



Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Máster en Administración y Dirección de Empresas

Trabajo Fin de Máster

AutoSwap SL | Plan de negocio 2026

Curso académico 2024 / 2025

Alumno: Raúl Coves Huertas

Tutor: Abel Torrecillas Moreno

Tabla de contenido

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. MOTIVACIONES PARA LA ELECCIÓN DE LA IDEA DE AUTOSWAP.	8
3. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS APLICADAS.....	10
4. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA Y MODELO DE NEGOCIO.....	12
5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE AUTOSWAP.....	15
6. ASPECTOS DIFERENCIALES DEL MODELO DE NEGOCIO DE AUTOSWAP.....	18
7. EQUIPO PROMOTOR.	20
8. ANÁLISIS DEL CLIENTE POTENCIAL PARA AUTOSWAP.....	22
9. ANÁLISIS DE DEMANDA DEL MERCADO.....	25
10. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	29
11. MAPA DE EMPATÍA DEL POTENCIAL CLIENTE DE MI PROYECTO EMPRESARIAL.....	33
12. CURVA DE VALOR COMPETITIVA DE AUTOSWAP.....	35
13. CURVA DE VALOR COMPARATIVA (Autoswap vs Competencia).....	36
14. CUSTOMER JOURNEY MAP	38
15. ANÁLISIS DE LA NORMATIVA RELEVANTE PARA LA ACTIVIDAD.....	39
16. ANÁLISIS PESTEL de AutoSwap (España, 2025).....	40
17. ANÁLISIS PORTER DEL SECTOR.....	43
18. PLAN DE MARKETING Y VENTAS.....	46
19. PLAN DE OPERACIONES.....	49
20. PLAN DE RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN.....	51
21. CRONOGRAMA: CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN.....	53
22. PLAN ECONOMICO FINANCIERO	75
23. FORMA JURÍDICA RECOMENDADA.....	76
24. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA.....	78

Índice de tablas e ilustraciones.

Tabla 1: Segmentación de clientes.....	25
Tabla 2: Segmentación de mercado.....	26
Tabla 3: Proyecciones de crecimiento.....	28
Tabla 4: Análisis DAFO Comparativo	31
Tabla 5: Comparativa de precios y servicios	32
Tabla 6: Actores de la curva de valor	36
Tabla 7: Customer Journey Map	38
Tabla 8: Análisis DAFO.....	46
Tabla 9: Plan de operaciones	49
Tabla 10: Estructura organizativa.....	51
Tabla 11: Cronograma de implantación.....	53
Tabla 12: Datos básicos familia	55
Tabla 13: Presupuesto ventas 2026	56
Tabla 14: Presupuesto ventas 2027	56
Tabla 15: Presupuesto de costes 2026.....	57
Tabla 16: Presupuesto costes 2027	58
Tabla 17: Estacionalidad de ventas	59
Tabla 18: Estacionalidad de ventas 2027	59
Tabla 19: RRHH 2026.....	60
Tabla 20: RRHH 2027.....	60
Tabla 21: Cuenta de P y G 2026	61
Tabla 22: Cuenta de P y G 2027	62
Tabla 23: Plan de inversión financiera	63
Tabla 24: plazos cobros y pagos 2026.....	64
Tabla 25: Plazos cobros y pagos 2027	65
Tabla 26: Tesorería 2026.....	66
Tabla 27: Tesorería 2027.....	67
Tabla 28: Métricas 2026.....	68
Tabla 29: Métricas 2027	69
Tabla 30: Ventajas SL.....	76
 Ilustración 1: Modelo CANVAS.....	 13
Ilustración 2: Planes de suscripción mensual.....	17
Ilustración 3: Escalafón del equipo promotor.....	20
Ilustración 4: Curva de valor	36
Ilustración 5: Gráficos.....	70

1. RESUMEN EJECUTIVO.

1. Nombre del Proyecto

AutoSwap

2. Descripción del Negocio

AutoSwap nace como una solución integral, flexible y moderna dentro del sector de la movilidad, posicionándose entre los modelos tradicionales de renting, leasing y compraventa. Se trata de una empresa que ofrece un servicio de suscripción de vehículos mediante el cual los clientes pueden acceder, conducir y cambiar de coche según sus necesidades y estilo de vida, mediante el pago de una cuota mensual fija.

A diferencia del renting tradicional o del alquiler por días, AutoSwap permite a los usuarios cambiar de vehículo cuantas veces deseen (dependiendo del plan contratado), accediendo a una flota renovada constantemente. La empresa se encarga de todas las gestiones relacionadas con mantenimiento, seguro, asistencia y trámites, simplificando al máximo la experiencia de movilidad del cliente.

AutoSwap mantiene su flota a través de un sistema interno de compra y venta de vehículos, con lo que optimiza los costes de renovación y maximiza la calidad de los vehículos disponibles, asegurando siempre modelos modernos, eficientes y bien mantenidos.

3. Propuesta de Valor

AutoSwap ofrece una alternativa disruptiva frente al modelo tradicional de propiedad vehicular. Su propuesta se basa en:

- **Flexibilidad absoluta:** posibilidad de cambiar de coche por otro de diferente categoría, marca o uso (compacto, SUV, eléctrico, etc.) según las necesidades del momento: viajes, trabajo, ocio o necesidades familiares.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

- **Eliminación de complicaciones:** el cliente no debe preocuparse por ITV, seguros, mantenimiento, depreciación del valor del vehículo o venta del coche en el futuro.
- **Acceso a innovación:** posibilidad de conducir modelos de última generación con frecuencia, lo que mejora la experiencia del usuario.
- **Sostenibilidad y optimización:** se promueve el uso responsable de los recursos al compartir una flota común que se actualiza constantemente y se mantiene en óptimas condiciones.

4. Mercado Objetivo

El modelo de AutoSwap está orientado a diversos segmentos con necesidades diferenciadas:

- **Profesionales urbanos:** especialmente residentes en grandes ciudades que buscan una solución de movilidad sin comprometerse a la compra de un coche, y valoran la libertad de elección según sus actividades.
- **Familias modernas:** que requieren diferentes vehículos según el momento del año (ej. vacaciones, mudanzas, desplazamientos largos) sin asumir los costes de tener varios coches.
- **Empresas y autónomos:** que necesitan soluciones flexibles para dotar a sus empleados o para adaptarse a picos de trabajo, evitando la inversión en flotas fijas.
- **Entusiastas del automóvil:** conductores apasionados por probar continuamente nuevos modelos y experiencias sin los compromisos de la propiedad.

5. Ventajas Competitivas

AutoSwap se desmarca de competidores tradicionales (rent a car, leasing, renting) gracias a:

- **Modelo de suscripción personalizado y escalable,** sin permanencia a largo plazo.
- **Rotación de vehículos sin penalizaciones ni esperas prolongadas.**

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

- **Cuota todo incluido**, que evita sorpresas y simplifica la gestión del usuario.
- **Amplia gama de vehículos**, constantemente renovada y adaptada a las tendencias del mercado.
- **Experiencia digital optimizada**, desde la selección hasta la entrega del vehículo, gracias a una app y web altamente funcionales.

6. Estrategia de Marketing

La estrategia comercial de AutoSwap se centra en tres pilares:

1. Marketing digital intensivo:

- Posicionamiento SEO y SEM.
- Campañas en redes sociales orientadas a públicos específicos (millennials, autónomos, urbanitas).
- Remarketing y automatización para nutrir leads.

2. Plataforma tecnológica:

- Aplicación móvil que centraliza toda la gestión del servicio.
- Notificaciones automáticas, recordatorios y atención personalizada.

3. Alianzas estratégicas:

- Colaboraciones con empresas tecnológicas, inmobiliarias, coworkings, aseguradoras y centros comerciales.
- Eventos experienciales con pruebas de conducción y stands en ferias de movilidad o innovación.

7. Modelo de Ingresos

AutoSwap genera ingresos por distintas vías:

- **Cuotas mensuales de suscripción**: que varían según el plan (básico, premium, corporativo) y el tipo de vehículo elegido.
- **Venta de vehículos usados**: los coches retirados de la flota se venden en canales propios o a través de marketplaces.
- **Servicios adicionales**: ampliaciones del seguro, paquetes de limpieza, personalización, coches de sustitución, entre otros.

8. Estructura de Costes

Los principales costes operativos del modelo de negocio son:

- **Adquisición de flota:** inversión inicial y periódica en vehículos nuevos.
- **Mantenimiento y seguros:** incluyendo revisiones, neumáticos, reparaciones y pólizas.
- **Tecnología:** desarrollo y mantenimiento de la app y del backend de gestión.
- **Marketing y captación:** inversión en posicionamiento, publicidad y promoción de marca.
- **Logística y atención al cliente:** costes asociados a entrega, recogida y soporte.

9. Proyecciones Financieras

Se prevé un crecimiento sostenido en la base de suscriptores con alta fidelización debido a la satisfacción del servicio. La venta continua de vehículos usados permite liberar liquidez y renovar la flota sin comprometer márgenes.

- **Ingresos esperados en el primer año:** impulsados por planes de suscripción y ventas iniciales de vehículos.
- **Punto de equilibrio:** estimado al tercer año de operación, tras alcanzar una masa crítica de suscriptores.
- **Rentabilidad a medio plazo:** gracias al control del ciclo de vida útil de los vehículos y la automatización de procesos operativos.

10. Equipo Directivo

AutoSwap cuenta con un equipo multidisciplinar con experiencia en automoción, tecnología y marketing:

- **CEO y Fundador:** visión estratégica, experiencia previa en movilidad urbana.
- **CTO:** responsable del desarrollo y escalado de la plataforma digital.
- **CMO:** encargado del posicionamiento, comunicación y crecimiento de la marca.

- **CFO:** supervisión de la viabilidad financiera, optimización de recursos y control presupuestario.

Conclusión

AutoSwap representa un modelo de movilidad moderna, eficiente y adaptada a las nuevas preferencias del consumidor. En un contexto de cambio hacia la economía colaborativa, el uso bajo demanda y la digitalización de servicios, el proyecto tiene un alto potencial de escalabilidad nacional e internacional, con una sólida propuesta de valor para usuarios y empresas.

2. MOTIVACIONES PARA LA ELECCIÓN DE LA IDEA DE AUTOSWAP.

Flexibilidad en la movilidad: Los clientes modernos buscan soluciones de movilidad que se adapten a sus estilos de vida cambiantes. La posibilidad de cambiar de vehículo según las necesidades personales y profesionales es un atractivo significativo.

Ahorro en costes de propiedad: Poseer un coche conlleva gastos importantes como mantenimiento, seguros, depreciación y reparaciones. AutoSwap elimina estos costes al incluir todo en una cuota mensual, proporcionando una alternativa más económica.

Actualización constante de la flota: Los entusiastas de los coches y los consumidores conscientes de las últimas tendencias prefieren tener acceso a modelos recientes sin preocuparse por la depreciación. La renovación regular de la flota es un factor motivador para este segmento de mercado.

Comodidad y sin complicaciones: AutoSwap ofrece una experiencia sin complicaciones, gestionando todos los aspectos relacionados con el coche (mantenimiento, seguros, asistencia en carretera), permitiendo a los clientes centrarse en disfrutar de la conducción.

Variedad y personalización: La posibilidad de elegir entre una amplia gama de modelos y marcas permite a los clientes encontrar el vehículo perfecto para cada ocasión, ya sea un utilitario eléctrico para acudir al trabajo entre semana, un

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

coche deportivo para el fin de semana, un SUV para un viaje familiar o incluso una furgoneta para realizar una mudanza.

Adaptación a las necesidades empresariales: Las empresas pueden gestionar sus flotas de forma más eficiente, ajustando el número y tipo de vehículos según sus necesidades operativas sin la rigidez de los contratos de leasing tradicionales.

Tendencia hacia el uso compartido: Con el crecimiento del movimiento de economía compartida, hay una creciente preferencia por el acceso sobre la propiedad. AutoSwap capitaliza esta tendencia ofreciendo un modelo de uso compartido que es conveniente y económico.

Sostenibilidad: La rotación frecuente de la flota permite a AutoSwap incorporar vehículos más ecológicos y eficientes en consumo de combustible, apoyando la tendencia hacia soluciones de movilidad sostenibles.

Incertidumbre económica: En tiempos de incertidumbre económica, comprometerse a la compra de un coche nuevo puede ser desalentador. AutoSwap ofrece una alternativa flexible y menos comprometida, adaptada a las fluctuaciones financieras personales.

Tecnología y digitalización: El desarrollo de una plataforma digital intuitiva para la gestión de reservas y cambios de vehículos responde a la demanda de soluciones tecnológicas avanzadas en el mercado de movilidad.

Atracción de nichos de mercado: Dirigirse a nichos específicos como profesionales urbanos, familias dinámicas y empresas, permite a AutoSwap capturar diferentes segmentos del mercado que valoran la flexibilidad y la actualización constante.

Ventajas competitivas: Diferenciarse de los servicios tradicionales de alquiler y leasing a través de una propuesta de valor única posiciona a AutoSwap como líder innovador en el mercado de movilidad.

La idea de AutoSwap está motivada por una combinación de tendencias del mercado, necesidades del consumidor y oportunidades tecnológicas. Proporcionar un servicio que ofrezca flexibilidad, comodidad, y acceso a una flota renovada continuamente satisface una demanda creciente en el mercado moderno, asegurando la relevancia y atractivo del negocio.

3. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS APLICADAS.

Para asegurar el éxito del proyecto de AutoSwap, un negocio de alquiler de coches que permite cambiar de vehículo siempre que se necesite mediante una cuota mensual y que renueva su flota regularmente, se deben aplicar metodologías y herramientas adecuadas en varias áreas clave del negocio. A continuación, se detallan algunas de las metodologías y herramientas aplicadas:

Metodología:

1. Lean startup:

- **Desarrollo ágil:** Utiliza ciclos de desarrollo rápidos y prototipos para testear el concepto y ajustar el modelo de negocio según los comentarios de los clientes.
- **MVP (Producto Mínimo Viable):** Lanzamiento de una versión básica del servicio para validar el mercado y recopilar información valiosa antes de realizar grandes inversiones.
- **Pivoteo:** Basado en los comentarios de los usuarios y los datos de uso, ajustar el enfoque, servicios ofrecidos o incluso el modelo de negocio si es necesario.

2. Design thinking:

- **Empatizar:** Comprender profundamente las necesidades y problemas de los clientes potenciales mediante entrevistas y observaciones.
- **Definir:** Clarificar los problemas y necesidades clave que AutoSwap debe resolver.
- **Idear:** Generar una amplia gama de ideas y soluciones potenciales.
- **Prototipar:** Crear prototipos de la plataforma y los servicios para probar con los usuarios.
- **Testar:** Recoger feedback detallado de los usuarios para mejorar la oferta de servicios.

3. Desarrollo de clientes:

- **Captación de mercado:** Validar la existencia de un problema o necesidad significativa que AutoSwap puede resolver.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

- **Validación de mercado:** Confirmar que la solución propuesta resuelve el problema de manera efectiva y que los clientes están dispuestos a pagar por ello.
- **Captación de nuevos clientes:** Desarrollar estrategias de marketing y ventas para atraer y adquirir clientes.
- **Desarrollo del negocio:** Escalar el negocio y establecer estructuras organizativas adecuadas.

Herramientas:

- **Software de gestión de flotas:**
 - **Sistemas telemáticos:** Para el seguimiento en tiempo real de los vehículos, gestión de mantenimiento, y optimización de rutas.
 - **Software de gestión de flotas:** Herramientas como Fleet Complete o Samsara para administrar todos los aspectos de la flota, desde el inventario hasta el mantenimiento y la renovación.
- **Plataforma digital:**
 - **Aplicaciones móviles y web:** Desarrollo de aplicaciones móviles y plataformas web que permiten a los usuarios gestionar sus suscripciones, elegir vehículos y realizar cambios.
 - **CRM (Customer Relationship Management):** Herramientas como Salesforce o HubSpot para gestionar las relaciones con los clientes, seguimiento de interacciones y análisis de datos.
- **Big data y análisis predictivo:**
 - **Herramientas de análisis de datos:** Utilización de herramientas como Google Analytics, Tableau, y análisis de Big Data para entender patrones de uso, preferencias del cliente, y predicciones de demanda.
 - **Machine learning:** Implementación de algoritmos para predecir la demanda de vehículos y optimizar la rotación y renovación de la flota.
- **Estrategias de marketing digital:**
 - **SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing):** Optimización de la presencia en línea para atraer tráfico orgánico y pagado.

- **Social media marketing:** Uso de plataformas sociales como Facebook, Instagram, y LinkedIn para promocionar servicios y conectar con clientes potenciales.
- **Email marketing:** Herramientas como Mailchimp para mantener a los clientes informados y comprometidos a través de newsletters y campañas dirigidas.
- **Sistemas de pago y suscripción:**
 - **Pasarelas de pago:** Integración de soluciones de pago seguras y eficientes como Stripe o PayPal para gestionar las transacciones de suscripciones mensuales.
 - **Software de gestión de suscripciones:** Herramientas como Chargebee o Recurly para administrar los planes de suscripción y facturación.

Aplicando estas metodologías y herramientas, AutoSwap puede desarrollar un servicio robusto, centrado en el cliente y escalable. Estas prácticas no solo aseguran una oferta de servicios que se adapta a las necesidades cambiantes del mercado, sino que también optimizan la operación y la gestión del negocio, creando una ventaja competitiva sostenible.

4. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA Y MODELO DE NEGOCIO.

Actividad de la Empresa

AutoSwap es una empresa que opera en el sector de la movilidad, específicamente en el alquiler de vehículos y la compraventa de coches de ocasión. Su propuesta de valor principal es ofrecer a los clientes la posibilidad de cambiar de vehículo tantas veces como deseen, pagando una cuota mensual fija. Además, AutoSwap renueva su flota regularmente mediante la compra y venta de vehículos, asegurando que los clientes siempre tengan acceso a modelos recientes y en excelente estado.

Modelo de negocio

Ilustración 1: Modelo CANVAS



Fuente: elaboración propia

1. Propuesta de valor:

- **Flexibilidad:** Los clientes pueden cambiar de coche según sus necesidades y preferencias sin costes adicionales, dentro de su plan de suscripción.
- **Variedad y modernidad:** Acceso a una flota de vehículos constantemente actualizada con los últimos modelos y tecnologías.
- **Conveniencia:** El proceso de cambio de vehículo es sencillo y rápido, gestionado a través de una plataforma digital intuitiva.

2. Fuentes de ingresos:

- **Cuotas de suscripción mensuales:** Los clientes pagan una tarifa mensual que varía según el tipo de plan elegido (básico, premium, etc.).
- **Venta de vehículos:** Ingresos adicionales generados a través de la venta de vehículos de la flota que han sido reemplazados.

- **Servicios adicionales:** Ingresos por servicios complementarios como seguros, mantenimiento premium, y accesorios personalizados.

3. Estructura de costes:

- **Adquisición de vehículos:** Compra regular de vehículos nuevos para mantener la flota actualizada.
- **Mantenimiento y seguros:** Costes asociados con el mantenimiento rutinario, seguros, y reparaciones de los vehículos.
- **Plataforma digital:** Desarrollo y mantenimiento de la aplicación móvil y el sitio web para gestión de suscripciones y vehículos.
- **Marketing y ventas:** Gastos en campañas de marketing digital, publicidad, y actividades de ventas para atraer y retener clientes.

4. Segmentos de clientes:

- **Particulares:** Personas que buscan flexibilidad y conveniencia en su movilidad diaria sin los compromisos de la propiedad de un coche.
- **Empresas:** Negocios que necesitan una flota versátil para sus empleados, con la opción de ajustar los vehículos según las necesidades del trabajo.
- **Turistas y residentes temporales:** Individuos que están en una ciudad por un periodo corto y necesitan un vehículo flexible.

5. Canales de distribución:

- **Plataforma digital:** Aplicación móvil y sitio web donde los clientes pueden gestionar sus suscripciones, elegir y cambiar vehículos.
- **Centros de servicio locales:** Puntos físicos donde los clientes pueden recoger y devolver los vehículos.
- **Marketing digital:** Uso de redes sociales, motores de búsqueda y campañas de correo electrónico para llegar a clientes potenciales.

6. Relación con los clientes:

- **Soporte personalizado:** Atención al cliente disponible para resolver dudas, gestionar cambios de vehículo y ofrecer soporte técnico.
- **Comunicación proactiva:** Envío de notificaciones y actualizaciones sobre nuevos vehículos disponibles, promociones y eventos especiales.

- **Programas de fidelización:** Incentivos y beneficios adicionales para clientes leales, como descuentos en cuotas o acceso prioritario a nuevos modelos.

7. Alianzas clave:

- **Concesionarios y fabricantes de vehículos:** Para la adquisición de vehículos nuevos a precios competitivos.
- **Empresas de seguros:** Para ofrecer pólizas de seguro integradas en las suscripciones.
- **Proveedores de servicios de mantenimiento:** Alianzas con talleres y centros de servicio para garantizar el mantenimiento regular y reparaciones de la flota.

El modelo de negocio de AutoSwap combina la flexibilidad del alquiler de vehículos con la renovación continua de la flota, proporcionando una propuesta de valor única en el mercado de movilidad. La empresa genera ingresos tanto a través de suscripciones mensuales como de la compraventa de vehículos, optimizando así su estructura de costes y maximizando la satisfacción del cliente.

5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO DE AUTOSWAP.

AutoSwap ofrece un servicio de suscripción de vehículos innovador y flexible que permite a los clientes cambiar de coche siempre que lo deseen, mediante el pago de una cuota mensual. Este modelo disruptivo elimina las preocupaciones y los compromisos asociados con la propiedad tradicional de un automóvil, proporcionando una experiencia de movilidad moderna y adaptable.

Características principales del servicio:

Suscripción mensual flexible: Los clientes eligen entre varios planes de suscripción que se adaptan a diferentes necesidades y presupuestos. Cada plan define el tipo de vehículos disponibles, la frecuencia de cambios permitida y los

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

servicios adicionales incluidos. Las suscripciones pueden ser mensuales o anuales, proporcionando flexibilidad en la duración del compromiso.

Cambio de vehículo ilimitado: Los clientes pueden cambiar su vehículo por otro de la flota tantas veces como lo deseen, sin cargos adicionales. Este servicio permite a los usuarios adaptar su coche a sus necesidades cambiantes, ya sea un coche más grande para un viaje familiar o un coche deportivo para un fin de semana especial.

Flota de vehículos diversificada y moderna: La flota de AutoSwap incluye una amplia variedad de vehículos, desde modelos económicos hasta coches de lujo, SUVs, y vehículos eléctricos. Todos los vehículos son nuevos o seminuevos y se mantienen en excelente estado a través de un programa de mantenimiento riguroso.

Servicios todo incluido:

- **Mantenimiento y reparaciones:** Todos los vehículos están cubiertos por un mantenimiento completo, que incluye reparaciones, revisiones y sustitución de piezas desgastadas.
- **Seguro total:** La cuota mensual incluye un seguro completo que cubre daños, robos y responsabilidad civil.
- **Asistencia en carretera 24/7:** Los clientes tienen acceso a asistencia en carretera en cualquier momento y lugar.

Plataforma digital intuitiva: Los clientes gestionan su suscripción y los cambios de vehículo a través de una plataforma digital disponible tanto en web como en app móvil. La plataforma permite ver la disponibilidad de vehículos en tiempo real, reservar y programar cambios, y gestionar todos los aspectos de la suscripción de manera sencilla.

Servicios adicionales y personalización: Opción de personalizar vehículos con accesorios y mejoras según las preferencias del cliente además de servicios exclusivos para empresas y clientes corporativos, como la gestión de flotas y vehículos personalizados.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Beneficios del servicio:

Flexibilidad y conveniencia: Los clientes disfrutan de la libertad de cambiar de coche según sus necesidades y preferencias sin preocupaciones adicionales.

Acceso a vehículos modernos: Siempre conducen coches nuevos o seminuevos, bien mantenidos y equipados con la última tecnología.

Ahorro de costes: Se eliminan los costos asociados con la propiedad de un coche, como mantenimiento, reparaciones, seguros e impuestos.

Experiencia sin complicaciones: La plataforma digital facilita la gestión de la suscripción y la elección de vehículos, ofreciendo una experiencia de usuario óptima y sin complicaciones.

Ejemplo de planes de suscripción:

Ilustración 2: Planes de suscripción mensual

Plan básico	Plan premium	Plan corporativo
 • Acceso a una selección de vehículos ecompatcos • Cambios de vehículo permitidos una vez al mes • Servicios de mantenimiento y seguro incluidos	 • Acceso a una amplia gama de vehículos, incluyendo coches de lujo y SUVs • Cambios de vehículo ilimitados • Servicios adicionales como vehículos de sustitución en caso de reparaciones prolongadas, personalización de vehículos y	 • Servicios especializados para empresas, incluyendo la gestión de flotas y vehículos personalizados • Acceso a todos los tipos de vehículos según las necesidades del negocio • Soporte prioritario y condiciones especiales de suscripción

Fuente: elaboración propia

AutoSwap transforma la experiencia de movilidad al proporcionar un servicio de suscripción de vehículos flexible, conveniente y moderno. Con una oferta todo incluido y una plataforma digital avanzada, AutoSwap se posiciona como una

solución ideal para quienes buscan libertad y comodidad en sus opciones de transporte sin los compromisos de la propiedad tradicional de un coche.

6. ASPECTOS DIFERENCIALES DEL MODELO DE NEGOCIO DE AUTOSWAP.

Flexibilidad extrema en la suscripción: A diferencia de los tradicionales contratos de leasing o compra de vehículos, AutoSwap permite a los clientes cambiar de coche tantas veces como deseen dentro del periodo de suscripción. Esto proporciona una flexibilidad inigualable, permitiendo a los usuarios adaptar su vehículo a necesidades cambiantes sin costes adicionales.

Flota diversificada y siempre actualizada: AutoSwap mantiene una flota diversa que incluye desde vehículos económicos hasta coches de lujo y eléctricos, todos ellos nuevos o seminuevos. La rotación constante de la flota asegura que los clientes siempre tengan acceso a modelos recientes con las últimas innovaciones tecnológicas y de seguridad.

Servicio todo incluido: La cuota mensual cubre todos los aspectos del uso del vehículo: mantenimiento, reparaciones, seguro completo y asistencia en carretera 24/7. Esto elimina las preocupaciones y gastos adicionales típicos de la propiedad de un coche.

Plataforma digital intuitiva: AutoSwap utiliza una plataforma digital avanzada que permite a los usuarios gestionar sus suscripciones, realizar cambios de vehículo, y acceder a todos los servicios desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esta plataforma mejora significativamente la experiencia del cliente mediante la facilidad de uso y la eficiencia.

Personalización y servicios adicionales: Los clientes pueden personalizar los vehículos con accesorios y mejoras según sus preferencias, lo que añade un nivel adicional de satisfacción. Además, AutoSwap ofrece servicios exclusivos para empresas y clientes corporativos, como la gestión de flotas y vehículos personalizados.

Modelo de ingresos diversificado: Además de los ingresos por las cuotas de suscripción, AutoSwap genera ingresos adicionales a través de la compraventa

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

de vehículos. La empresa renueva su flota regularmente, vendiendo los vehículos usados y adquiriendo nuevos, lo que también permite mantener la flota siempre actualizada.

Enfoque en la sostenibilidad: AutoSwap incluye en su flota una amplia gama de vehículos eléctricos e híbridos, promoviendo una movilidad más sostenible. La rotación frecuente de vehículos también asegura que los coches en la flota cumplan con las normativas de emisiones más recientes y sean más eficientes en consumo de combustible.

Atención al cliente personalizada: Los clientes de AutoSwap tienen acceso a un servicio de atención al cliente personalizado que los asiste en todo momento, desde la elección del vehículo hasta la resolución de cualquier incidencia. Este nivel de atención contribuye a una experiencia de usuario superior.

Ejemplo de diferenciación:

Cambio de vehículo ilimitado: Mientras que los servicios tradicionales de leasing y renta de coches limitan los cambios de vehículo o imponen tarifas altas por cambios adicionales, AutoSwap permite cambios ilimitados sin coste extra.

Todo incluido vs. costes adicionales: Muchos servicios de leasing y alquiler requieren que el cliente gestione y pague por el mantenimiento, seguros y reparaciones. En AutoSwap, todo esto está incluido en la cuota mensual, simplificando la experiencia del cliente.

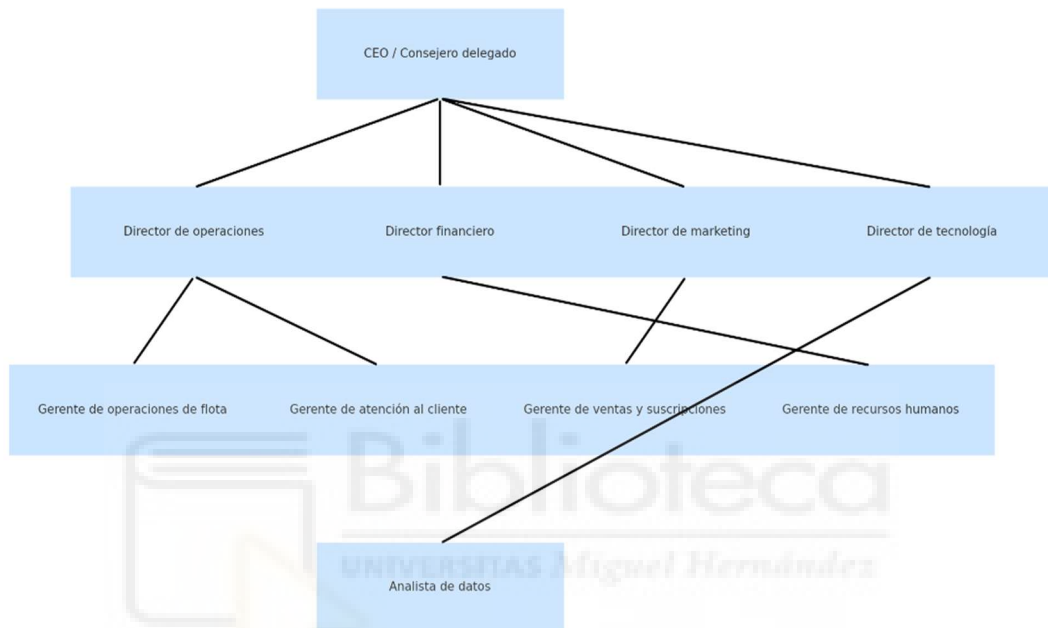
Suscripción adaptable: La posibilidad de elegir entre distintos planes de suscripción que se ajustan a diferentes necesidades y presupuestos, ofrece una personalización que muchos competidores no pueden igualar.

Los aspectos diferenciales de AutoSwap están diseñados para ofrecer una experiencia de usuario superior y flexible, eliminando las barreras y complicaciones asociadas con la propiedad tradicional de vehículos. La combinación de una flota moderna, un servicio todo incluido, una plataforma digital intuitiva, y una política de cambios ilimitados de vehículos, posiciona a AutoSwap como un líder innovador en el mercado de suscripción de automóviles.

7. EQUIPO PROMOTOR.

Para una empresa como AutoSwap, el equipo promotor mínimo debería incluir los siguientes roles clave:

Ilustración 3: Escalafón del equipo promotor



Fuente: elaboración propia

CEO Consejero delegado:

- Responsable de la dirección general y estrategia de la empresa.
- Lidera la visión y misión de la empresa.
- Toma decisiones clave y supervisa todas las operaciones.

Director de operaciones:

- Encargado de las operaciones diarias.
- Optimiza la eficiencia operativa.
- Coordina entre diferentes departamentos.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Director financiero:

- Gestiona las finanzas de la empresa.
- Planifica y analiza presupuestos.
- Asegura la salud financiera y el cumplimiento de regulaciones.

Director de marketing:

- Responsable de las estrategias de marketing y ventas.
- Desarrolla campañas de publicidad y comunicación.
- Gestiona la imagen de marca y la captación de clientes.

Director de tecnología:

- Lidera el desarrollo tecnológico y la innovación.
- Supervisa la plataforma digital y las herramientas tecnológicas.
- Garantiza la seguridad y eficiencia tecnológica.

Gerente de operaciones de flota:

- Gestiona la adquisición y mantenimiento de los vehículos.
- Optimiza la rotación y disponibilidad de la flota.
- Asegura la calidad y estado de los vehículos.

Gerente de atención al cliente:

- Supervisa el servicio al cliente.
- Gestiona las quejas y feedback de los usuarios.
- Asegura una experiencia positiva para los clientes.

Gerente de ventas y suscripciones:

- Desarrolla estrategias de ventas.
- Gestiona las relaciones con los clientes y las suscripciones.
- Identifica oportunidades de mercado y crecimiento.

Gerente de recursos humanos:

- Recluta y retiene talento.
- Desarrolla políticas de recursos humanos.
- Fomenta un buen ambiente laboral y desarrollo profesional.

Analista de datos:

- Analiza datos de uso y tendencias de clientes.
- Proporciona informes para la toma de decisiones.
- Ayuda a optimizar estrategias basadas en datos.

Este equipo promotor proporcionará una base sólida para gestionar y hacer crecer AutoSwap, asegurando que todas las áreas críticas del negocio estén cubiertas.

8. ANÁLISIS DEL CLIENTE POTENCIAL PARA AUTOSWAP.

1. Segmentación del mercado:

- **Geográfica:** Áreas urbanas y suburbanas con alta densidad de población en regiones con infraestructura bien desarrollada para servicios automovilísticos.
- **Demográfica:** Profesionales, emprendedores y familias con edad comprendida entre 25 y 55 años y con ingresos medios a altos.
- **Psicográfica:** Personas que valoran la flexibilidad y la conveniencia con personalidad innovadora, tecnológica y sostenible.
- **Conductual:** Usuarios frecuentes de servicios de alquiler de vehículos y personas con interés en probar diferentes modelos de vehículos sin compromiso a largo plazo.

2. Perfil del cliente ideal:

- Jóvenes profesionales con edad comprendida entre 25 y 35 años que prefieren la movilidad sin las responsabilidades de la propiedad del vehículo y que tienen interés en tecnología y servicios innovadores.
- Familias que necesitan diferentes tipos de vehículos según la ocasión (ej. SUV para viajes familiares, utilitario para el día a día) y que valoran la seguridad y la comodidad.
- Empresarios y emprendedores que necesitan vehículos de representación con interés en reducir costes operativos y aumentar la flexibilidad.

3. Necesidades y deseos del cliente:

- **Flexibilidad:** Poder cambiar de vehículo según necesidades específicas (trabajo, ocio, familia) y no estar atados a un solo modelo de vehículo.

- **Ahorro de costes:** Evitar los costes de mantenimiento y depreciación de un vehículo en propiedad con una cuota mensual predecible y sin sorpresas.
- **Comodidad y conveniencia:** Proceso simple y rápido para cambiar de vehículo con servicios adicionales como seguro, mantenimiento y asistencia en carretera incluidos.
- **Experiencia de usuario:** Plataforma fácil de usar para gestionar cambios y pagos además de una gran variedad de opciones de vehículos bien mantenidos y modernos.

4. Análisis de la competencia:

- **Competidores directos:**
 - Empresas de alquiler de vehículos tradicionales.
 - Nuevos modelos de negocio como coche compartido Bla bla car y suscripciones de automóviles.
- **Competidores indirectos:**
 - Transporte público.
 - Servicios de viajes compartidos como Uber y Lyft.

5. Feedback de clientes actuales:

- **Satisfacción:**
 - Evaluaciones positivas sobre la facilidad de cambiar de vehículo y la calidad del servicio al cliente.
 - Necesidad de mejorar en la disponibilidad de ciertos modelos de autos en períodos de alta demanda.
- **Áreas de mejora:**
 - Proceso de inscripción y documentación inicial.
 - Disponer de más opciones de personalización en los paquetes de suscripción.

6. Tendencias del mercado:

- **Aumento de la movilidad compartida:**
 - Creciente aceptación de servicios de movilidad compartida en lugar de propiedad.
 - Preferencia por soluciones sostenibles y eco-friendly.

- **Tecnología y digitalización:**

- Demanda por plataformas digitales que faciliten la gestión de servicios de movilidad.
- Integración con aplicaciones móviles para una mejor experiencia de usuario.

7. Estrategias de marketing y comunicación:

- **Marketing digital:** Campañas en redes sociales y motores de búsqueda; influencers y testimonios de usuarios satisfechos.
- **Asociaciones:** Alianzas con empresas tecnológicas y de servicios de movilidad; colaboraciones con marcas de automóviles para promociones especiales.
- **Promociones y ofertas:** Descuentos iniciales para nuevos usuarios; paquetes personalizados para diferentes segmentos de clientes (ej. familias, empresas).

Con un análisis exhaustivo del cliente potencial, AutoSwap puede adaptar su oferta de servicios para satisfacer las necesidades y deseos específicos de su audiencia objetivo. Esto permitirá desarrollar estrategias efectivas para atraer y retener clientes, asegurando el éxito y crecimiento sostenido de la empresa en el competitivo mercado de la movilidad.

9. ANÁLISIS DE DEMANDA DEL MERCADO.

1. Identificación del mercado objetivo.

Tabla 1: Segmentación de clientes

Segmentos de clientes

Segmento	Descripción
Urbanitas y millennials	Personas que viven en ciudades, especialmente entre 25 y 45 años, que valoran la flexibilidad y prefieren pagar por el uso de servicios en lugar de la propiedad.
Profesionales y empresas	Autónomos y empresas que necesitan vehículos para sus empleados y desean evitar los costes asociados a la compra y mantenimiento de una flota.
Turistas y viajeros frecuentes	Personas que viajan con frecuencia y requieren diferentes tipos de vehículos según el destino y la ocasión.
Entusiastas del automóvil	Personas que disfrutan cambiando de coche regularmente para experimentar diferentes modelos y tecnologías.

Fuente: elaboración propia

2. Segmentación de Mercado

Tabla 2: Segmentación de mercado

Tipo de Segmentación	Características
Geográfica	Grandes ciudades y áreas metropolitanas con alta densidad de población y tráfico.
Demográfica	Edad: 25-45 años Ingresos: Medios a altos Profesionales, ejecutivos y autónomos.
Psicográfica	Estilo de vida: Personas que valoran comodidad y flexibilidad. o Actitudes: Preferencia por servicios bajo demanda, aversión a la propiedad de activos costosos.

Fuente: elaboración propia

3. Estimación del Tamaño del Mercado

- **Total Addressable Market (TAM):**
 - **Definición:** Todos los usuarios potenciales de servicios de renta de automóviles en ciudades principales del país.
 - **Estimación:** Según estudios de mercado y datos de censos, la población urbana en las principales ciudades puede ser de aproximadamente 10 millones de personas. De este grupo, se estima que el 20% podría estar interesado en servicios flexibles de movilidad como AutoSwap.
 - **Cálculo:** $10.000.000 \times 20\% = 2.000.000$ usuarios potenciales.
- **Serviceable Available Market (SAM):**
 - **Definición:** Subconjunto del TAM que es alcanzable considerando las capacidades actuales de AutoSwap.

- **Estimación:** Inicialmente, AutoSwap podría captar el interés del 10% de este segmento en las ciudades donde planea operar en el primer año.
- **Cálculo:** $2.000.000 \times 10\% = 200.000$ usuarios potenciales.
- **Serviceable Obtainable Market (SOM):**
 - **Definición:** Parte del SAM que AutoSwap puede captar con las capacidades actuales y estrategias de marketing en el primer año.
 - **Estimación:** Con una campaña de lanzamiento efectiva y la infraestructura inicial, se puede aspirar a captar el 5% del SAM.
 - **Cálculo:** $200.000 \times 5\% = 10.000$ usuarios en el primer año.

4. Análisis de la competencia

- **Competidores directos:**
 - Empresas de rent a car tradicionales como Hertz y Avis.
 - Servicios de suscripción de automóviles como Flexicar y Drivy.
 - Empresas de coche compartido como Zipcar y Car2Go.
- **Competidores indirectos:**
 - Servicios de transporte bajo demanda como Uber y Lyft.
 - Transporte público en grandes ciudades.
- **Ventajas competitivas de AutoSwap:**
 - **Flexibilidad en el cambio de vehículos:** Permite a los clientes cambiar de coche según sus necesidades sin restricciones.
 - **Cuotas mensuales transparentes:** Sin cargos ocultos y con mantenimiento incluido.
 - **Renovación constante de la flota:** Asegura que los clientes siempre tengan acceso a los últimos modelos y tecnologías.

5. Análisis de tendencias del mercado

- **Preferencia por servicios de suscripción:** La economía de suscripción está en auge, con consumidores cada vez más dispuestos a pagar por acceso en lugar de propiedad.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

- **Aumento de la movilidad urbana:** El crecimiento de las ciudades y el aumento del tráfico fomentan la adopción de soluciones de movilidad flexibles y bajo demanda.
- **Conciencia ecológica:** La preferencia por vehículos nuevos y eficientes en cuanto a consumo de combustible, que son menos contaminantes, puede impulsar la demanda por servicios como AutoSwap.
- **Proyecciones de crecimiento**

Tabla 3: Proyecciones de crecimiento

Año 1	Año 2-3	Año 4-5
Captar 10.000 usuarios	Expansión a más ciudades y regiones metropolitanas.	Consolidación en el mercado con una presencia significativa en todas las principales ciudades.
Campaña de marketing intensiva	Incremento de la flota de vehículos y diversificación de las opciones disponibles.	Introducción de servicios adicionales como vehículos eléctricos y soluciones de movilidad sostenible.
Alianzas estratégicas	Objetivo de aumentar la base de usuarios en un 20-30% anual.	Establecimiento de AutoSwap como líder en el mercado.

Fuente: elaboración propia

El análisis de la demanda muestra un mercado potencial significativo para AutoSwap, impulsado por las tendencias actuales hacia la flexibilidad, la suscripción, y la movilidad urbana. Con una estrategia de marketing efectiva y una oferta de servicios diferenciada, AutoSwap tiene el potencial de capturar una porción sustancial del mercado y crecer sostenidamente en los próximos años.

10. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

1. Identificación de competidores

Competidores directos:

- **Flexicar:**
 - Modelo de negocio: Venta y suscripción de vehículos.
 - Oferta: Cambio de vehículos, diferentes planes de suscripción.
 - Fortalezas: Variedad de vehículos, presencia en varias ciudades.
 - Debilidades: Posible falta de flexibilidad en los términos del contrato.
- **CarNext:**
 - Modelo de negocio: Venta y suscripción de vehículos.
 - Oferta: Acceso a vehículos nuevos y usados, opción de compra al final del contrato.
 - Fortalezas: Amplia red de concesionarios y variedad de vehículos.
 - Debilidades: Enfoque más tradicional, menos énfasis en la flexibilidad de cambio de vehículo.
- **Drivy (ahora parte de Getaround):**
 - Modelo de negocio: Carsharing y alquiler a corto plazo.
 - Oferta: Alquiler de vehículos por horas o días, opciones flexibles.
 - Fortalezas: Modelo de negocio basado en carsharing, tecnología avanzada.
 - Debilidades: Menos enfoque en suscripciones a largo plazo, más orientado a alquileres cortos.

Competidores indirectos:

- **Uber, Lyft y Cabify:**
 - Modelo de negocio: Transporte bajo demanda.
 - Oferta: Viajes individuales, suscripciones de viaje.
 - Fortalezas: Amplia disponibilidad, conveniencia.
 - Debilidades: No ofrecen la opción de conducir diferentes vehículos.
- **Zipcar:**
 - Modelo de negocio: Carsharing por horas y días.
 - Oferta: Alquiler de vehículos por horas o días.
 - Fortalezas: Flexibilidad de alquiler, presencia en muchas ciudades.
 - Debilidades: Enfoque en alquiler a corto plazo, no en suscripciones de vehículos.
- **Transporte público:**
 - Oferta: Movilidad urbana mediante autobuses, trenes y metro.
 - Fortalezas: Coste accesible, buena cobertura urbana.
 - Debilidades: Menos privacidad, dependencia de horarios y rutas fijas.

2. Análisis DAFO de la competencia.

Tabla 4: Análisis DAFO Comparativo

Empresa	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Flexicar	Variedad de planes de suscripción. Amplia gama de vehículos Presencia nacional.	Expansión internacional. Integración de vehículos eléctricos.	Restricciones en cambios de vehículo. Costes elevados.	Nuevos competidores con modelos más flexibles. Cambios regulatorios.
CarNext	Amplia red de distribución. Opciones de compra de vehículos al final del contrato.	Crecimiento del mercado de vehículos usados. Expansión digital.	Enfoque menos flexible en términos de suscripción.	Preferencia creciente por suscripción sobre la compra. Competencia de empresas tecnológicas.
Drivy (Getaround)	Tecnología avanzada. Flexibilidad en alquileres a corto plazo.	Expansión a nuevos mercados urbanos. Adopción de tecnologías de vehículos autónomos.	Enfoque limitado en suscripciones a largo plazo.	Regulaciones locales. Competencia de servicios de alquiler tradicionales.

Fuente: elaboración propia

3. Diferenciación de AutoSwap

AutoSwap se diferencia de sus competidores por varios aspectos clave:

- **Flexibilidad en el cambio de vehículos:** Permite a los usuarios cambiar de coche siempre que lo necesiten, adaptándose a sus necesidades cambiantes, lo que no ofrecen muchos competidores directos.
- **Renovación constante de la flota:** AutoSwap asegura que los vehículos sean actualizados regularmente, ofreciendo los últimos modelos y tecnologías, lo que atrae a los entusiastas de automóviles y a quienes valoran la innovación.
- **Cuotas mensuales todo incluido:** Transparencia en los costos con mantenimiento y seguros incluidos, eliminando gastos inesperados y proporcionando tranquilidad al cliente.
- **Estrategia de sustentabilidad:** Enfoque en integrar vehículos eléctricos e híbridos en la flota, alineándose con las tendencias ecológicas y atrayendo a consumidores conscientes del medio ambiente.
- **Comparación de precios y servicios**

Tabla 5: Comparativa de precios y servicios

Competidor	Plan básico	Plan intermedio	Plan premium
AutoSwap	\$300/mes - Vehículos compactos y subcompactos	\$500/mes - Vehículos medianos y SUV compactos	\$800/mes - SUV grandes, vehículos de lujo
Flexicar	\$350/mes - Vehículos compactos	\$600/mes - Vehículos medianos	\$900/mes - SUV y vehículos de lujo
CarNext	\$400/mes - Vehículos usados	\$650/mes - Vehículos nuevos y usados de alta gama	N/A
Drivy	\$10/hora o \$60/día - Todos los tipos de vehículos	N/A	N/A

Fuente: elaboración propia

4. Conclusiones y estrategias

AutoSwap tiene un posicionamiento único con su enfoque en la flexibilidad de cambio de vehículos y una flota constantemente renovada. La competencia directa tiene puntos fuertes, pero ninguna ofrece un modelo tan adaptable y moderno como AutoSwap.

Estrategias de competencia:

Enfoque en marketing digital: Utilizar campañas en redes sociales, influencers y publicidad en línea para destacar la flexibilidad y las ventajas de AutoSwap.

Programas de fidelización: Implementar programas que recompensen a los clientes por su lealtad, con beneficios adicionales por cada año de suscripción continua.

Expansión geográfica controlada: Comenzar en grandes ciudades y expandirse gradualmente a otras áreas metropolitanas, asegurando un servicio de alta calidad en cada nueva ubicación.

Alianzas estratégicas: Colaborar con fabricantes de automóviles para obtener acceso a los últimos modelos y tecnologías a precios competitivos.

Con estas estrategias, AutoSwap puede aprovechar su propuesta de valor única para captar una parte significativa del mercado y establecerse como líder en el sector de suscripción de vehículos.

11. MAPA DE EMPATÍA DEL POTENCIAL CLIENTE DE MI PROYECTO EMPRESARIAL

¿Qué siente y piensa el cliente?

- ☐ Preocupaciones financieras: los clientes pueden estar preocupados por el costo mensual de la suscripción y si realmente vale la pena el gasto adicional.
- ☐ Inseguridad sobre la calidad: pueden tener dudas sobre la calidad de los vehículos disponibles y si cumplirán con sus expectativas.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

☐ Necesidad de comodidad: buscan una solución conveniente que les permita cambiar de vehículo sin complicaciones.

¿Qué ve y oye el cliente?

☐ Anuncios y promociones: ven anuncios en línea y en redes sociales sobre el servicio de suscripción de vehículos.

☐ Opiniones de otros clientes: escuchan experiencias de otros usuarios que han utilizado el servicio y cómo les ha beneficiado.

☐ Comparación de precios: observan los precios de otros servicios de suscripción y comparan las ofertas disponibles en el mercado.

¿Qué dice y hace el cliente?

☐ Investigación en línea: buscan información sobre el servicio de suscripción, incluyendo precios, términos y condiciones, y opiniones de otros clientes.

☐ Visitas al local: visitan el local físico para ver los vehículos disponibles y discutir opciones con el personal de ventas.

☐ Discuten con amigos y familiares: comparten sus pensamientos y dudas sobre la idea de suscribirse a un servicio de vehículos.

¿Cuáles son sus frustraciones?

☐ Falta de transparencia: se sienten frustrados si la información sobre el servicio no está clara o si hay costos ocultos.

☐ Proceso complicado: la complejidad en el proceso de suscripción o en la selección de vehículos puede generar frustración.

☐ Miedo al compromiso: algunos clientes pueden sentirse intimidados por el compromiso a largo plazo de la suscripción.

¿Cuáles son sus necesidades?

☐ Flexibilidad: necesitan un servicio flexible que se adapte a sus necesidades y estilo de vida cambiante.

☐ Confiabilidad: desean sentirse seguros de que los vehículos disponibles son de calidad y están bien mantenidos.

☐ Facilidad de uso: quieren una experiencia sin complicaciones, desde la selección del vehículo hasta la entrega y devolución.

12. CURVA DE VALOR COMPETITIVA DE AUTOSWAP.

Elementos Clave:

- ☐ Variedad de vehículos: ofrecemos una amplia gama de vehículos de ocasión de alta calidad para satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros clientes.
- ☐ Flexibilidad de suscripción: nuestro modelo de suscripción mensual permite a los clientes cambiar de vehículo según sus necesidades y preferencias, sin compromisos a largo plazo.
- ☐ Servicio personalizado: proporcionamos atención personalizada y asesoramiento experto para ayudar a los clientes a seleccionar el vehículo adecuado y brindar soporte continuo durante toda la suscripción.
- ☐ Transparencia y confianza: nos comprometemos a la transparencia en nuestros precios y condiciones, garantizando a los clientes una experiencia confiable y sin sorpresas desagradables.
- ☐ Experiencia sin complicaciones: simplificamos el proceso de suscripción y cambio de vehículos para ofrecer a los clientes una experiencia sin complicaciones y conveniente desde el inicio hasta el final.
- ☐ Valor agregado: además del acceso a una variedad de vehículos, ofrecemos servicios adicionales como seguros, mantenimiento y asistencia en carretera para mejorar la experiencia del cliente y brindarle mayor valor.

Esta curva de valor competitiva destaca los elementos diferenciadores y las ventajas clave de mi proyecto empresarial en comparación con la competencia, mostrando cómo mi servicio se centra en proporcionar una experiencia única y de alto valor para los clientes.

13. CURVA DE VALOR COMPARATIVA (Autoswap vs Competencia)

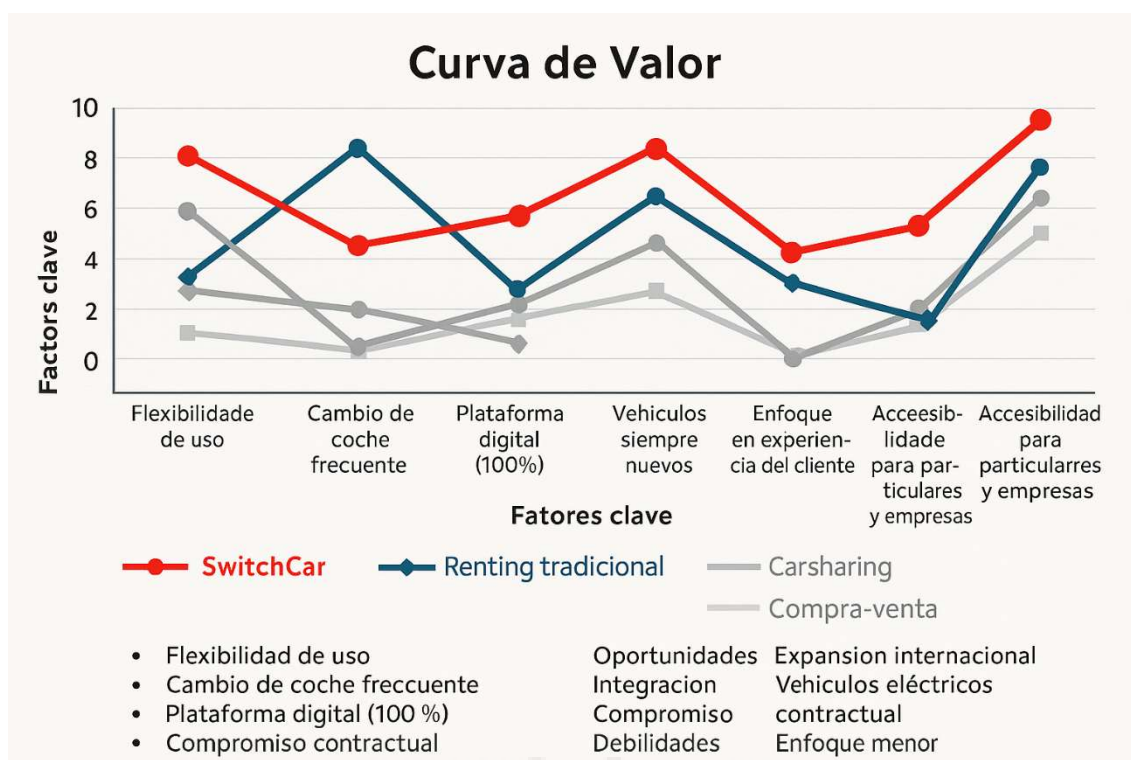
Los factores clave que analizaremos en la curva son:

Tabla 6: Actores de la curva de valor

Factores clave	Autoswap	Renting Tradicional	Carsharing	Rent-a-Car	Compra-venta
Flexibilidad de uso	☐ Alta	☒ Baja	☐ Media	☐ Media	☒ Baja
Cambio de coche frecuente	☐ Alta	☒ Muy limitada	☒ Nula	☒ Nula	☒ Nula
Plataforma digital (100%)	☐ Total	☐ Parcial	☐ Alta	☐ Parcial	☐ Parcial
Compromiso contractual	☐ Bajo	☒ Alto	☐ Bajo	☐ Bajo	☒ Muy alto
Vehículos siempre nuevos	☐ Sí	☐ Sí	☐ Depende	☐ Depende	☒ No siempre
Precio mensual transparente	☐ Claro	☐ Con extras	☒ No aplica	☒ No aplica	☒ No aplica
Enfoque en experiencia cliente	☐ Alto	☐ Medio	☐ Alto	☐ Medio	☒ Bajo
Accesibilidad para particulares y empresas	☐ Sí	☒ Más empresas	☐ Sí	☐ Sí	☐ Sí

Fuente: elaboración propia

Ilustración 4: Curva de valor



Fuente: elaboración propia

Análisis visual (explicación de la curva)

La **curva de valor** de Autoswap se distingue por:

- Mayor **flexibilidad, digitalización y comodidad**.
- Menor compromiso a largo plazo en comparación con renting o compra.
- Mejor alineación con tendencias actuales como la economía de suscripción.
- Mejores servicios postventa y experiencia de usuario.

14. CUSTOMER JOURNEY MAP

Tabla 7: Customer Journey Map

Fase	Acción del Cliente	Punto de Contacto	Emoción/Expectativa	Oportunidad para AutoSwap
1. Descubrimiento	Escucha sobre AutoSwap en redes sociales o por una recomendación	Instagram, Google Ads, YouTube, boca a boca	Curiosidad, interés en una alternativa al coche en propiedad	Campañas con testimonios reales, influencers, SEO estratégico
2. Consideración	Visita la web o app para conocer precios y tipos de suscripción	Sitio web, app móvil, chatbot	Comparación con rent-a-car o leasing, busca transparencia	Diseñar comparativas claras, video explicativo, prueba gratuita de la app
3. Evaluación	Consulta dudas sobre el funcionamiento y posibles modelos	Atención al cliente, FAQs, foros online	Expectativas altas de comodidad, busca confianza en el servicio	Atención personalizada, reseñas visibles, simulador de cuota según necesidades
4. Registro	Elige un plan (básico/premium/corporativo) y se registra	App/web – formulario	Impaciencia, necesidad de claridad en los términos del contrato	Proceso rápido de registro, UX intuitiva, diseño visual limpio y legalidad clara
5. Elección inicial	Escoge el primer vehículo y programa recogida	App/web, email, centro físico	Emoción, sensación de libertad y novedad	Asistente virtual para acompañar paso a paso, presentación del coche con info clara
6. Uso del servicio	Conduce el vehículo, solicita cambio cuando lo necesita	App, atención al cliente	Comodidad, confianza en el proceso	Ofrecer coches disponibles en tiempo real, experiencia de usuario fluida en la app
7. Post-servicio	Da feedback, considera continuar o mejorar su plan	Encuesta, email, app	Satisfacción o frustración, espera ser escuchado	Programas de fidelización, upgrades personalizados, atención postventa activa
8. Recomendación	Comparte su experiencia con amigos, redes o reseñas	Redes sociales, Google Reviews, boca a boca	Orgullo de usuario, deseo de compartir una buena experiencia	Programa de referidos, promociones por reseña, contenidos virales con usuarios reales

Fuente: elaboración propia

15. ANÁLISIS DE LA NORMATIVA RELEVANTE PARA LA ACTIVIDAD.

Para un análisis de la normativa relevante para la actividad de AutoSwap, es importante considerar las regulaciones relacionadas con la compraventa de vehículos, el alquiler de automóviles y las suscripciones de vehículos. A continuación, se detallan algunas de las normativas más relevantes

Legislación sobre compraventa de vehículos: AutoSwap debe cumplir con las leyes y regulaciones locales relacionadas con la compraventa de vehículos. Esto incluye la verificación de la titularidad de los vehículos, la transferencia de propiedad, los impuestos sobre las ventas y cualquier otro requisito legal aplicable.

Normativa sobre alquiler de vehículos: En muchos países, el alquiler de vehículos está sujeto a regulaciones específicas, que abarcan desde la licencia de alquiler hasta los requisitos de seguro y seguridad del vehículo. AutoSwap debe asegurarse de cumplir con todas estas regulaciones para operar legalmente.

Legislación de protección al consumidor: Las leyes de protección al consumidor pueden aplicarse a los servicios ofrecidos por AutoSwap, especialmente en lo que respecta a la transparencia de precios, los derechos de cancelación y las prácticas comerciales justas. Es importante que AutoSwap cumpla con estas regulaciones para proteger los derechos de sus clientes.

Normativas fiscales: AutoSwap debe cumplir con las regulaciones fiscales locales relacionadas con la facturación, la contabilidad y el pago de impuestos sobre las ventas y el alquiler de vehículos. Esto incluye la presentación de declaraciones de impuestos precisas y el cumplimiento de todas las obligaciones fiscales aplicables

Regulaciones ambientales: Dependiendo de la ubicación y las operaciones de AutoSwap, puede haber regulaciones ambientales relacionadas con la emisión de gases de escape, el mantenimiento de vehículos y el manejo de residuos. Es importante que AutoSwap opere de manera sostenible y cumpla con todas las regulaciones ambientales aplicables.

Normativas de seguridad vial: AutoSwap debe cumplir con todas las regulaciones de seguridad vial, que pueden incluir inspecciones de vehículos,

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

requisitos de mantenimiento y estándares de seguridad. Garantizar la seguridad de los vehículos alquilados es fundamental para proteger tanto a los clientes como a la empresa.

En resumen, AutoSwap debe estar al tanto de todas las normativas relevantes que afecten a su actividad comercial, tanto a nivel local como nacional, y cumplir con todas las regulaciones para operar de manera legal y ética. Un asesor legal especializado en el sector automotriz puede ser invaluable para garantizar el cumplimiento normativo de la empresa.

16. ANÁLISIS PESTEL de AutoSwap (España, 2025)

Político

- **Regulación de movilidad sostenible:** El gobierno español y la Unión Europea están promoviendo políticas para reducir las emisiones de CO₂, lo que favorece modelos de negocio como AutoSwap que pueden incorporar vehículos eléctricos en su flota.
- **Incentivos fiscales:** Existen beneficios fiscales para empresas que adoptan prácticas sostenibles, como la utilización de vehículos eléctricos, lo que puede ser aprovechado por AutoSwap.
- **Estabilidad política:** La estabilidad política en España proporciona un entorno favorable para la inversión y el crecimiento de nuevas empresas en el sector de la movilidad.

Económico

- **Crecimiento del renting y carsharing:** El mercado de renting y carsharing en España ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, indicando una tendencia positiva para servicios como AutoSwap.

- **Inflación y poder adquisitivo:** La inflación puede afectar el poder adquisitivo de los consumidores, lo que podría influir en la demanda de servicios de suscripción de vehículos.
- **Costes operativos:** Los costes asociados a la adquisición y mantenimiento de vehículos pueden impactar en la rentabilidad de AutoSwap, especialmente si se busca mantener una flota actualizada.

Social

- **Cambio en las preferencias de los consumidores:** Hay una creciente preferencia por el uso frente a la propiedad, especialmente entre los jóvenes, lo que favorece modelos de suscripción de vehículos.
- **Conciencia ambiental:** Los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental, lo que puede aumentar la demanda de servicios que ofrecen vehículos eléctricos o híbridos.
- **Urbanización y estilo de vida:** El aumento de la urbanización y los estilos de vida dinámicos pueden impulsar la demanda de soluciones de movilidad flexibles como AutoSwap.

Tecnológico

- **Avances en tecnología de vehículos:** La rápida evolución de la tecnología en vehículos, incluyendo la conectividad y la conducción autónoma, puede ofrecer oportunidades para diferenciar el servicio de AutoSwap.
- **Plataformas digitales:** El desarrollo de aplicaciones móviles y plataformas digitales facilita la gestión de suscripciones y mejora la experiencia del usuario.
- **Infraestructura de carga:** La expansión de la infraestructura de carga para vehículos eléctricos es crucial para el éxito de modelos de negocio que incorporan este tipo de vehículos.

Ecológico

- **Regulaciones ambientales:** Las normativas que restringen las emisiones y promueven la sostenibilidad pueden influir en la composición de la flota de AutoSwap.
- **Preferencia por vehículos ecológicos:** La demanda de vehículos con bajas o cero emisiones está en aumento, lo que puede ser una ventaja competitiva para AutoSwap si adapta su flota en consecuencia.
- **Gestión de residuos:** La renovación constante de la flota implica una gestión eficiente de los vehículos retirados, asegurando prácticas sostenibles en su disposición o reciclaje.

Legal

- **Normativas de alquiler y seguros:** Es esencial cumplir con las leyes relacionadas con el alquiler de vehículos y los requisitos de seguros para operar legalmente en España.
- **Protección de datos:** La gestión de la información de los usuarios debe cumplir con la Ley de Protección de Datos y el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la UE.
- **Regulaciones laborales:** Las leyes laborales españolas afectarán la contratación y gestión del personal de AutoSwap, incluyendo aspectos como contratos, salarios y condiciones laborales.

Conclusión Estratégica

El análisis PESTEL indica que AutoSwap opera en un entorno con múltiples oportunidades, especialmente debido a las tendencias sociales y tecnológicas que favorecen modelos de movilidad flexible y sostenible. Sin embargo, también enfrenta desafíos económicos y legales que deben ser gestionados cuidadosamente.

Recomendaciones estratégicas:

- **Diversificación de la flota:** Incluir vehículos eléctricos y modelos de bajas emisiones para alinearse con las preferencias ecológicas y las regulaciones ambientales.
- **Inversión en tecnología:** Desarrollar una plataforma digital robusta que facilite la gestión de suscripciones y mejore la experiencia del usuario.
- **Cumplimiento legal:** Asegurar el cumplimiento de todas las normativas legales y de protección de datos para evitar sanciones y mantener la confianza del cliente.
- **Análisis de mercado:** Monitorear continuamente las tendencias económicas y sociales para adaptar la oferta de servicios a las necesidades cambiantes de los consumidores.



17. ANÁLISIS PORTER DEL SECTOR.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter para AutoSwap

1. Amenaza de nuevos competidores: ALTA

- **Bajas barreras de entrada:** El modelo de negocio basado en plataformas digitales y flotas flexibles facilita la entrada de nuevas empresas al mercado. (ISO 9001:2015).
- **Proliferación de startups:** El auge de la movilidad como servicio ha llevado al surgimiento de numerosas startups que ofrecen soluciones similares, intensificando la competencia. (Mordor Intelligence)
- **Acceso a tecnología:** La disponibilidad de tecnologías como aplicaciones móviles y sistemas de gestión de flotas reduce las barreras tecnológicas para nuevos entrantes.

2. Poder de negociación de los proveedores: MODERADO

- Dependencia de fabricantes: AutoSwap depende de fabricantes de vehículos para mantener su flota actualizada. La concentración de proveedores puede otorgarles cierto poder de negociación. (ABC del Emprendedor)
- Opciones de financiación: La posibilidad de adquirir vehículos mediante leasing o renting puede mitigar el poder de los proveedores al diversificar las fuentes de adquisición.
- Relaciones estratégicas: Establecer alianzas con fabricantes o concesionarios puede fortalecer la posición de AutoSwap frente a sus proveedores.

3. Poder de negociación de los clientes: ALTO

- Amplia oferta de servicios: Los clientes tienen múltiples opciones de movilidad, desde alquileres tradicionales hasta servicios de coche compartido, lo que les otorga un mayor poder de negociación.
- Sensibilidad al precio: Los usuarios comparan precios y beneficios entre diferentes servicios, lo que obliga a AutoSwap a ofrecer propuestas de valor atractivas.
- Importancia de la experiencia del cliente: La calidad del servicio, la flexibilidad y la atención al cliente son factores clave para retener a los usuarios.

4. Amenaza de productos sustitutos: ALTA

- Alternativas de movilidad: Servicios como el transporte público, bicicletas eléctricas, patinetes y plataformas de coche compartido representan sustitutos viables para los clientes.
- Tendencias urbanas: La creciente conciencia ambiental y las políticas de movilidad sostenible fomentan el uso de alternativas al coche privado.
- Innovaciones tecnológicas: El desarrollo de nuevas soluciones de movilidad puede introducir sustitutos más eficientes o económicos.

5. Rivalidad entre competidores existentes: MUY ALTA

- Mercado fragmentado: El sector cuenta con numerosos actores, desde grandes empresas de alquiler hasta startups especializadas en movilidad por suscripción.
- Guerra de precios: La competencia intensa puede llevar a reducciones de precios, afectando los márgenes de beneficio.
- Diferenciación limitada: La similitud entre las ofertas de los competidores dificulta la diferenciación, aumentando la rivalidad.

6. Conclusión estratégica

El análisis indica que AutoSwap opera en un entorno altamente competitivo, con amenazas significativas de nuevos entrantes y productos sustitutos, así como un elevado poder de negociación por parte de los clientes. Para fortalecer su posición en el mercado, AutoSwap podría considerar las siguientes estrategias:

- **Diferenciación del servicio:** Ofrecer características únicas, como una experiencia de usuario superior, opciones de personalización o beneficios exclusivos, para destacarse frente a la competencia.
- **Alianzas estratégicas:** Colaborar con fabricantes de vehículos, empresas tecnológicas o proveedores de servicios complementarios para ampliar su oferta y mejorar la eficiencia operativa.
- **Enfoque en la fidelización:** Implementar programas de fidelidad y estrategias de retención para mantener a los clientes actuales y reducir la sensibilidad al precio.
- **Adaptación a las tendencias:** Estar atento a las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores para adaptar su modelo de negocio y mantenerse relevante.

18. PLAN DE MARKETING Y VENTAS.

1. Análisis de Situación

a) Entorno

- **Tendencias:** Aumento de servicios bajo demanda, economía colaborativa, movilidad flexible.
- **Tecnología:** Crecimiento de plataformas digitales de movilidad y apps.
- **Legal:** Regulación ambiental impulsa el uso de coches nuevos y menos contaminantes.

b) Competencia

- **Flexicar, CarNext, Drivy (Getaround)** → ofrecen servicios similares, pero con menos flexibilidad o sin modelo de suscripción con rotación libre.

c) Clientes

- Urbanitas, millennials, autónomos, empresas, turistas → valoran flexibilidad, comodidad y variedad.

2. Análisis DAFO

Tabla 8: Análisis DAFO

	Positivas	Negativas
Internas	Fortalezas: - Modelo flexible y moderno - Plataforma digital propia	Debilidades: - Alta inversión inicial - Baja notoriedad de marca inicial
Externas	Oportunidades: - Tendencia al modelo de suscripción - Mayor conciencia ecológica	Amenazas: - Competencia emergente - Cambios regulatorios

Fuente: elaboración propia

3. Objetivos de Marketing

- **Corto plazo (0-12 meses):**
 - Alcanzar 500 suscriptores activos.
 - Tener presencia en las 5 principales ciudades de España.
 - Incrementar notoriedad de marca (+40% reconocimiento asistido).
 - **Medio plazo (1-3 años):**
 - Superar los 5.000 suscriptores.
 - Expandirse a nivel europeo.
 - Lograr un NPS > 60 (clientes promotores).
-

4. Segmentación y Posicionamiento

- **Segmentos clave:**
 - Particulares urbanos (25–45 años).
 - Profesionales autónomos.
 - Empresas con flotas.
 - Turistas de larga estancia.

- **Posicionamiento:**

“AutoSwap, la libertad de cambiar de coche cuando quieras, sin comprarlo nunca.”

5. Estrategia de Marketing Mix (4+3 P's)

Producto:

- Planes de suscripción: Básico, Premium, Corporativo.
- App intuitiva para gestionar reservas, cambios y pagos.
- Vehículos recientes y en perfecto estado.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Precio:

- Cuota mensual clara (modelo todo incluido).
- Descuentos por permanencia o fidelidad.
- Precios dinámicos según tipo de vehículo y antigüedad.

Distribución (Place):

- Digital-first: app y sitio web.
- Centros de entrega y devolución en puntos estratégicos de las ciudades.

Promoción:

- Campañas en RRSS y Google Ads (geolocalizadas).
- Influencers en movilidad y sostenibilidad.
- PR con medios digitales (revistas motor, estilo de vida urbano).
- Alianzas con marcas de seguros, movilidad, apps urbanas.

Personas:

- Personal de atención con formación en experiencia del cliente.
- Equipos de soporte técnico y asesores de movilidad.

Procesos:

- Cambios ágiles de vehículo (máx. 24–48h).
- Contratación 100% online.
- Recomendaciones personalizadas por IA (más adelante).

Evidencia física:

- Imagen de marca clara, joven y profesional.
- Vehículos rotulados con logo AutoSwap.
- Diseño de app limpio, simple y con buena UX.

6. Plan de Ventas

a) Fuerza comercial

- Equipo de ventas online + partners estratégicos.
- Representantes para clientes corporativos.

b) Funnel comercial

1. **Atracción** → Ads, RRSS, SEO local.
2. **Conversión** → Landing page clara, prueba gratuita o descuento primer mes.
3. **Fidelización** → Programa de puntos, descuentos por referidos, upgrades.

c) KPIs de ventas

- Tasa de conversión web > 5%
- CAC (Coste de Adquisición de Cliente) < 60 €
- CLTV (valor de vida del cliente) > 1.200 €
- Tasa de churn mensual < 8%

19. PLAN DE OPERACIONES.

Tabla 9: Plan de operaciones

Área	Descripción Detallada
Modelo de servicio	AutoSwap combina una plataforma digital para gestionar suscripciones y cambios de coche con centros físicos urbanos para entrega, recogida y mantenimiento. Este modelo híbrido garantiza cobertura eficiente y escalabilidad.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Ubicación inicial	El servicio comenzará en las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao, elegidas por su alta densidad de población, turismo y demanda de movilidad flexible. Cada ciudad contará con al menos un centro logístico-operativo.
Gestión de flota	Los vehículos se adquirirán directamente de concesionarios mediante acuerdos comerciales. Se realizarán revisiones cada 8.000 km o cada 3 meses. Los vehículos serán reemplazados cada 2 años o al alcanzar 80.000 km y vendidos en el canal de compraventa propio o externo.
Logística	La entrega y recogida se podrá realizar en centros físicos o a domicilio (servicio premium). Una plataforma tecnológica permitirá monitorear disponibilidad, estado y localización en tiempo real, optimizando la gestión de la flota.
Tecnología	La app y la web permitirán a los clientes gestionar su cuenta, elegir vehículos y recibir soporte. El backend integrará la gestión de flota, clientes, pagos y mantenimiento. Todos los datos estarán protegidos según el RGPD.
Atención al cliente	El soporte será multicanal (chat, teléfono, WhatsApp, email). Para planes premium y corporativos, estará disponible 24/7. Un sistema CRM permitirá seguimiento de

	casos, fidelización y mejora continua del servicio.
Estructura operativa	El equipo estará liderado por un CEO. Otras figuras clave serán: CTO (tecnología), CFO (finanzas), CMO (marketing), gerente de operaciones, atención al cliente y analista de datos. Cada ciudad contará con un coordinador local.
KPIs	Indicadores clave: tiempo de entrega < 24h, disponibilidad flota > 95%, resolución de incidencias < 48h, tasa de rotación de flota > 50% anual, satisfacción del cliente (NPS) > 60.

Fuente: elaboración propia

20. PLAN DE RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN.

Estructura Organizativa Plan de Recursos Humanos y Organización – AutoSwap

Tabla 10: Estructura organizativa

Puesto	Responsabilidades
CEO – Consejero Delegado	Define la visión y estrategia global de AutoSwap. Supervisa todas las operaciones y toma decisiones estratégicas clave.
Director de Operaciones	Coordina el funcionamiento diario, gestiona la logística de flota y garantiza eficiencia operativa.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Director Financiero	Lidera la planificación financiera, control de costes, análisis de rentabilidad y cumplimiento fiscal.
Director de Marketing	Diseña estrategias para captar y retener clientes, supervisa campañas y posicionamiento de marca.
Director de Tecnología	Desarrolla y mantiene la plataforma digital, garantiza la seguridad tecnológica e impulsa la innovación.
Gerente de Flota	Gestiona la adquisición, mantenimiento y rotación eficiente de vehículos.
Gerente de Atención al Cliente	Coordina el soporte al cliente, resolución de incidencias y feedback.
Gerente de Ventas y Suscripciones	Desarrolla relaciones comerciales, impulsa ventas y gestiona los planes de suscripción.
Gerente de Recursos Humanos	Lidera procesos de selección, formación, bienestar y desarrollo del talento humano.
Analista de Datos	Analiza métricas de uso, genera reportes y respalda decisiones estratégicas con información.

Fuente: elaboración propia

Políticas de Recursos Humanos

- Reclutamiento basado en competencias y valores alineados con la misión de AutoSwap.
- Programas de formación continua para todas las áreas.
- Cultura organizativa centrada en la innovación, el trabajo colaborativo y la orientación al cliente.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

- Evaluaciones periódicas del desempeño con sistemas de incentivos.
- Políticas de conciliación laboral y fomento de la diversidad.

21. CRONOGRAMA: CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN.

Tabla 11: Cronograma de implantación

Tarea	Inicio	Duración (días)	Finalización
Estudio de mercado y análisis de viabilidad	01/07/2025	30	31/07/2025
Constitución legal y formalización de la empresa	01/08/2025	15	16/08/2025
Adquisición inicial de vehículos	15/08/2025	30	14/09/2025
Desarrollo de la plataforma digital	01/09/2025	45	16/10/2025
Alianzas con concesionarios y aseguradoras	15/09/2025	30	15/10/2025
Diseño de campañas de marketing y captación	01/10/2025	60	30/11/2025
Lanzamiento piloto en ciudad principal	01/01/2026	45	15/02/2026

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Evaluación y ajustes operativos	15/02/2026	30	17/03/2026
Expansión a otras ciudades	01/04/2026	60	31/05/2026

Fuente: elaboración propia



22. PLAN ECONOMICO FINANCIERO

Datos básicos familia.

Tabla 12: Datos básicos familia

Creación de Empresas

Nombre del Participante:

Raúl Covas Huertas

Nombre de la Empresa:

Autoswap

Año de comienzo del Plan Financiero:

2026

Mes de comienzo del Ejercicio:

enero

Fecha de redacción del Plan Financiero:

9 de julio de 2025

Tipo Impositivo Medio:

25%

IVA Soportado por Gastos y por Inversiones posteriores a las de Partida

21%

DESCRIPCIÓN

Unidad de Medida de Referencia (Unidad Física o Monetaria)

IIVA Repercutido

IIVA Soportado

Precio Venta Unitario (sin IVA)

Precio Coste Directo Variable Unitario (sin IVA)

Margen Bruto Unitario

% Margen Bruto S/Ventas

Familias de Productos, o Servicios:

Familia 01

Suscripciones básicas

eur

21%

21%

300,0

300,0

100,0%

Familia 02

Suscripciones premium

eur

21%

21%

600,0

600,0

100,0%

Familia 03

Suscripciones corporativas

eur

21%

21%

1.000,0

1.000,0

100,0%

Familia 04

21%

21%

0,0

210000%

Familia 05

21%

21%

0,0

210000%

Familia 06

21%

21%

0,0

210000%

Familia 07

21%

21%

0,0

210000%

Familia 08

21%

21%

0,0

210000%

Familia 09

21%

21%

0,0

210000%

Familia 10

21%

21%

0,0

210000%

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Presupuesto de ventas 2026

Tabla 13: Presupuesto ventas 2026

		Presupuesto de Ventas													
		1º Ejercicio 2026													
Variación respecto al mes anterior		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		
Ventas		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales	
Suscripciones básicas	Uds a vender o Euros a facturar	80,0	90,0	100,0	110,0	120,0	130,0	140,0	150,0	155,0	160,0	165,0	170,0	1.570,0	
	Precio Venta Unitario	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0		
	Venta Mensual	24.000,0	27.000,0	30.000,0	33.000,0	36.000,0	39.000,0	42.000,0	45.000,0	46.500,0	48.000,0	49.500,0	51.000,0	471.000,0	
Suscripciones premium	Uds a vender o Euros a facturar	40,0	45,0	50,0	55,0	60,0	65,0	70,0	75,0	80,0	85,0	90,0	95,0	810,0	
	Precio Venta Unitario	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0		
	Venta Mensual	24.000,0	27.000,0	30.000,0	33.000,0	36.000,0	39.000,0	42.000,0	45.000,0	48.000,0	51.000,0	54.000,0	57.000,0	486.000,0	
Suscripciones corporat	Uds a vender o Euros a facturar	10,0	12,0	14,0	16,0	18,0	20,0	22,0	24,0	26,0	28,0	30,0	32,0	252,0	
	Precio Venta Unitario	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0		
	Venta Mensual	10.000,0	12.000,0	14.000,0	16.000,0	18.000,0	20.000,0	22.000,0	24.000,0	26.000,0	28.000,0	30.000,0	32.000,0	252.000,0	
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
Total Ventas		58.000,0	66.000,0	74.000,0	82.000,0	90.000,0	98.000,0	106.000,0	114.000,0	120.500,0	127.000,0	133.500,0	140.000,0	1.209.000,0	
Total IVA Repercutido por Ventas		12.180,0	13.860,0	15.540,0	17.220,0	18.900,0	20.580,0	22.260,0	23.940,0	25.305,0	26.670,0	28.035,0	29.400,0	253.890,0	
Punto de Equilibrio:													351.251,7		

Fuente: elaboración propia

Presupuesto de ventas 2027

Tabla 14: Presupuesto ventas 2027

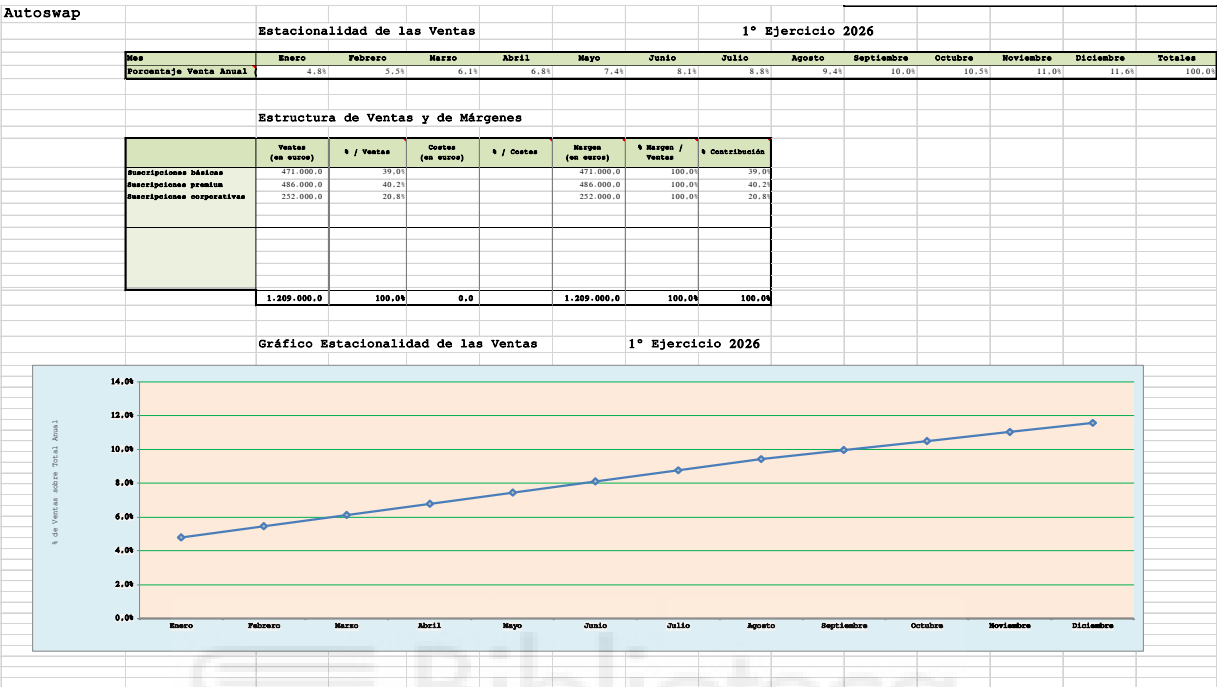
		Presupuesto de Ventas													
		2º Ejercicio 2027													
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		
Ventas		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales	
	Uds a vender o Euros a facturar	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	170,0	2.040,0	
	Precio Venta Unitario	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0	300,0		
	Venta Mensual	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	51.000,0	612.000,0	
	Uds a vender o Euros a facturar	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	95,0	1.140,0	
	Precio Venta Unitario	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0		
	Venta Mensual	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	57.000,0	684.000,0	
	Uds a vender o Euros a facturar	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	32,0	384,0	
	Precio Venta Unitario	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0		
	Venta Mensual	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	32.000,0	384.000,0	
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Uds a vender o Euros a facturar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Precio Venta Unitario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
	Venta Mensual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
Total Ventas		140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	140.000,0	1.680.000,0	
Total IVA Repercutido por Ventas		29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	29.400,0	352.800,0	
Punto de Equilibrio:													343.043,8		

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Estacionalidad de las ventas 2026

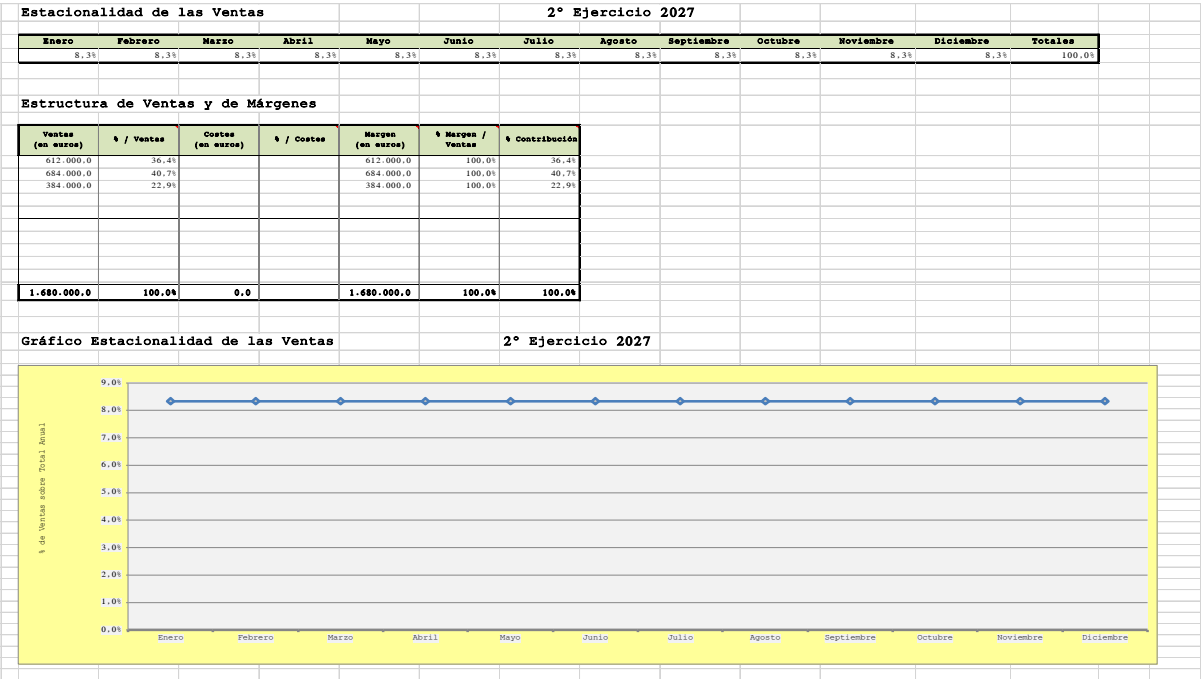
Tabla 17: Estacionalidad de ventas



Fuente: elaboración propia

Estacionalidad de las ventas 2027

Tabla 18: Estacionalidad de ventas 2027



Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Recursos humanos 2026

Tabla 19: RRHH 2026

Recursos Humanos (Personal) de los 2 primeros ejercicios económicos, trimestralizados														
(Si los porcentajes preestablecidos en las celdas verdes lima y/o verdes no corresponden con las previsiones para cada Sueldo, puede modificarlo)														
Borrar los Sueldos Brutos y RETA - Seg. Social del/los trimestre/s en los que los trabajadores														
			1º ejerc. 2026				1º Trim		2º Trim		3º Trim		4º Trim	
Conceptos	Importe Sueldo Bruto ANUAL	% Seg.S a Cargo de la Empresa	RETA ANUAL y Seg.S	Otros Gastos Personal Anual	Total Coste Empresa ANUAL	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	
Socio/a 1 (o personal en RETA)	100.000,0				100.000,0	25.000,0		25.000,0		25.000,0		25.000,0		
Socio/a 2 (o personal en RETA)	100.000,0				100.000,0	25.000,0		25.000,0		25.000,0		25.000,0		
Socio/a 3 (o personal en RETA)														
Socio/a 4 (o personal en RETA)														
Subtotal A (Socios)	200.000,0		0,0	0,0	200.000,0	50.000,0		50.000,0		50.000,0		50.000,0		
Empleado 1	1.500,0	32,0%	480,0		1.980,0	375,0	120,0	375,0	120,0	375,0	120,0	375,0	120,0	
Empleado 2	2.000,0	32,0%	640,0		2.640,0	500,0	160,0	500,0	160,0	500,0	160,0	500,0	160,0	
Empleado 3	1.300,0	32,0%	416,0		1.716,0	325,0	104,0	325,0	104,0	325,0	104,0	325,0	104,0	
Empleado 4	1.200,0	32,0%	384,0		1.584,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0	
Empleado 5	1.200,0	32,0%	384,0		1.584,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0	
Subtotal B (Empleados)	7.200,0		2.304,0	0,0	9.504,0	1.800,0	576,0	1.800,0	576,0	1.800,0	576,0	1.800,0	576,0	
TOTAL (A + B)	207.200,0		2.304,0	0,0	209.504,0	51.800,0	576,0	51.800,0	576,0	51.800,0	576,0	51.800,0	576,0	

Fuente: elaboración propia

Recursos humanos 2027

Tabla 20: RRHH 2027

2º ejerc. 2027							1º Trim		2º Trim		3º Trim		4º Trim	
% Variación Sueldos	Sueldo Bruto Anual	% SS Empresa	% Variación RETA y SS	Coste SS Empresa y/o RETA Anual	Otros Gastos Personal Anual	Total Coste Empresa Anual	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social	Sueldo Bruto + Otros Gastos Personal	RETA y Seg. Social
	100.000,0		0,0%	0,0		100.000,0	25.000,0		25.000,0		25.000,0		25.000,0	
	100.000,0			0,0		100.000,0	25.000,0		25.000,0		25.000,0		25.000,0	
				0,0										
				0,0										
	200.000,0			0,0	0,0	200.000,0	50.000,0		50.000,0		50.000,0		50.000,0	
	1.500,0	32,0%	0,0%	480,0		1.980,0	375,0	120,0	375,0	120,0	375,0	120,0	375,0	120,0
	2.000,0	32,0%		640,0		2.640,0	500,0	160,0	500,0	160,0	500,0	160,0	500,0	160,0
	1.300,0	32,0%		416,0		1.716,0	325,0	104,0	325,0	104,0	325,0	104,0	325,0	104,0
	1.200,0	32,0%		384,0		1.584,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0
	1.200,0	32,0%		384,0		1.584,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0	300,0	96,0
	7.200,0			2.304,0	0,0	9.504,0	1.800,0	576,0	1.800,0	576,0	1.800,0	576,0	1.800,0	576,0
	207.200,0	0,0		2.304,0	0,0	209.504,0	51.800,0	576,0	51.800,0	576,0	51.800,0	576,0	51.800,0	576,0

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Cuenta de Perdidas y Ganancias 2026

Tabla 21: Cuenta de P y G 2026

Autoswap													
Cuenta de Pérdidas y Ganancias, o de Resultados													
1º Ejerc. 2026													
Todos los datos son sin IVA o Impuesto Equivalente													
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ventas (Ingresos)	58.000,0	66.000,0	74.000,0	82.000,0	90.000,0	98.000,0	106.000,0	114.000,0	120.500,0	127.000,0	133.500,0	140.000,0	1.209.000,0
Coste de Ventas (Costes Variables)	20.050,0	22.450,0	24.850,0	27.250,0	29.650,0	32.050,0	34.450,0	36.850,0	38.800,0	40.750,0	42.700,0	44.650,0	394.500,0
Margen Bruto s/Ventas	37.950,0	43.550,0	49.150,0	54.750,0	60.350,0	65.950,0	71.550,0	77.150,0	81.700,0	86.250,0	90.800,0	95.350,0	814.500,0
Sueldos y Salarios (Socios)	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	200.000,0
Sueldos y Salarios (Empleados)	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	7.200,0
Cargas Sociales (Renta y Seg Soc a Cargo Emp)	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	2.304,0
Tributos y Tasas													0,0
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gestoría, Asesoría y Auditorías (Servicios Profesionales Insep.)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Material de Oficina, Limpieza y Otros		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Comunicación, Relaciones Públicas y Otros Gastos de Mk		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Primas de Seguros		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Trabajos Realizados por Otras Empresas		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Arrendamientos y Cánones		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Transportes y Mensajería		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros Servicios (1)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros Servicios (2)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cuota de Renting	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de la Puesta en Marcha y Formalización	3.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3.000,0
Resultado Operativo (EBITDA)	17.491,3	26.091,3	31.691,3	37.291,3	42.891,3	48.491,3	54.091,3	59.691,3	64.241,3	68.791,3	73.341,3	77.891,3	601.996,0
Dotación Amortizaciones	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	2.011,1	24.133,3
Total Gastos de Explotación	22.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	19.469,8	236.637,3
Resultado de Explotación (EBIT) o (BAII)	15.480,2	24.080,2	29.680,2	35.280,2	40.880,2	46.480,2	52.080,2	57.680,2	62.230,2	66.780,2	71.330,2	75.880,2	577.862,7
Ingresos Financieros													0,0
Gastos Financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado Financiero	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resultado Antes de Impuestos y Res. Excepcionales	15.480,2	24.080,2	29.680,2	35.280,2	40.880,2	46.480,2	52.080,2	57.680,2	62.230,2	66.780,2	71.330,2	75.880,2	577.862,7
+ Otros Ingresos (por Crowdfunding de Recompensa)	0,0												0,0
- / + Resultados Excepcionales													0,0
Resultado Antes de Impuestos (EBT) o (BAI)	15.480,2	24.080,2	29.680,2	35.280,2	40.880,2	46.480,2	52.080,2	57.680,2	62.230,2	66.780,2	71.330,2	75.880,2	577.862,7
Resultado Acumulado Ejercicio Antes de Impuestos	15.480,2	39.560,4	69.240,7	104.520,9	145.401,1	191.881,3	243.961,6	301.641,8	363.872,0	430.652,2	501.982,4	577.862,7	
Beneficio Bruto:	577.862,7					144.465,7				433.397,0			
Costes Fijos (o de Estructura) Anuales (1º Ejercicio Económico):	236.637,3	Porcentaje de los Costes Fijos sobre Facturación		20%									
Hs Trabajo Productivas / Día	7,5												
Nº Trabajadores Productivos													
Días Productivos / Mes	21,0												
Meses Productivos / Año (Ejercicio Económico)	11,0												
Hs estimadas Trabajo Productivas / Año (Ejercicio Económico)		Hs / Año (Ejerc. Ec.)											
Coste Fijo (o de Estructura) / Hora:		Euros / Hora											

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Plan de inversión financiera

Tabla 23: Plan de inversión financiera

Autoswap					
Plan de Inversiones y Formas de Financiación. Momento de Partida y 2 Primeros Ejercicios					
Los importes de las "Inversiones a realizar" en Activos No Corrientes sólo pueden financiarse según algunas de las formas de financiación que aparecen escritas en los cuadros del título "Formas"					
Conceptos	INVERSIÓN Inicial	INVERSIONES a realizar en Activos No Corrientes y FORMA de FINANCIARIAS			
	Valor de las Aportaciones en Inmovilizado:	Durante 1º ejercicio 2026		Durante 2º ejercicio 2027	
		Importe de la Inversión	Forma de Financiación	Importe de la Inversión	Forma de Financiación
Terrenos y Bienes Naturales					
Construcciones No Residenciales					
Instalaciones/Acondicionamiento	100.000,0				
Maquinaria	30.000,0				
Utillaje, Herramientas, Menaje,...	3.000,0				
Mobiliario	2.000,0				
Elementos de Transporte					
Equipos Informáticos y de las Comunicaciones	1.000,0				
Otro Inmovilizado Material					
Inmovilizado Material	136.000,0	0,0		0,0	
Gastos de I+D (Propiedad de la Innovación)					
Programas Informáticos y Páginas Web (Propiedad Intelectual)					
Propiedad Industrial (registrada)					
Propiedad Industrial Informal (no registrada)					
Propiedad Intelectual (registrada o no)					
Otro Inmovilizado Intangible					
Inmovilizado Intangible	0,0	0,0		0,0	
Conceptos	GASTOS Iniciales - INVERSIÓN				
	Importe:				
Fianzas y Depósitos	3.000,0				
Gastos de Puesta en Marcha (1º Establecimiento y Otros)	3.000,0				
Otros Gastos de Puesta en Marcha (de Constitución)					
Existencias Iniciales					
Puesta en Marcha y Existencias	6.000,0				
	Financiación Mínima Necesaria para Pagar los Gastos Iniciales del Arranque	Financiación Mínima Necesaria para Pagar las Inversiones Financiadas con T del 1º ejercicio 2026		Financiación Mínima Necesaria para Pagar las Inversiones Financiadas con T del 2º ejercicio 2027	
	6.630,0				
Financiación Sobrante:					
Conceptos - Formas de Financiación	FINANCIACIÓN Inicial	FINANCIACIÓN para la TESORERÍA			
	No Exigible (No Devolver)	Durante 1º ejercicio 2026		Durante 2º ejercicio 2027	
		Importe		Importe	
Propia - Dinero Aportado por Socios / Ampliación Capital			A		A
Ajena - Equity Crowdfunding y Otros Inversores Externos			A		A
Capital	¡VALOR!	0,0		0,0	
Ajena - Crowdfunding Recompensa					
Ajena - Crowdfunding Donación y Otras Subvenciones y Donaciones			S		S
Gastos de la Campaña Crowdfunding					
Crowdfunding y Subvenciones	0,0	0,0		0,0	
Conceptos - Formas de Financiación	FINANCIACIÓN Inicial				
	Exigible (A Devolver)				
Ajena - Crowdfunding y Préstamos Financieros			P		P
Ajena - * Préstamos de Socios, Familiares y Amigos			PS		PS
Ajena - Préstamos Participativos			PP		PP
Préstamos	0,0	0,0		0,0	
Resumen por Forma de Financiación	Inversiones Iniciales 2026	Inversiones realizadas durante 1º ejerc. 2026	% Inversión Total Ejerc.	Inversiones realizadas durante 1º ejerc. 2027	% Inversión Total Ejerc.
Inversiones Financiadas con Tesorería	NA				
Inv. Financiadas con Préstamos Financieros	NA				
Inv. Financiadas con Ampliación de Capital	NA				
Inv. Financiadas por Renting Inmovilizado Material	NA				
Inv. Financiadas con Subvenciones, Donaciones	NA				
Inv. Financiadas con Préstamos de Socios, Familiares	NA				
Inversión Total en Inmovilizado		0,0	0,0%	0,0	0,0%
IVA Soportado de Inversión en Inmovilizado	NA	0,0		0,0	
IVA Soportado de Inversión en Circulante	630,0				
IVA Repercutido Incluido en Crowdfunding Recompensa	0,0	0,0		0,0	

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Plazos Cobros – Pagos 2026

Tabla 24: plazos cobros y pagos 2026

Política de Cobros y de Pagos														
1º Ejerc. 2026														
Cobros por Ventas														
Ventas del Periodo + IVA Repercutido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	70.180,0	79.860,0	89.540,0	99.220,0	108.900,0	118.580,0	128.260,0	137.940,0	145.805,0	153.670,0	161.535,0	169.400,0	1.462.890,0	
Plazos de Cobro	% sobre Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Contado	100,0%	70.180,0	79.860,0	89.540,0	99.220,0	108.900,0	118.580,0	128.260,0	137.940,0	145.805,0	153.670,0	161.535,0	169.400,0	1.462.890,0
a 30 días			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 45 días			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 90 días					0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 120 días						0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 150 días							0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 180 días								0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 210 días									0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Cobros Ventas	100,0%	70.180,0	79.860,0	89.540,0	99.220,0	108.900,0	118.580,0	128.260,0	137.940,0	145.805,0	153.670,0	161.535,0	169.400,0	1.462.890,0
														0
Cobros con Tarjetas de Crédito u Otro Medio														
% Coste a Pagar a la Entidad Financiera	0,0%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Coste Anual
% de Cobro de Ventas con Tarjetas u Otro Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Coste Financiero		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pagos por Compras y/o Costes Directos Variables														
1º Ejerc. 2026														
Compras y/o Costes D. V. del Periodo + IVA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
	87.860,5	27.164,5	30.068,5	32.972,5	35.876,5	38.780,5	41.684,5	44.588,5	46.948,0	49.307,5	51.667,0	54.026,5	540.945,0	
Plazos de Pago	% sobre Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Contado	100,0%	87.860,5	27.164,5	30.068,5	32.972,5	35.876,5	38.780,5	41.684,5	44.588,5	46.948,0	49.307,5	51.667,0	54.026,5	540.945,0
a 30 días			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 45 días			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 90 días					0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 120 días						0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 150 días							0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 180 días								0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
a 210 días									0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0%	87.860,5	27.164,5	30.068,5	32.972,5	35.876,5	38.780,5	41.684,5	44.588,5	46.948,0	49.307,5	51.667,0	54.026,5	540.945,0
														0

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Plazos Cobros y Pagos 2027

Tabla 25: Plazos cobros y pagos 2027

Política de Cobros y de Pagos		2º Ejerc. 2027													
Cobros por Ventas															
Ventas del Periodo + IVA Repercutido		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
		169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	2.032.800,0	
Plazos de Cobro	% sobre Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Contado	100,0%	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	2.032.800,0	
a 30 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 45 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 90 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 120 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 150 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 180 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 210 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total Cobros Ventas	100,0%	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	169.400,0	2.032.800,0	0
Cobros con Tarjetas de Crédito u Otro Medio															
% Coste a Pagar a la Entidad Financiera	0,0%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Coste Anual	
% de Cobro de Ventas con Tarjetas u Otro Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
Coste Financiero	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Pagos por Compras y/o Costes Directos Variables		Ejerc. 2027													
Compras y/o Costes D. V. del Periodo		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
		140.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	734.318,0	
Plazos de Pago	% sobre Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Contado	100,0%	140.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	734.318,0	
a 30 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 45 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 90 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 120 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 150 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 180 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
a 210 días	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total	100,0%	140.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	54.026,5	734.318,0	0

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Tesorería 2026

Tabla 26: Tesorería 2026

AUTOSWAP														0,0									
														*Control de Inversiones		0,0				**Control de Financiación		0,0	
Plan de Tesorería														1º Ejerc. 2026									
Concepto		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total									
Saldo Inicial (1)		-6.630,0	-39.209,2	-1.412,3	43.160,5	60.022,8	118.147,7	183.048,5	209.024,8	287.477,7	371.436,0	404.835,8	499.805,2										
Cobro de Ventas + IVA Repercutido		70.180,0	79.860,0	89.540,0	99.220,0	108.900,0	118.580,0	128.260,0	137.940,0	145.805,0	153.670,0	161.535,0	169.400,0	1.462.890,0									
Cobro Deudas Pótes (de Clientes y Otros Deudores)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Disposiciones de Crédito a CP		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Ingresos Financieros		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Otras Entradas (sin IVA) (**Control de Financiación)														0,0									
Retenciones IRPF		2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	2.560,0	30.720,0									
Total Entradas (2)		72.740,0	82.420,0	92.100,0	101.780,0	111.460,0	121.140,0	130.820,0	140.500,0	148.365,0	156.230,0	164.095,0	171.960,0	1.493.610,0									
Pago de Compras y Otros Costes Variables + IVA Soportado		87.860,5	27.164,5	30.068,5	32.972,5	35.876,5	38.780,5	41.684,5	44.588,5	46.948,0	49.307,5	51.667,0	54.026,5	540.945,0									
Pago Deudas Pótes (a Acreedores, Proveedores y Adm. Pública)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Sueldos y Salarios de So								
Sueldos y Salarios de Socios (del Periodo en Curso)		16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	16.666,7	200.000,0	0,0								
Sueldos y Salarios de Empleados (del Periodo en Curso)		600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	600,0	7.200,0									
Cargas Sociales (Renta y Seg Soc a Cargo Emp)		192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	192,0	2.304,0									
Tributos y Tasas		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Gestoría, Asesoría y Auditorías (Servicios Profesionales Ind)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Material de Oficina, Limpieza y Otros		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Comunicación, Relaciones Públicas y Otros Gastos de Mk		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Primas de Seguros		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Trabajos Realizados por Otras Empresas		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Reparaciones, Mantenimiento y Conservación		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Arrendamiento Póte de Pa								
Arrendamientos y Cánones		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0								
Transportes y Mensajería		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Otros Servicios (1)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Otros Servicios (2)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Cuota de Renting		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Gastos de Formalización de los Préstamos		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Gastos financieros		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Devolución del Capital de los Préstamos		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Reembolsos de Créditos a CP		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Financiación Póte Devolv								
Devol. Financ. Por Préstamo de Socios, Familiares y Amigos														0,0	0,0								
Inversiones Realizadas (sin IVA) (* Control de Inversiones)														0,0									
Movimientos Tesorería por Operaciones Excepcionales (Sin IVA)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
IVA Soportado Inversiones y Gastos de Explotación		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0									
Total Salidas (3)		105.319,2	44.623,2	47.527,2	50.431,2	53.335,2	56.239,2	59.143,2	62.047,2	64.406,7	66.766,2	69.125,7	71.485,2	750.449,0	IVA a Liquidar								
Liquidación Trimestral del I.V.A. (4)					26.806,5			38.020,5			48.384,0				57.204,0								
Liquidación IRPF (5)					7.680,0			7.680,0			7.680,0				7.680,0								
Tesorería del Periodo = (2)-(3)-(4)-(5)		-32.579,2	37.796,8	44.572,8	16.862,3	58.124,8	64.900,8	25.976,3	78.452,8	83.958,3	33.399,8	94.969,3	100.474,8		IRPF a Liquidar								
Saldo Final = Tesorería Periodo Siguiente		-39.209,2	-1.412,3	43.160,5	60.022,8	118.147,7	183.048,5	209.024,8	287.477,7	371.436,0	404.835,8	499.805,2	600.280,0										
(Si prevé ampliar o solicitar alguna Línea de Crédito para solucionar problemas puntuales de Liquidez, inserte dicho Importe en la celda D6 \$5). (Puede modificar las características predeterminadas de las celdas H 54 y H 55)																							
Acreedores a CP Financieros - Línea de Crédito		0,0				Interés Cantidades Disputada		6,00%															
		Límite de Crédito a CP				Comisión No Disputado		0,15%															
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual									
Disposiciones Crédito a CP														0									
Reembolsos Crédito a CP														0									
TOTAL Disputado de Crédito		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0									
Coste Financiero		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0									

Fuente: elaboración propia

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Métricas 2026

Tabla 28: Métricas 2026

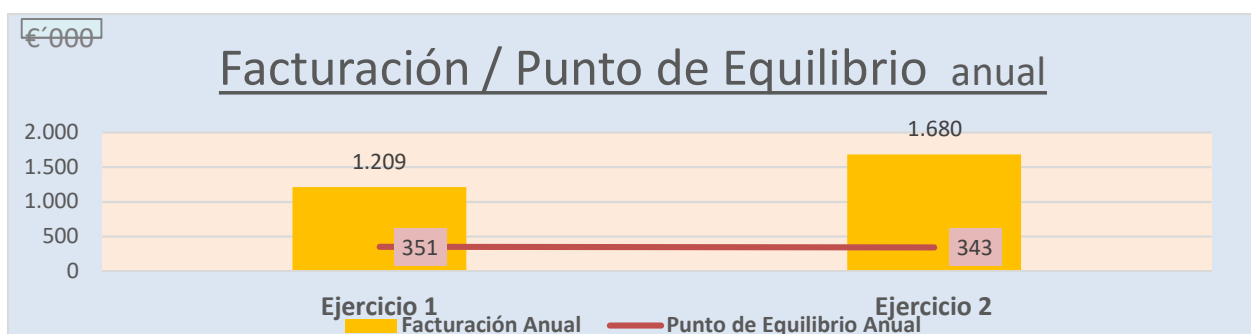
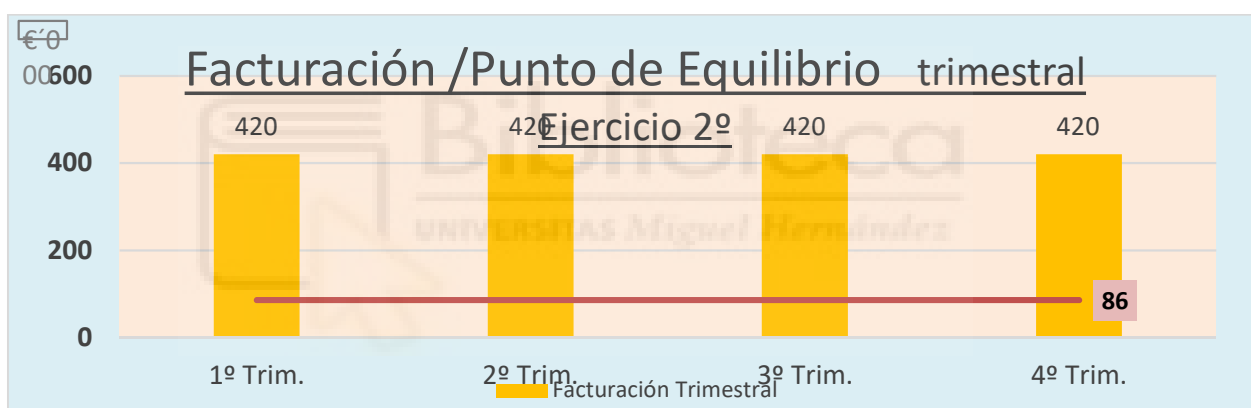
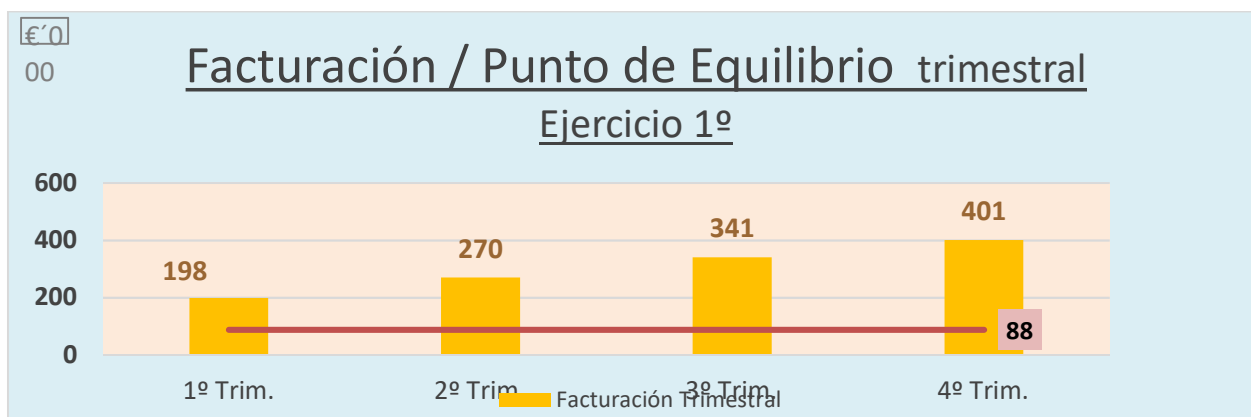
	1º Ejercicio 2026												
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
CLIENTES RATIO													
Total Gasto de Marketing (en euros)	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	2.650,0	31.800,0
Número de Clientes Facturables cada mes													
a. Coste de Marketing por Cliente Facturado cada mes													
Clientes adquiridos en relación al 1º mes de cada Ejercicio		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
b. Coste por Cliente Adquirido (Acumulado Gasto MK base 1º mes del ejercicio)													
Clientes Nuevos Adquiridos en Relación al mes Anterior	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
c. Coste por Cliente Adquirido (clientes nuevos en relación al mes anterior)													
												Ticket Medio	459,3
												Margen Bruto	67,48
												CAC	
												LTV	-
												LTV	veces CAC
Ideal es que LTV sea 3 veces mayor que CAC													
RATIOS de LIQUIDEZ													
BURN RATE													
Saldo Disponible (Inicio de Mes) (en euros)	-6.650,0	-39.209,2	-1.412,3	43.160,5	60.022,8	118.147,7	183.048,5	209.024,8	287.477,7	371.436,0	404.835,8	499.805,2	
Flujo Negativo de Fondos - Mes (Burn Rate Mensual) (en euros)	-32.579,2	37.796,8	44.572,8	16.862,3	58.124,8	64.900,8	25.976,3	70.432,8	83.958,3	33.399,8	94.969,3	100.474,8	
Efetivo Disponible (Fin de Mes) (en euros)	-39.209,2	-1.412,3	43.160,5	60.022,8	118.147,7	183.048,5	209.024,8	287.477,7	371.436,0	404.835,8	499.805,2	600.280,0	
No liquidez No liquidez													
CASH RUNWAY													
Meses Restantes de Liquidez	1												
FACTURACIÓN (Ingresos) (en euros)	58.000,0	66.000,0	74.000,0	82.000,0	90.000,0	98.000,0	106.000,0	114.000,0	120.500,0	127.000,0	133.500,0	140.000,0	1.209.000,0
MARGEN BRUTO (en euros)	37.950,0	43.550,0	49.150,0	54.750,0	60.350,0	65.950,0	71.550,0	77.150,0	81.700,0	86.250,0	90.800,0	95.350,0	814.500,0
EBITDA (Resultado Antes de Intereses, Impuestos y Amortizaciones) (en euros)	17.491,3	26.091,3	31.691,3	37.291,3	42.891,3	48.491,3	54.091,3	59.691,3	64.241,3	68.791,3	73.341,3	77.891,3	601.996,0
PUNTO de EQUILIBRIO (en euros)	34.341,2	29.506,4	29.313,6	29.160,2	29.035,3	28.931,6	28.844,1	28.769,3	28.716,1	28.668,5	28.625,7	28.587,0	351.251,7
Desvío de la Facturación (en euros)	23.658,8	36.493,6	44.686,4	52.839,8	60.964,7	69.068,4	77.155,9	85.230,7	91.783,9	98.331,5	104.874,3	111.413,0	857.748,3
Plazo Medio de Cobro (días)													1
Plazo Medio de Pago (días)													1

Fuente: elaboración propia

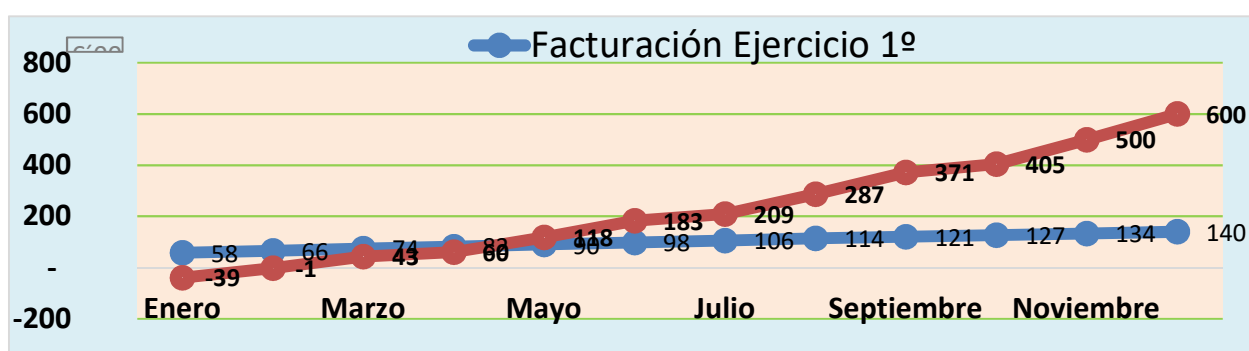
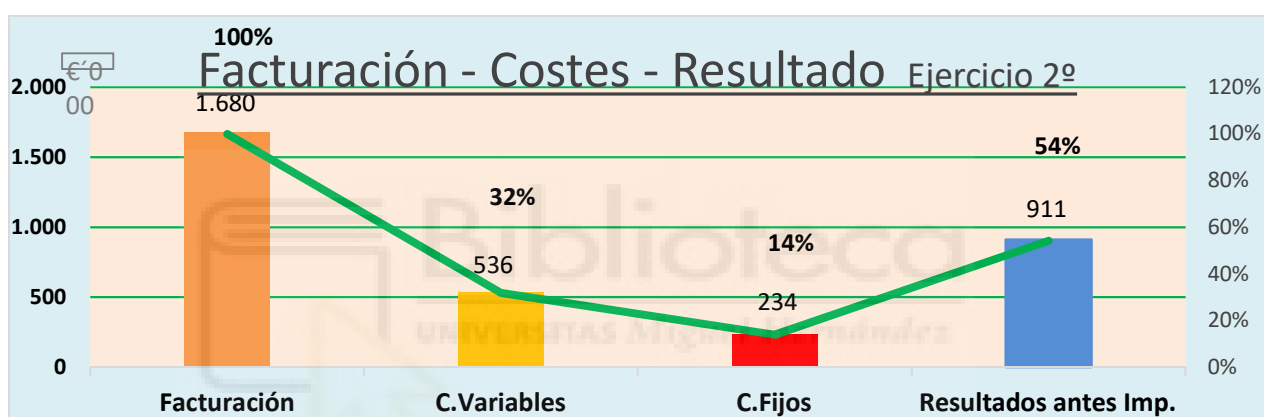
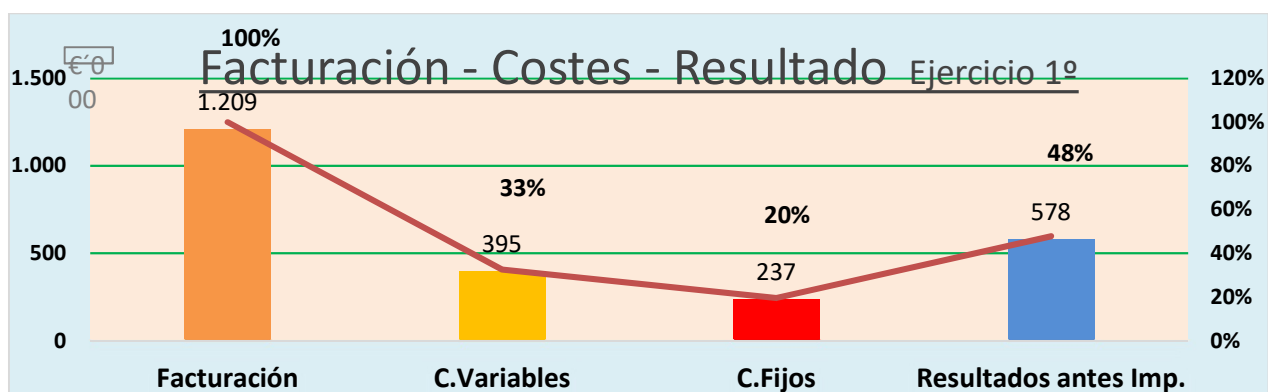
AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Gráficos

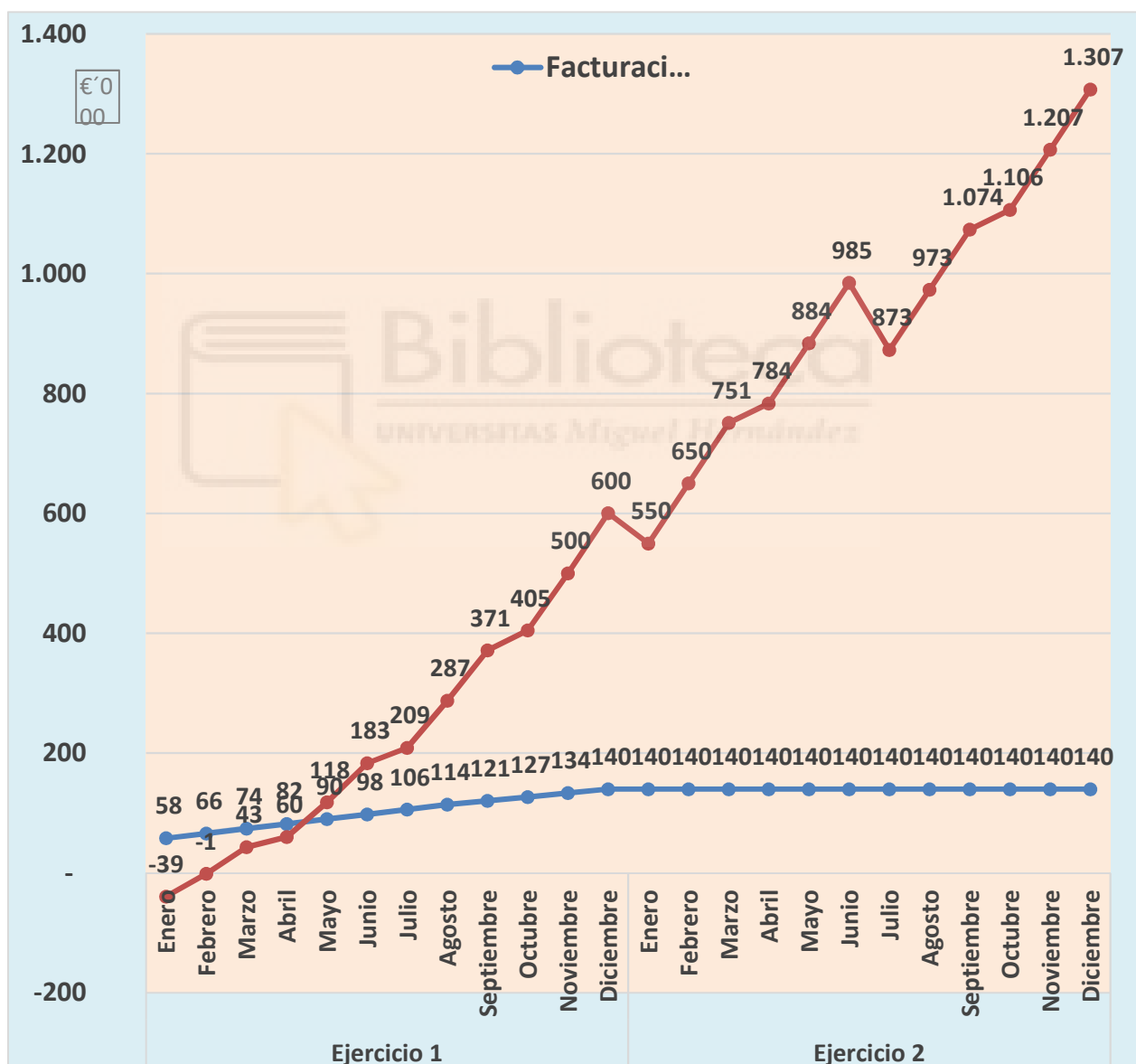
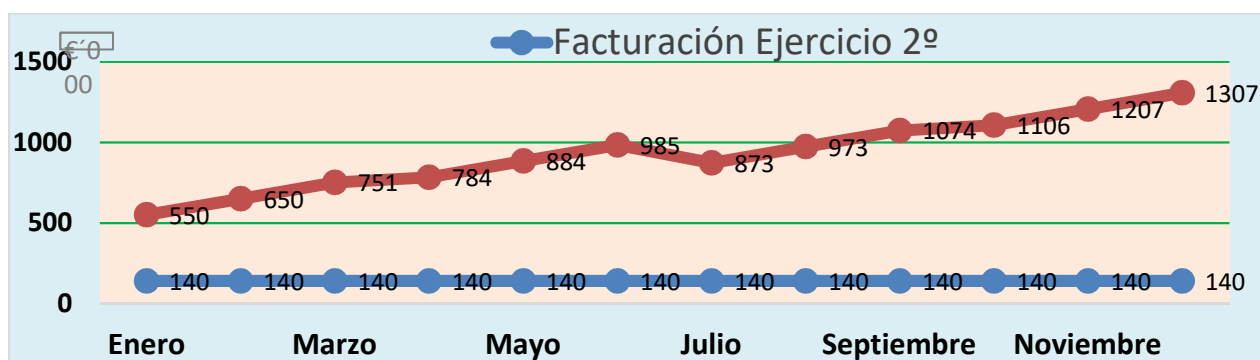
Ilustración 5: Gráficos



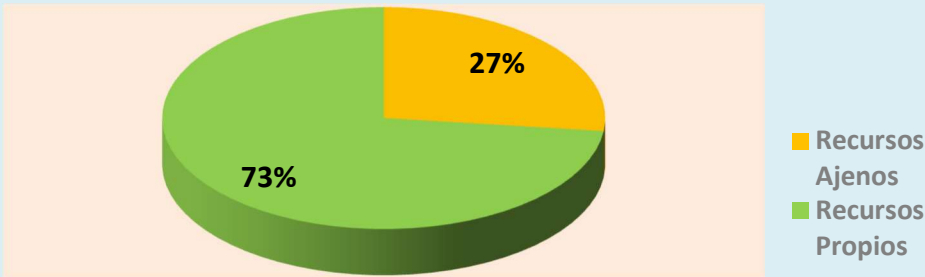
AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026



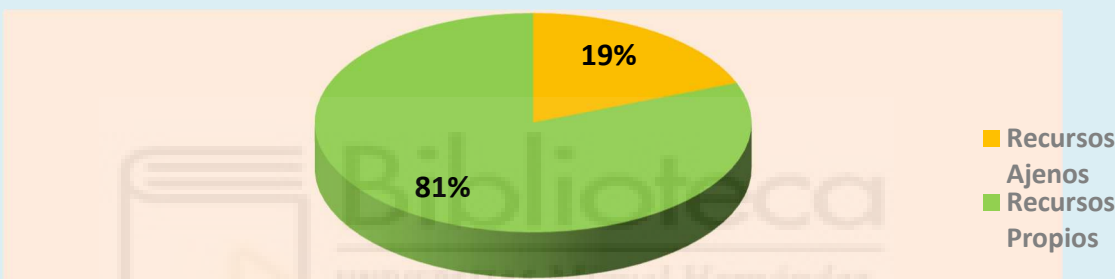
AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026



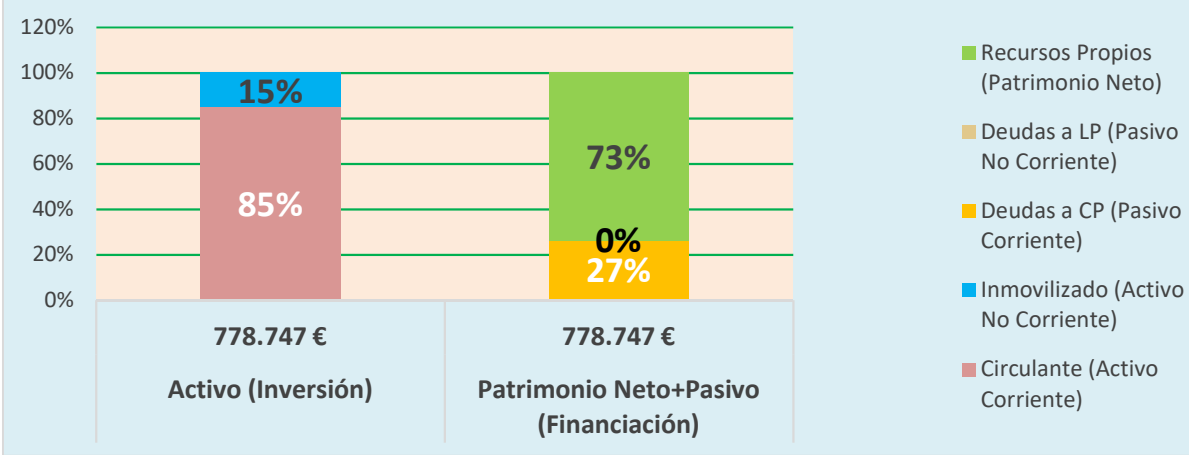
Financiación Ejercicio 1º

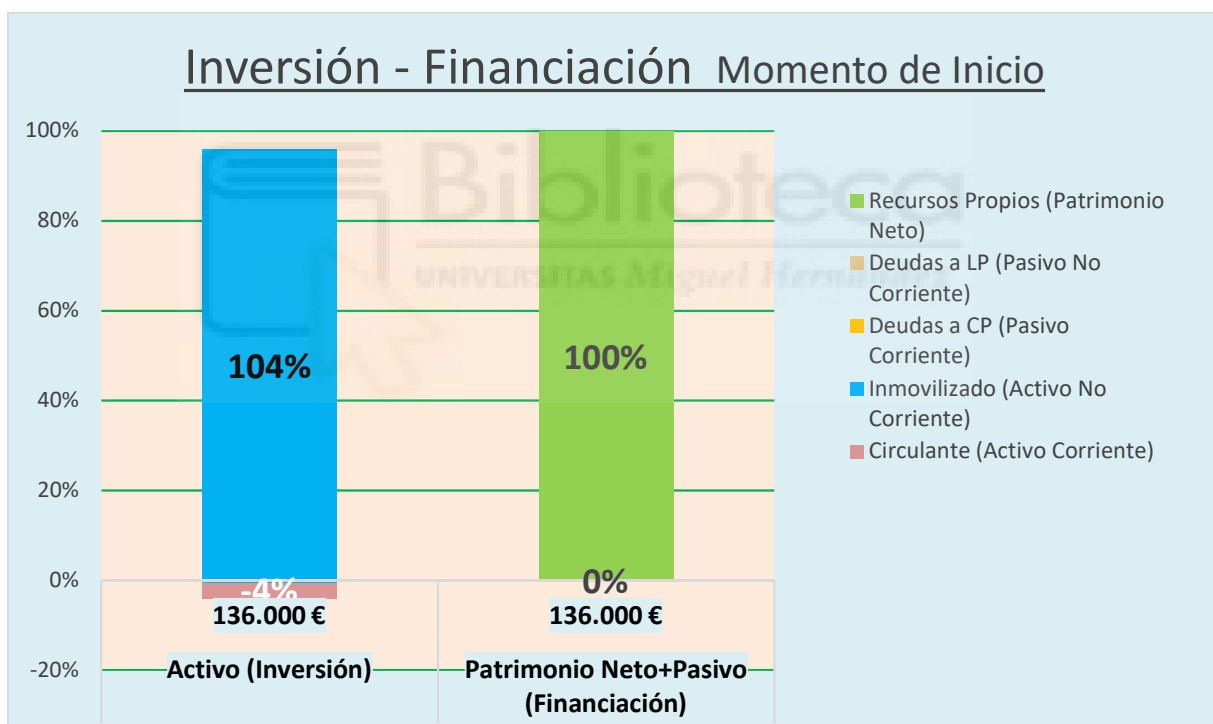
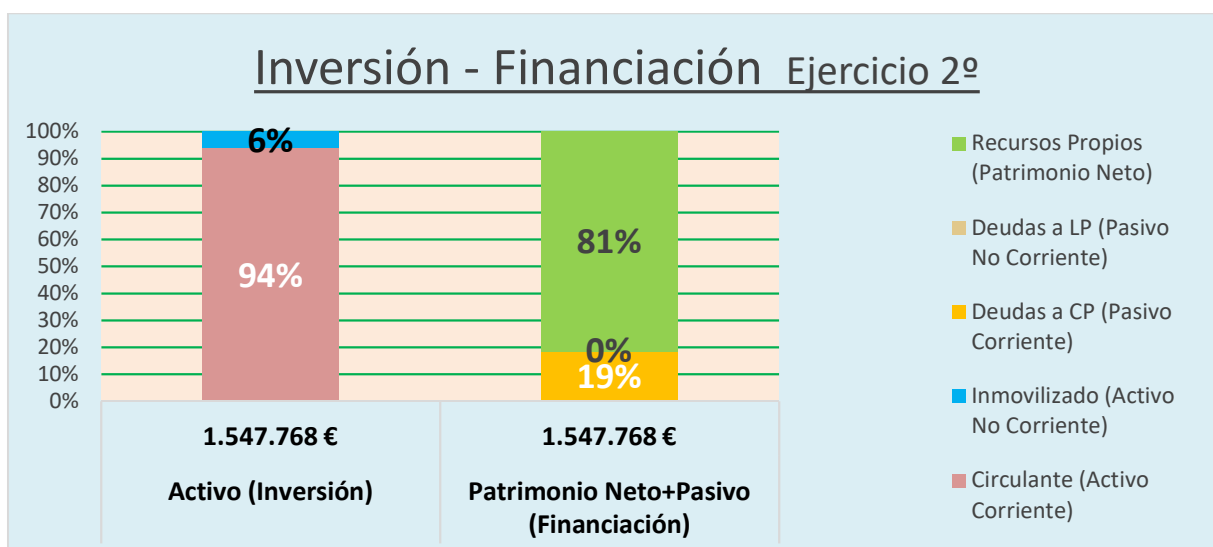


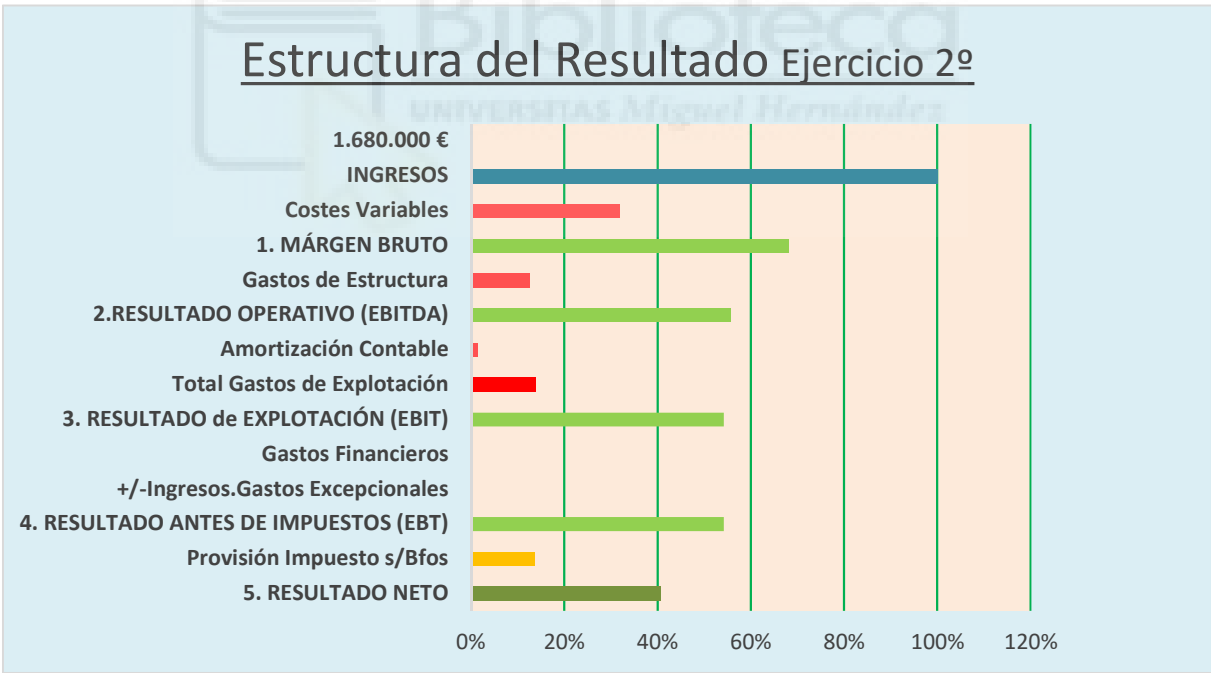
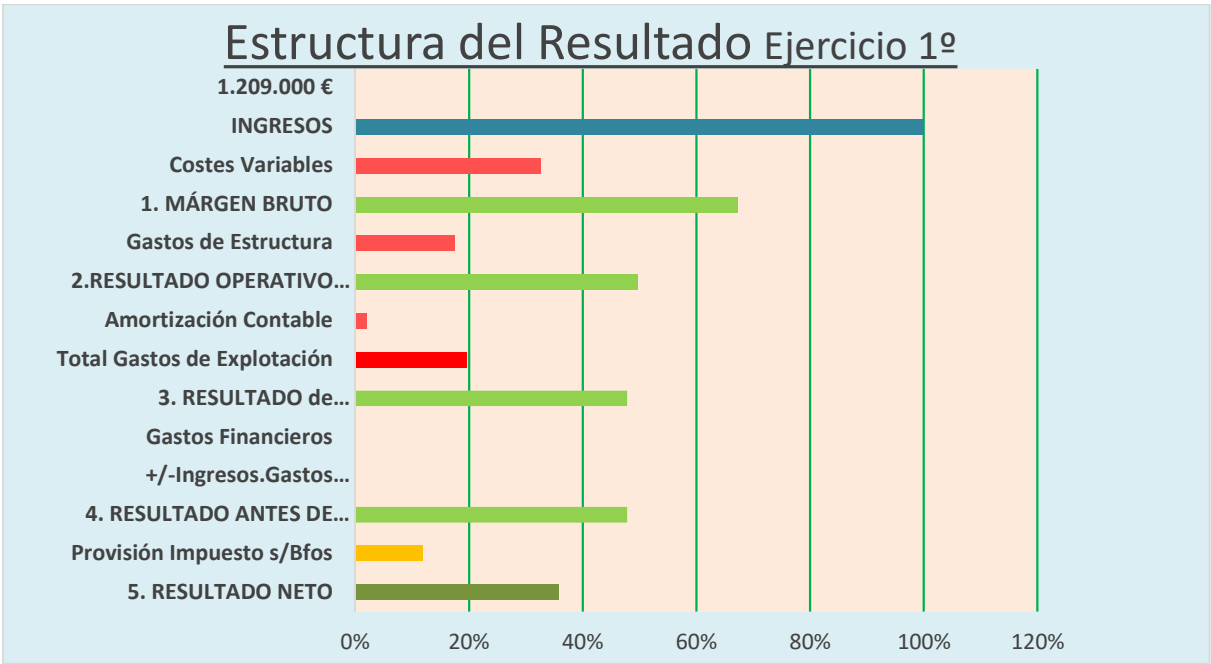
Financiación Ejercicio 2º



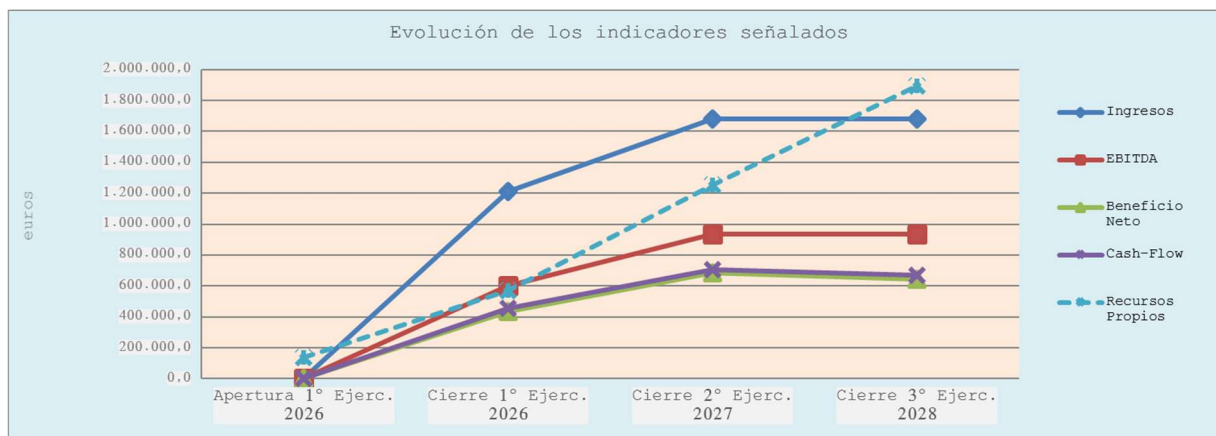
Inversión - Financiación Ejercicio 1º







AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026



Fuente: elaboración propia

23. FORMA JURÍDICA RECOMENDADA.

Para el proyecto AutoSwap, se recomienda adoptar la forma jurídica de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.). A continuación, se presentan las razones clave que justifican esta elección:

Ventajas de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.)

Tabla 30: Ventajas SL

Ventaja	Explicación
Responsabilidad limitada	Los socios solo responden con el capital aportado, no con su patrimonio personal.
Flexible para socios	Puede constituirse con un solo socio (S.L.U.) o varios, facilitando la entrada de inversores.

AutoSwap SL | Plan de Negocio 2026

Adecuada para startups	Es la forma más común en negocios innovadores y tecnológicos como AutoSwap.
Fiscalidad favorable	Tributa por el Impuesto de Sociedades, más rentable a largo plazo que el IRPF.
Imagen profesional	Ofrece mayor credibilidad ante bancos, inversores y clientes.
Facilidad para reinversión	Permite reinvertir beneficios con mayor eficiencia fiscal y contable.

Fuente: elaboración propia

Conclusión

La forma jurídica de S.L. proporciona a AutoSwap la estructura legal, fiscal y operativa más adecuada para crecer de forma segura y eficiente en el mercado actual.

24. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA.

Bibliografía

- Garrido, F. J. (2020). Plan de negocio: Cómo elaborar un plan eficaz para emprender. Ed. ESIC.
- Grant, R. M. (2016). Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. Civitas.
- Hisrich, R., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2013). Entrepreneurship. McGraw-Hill.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing. Pearson Educación.
- Lambin, J. J., & Schuiling, I. (2012). Marketing estratégico. McGraw-Hill.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Deusto.

Webgrafía

- Asociación Española del Renting de Vehículos (AER): <https://www.ae-renting.es>
- Dirección General de Tráfico (DGT): <https://www.dgt.es>
- Expansión (sección motor y empresa): <https://www.expansion.com>
- Google Trends: <https://trends.google.com>
- Instituto Nacional de Estadística (INE): <https://www.ine.es>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <https://www.mincotur.gob.es>
- Portal PYME (CIRCE): <https://www.ipyme.org>
- Shopify Blog (tendencias ecommerce y suscripción): <https://www.shopify.com/blog>
- Statista (estadísticas de mercado automoción): <https://www.statista.com>