0

Dto. Aplicado 3%

Coste Financ. 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0

% Ventas con tarjeta

**Pagos por Compras**

Plazos de pago	% / Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Contado	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 30 días			900	1.800	1.800	2.550	8.250	8.700	4.950	5.085	6.900	6.300	8.700	55.935
<b>Compras del periodo</b>		<b>900</b>	<b>1.800</b>	<b>1.800</b>	<b>2.550</b>	<b>8.250</b>	<b>8.700</b>	<b>4.950</b>	<b>5.085</b>	<b>6.900</b>	<b>6.300</b>	<b>8.700</b>	<b>8.310</b>	<b>64.245</b>
a 120 días						0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 150 días							0	0	0	0	0	0	0	0
a 180 días								0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>900</b>	<b>1.800</b>	<b>1.800</b>	<b>2.550</b>	<b>8.250</b>	<b>8.700</b>	<b>4.950</b>	<b>5.085</b>	<b>6.900</b>	<b>6.300</b>	<b>8.700</b>	<b>55.935</b>

## Evolución de los Recursos Humanos de la Empresa ELECTROFUEL, S.L.

Conceptos	2.023					2.024					2.025				
	Salario Bruto anual	SS Empresa anual	Cuota Aut. mensual	Otros Gastos Sociales anual	Coste Empresa Anual	Salario Bruto anual	SS Empresa anual	Cuota Aut. mensual	Otros Gastos Sociales anual	Coste Empresa Anual	Salario Bruto anual	SS Empresa anual	Cuota Aut. mensual	Otros Gastos Sociales anual	Coste Empresa Anual
Socio 1	12.000		372	0	16.458	13.800		427		18.927	17.250		534		23.659
Socio 2	0		0	0	0	0		0		0	0		0		0
Socio 3	0		0	0	0	0		0		0	0		0		0
Empleado 1	5.000	1.530		0	6.530	10.000	3.060			13.060	12.500	3.825			16.325
Empleado 2	5.000	1.530		0	6.530	10.000	3.060			13.060	12.500	3.825			16.325
Empleado 3	10.000	3.060		0	13.060	11.500	3.519			15.019	14.375	4.399			18.774
Empleado 4	10.000	3.060		0	13.060	11.500	3.519			15.019	14.375	4.399			18.774
Totales	42.000	9.180	372	0	55.638	56.800	13.158	427	0	75.085	71.000	16.448	534	0	93.856

% aumento 2

15,0%

% aumento 3

25,0%

## Análisis de las Cuentas de Pérdidas y Ganancias ELECTROFUEL, S.L.

Conceptos	2.023	% / Ventas	2.024	% / Ventas	Variación	2.025	% / Ventas	Variación
<b>Ventas Netas</b>	<b>161.965</b>	<b>100%</b>	<b>174.922</b>	<b>100%</b>	<b>8,0%</b>	<b>183.668</b>	<b>100%</b>	<b>5,0%</b>
Costes variables de compra y venta	65.865	41%	71.134	41%	8%	74.691	41%	5%
Coste de la M.O.D.	0		0		4%	0		4%
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>96.100</b>	<b>59%</b>	<b>103.788</b>	<b>59%</b>	<b>8%</b>	<b>108.978</b>	<b>59%</b>	<b>5%</b>
Sueldos y Salarios	42.000	26%	56.800	32%	1%	71.000	39%	1%
Cargas Sociales	13.638	8%	18.285	10%	1%	22.856	12%	1%
Tributos: IAE, IBI, ...	543	0%	550	0%	1%	557	0%	1%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	3.600	2%	3.647	2%	1%	3.694	2%	1%
Servicios de profesionales indep.	0		0		1%	0		1%
Material de oficina	1.200	1%	1.216	1%	1%	1.231	1%	1%
Publicidad y propaganda	2.400	1%	2.431	1%	1%	2.463	1%	1%
Primas de Seguros	24.000	15%	24.312	14%	1%	24.628	13%	1%
Trabajos realizados por otras empresas	0		0		1%	0		1%
Mantenimiento y reparación	0		0		1%	0		1%
Arrendamientos	30.000	19%	30.390	17%	1%	30.785	17%	1%
Dotación Amortizaciones	4.442	3%	4.443	3%	0%	4.548	2%	2%
Otros Gastos Explotación	0		0		4%	0		4%
<b>Total Gastos Explotación</b>	<b>121.823</b>	<b>75%</b>	<b>142.074</b>	<b>81%</b>	<b>17%</b>	<b>161.763</b>	<b>88%</b>	<b>14%</b>
<b>Res. Ord. antes Int. e Imp.</b>	<b>-25.723</b>	<b>-16%</b>	<b>-38.285</b>	<b>-22%</b>	<b>-49%</b>	<b>-52.785</b>	<b>-29%</b>	<b>-38%</b>
Ingresos Financieros	0		0		0%	0		0%
Gastos Financieros	1.130	1%	916	1%	-19%	592	0%	-35%
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-1.130</b>	<b>-1%</b>	<b>-916</b>	<b>-1%</b>	<b>19%</b>	<b>-592</b>	<b>0%</b>	<b>35%</b>
<b>Res. Ord. antes Imp. (B.A.I.)</b>	<b>-26.852</b>	<b>-17%</b>	<b>-39.202</b>	<b>-22%</b>	<b>-46%</b>	<b>-53.378</b>	<b>-29%</b>	<b>-36%</b>
+ - Res. Extraordinarios	0		0		0%	0		0%
<b>Resultado antes de Impuestos</b>	<b>-26.852</b>	<b>-17%</b>	<b>-39.202</b>	<b>-22%</b>	<b>-46%</b>	<b>-53.378</b>	<b>-29%</b>	<b>-36%</b>
Provisión Impuestos	0	0%	0	0%		0	0%	#DIV/0!
<b>Resultado del Periodo</b>	<b>-26.852</b>	<b>-17%</b>	<b>-39.202</b>	<b>-22%</b>	<b>-46%</b>	<b>-53.378</b>	<b>-29%</b>	<b>-36%</b>



## Balances Previsionales: ELECTROFUEL, S.L.

	2.023		2.024		2.025		2.026	
	€	%	€	%	€	%	€	%
<b>Activo Fijo</b>	<b>41.300</b>	<b>58,3%</b>	<b>36.858</b>	<b>78,3%</b>	<b>32.415</b>	<b>-3594,2%</b>	<b>27.867</b>	<b>-43,8%</b>
Inmovilizado Material Neto	11.300	16,0%	9.440	20,1%	7.580	-840,5%	5.720	-9,0%
Inmovilizado Inmaterial Neto	30.000	42,4%	27.418	58,3%	24.835	-2753,7%	22.147	-34,8%
Inmovilizado Financiero	0		0		0		0	
Gastos Amortizables Netos	0		0		0		0	
<b>Activo Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>41,7%</b>	<b>10.195</b>	<b>21,7%</b>	<b>-33.317</b>	<b>3694,2%</b>	<b>-91.553</b>	<b>143,8%</b>
Existencias	7.500	10,6%	7.500	15,9%	8.100	-898,1%	8.505	-13,4%
Realizable	1.995	2,8%	0		0		0	
Tesorería	20.000	28,3%	2.695	5,7%	-41.417	4592,3%	-100.058	157,1%
<b>Total Activo</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>47.053</b>	<b>100,0%</b>	<b>-902</b>	<b>100,0%</b>	<b>-63.686</b>	<b>100,0%</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>35.000</b>	<b>49,4%</b>	<b>8.148</b>	<b>17,3%</b>	<b>-31.054</b>	<b>3443,2%</b>	<b>-84.432</b>	<b>132,6%</b>
Capital	35.000	49,4%	35.000	74,4%	35.000	-3880,8%	35.000	-55,0%
Reservas	0		0		-26.852	2977,4%	-66.054	103,7%
Pérdidas y Ganancias del Ejercicio	0		-26.852	-57,1%	-39.202	#BEZUG!	-53.378	#BEZUG!
Subvenciones	0		0		0		0	
<b>Pasivo Exigible a largo Plazo</b>	<b>35.795</b>	<b>50,6%</b>	<b>26.242</b>	<b>55,8%</b>	<b>16.475</b>	<b>-1826,8%</b>	<b>6.385</b>	<b>-10,0%</b>
Financiación Largo Plazo	5.795	8,2%	-1.176	-2,5%	-8.360	927,0%	-15.762	24,7%
Otros Acreedores (leasing)	30.000	42,4%	27.418	58,3%	24.835	-2753,7%	22.147	-34,8%
C/c de Socios y Administradores	0		0		0		0	
<b>Pasivo Exigible a Corto Plazo</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>12.663</b>	<b>26,9%</b>	<b>13.676</b>	<b>#BEZUG!</b>	<b>14.360</b>	<b>#BEZUG!</b>
Entidades de Crédito	0		0		0		0	
Acreedores Comerciales	0		8.310	17,7%	8.975	-995,1%	9.424	-14,8%
Salarios a Pagar	0		0		0		0	
Otros Acreedores (H.P.)	0		4.353	9,3%	4.702	#BEZUG!	4.937	#BEZUG!
<b>Total Recursos Permanentes</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>34.390</b>	<b>73,1%</b>	<b>-14.578</b>	<b>1616,4%</b>	<b>-78.046</b>	<b>122,5%</b>
<b>Total Recursos Ajenos</b>	<b>35.795</b>	<b>50,6%</b>	<b>38.905</b>	<b>82,7%</b>	<b>30.152</b>	<b>#BEZUG!</b>	<b>20.745</b>	<b>#BEZUG!</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>47.053</b>	<b>100,0%</b>	<b>-902</b>	<b>100,0%</b>	<b>-63.686</b>	<b>100,0%</b>
<b>Fondo de Maniobra</b>	<b>29.495</b>	<b>41,7%</b>	<b>-2.469</b>	<b>-5,2%</b>	<b>-46.994</b>	<b>5210,6%</b>	<b>-105.914</b>	<b>166,3%</b>

Los % de Fondo de Maniobra son sobre el Activo Total.

Balance cuadrado

Sí

0

Sí

Sí

# Ratios Básicos

## ELECTROFUEL, S.L.

Ratios de Rentabilidad	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. (Retorno sobre Inversión) ROE (Return On Equity)	$\text{Beneficio Neto} / \text{Recursos Propios} \times 100$	(329,56)%	126,24%	63,22%
2. (Retorno sobre Activo) ROI (Return On Investment)	$\text{Beneficio antes de intereses e impuestos} / \text{Activo Total} \times 100$	(54,67)%	4245,06%	82,88%
3. Margen sobre Ventas ROS (Return On Sales)	$\text{Beneficio antes de intereses e impuestos} / \text{Ventas Netas} \times 100$	(15,88)%	(21,89)%	(28,74)%
Ratios de Eficiencia	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. Rotación del Activo	$\text{Ventas Netas} / \text{Activo Total}$	3,44	-193,95	-2,88
2. Rotación del Circulante	$\text{Ventas Netas} / \text{Activo Circulante}$	15,89	-5,25	-2,01
3. Rotación de Existencias	$\text{Ventas Netas} / \text{Existencias}$	21,60	21,60	21,60
Ratios Financieros	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. Liquidez	$(\text{Activo Circulante} - \text{Existencias}) / \text{Pasivo Exigible a Corto}$	0,21	#BEZUG!	#BEZUG!
2. Disponibilidad	$\text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Exigible a Corto}$	0,81	-2,44	-6,38
3. Endeudamiento o Apalancamiento	$\text{Pasivo Exigible Total} / \text{Recursos Propios}$	4,77	-0,97	-0,25
4. Cobertura del Inmovilizado	$(\text{Recursos Propios} + \text{Pasivo Exigible a Largo}) / \text{Activo Fijo}$	0,93	-0,45	-2,80
5. Plazo Medio de Cobro	$(\text{Clientes} / \text{Ingresos de Explotación}) \times 365$	0 días	0 días	0 días
6. Plazo Medio de Pago	$(\text{Acreedores Comerciales} / \text{Coste de Ventas}) \times 365$	47 días	47 días	47 días
<b>Fondo de Maniobra</b>	$\text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Exigible a Corto Plazo}$ $(\text{Recursos Propios} + \text{Pasivo Exigible a Largo Plazo}) - \text{Activo Fijo}$	-2.469	-46.994	-105.914
<b>Plazo de Recuperación de la Inversión:</b>	Número de años que se tarda en recuperar la Inversión Inicial	-1,30	#BEZUG!	#BEZUG!
<b>Punto Muerto o Punto de Equilibrio:</b>	Volumen de Ventas a partir del cual se genera Beneficio	207.221	240.991	273.630

## ANEXO 2: PLAN ECONÓMICO OPTIMISTA



## Activo ELECTROFUEL, S.L.

Concepto	Inversión		Base Imponible		% IVA Sonortado	importe IVA
	Importe	%	Aportación	Adquisición		
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>41.300</b>	<b>58%</b>				
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>	<b>16%</b>				
Terrenos y bienes naturales	0				10%	0
Edificios y construcciones	0				10%	0
Instalaciones	0				21%	0
Maquinaria	0				21%	0
Utillaje, Herramientas,...	200			200	21%	42
Mobiliario	500			500	21%	105
Elementos de transporte	10.000		10.000		21%	0
Equipos informáticos	600			600	21%	126
Otro Inmovilizado Material	0				21%	0
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>	<b>42%</b>				
Aplicaciones Informáticas				700	21%	147
Arrendamientos Financieros	30.000			30.000		
Otro Inmovilizado Inmaterial	0				21%	0
<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>				
Fianza de la parcela	0					0
<b>Gastos Amortizables</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>				
De primer establecimiento	0				21%	0
De constitución	0				21%	0
<b>Total Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>42%</b>				
<b>Existencias Iniciales</b>	<b>7.500</b>	<b>11%</b>				
COMBUSTIBLE	5.000			5.000	21%	1.050
ELECTRICIDAD	2.500			2.500	21%	525
MAQUINA VENDING	0				21%	0
SERVICIO DISTR/VENTA	0				21%	0
0	0				21%	0
0	0				21%	0
0	0				21%	0

	0	0			21%	0
<b>Realizable</b>	<b>1.995</b>	<b>3%</b>	<b>10.000</b>	<b>39.500</b>		<b>1.995</b>
Hacienda Pública IVA soportado	1.995					
<i>Cientes (*)</i>						
<i>Otros Deudores (*)</i>						
<b>Tesorería inicial / Disponible</b>	<b>20.000</b>	<b>28%</b>				
<b>Total Activo</b>	<b>70.795</b>	<b>100%</b>				

(\*) Solo para empresas en funcionamiento



**Pasivo**  
**ELECTROFUEL, S.L.**

	<b>Importe</b>	<b>%</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>35.000</b>	<b>49%</b>
Capital	25.000	35%
Reservas		0%
Resultados del periodo		0%
Aportaciones no dinerarias	10.000	14%
Subvenciones		0%
<b>Recursos Ajenos</b>	<b>35.795</b>	<b>51%</b>
<b>Créditos Largo Plazo</b>	<b>35.795</b>	<b>51%</b>
Acreeedores L.P. Financieros	5.795	8%
Acreeedores L.P. Leasing	30.000	
<i>C/c Socios y Administradores(*)</i>		
Otros Acreeedores L.P.		0%
<b>Créditos a Corto Plazo</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
Acreeedores C.P. Financieros		0%
Acreeedores Comerciales		
<i>Salarios a Pagar (*)</i>		
Otros Acreeedores C.P.		0%
<b>Total Pasivo</b>	<b>70.795</b>	<b>100%</b>

## Cuadro de Amortización Contable (\*)

### ELECTROFUEL, S.L.

Concepto	Valor inicial	% amortización	Inversiones año 1	Cuota año 1	Inversiones año 2	Cuota año 2	Inversiones año 3	Cuota año 3
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>		<b>0</b>	<b>1.860</b>	<b>0</b>	<b>1.860</b>	<b>0</b>	<b>1.860</b>
Terrenos y bienes naturales	0	0%		0		0		0
Edificios y construcciones	0	3%		0		0		0
Instalaciones	0	12%		0		0		0
Maquinaria	0	12%		0		0		0
Utillaje, Herramientas,...	200	30%		60		60		60
Mobiliario	500	10%		50		50		50
Elementos de transporte	10.000	16%		1.600		1.600		1.600
Equipos informáticos	600	25%		150		150		150
Otro Inmovilizado Material	0	30%		0		0		0
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>		<b>0</b>	<b>2.582</b>	<b>0</b>	<b>2.583</b>	<b>0</b>	<b>2.688</b>
Aplicaciones Informáticas	0	33%		0		0		0
Arrendamientos Financieros	30.000			2.582		2.583		2.688
Otro Inmovilizado Inmaterial	0	10%		0		0		0
<b>Gastos Amortizables</b>	<b>0</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
De establecimiento	0	20%		0		0		0
De constitución	0	20%		0		0		0
<b>Total Anual</b>	<b>41.300</b>		<b>0</b>	<b>4.442</b>	<b>0</b>	<b>4.443</b>	<b>0</b>	<b>4.548</b>

(\*) En el caso de empresas en funcionamiento, tener en cuenta las amortizaciones acumuladas.

## Plan de Inversión: 3 primeros años de actividad ELECTROFUEL, S.L.

Concepto	Estimación Inicial	2.023	2.024	2.025
<b>Total Inmovilizado</b>	<b>41.300</b>	<b>36.858</b>	<b>32.415</b>	<b>27.867</b>
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>	<b>11.300</b>
<b>A.A.I.M.</b>		<b>1.860</b>	<b>3.720</b>	<b>5.580</b>
<b>Inmovilizado Inmaterial</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>	<b>30.000</b>
<b>A.A.I.I.</b>		<b>2.582</b>	<b>5.165</b>	<b>7.853</b>
<b>Inmovilizado financiero</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Gastos Amortizables Netos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>129.359</b>	<b>173.443</b>	<b>208.501</b>
<b>Existencias</b>	<b>7.500</b>	<b>7.500</b>	<b>8.100</b>	<b>8.505</b>
<b>Realizable</b>	<b>1.995</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Tesorería</b>	<b>20.000</b>	<b>121.859</b>	<b>165.343</b>	<b>199.996</b>
<b>Total Inversión</b>	<b>70.795</b>	<b>166.218</b>	<b>205.859</b>	<b>236.368</b>



# Cuadro de Amortización del Leasing ELECTROFUEL, S.L.

Capital del Crédito	30.000	Sumatorio Primer año:		Sumatorio Segundo año:	
Interés	4,0%	Cuotas	3.633	Cuotas	3.633
Años	10	Intereses	1.051	Intereses	1.050
Nº. Pagos por año	12	Capital	2.582	Capital	2.583
Periodos	Cuota	Carga financiera	Recuperación coste	Capital Pendiente	Sumatorio Tercer año:
1	303	0	303	29.697	Cuotas 3.633
2	303	99	204	29.494	Intereses 944
3	303	98	204	29.289	Capital 2.688
4	303	98	205	29.084	
5	303	97	206	28.878	
6	303	96	206	28.672	
7	303	96	207	28.465	
8	303	95	208	28.257	
9	303	94	209	28.048	
10	303	93	209	27.839	
11	303	93	210	27.629	
12	303	92	211	27.418	
13	303	91	211	27.207	
14	303	91	212	26.995	
15	303	90	213	26.782	
16	303	89	213	26.569	
17	303	89	214	26.355	
18	303	88	215	26.140	
19	303	87	216	25.924	
20	303	86	216	25.708	
21	303	86	217	25.491	
22	303	85	218	25.273	
23	303	84	218	25.055	
24	303	84	219	24.835	
25	303	83	220	24.616	
26	303	82	221	24.395	
27	303	81	221	24.173	
28	303	81	222	23.951	
29	303	80	223	23.728	
30	303	79	224	23.505	
31	303	78	224	23.280	
32	303	78	225	23.055	
33	303	77	226	22.829	
34	303	76	227	22.603	
35	303	75	227	22.375	
36	303	75	228	22.147	

# Cuadro de Amortización del Crédito

## ELECTROFUEL, S.L.

Capital del Crédito	5.795
Interés	3,0%
Años	10
Nº. Pagos por año	1

Sumatorio Primer año:	
Cuotas	7.050
Intereses	79
Capital	6.971

Sumatorio Segundo año:	
Cuotas	7.050
Intereses	-134
Capital	7.184

Periodos	Cuota	Intereses	Capital	Capital
1	587	14	573	5.222
2	587	13	574	4.648
3	587	12	576	4.072
4	587	10	577	3.494
5	587	9	579	2.916
6	587	7	580	2.335
7	587	6	582	1.754
8	587	4	583	1.171
9	587	3	585	586
10	587	1	586	0
11	587	0	587	-587
12	587	-1	589	-1.176
13	587	-3	590	-1.767
14	587	-4	592	-2.359
15	587	-6	593	-2.952
16	587	-7	595	-3.547
17	587	-9	596	-4.143
18	587	-10	598	-4.741
19	587	-12	599	-5.341
20	587	-13	601	-5.942
21	587	-15	602	-6.544
22	587	-16	604	-7.148
23	587	-18	605	-7.753
24	587	-19	607	-8.360
25	587	-21	608	-8.968
26	587	-22	610	-9.578
27	587	-24	611	-10.190
28	587	-25	613	-10.803
29	587	-27	615	-11.417
30	587	-29	616	-12.033
31	587	-30	618	-12.651
32	587	-32	619	-13.270
33	587	-33	621	-13.891
34	587	-35	622	-14.513
35	587	-36	624	-15.137
36	587	-38	625	-15.762

Sumatorio Tercer año:	
Cuotas	7.050
Intereses	-352
Capital	7.402

**Pronóstico de Ventas de la empresa:  
ELECTROFUEL, S.L.**

**2.023**

Ventas	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
COMBUSTIBLE	Unidades	5.000	5.000	5.000	7.000	7.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	10.000	15.000	94.000
	1,50	7.500	7.500	7.500	10.500	10.500	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	15.000	22.500	141.000
ELECTRICIDAD	Unidades	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	8.100	8.100	10.800	12.000	14.000	15.000	110.000
	1,20	8.400	8.400	8.400	8.400	8.400	8.400	9.720	9.720	12.960	14.400	16.800	18.000	132.000
MAQUINA VENDING	Unidades	50	50	50	50	50	50	50	100	100	100	100	100	850
	1,00	50	50	50	50	50	50	50	100	100	100	100	100	850
SERVICIO DISTR/VENTA	Unidades	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	4	10	27
	1.400,00	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	2.800	1.400	1.400	2.800	2.800	5.600	14.000	37.800
	<b>Total</b>	17.350	17.350	17.350	20.350	20.350	23.250	23.170	23.220	27.860	29.300	37.500	54.600	311.650

Los precios son precios medios unitarios de venta.

**Pronóstico de Costes Variables de la empresa:  
ELECTROFUEL, S.L.**

Costes Variables	Coste	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
COMBUSTIBLE	0,90	4.500	4.500	4.500	6.300	6.300	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	9.000	13.500	84.600
ELECTRICIDAD	0,15	1.050	1.050	1.050	1.050	1.050	1.050	1.215	1.215	1.620	1.800	2.100	2.250	16.500
MAQUINA VENDING	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SERVICIO DISTR/VENTA	600,00	600	600	600	600	600	1.200	600	600	1.200	1.200	2.400	6.000	16.200
Total Compras	<b>Total</b>	<b>6.150</b>	<b>6.150</b>	<b>6.150</b>	<b>7.950</b>	<b>7.950</b>	<b>9.450</b>	<b>9.015</b>	<b>9.015</b>	<b>10.020</b>	<b>10.200</b>	<b>13.500</b>	<b>21.750</b>	<b>117.300</b>
Transporte	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costes varios	1%	174	174	174	204	204	233	232	232	279	293	375	546	3.117
Otros COSTES VAR.	<b>Total</b>	<b>174</b>	<b>174</b>	<b>174</b>	<b>204</b>	<b>204</b>	<b>233</b>	<b>232</b>	<b>232</b>	<b>279</b>	<b>293</b>	<b>375</b>	<b>546</b>	<b>3.117</b>

Los costes son costes medios unitarios de compra.

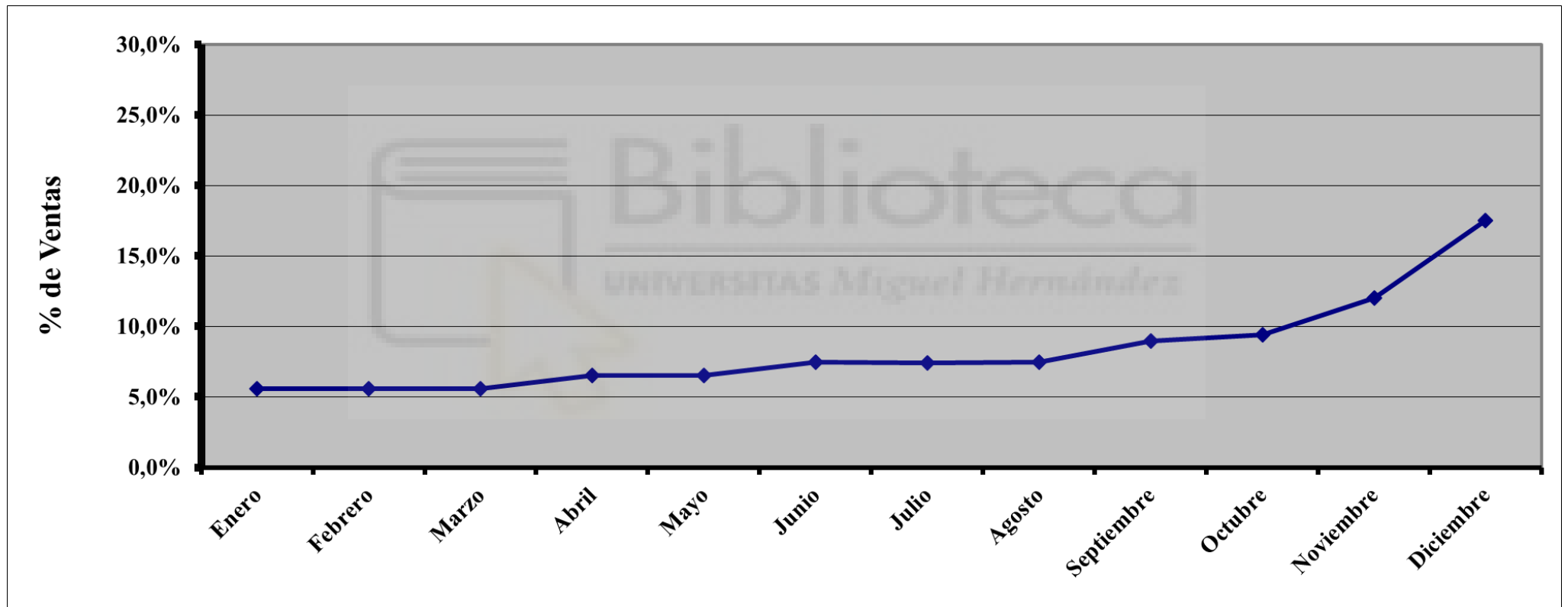
## Estacionalidad de las Ventas ELECTROFUEL, S.L.

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Porcentaje	5,6%	5,6%	5,6%	6,5%	6,5%	7,5%	7,4%	7,5%	8,9%	9,4%	12,0%	17,5%

## Estructura de Ventas y de Margenes ELECTROFUEL, S.L.

Producto	Ventas	% s / Ventas	Costes Variables	% s / Costes	Margen Bruto	% margen s / Ventas	% margen s / total
COMBUSTIBLE	141.000	45%	84.600	72%	56.400	40%	29%
ELECTRICIDAD	132.000	42%	16.500	14%	115.500	88%	59%
MAQUINA VENDING	850	0%	0		850	100%	0,44%
SERVICIO DISTR/VENTA	37.800	12%	16.200	14%	21.600	57%	11%
<b>Totales</b>	<b>311.650</b>	<b>100%</b>	<b>117.300</b>	<b>100%</b>	<b>194.350</b>	<b>62%</b>	<b>100%</b>

**Estacionalidad de las  
Ventas  
ELECTROFUEL, S.L.**



**Plan de Tesorería  
ELECTROFUEL, S.L.**

2.023

I.V.A. Soportado al:

21%

I.V.A. Repercutido al:

21%

Todos los datos son con IVA o Impuesto Equivalente

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Saldo inicial (1)	20.000	29.086	30.730	32.374	34.582	37.642	44.176	43.348	48.557	59.325	63.605	84.487	
Cobro de ventas	17.350	17.350	17.350	20.350	20.350	23.250	23.170	23.220	27.860	29.300	37.500	54.600	311.650
Créditos obtenidos													0
Otras entradas													0
I.V.A. Repercutido	3.644	3.644	3.644	4.274	4.274	4.883	4.866	4.876	5.851	6.153	7.875	11.466	65.447
<b>Total Entradas (2)</b>	<b>20.994</b>	<b>20.994</b>	<b>20.994</b>	<b>24.624</b>	<b>24.624</b>	<b>28.133</b>	<b>28.036</b>	<b>28.096</b>	<b>33.711</b>	<b>35.453</b>	<b>45.375</b>	<b>66.066</b>	<b>377.097</b>
Pago de compras	0	6.150	6.150	6.150	7.950	7.950	9.450	9.015	9.015	10.020	10.200	13.500	95.550
Pago de otros costes variables	174	174	174	204	204	233	232	232	279	293	375	546	3.117
Sueldos y Salarios	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000
Cargas Sociales	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	13.638
Tributos: IAE, IBI, ...										543			543
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Servicios de profesionales indep.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material de oficina	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Publicidad y propaganda	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
Primas de Seguros	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Trabajos realizados por otras empresas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento y reparación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arrendamientos	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Varios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	14	112	110	108	106	104	101	99	97	95	93	91	1.130
Devolución de préstamo	573	574	576	577	579	580	582	583	585	586	587	589	6.971
Recuperación coste leasing	303	204	204	205	206	206	207	208	209	209	210	211	2.582
Inversiones realizadas	0												0
Otras salidas													0
I.V.A. Soportado	1.107	2.399	2.399	2.405	2.783	2.789	3.104	3.013	3.023	3.237	3.292	4.021	33.572
<b>Total Salidas (3)</b>	<b>11.908</b>	<b>19.349</b>	<b>19.349</b>	<b>19.385</b>	<b>21.563</b>	<b>21.599</b>	<b>23.413</b>	<b>22.887</b>	<b>22.943</b>	<b>24.720</b>	<b>24.493</b>	<b>28.693</b>	<b>260.302</b>
Liquidación trimestral del I.V.A. (4)				3.030			5.452			6.453			14.945
Tesorería del periodo = (2)+(3)+(4)	9.086	1.644	1.644	2.208	3.060	6.534	-829	5.209	10.768	4.281	20.882	37.373	
Saldo final = Tesorería periodo + (1)	29.086	30.730	32.374	34.582	37.642	44.176	43.348	48.557	59.325	63.605	84.487	121.859	

14.945 IVA a liquidar

# Cuenta de Pérdidas y Ganancias

## ELECTROFUEL, S.L.

2.023

Todos los datos son sin IVA o Impuesto Equivalente

Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	%
Ventas	17.350	17.350	17.350	20.350	20.350	23.250	23.170	23.220	27.860	29.300	37.500	54.600	311.650	100%
Costes variables de compra y venta	6.324	6.324	6.324	8.154	8.154	9.683	9.247	9.247	10.299	10.493	13.875	22.296	120.417	39%
Coste de la M.O.D.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>11.027</b>	<b>11.027</b>	<b>11.027</b>	<b>12.197</b>	<b>12.197</b>	<b>13.568</b>	<b>13.923</b>	<b>13.973</b>	<b>17.561</b>	<b>18.807</b>	<b>23.625</b>	<b>32.304</b>	<b>191.234</b>	61%
Sueldos y Salarios	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000	13%
Cargas Sociales	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	1.137	13.638	4%
Tributos: IAE, IBI, ...	543												543	0%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600	1%
Servicios de profesionales indep.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Material de oficina	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200	0%
Publicidad y propaganda	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400	1%
Primas de Seguros	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000	8%
Trabajos realizados por otras empresas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mantenimiento y reparación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Arrendamientos	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000	10%
Varios		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Dotación Amortizaciones	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	370	4.442	1%
Otros Gastos Explotación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>Total Gastos Explotación</b>	<b>10.650</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>10.107</b>	<b>121.823</b>	39%
<b>Res. Ordi. antes Int. e Imp. (B.A.I.I.)</b>	<b>377</b>	<b>920</b>	<b>920</b>	<b>2.090</b>	<b>2.090</b>	<b>3.461</b>	<b>3.817</b>	<b>3.866</b>	<b>7.455</b>	<b>8.700</b>	<b>13.518</b>	<b>22.197</b>	<b>69.411</b>	22%
Ingresos Financieros													0	
Gastos Financieros	14	112	110	108	106	104	101	99	97	95	93	91	1.130	0%
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-14</b>	<b>-112</b>	<b>-110</b>	<b>-108</b>	<b>-106</b>	<b>-104</b>	<b>-101</b>	<b>-99</b>	<b>-97</b>	<b>-95</b>	<b>-93</b>	<b>-91</b>	<b>-1.130</b>	0%
<b>Res. Ordi. antes Imp. (B.A.I.)</b>	<b>362</b>	<b>808</b>	<b>810</b>	<b>1.982</b>	<b>1.984</b>	<b>3.357</b>	<b>3.715</b>	<b>3.767</b>	<b>7.358</b>	<b>8.605</b>	<b>13.426</b>	<b>22.107</b>	<b>68.281</b>	22%
+ - Res. Extraordinarios													0	
<b>Resultado del Periodo antes Imp.</b>	<b>362</b>	<b>808</b>	<b>810</b>	<b>1.982</b>	<b>1.984</b>	<b>3.357</b>	<b>3.715</b>	<b>3.767</b>	<b>7.358</b>	<b>8.605</b>	<b>13.426</b>	<b>22.107</b>		
<b>Res. Acumulado Ejercicio a/Imp.</b>	<b>362</b>	<b>1.170</b>	<b>1.980</b>	<b>3.962</b>	<b>5.946</b>	<b>9.303</b>	<b>13.019</b>	<b>16.786</b>	<b>24.143</b>	<b>32.749</b>	<b>46.174</b>	<b>68.281</b>		22%

Beneficio Bruto: 68.281

Provisión Impuestos: 17.070

Beneficio Neto: 51.211

# Los Recursos Humanos de la Empresa

## ELECTROFUEL, S.L.

2.023

Conceptos	Salario Bruto anual	Ret.IRPF anual	S. Social trabajador anual	Salario Liquido anual	S. Social Empresa anual	Cuota Autónomos mensual	Otros Gastos Sociales anual	Total Coste Empresa Anual
Socio 1	12.000	1.800		10.200		372		16.458
Socio 2	0	0		0				0
Socio 3		0		0				0
Empleado 1	5.000	250	318	4.433	1.530			6.530
Empleado 2	5.000	250	318	4.433	1.530			6.530
Empleado 3	10.000	500	635	8.865	3.060			13.060
Empleado 4	10.000	500	635	8.865	3.060			13.060
<b>Totales</b>	<b>42.000</b>	<b>3.300</b>	<b>1.905</b>	<b>36.795</b>	<b>9.180</b>	<b>372</b>	<b>0</b>	<b>55.638</b>

Cotizaciones Seguridad Social:		Retenciones IRPF:		Cuota Mensual Autónomos:
Empresa:	30,60%	socios	15,00%	242,00 euros
Trabajador:	6,35%	trabajadores	5,00%	



**Política de Cobros y de Pagos de la Empresa**

2.023

**ELECTROFUEL, S.L.**

**Cobros por Ventas**

Ventas del periodo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
	17.350	17.350	17.350	20.350	20.350	23.250	23.170	23.220	27.860	29.300	37.500	54.600	311.650

Plazos de cobr	% / Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Contado	100%	17.350	17.350	17.350	20.350	20.350	23.250	23.170	23.220	27.860	29.300	37.500	54.600	311.650
a 30 días			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 60 días				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 90 días					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 120 días						0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 150 días							0	0	0	0	0	0	0	0
a 180 días								0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>17.350</b>	<b>17.350</b>	<b>17.350</b>	<b>20.350</b>	<b>20.350</b>	<b>23.250</b>	<b>23.170</b>	<b>23.220</b>	<b>27.860</b>	<b>29.300</b>	<b>37.500</b>	<b>54.600</b>	<b>311.650</b>

Cobros Tarjeta de Crédito	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dto. Aplicado 3%														
Coste Financ.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
% Ventas con tarjeta														

**Pagos por Compras**

Plazos de pago	% / Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Contado	100%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 30 días			6.150	6.150	6.150	7.950	7.950	9.450	9.015	9.015	10.020	10.200	13.500	95.550
a 60 días				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 90 días					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 120 días						0	0	0	0	0	0	0	0	0
a 150 días							0	0	0	0	0	0	0	0
a 180 días								0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>0</b>	<b>6.150</b>	<b>6.150</b>	<b>6.150</b>	<b>7.950</b>	<b>7.950</b>	<b>9.450</b>	<b>9.015</b>	<b>9.015</b>	<b>10.020</b>	<b>10.200</b>	<b>13.500</b>	<b>95.550</b>

Cobros y pagos

# Evolución de los Recursos Humanos de la Empresa

## ELECTROFUEL, S.L.

Conceptos	2.023					2.024					2.025				
	Salario Bruto anual	SS Empresa anual	Cuota Aut. mensual	Otros Gastos Sociales anual	Coste Empresa Anual	Salario Bruto anual	SS Empresa anual	Cuota Aut. mensual	Otros Gastos Sociales anual	Coste Empresa Anual	Salario Bruto anual	SS Empresa anual	Cuota Aut. mensual	Otros Gastos Sociales anual	Coste Empresa Anual
Socio 1	12.000		372	0	16.458	13.800		427		18.927	17.250		534		23.659
Socio 2	0		0	0	0	0		0		0	0		0		0
Socio 3	0		0	0	0	0		0		0	0		0		0
Empleado 1	5.000	1.530		0	6.530	10.000	3.060			13.060	12.500	3.825			16.325
Empleado 2	5.000	1.530		0	6.530	10.000	3.060			13.060	12.500	3.825			16.325
Empleado 3	10.000	3.060		0	13.060	11.500	3.519			15.019	14.375	4.399			18.774
Empleado 4	10.000	3.060		0	13.060	11.500	3.519			15.019	14.375	4.399			18.774
<b>Totales</b>	<b>42.000</b>	<b>9.180</b>	<b>372</b>	<b>0</b>	<b>55.638</b>	<b>56.800</b>	<b>13.158</b>	<b>427</b>	<b>0</b>	<b>75.085</b>	<b>71.000</b>	<b>16.448</b>	<b>534</b>	<b>0</b>	<b>93.856</b>

% aumento 2

15,0%

% aumento 3

25,0%

## Análisis de las Cuentas de Pérdidas y Ganancias ELECTROFUEL, S.L.

Conceptos	2.023	% / Ventas	2.024	% / Ventas	Variación	2.025	% / Ventas	Variación
<b>Ventas Netas</b>	<b>311.650</b>	<b>100%</b>	<b>336.582</b>	<b>100%</b>	<b>8,0%</b>	<b>353.411</b>	<b>100%</b>	<b>5,0%</b>
Costes variables de compra y venta	120.417	39%	130.050	39%	8%	136.552	39%	5%
Coste de la M.O.D.	0		0		4%	0		4%
<b>Margen Bruto s/Ventas</b>	<b>191.234</b>	<b>61%</b>	<b>206.532</b>	<b>61%</b>	<b>8%</b>	<b>216.859</b>	<b>61%</b>	<b>5%</b>
Sueldos y Salarios	42.000	13%	56.800	17%	1%	71.000	20%	1%
Cargas Sociales	13.638	4%	18.285	5%	1%	22.856	6%	1%
Tributos: IAE, IBI, ...	543	0%	550	0%	1%	557	0%	1%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	3.600	1%	3.647	1%	1%	3.694	1%	1%
Servicios de profesionales indep.	0		0		1%	0		1%
Material de oficina	1.200	0%	1.216	0%	1%	1.231	0%	1%
Publicidad y propaganda	2.400	1%	2.431	1%	1%	2.463	1%	1%
Primas de Seguros	24.000	8%	24.312	7%	1%	24.628	7%	1%
Trabajos realizados por otras empresas	0		0		1%	0		1%
Mantenimiento y reparación	0		0		1%	0		1%
Arrendamientos	30.000	10%	30.390	9%	1%	30.785	9%	1%
Dotación Amortizaciones	4.442	1%	4.443	1%	0%	4.548	1%	2%
Otros Gastos Explotación	0		0		4%	0		4%
<b>Total Gastos Explotación</b>	<b>121.823</b>	<b>39%</b>	<b>142.074</b>	<b>42%</b>	<b>17%</b>	<b>161.763</b>	<b>46%</b>	<b>14%</b>
<b>Res. Ord. antes Int. e Imp.</b>	<b>69.411</b>	<b>22%</b>	<b>64.458</b>	<b>19%</b>	<b>-7%</b>	<b>55.096</b>	<b>16%</b>	<b>-15%</b>
Ingresos Financieros	0		0		0%	0		0%
Gastos Financieros	1.130	0%	916	0%	-19%	592	0%	-35%
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-1.130</b>	<b>0%</b>	<b>-916</b>	<b>0%</b>	<b>19%</b>	<b>-592</b>	<b>0%</b>	<b>35%</b>
<b>Res. Ord. antes Imp. (B.A.I.)</b>	<b>68.281</b>	<b>22%</b>	<b>63.542</b>	<b>19%</b>	<b>-7%</b>	<b>54.503</b>	<b>15%</b>	<b>-14%</b>
+ - Res. Extraordinarios	0		0		0%	0		0%
<b>Resultado antes de Impuestos</b>	<b>68.281</b>	<b>22%</b>	<b>63.542</b>	<b>19%</b>	<b>-7%</b>	<b>54.503</b>	<b>15%</b>	<b>-14%</b>
Provisión Impuestos	17.070	5%	15.886	5%		13.626	4%	-14%
<b>Resultado del Periodo</b>	<b>51.211</b>	<b>16%</b>	<b>47.657</b>	<b>14%</b>	<b>-7%</b>	<b>40.877</b>	<b>12%</b>	<b>-14%</b>

## Balances Previsionales: ELECTROFUEL, S.L.

	2.023		2.024		2.025		2.026	
	€	%	€	%	€	%	€	%
<b>Activo Fijo</b>	<b>41.300</b>	<b>58,3%</b>	<b>36.858</b>	<b>22,2%</b>	<b>32.415</b>	<b>15,7%</b>	<b>27.867</b>	<b>11,8%</b>
Inmovilizado Material Neto	11.300	16,0%	9.440	5,7%	7.580	3,7%	5.720	2,4%
Inmovilizado Inmaterial Neto	30.000	42,4%	27.418	16,5%	24.835	12,1%	22.147	9,4%
Inmovilizado Financiero	0		0		0		0	
Gastos Amortizables Netos	0		0		0		0	
<b>Activo Circulante</b>	<b>29.495</b>	<b>41,7%</b>	<b>129.359</b>	<b>77,8%</b>	<b>173.443</b>	<b>84,3%</b>	<b>208.501</b>	<b>88,2%</b>
Existencias	7.500	10,6%	7.500	4,5%	8.100	3,9%	8.505	3,6%
Realizable	1.995	2,8%	0		0		0	
Tesorería	20.000	28,3%	121.859	73,3%	165.343	80,3%	199.996	84,6%
<b>Total Activo</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>166.218</b>	<b>100,0%</b>	<b>205.859</b>	<b>100,0%</b>	<b>236.368</b>	<b>100,0%</b>
<b>Recursos Propios</b>	<b>35.000</b>	<b>49,4%</b>	<b>86.211</b>	<b>51,9%</b>	<b>133.867</b>	<b>65,0%</b>	<b>174.745</b>	<b>73,9%</b>
Capital	35.000	49,4%	35.000	21,1%	35.000	17,0%	35.000	14,8%
Reservas	0		0		51.211	24,9%	98.867	41,8%
Pérdidas y Ganancias del Ejercicio	0		51.211	30,8%	47.657	23,2%	40.877	17,3%
Subvenciones	0		0		0		0	
<b>Pasivo Exigible a largo Plazo</b>	<b>35.795</b>	<b>50,6%</b>	<b>26.242</b>	<b>15,8%</b>	<b>16.475</b>	<b>8,0%</b>	<b>6.385</b>	<b>2,7%</b>
Financiación Largo Plazo	5.795	8,2%	-1.176	-0,7%	-8.360	-4,1%	-15.762	-6,7%
Otros Acreedores (leasing)	30.000	42,4%	27.418	16,5%	24.835	12,1%	22.147	9,4%
C/c de Socios y Administradores	0		0		0		0	
<b>Pasivo Exigible a Corto Plazo</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>53.765</b>	<b>32,3%</b>	<b>55.516</b>	<b>27,0%</b>	<b>55.238</b>	<b>23,4%</b>
Entidades de Crédito	0		0		0		0	
Acreedores Comerciales	0		21.750	13,1%	23.490	11,4%	24.665	10,4%
Salarios a Pagar	0		0		0		0	
Otros Acreedores (H.P.)	0		32.015	19,3%	32.026	15,6%	30.573	12,9%
<b>Total Recursos Permanentes</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>112.453</b>	<b>67,7%</b>	<b>150.343</b>	<b>73,0%</b>	<b>181.130</b>	<b>76,6%</b>
<b>Total Recursos Ajenos</b>	<b>35.795</b>	<b>50,6%</b>	<b>80.007</b>	<b>48,1%</b>	<b>71.992</b>	<b>35,0%</b>	<b>61.623</b>	<b>26,1%</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>70.795</b>	<b>100,0%</b>	<b>166.218</b>	<b>100,0%</b>	<b>205.859</b>	<b>100,0%</b>	<b>236.368</b>	<b>100,0%</b>
<b>Fondo de Maniobra</b>	<b>29.495</b>	<b>41,7%</b>	<b>75.594</b>	<b>45,5%</b>	<b>117.927</b>	<b>57,3%</b>	<b>153.263</b>	<b>64,8%</b>

Los % de Fondo de Maniobra son sobre el Activo Total.

Balace cuadrado

Sí

Sí

Sí

Sí

# Ratios Básicos

## ELECTROFUEL, S.L.

Ratios de Rentabilidad	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. (Retorno sobre Inversión) ROE (Return On Equity)	$\text{Beneficio Neto} / \text{Recursos Propios} \times 100$	59,40%	35,60%	23,39%
2. (Retorno sobre Activo) ROI (Return On Investment)	$\text{Beneficio antes de intereses e impuestos} / \text{Activo Total} \times 100$	41,76%	31,31%	23,31%
3. Margen sobre Ventas ROS (Return On Sales)	$\text{Beneficio antes de intereses e impuestos} / \text{Ventas Netas} \times 100$	22,27%	19,15%	15,59%
Ratios de Eficiencia	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. Rotación del Activo	$\text{Ventas Netas} / \text{Activo Total}$	1,87	1,64	1,50
2. Rotación del Circulante	$\text{Ventas Netas} / \text{Activo Circulante}$	2,41	1,94	1,70
3. Rotación de Existencias	$\text{Ventas Netas} / \text{Existencias}$	41,55	41,55	41,55
Ratios Financieros	Fórmulas	2.023	2.024	2.025
1. Liquidez	$(\text{Activo Circulante} - \text{Existencias}) / \text{Pasivo Exigible a Corto}$	2,27	2,98	3,62
2. Disponibilidad	$\text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Exigible a Corto}$	2,41	3,12	3,77
3. Endeudamiento o Apalancamiento	$\text{Pasivo Exigible Total} / \text{Recursos Propios}$	0,93	0,54	0,35
4. Cobertura del Inmovilizado	$(\text{Recursos Propios} + \text{Pasivo Exigible a Largo}) / \text{Activo Fijo}$	3,05	4,64	6,50
5. Plazo Medio de Cobro	$(\text{Clientes} / \text{Ingresos de Explotación}) \times 365$	0 días	0 días	0 días
6. Plazo Medio de Pago	$(\text{Acreedores Comerciales} / \text{Coste de Ventas}) \times 365$	67 días	67 días	67 días
<b>Fondo de Maniobra</b>	$\text{Activo Circulante} - \text{Pasivo Exigible a Corto Plazo}$ $(\text{Recursos Propios} + \text{Pasivo Exigible a Largo Plazo}) - \text{Activo Fijo}$	75.594	117.927	153.263
<b>Plazo de Recuperación de la Inversión:</b>	Número de años que se tarda en recuperar la Inversión Inicial	0,68	0,66	0,44
<b>Punto Muerto o Punto de Equilibrio:</b>	Volumen de Ventas a partir del cual se genera Beneficio	200.374	233.028	264.588