

PROYECTO STARTINNOVA (MANCHESTER WIFI)

0. LLUVIA DE IDEAS

- Bolera y centro recreativo
- Cine premium
- Heladería
- Importación de vehículos
- Gimnasio y box de crossfit
- Organización de torneos deportivos
- Restaurante gourmet
- Tienda de productos ecológicos
- Agencia de paracaidismo
- Spa
- Tienda de ropa vintage
- Alquiler de vehículos de lujo
- Pub
- Tienda de artesanía
- Centro gaming
- Gofrería

1. SELECCIÓN DE LA IDEA

IDEA DE NEGOCIO	INVERSIÓN INICIAL	RENTABILIDAD	ESCALABILIDAD	ORIGINALIDAD	COMPLEJIDAD	COMPETENCIA	NOTA MEDIA
Bolera y centro recreativo	2	7	5	7	2	8	5,35
Cine premium	1	9	6	8	1	8	5,85
Heladería	9	4	3	7	9	5	5,95
Importación de vehículos	7	9	9	9	5	9	8,20
Gimnasio y box de crossfit	4	8	6	8	7	7	6,65
Organización de torneos	8	2	8	7	7	6	5,95
Restaurante gourmet	3	9	9	8	2	6	6,50
Tienda de productos ecológicos	7	4	4	7	6	7	5,70
Agencia de paracaidismo	6	8	6	8	3	9	6,95
Spa	3	7	6	6	4	8	5,75
Tienda de ropa vintage	7	4	6	8	7	7	6,25
Alquiler de vehículos de lujo	2	9	8	7	5	8	6,60
Pub	5	7	7	4	5	3	5,35
Tienda de artesanía	8	3	5	5	8	5	5,40
Centro gaming	4	7	8	8	4	10	6,85
Gofrería	8	4	5	5	9	6	5,90
Valoración	20%	25%	15%	15%	10%	15%	100%

2. PROPOSICIÓN DE VALOR

Cuando un particular o una familia con un poder adquisitivo medio-alto se plantea adquirir un nuevo coche o renovar el que ya tiene se le abren varios frentes:

-Comprar un coche nuevo, por el que va a desembolsar mucho más dinero y va a tener que esperar mínimo 10 meses para poder conducirlo

-Comprar un coche de segunda mano en España, actualmente hay 278000 unidades en venta, muchas de las cuáles pueden pasar ya a mejor vida o podían haber sido mejor cuidadas

-Importar un coche desde Alemania, EEUU o Japón donde tenemos un abanico de posibilidades mucho más amplio y a un mejor precio

Nuestra idea de negocio se basa en importar coches desde Alemania, EEUU o Japón hasta España. En este proceso el cliente solo tendrá que seleccionar el coche que desee y nosotros nos encargaremos de todo el proceso para que el cliente pueda tenerlo en casa lo más rápido posible.

Elegimos estos países (Alemania, EEUU, Japón) porque son los países donde estos coches que queremos importar se han desarrollado, creado y producido por lo que en la mayoría de los casos cuentan con muchísimos más extras que ni llegaron a otros países.

A mayores, países como Alemania, cuando un coche tiene más de 10 años se suele vender ya que la cantidad de impuestos y las restricciones de uso son asombrosas. Asimismo, estos tres países tienen un nivel de poder adquisitivo por encima de la media por lo que renuevan su parque automovilístico cada menor tiempo, por lo que, siempre han sido revisados en una casa oficial y los kilómetros son los correctos.

Nuestro modelo de negocio supone una ventaja competitiva, sobre todo, cuando el cliente está buscando un coche en específico, ya que tenemos muchas más unidades y a un menor precio. En estos países los vehículos tienen un precio menor que en España por lo que si sumamos el gasto de la unidad seleccionada, el transporte y los

impuestos de matriculación a pagar en España podemos decir que, tenemos una unidad importada mucho mejor equipada y aun así a un menor precio.

En tema de impuestos, muchos de estos coches tienen un IVA deducible, por lo que al registrarnos como una SL (sociedad limitada) nos beneficiamos de esta deducción.

Por ende, las marcas de coches con las que trabajaríamos serían:

-BMW (alemán), Mercedes (alemán), Porsche (alemán), Audi (alemán), Ford (americano), Chevrolet (americano), Dodge (americano), Tesla (americano), Nissan (japonés), Toyota (japonés), Honda (japonés), Mitsubishi (japonés), Acura (japonés)...

Muchas de estas marcas de coches pueden sonar a coches utilitarios, sobre todo los japoneses, pero nada más lejos de la realidad ya que nos estamos refiriendo a modelos muy exclusivos por los que amantes del motor están dispuestos a pagar mucho dinero por sus motores, interiores, especificaciones y al ser importados directamente desde sus países de origen; bodykits (kits de carrocería), modificaciones, extras... que solo se encuentran importando el coche y que aumenta mucho más su valor.

De forma secundaria, una vez vendido el coche al cliente y ganarnos su confianza podemos también realizar un servicio postventa de modificación del vehículo, ya que como todo el mundo sabe, los amantes del motor les apasiona personalizar su coche con piezas que aumentan el rendimiento y los hacen únicos como: escape, kits de carrocería, alerón, llantas, buckets (asientos deportivos) ... Cabe destacar que es un servicio exclusivo postventa, es decir, solo se venderán piezas a los clientes que previamente hayan adquirido un automóvil de esta forma, aumentamos el valor y la exclusividad de este servicio.

Estas piezas tienen un precio muy elevado por lo que podemos comprarlas y venderlas a un precio más caro ya que nos hemos ganado su confianza, pero, deduciéndonos el IVA.

3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Como hemos comentado antes, nuestro público objetivo sería gente con un poder adquisitivo medio-alto que se pueda permitir un coche un poco más exclusivo. Un coche importado nos puede dejar margen de beneficio si su precio es mínimo 50000€ aproximadamente y, por lo general, cuanto más caro sea la unidad mayor será nuestro beneficio.

Por eso, nuestro modelo de negocio trabajaría según las reglas de un mercado de nichos, nuestra segmentación de mercado se enfoca en clientes específicos que buscan coches exclusivos con un precio elevado, por lo que nos adaptamos a las necesidades del cliente. Por lo general, nuestros clientes les podríamos dividir en dos grupos:

-Amantes del mundo del motor, que buscan coches con prestaciones muy altas y muy exclusivos que solo se pueden conseguir importándolos, por lo que están “obligados” a solicitar nuestro servicio si desean una unidad en concreto. A mayores, este tipo de público objetivo son los que con una mayor probabilidad usarían nuestro servicio postventa de piezas de modificación.

En este caso, lo normal sería que tengamos que importar los vehículos desde el mercado japonés y, alguno, desde el americano. Según nuestros conocimientos sobre el mundo del motor, las marcas y modelos que más interesados estarían este tipo de público son:

-Nissan Skyline (R34) y (R35), Toyota Supra (mk4 con motor 2JZ), Mitsubishi Lancer (IX), (VIII), (VII)..., Honda (NSX), (S2000), Ford (Mustang), Dodge (Challenger), Chevrolet (Camaro)...

Como observamos la mayoría de estos coches son japoneses, aunque habría alguna excepción europea: Lamborghini, Ferrari, Porsche...

-Público que quiera adquirir un coche de alto standing y que, en el mercado de importación, encuentre una unidad con más extras y a un mejor precio que lo que puede encontrar en el mercado español.

En ambos casos obtendríamos prácticamente el mismo margen de beneficio.

Una vez segmentado nuestro público objetivo podemos determinar nuestra competencia territorial, es decir, a que cantidad de población estaría dirigido nuestro negocio. En este caso, nuestro modelo de negocio con las técnicas de marketing y publicidad adecuadas podemos llegar a operar en casi toda la península excepto en las islas, ya que el transporte a esos lugares resultaría mucho más costoso. A mayores, en España hay muy pocas empresas que se dediquen a esto de manera profesional por lo que podríamos tener muchos clientes potenciales.

En 2023, se vendieron en España unos 18000 coches de más de 60000€ y esta cifra crece cada año, por lo que un objetivo a medio plazo podría ser realizar entre un 0.5-1% de las ventas anuales españolas de coches de lujo. Cabe resaltar que nuestro modelo de negocio es escalable, ya que el boca a boca y una estrategia de marketing pueden multiplicar nuestros potenciales clientes.

4.SOCIEDADES CLAVE

Otra parte importante del negocio es asegurarse de tener unos proveedores de confianza, es decir, concesionarios en Alemania, EEUU y Japón que vendan coches fiables y con garantía. Otra ventaja de tener una buena relación comprador-proveedor, siendo nosotros los compradores, es que podemos acordar un cierto número de unidades compradas para conseguir una rebaja en el precio y poder tener un mayor margen de beneficio. Este tipo de sociedad clave es también un win-win ya que el concesionario extranjero consigue vender sus coches y nosotros compramos unidades fiables.

Para conseguir esa confianza con el concesionario, podemos contratar durante un corto período de tiempo a un mecánico del país donde vayamos a comprar para que nos ponga en contacto con distintos concesionarios, se informe de su fiabilidad y revise los coches en venta. De esta forma, obtenemos una amplia red de concesionarios de confianza donde comprar vehículos.

Como comentaremos en próximos apartados, tanto en EEUU como en Japón vamos a trabajar con distintos portales donde se anuncian coches, la mayoría de ellos embargados pero que ofrecen la posibilidad de importarlos sin ningún tipo de inconveniente.

En estos portales digitales contrataremos el plan premium para poder acceder a un mayor número de oportunidades, por lo que, estaremos creando un tipo de sociedad clave de comprador-proveedor.

Estas alianzas reducen el riesgo de nuestras operaciones y nos brindan la oportunidad de escalar nuestro negocio de una forma fiable y rentable

5.INGRESOS

Al tratarse de venta de vehículos de diferentes gamas de calidad, precio y prestaciones no podemos hablar de un precio fijo del producto. Cada coche nos costará un determinado precio, del que podremos deducirnos el IVA o no, más un coste de transporte e impuestos que indicaremos más adelante.

Obviamente, la fuente principal de ingresos de nuestro modelo de negocio es la venta de coches y, en un segundo plano, la venta de piezas de modificación como servicio postventa exclusivo a nuestros clientes. A grandes rasgos, el mercado de coches funciona siguiendo la ley de la oferta y la demanda y nosotros nos aprovechamos de esto, ya que muchos de los coches que vamos a vender son exclusivos (unicornios, se conoce en el mundo del motor) y hay mucha demanda, por lo que el precio aumenta.

Antes de dar el presupuesto al comprador, se realizará un estudio de mercado analizando el precio final de la unidad que vayamos a comprar (previamente intentaremos un regateo con el concesionario extranjero o nos beneficiaremos de las ventajas de nuestra sociedad clave) y los costes relacionados con la importación y la matriculación. Una vez calculado los gastos totales de la unidad y comparado con el precio de venta en España (comparar kilómetros, extras, año de fabricación, motor, cuidado, garantía, mantenimiento realizado en casa oficial...) intentamos siempre obtener un beneficio de en torno al 8-12% bruto del precio de venta aproximadamente, es decir, si vendemos una unidad por 110000€, ese coche es viable si nuestro beneficio es de 8800-13200€ bruto; posteriormente, hay que pagar el IRPF, cuota de sociedades, sueldo del mecánico-revisor, publicidad...

Para que nuestro modelo de negocio sea viable, la clave está en comprar lo más barato posible la mejor unidad. Para esto, tenemos nuestra alianza con los concesionarios; aunque cabe resaltar que, la mayoría de estos concesionarios se

encuentran en Alemania ya que procuraremos que los coches importados desde Japón y EEUU, les compremos a través de unas webs muy fiables donde subastan coches o se compran inmediatamente. Estas webs son:

Japón: <https://jpauc.com>

EEUU: <https://www.copart.com>

A continuación, vamos a mostrar unos ejemplos con números y coches reales (incluyendo costes de transporte e impuestos), para demostrar la viabilidad de nuestro negocio.

2017 PORSCHE CAYENNE SE HYBRID PLATINUM



ESPECIFICACIONES	DATOS
Marca y modelo	Porsche Cayenne SE Hybrid Platinum
Año de fabricación	2017
Kilómetros	99,687 mi (160.430km)

Potencia	416cv
Precio	22750\$ (20900€)

Gastos	Cantidad (€)
Envío (desde Chicago a Lisboa)	2990\$ (2750€)
Seguro del envío	418€
Transporte (Lisboa-Valladolid)	432€ (IVA deducible)
Aranceles Aduanas	2406€
IVA	4390€
Ficha técnica	50€
ITV	100€
IEDMT	Exento, es híbrido
Tasas DGT	97€
Placas de matrículas	18€
Coste total (sumando el coche)	31561€

El precio de venta aproximado en España, con las mismas características: 42000-50000€

Beneficio bruto: 10439-12439€, suponiendo venta en 42000-44000€

Estamos por encima del 8-12% de beneficio bruto. Es viable.

IRPF (21%): 2400€, suponiendo que vendamos el coche por 43000€. Cuando el beneficio bruto que obtengamos por el coche se sitúe en un rango de 6000-50000€, el IRPF a pagar será del 21% (sobre tu beneficio).

Beneficio neto (suponiendo la venta en 43000€): **+9039€**

NISSAN GT-R BLACK EDITION



ESPECIFICACIONES	DATOS
Marca y modelo	Nissan GT-R Black Edition
Año de fabricación	2011
Kilómetros	58000km
Potencia	550cv
Precio	7.050.000¥ (43800€)

Gastos	Cantidad (€)
Envío	2200€
Seguro del envío	876€

Aranceles Aduanas	4687€
IVA	9198€
Ficha técnica	50€
ITV	100€
IEDMT	6460€
Tasas DGT	97€
Placas de matrículas	18€
Coste total (sumando el coche)	67486€

Esta edición es una unidad muy exclusiva que hay muy pocas unidades en venta en España. Actualmente, solo existe una unidad en venta con el kilometraje y año de fabricación muy similar. Su precio es 89900€.

Si vendemos nuestra unidad por 79900€, el beneficio bruto rondaría ese 12% buscado por lo que sería viable.

Beneficio bruto: 12414€

Beneficio neto: **+9808€**

De cara al servicio postventa de piezas de modificación, nuestro negocio inflará los precios de estas piezas ya que nos hemos ganado la confianza del cliente y les ofrecemos una sensación de valor y exclusividad superior, ya que son piezas de alta calidad solo disponibles para ellos.

Por ejemplo, para el cliente que haya comprado este último Nissan GT-R Black Edition, le ofrecemos el mejor sistema de escape disponible actualmente:



akrapovic

Marca: Akrapovic Evolution

Precio: 5140€

Precio de venta: 8990€ IVA incl. (aunque le anunciamos rebajado de 9900€)

Beneficio bruto: 1960€

Beneficio neto: **+1550€**

6.CANALES

Nuestras técnicas de marketing y publicidad serán tanto tradicionales como modernas. En nuestro modelo de negocio, la estrategia que más clientes potenciales puede generar es el boca a boca de nuestros clientes, por ello, es importante tener un trato fabuloso con ellos y que queden satisfechos con la compra y experiencia de su coche. También según técnicas tradicionales, repartiremos estos flyers:



Por supuesto, subiremos fotos, vídeos, ofertas y anuncios a redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok...)

En YouTube, subiremos vídeos enseñando la experiencia con el cliente y su reacción al recibir el vehículo, de este vídeo, extraemos pequeños fragmentos y subiremos shorts (en YouTube), reels (en Instagram) y TikTok.

Con los coches importados, realizaremos una sesión de fotos en lugares salvajes y de gran belleza paisajística, pero que representen el poder y la confianza de nuestra empresa. Una estrategia similar a la de Red Bull.

Posicionaremos nuestra página web en primera posición e intentaremos anunciarnos y trabajar con influencers relacionados con el mundo del motor y el lujo.

Por lo que usaremos canales propios de publicidad.

Cuenta de Instagram: @manchesterwifii

Página web: <https://wordpress.com/page/manchesterwifi.wordpress.com/3>

Es importante remarcar que no contaremos en un principio con una tienda física abierta al público. Vamos a alquilar una nave industrial donde almacenaremos los vehículos importados hasta que el cliente los venga a recoger y donde recogeremos y venderemos las piezas de modificación del servicio postventa.

Esta nave contará con un pequeño despacho donde poder hacer reuniones con los clientes interesados en un coche y será nuestro centro de operaciones para realizar la compra del mismo.

7.RELACIONES

Una vez alcanzados estos clientes potenciales es importante retenerlos y motivarlos para que deseen solicitar nuestros servicios. Una de las estrategias que podemos seguir para lograr este propósito es mostrarles todas las ventajas que ofrecemos respecto a un concesionario español y nuestro servicio exclusivo y dedicad para ellos.

Una vez que los clientes ya han usado nuestros servicios, es decir, comprado un coche, ya tenemos la confianza suficiente para ofrecerles nuevas oportunidades por si quieren adquirir nuevas unidades para ellos o conocidos, recordemos que su poder adquisitivo es elevado.

Siempre que alguien quiera contactar con nosotros, tanto telefónicamente como mediante redes sociales, les ofreceremos una experiencia personalizada porque entendemos que alguien que tiene pensado desembolsar una gran cantidad de dinero, no puede tratar con una máquina de respuestas automatizadas.

Por esta misa razón no podemos utilizar estrategias agresivas de captación de clientes, es necesario que ellos mismos se percaten de las múltiples ventajas que tendrían al solicitar nuestro servicio.

De cara a las relaciones con los proveedores, es decir, con concesionarios extranjeros utilizaremos la misma atención personalizada; tanto concertando reuniones por diferentes plataformas online como nuestro mecánico asalariado visitando sus instalaciones.

De esta manera, mostraremos profesionalidad tanto a nuestros clientes como a nuestros proveedores y disfrutarán la experiencia de trabajar con nosotros.

8.RECURSOS CLAVE

Obviamente, nuestros recursos clave son los coches y las piezas de modificaciones. Por eso, es importante mantenernos en contacto con los concesionarios extranjeros y estar abiertos a nuevas oportunidades para ofrecer un gran abanico de posibilidades a nuestros posibles clientes.

Por supuesto, necesitamos un equipo informático a la altura, es decir, un portátil y ordenador que nos permita desempeñar todas estas tareas de forma rápida y segura.

También nuestros trabajadores son nuestros recursos. En este modelo de negocio contaremos con tres trabajadores distribuidos por los tres países desde los que importamos coches, es decir, EEUU, Japón y Alemania. A mayores, estaremos los cinco socios de este modelo de negocio trabajando desde España organizando todo el negocio

El sueldo de nuestros mecánicos incluirá las dietas que necesiten para su desplazamiento para comprobar la fiabilidad de los distintos coches por los cuales tengamos interés.

La nave industrial que alquilemos será parte de nuestros recursos clave ya que, gracias a este local, conseguiremos reunirnos con clientes potenciales, recibir coches y crear un ambiente de profesionalidad y pasión por el motor.

En un futuro, es posible que uno de nuestros recursos clave, la publicidad, sea externalizado a una empresa dedicada a ello y así, poder centrar nuestros esfuerzos en importar las mejores unidades posibles.

9.ACTIVIDADES

En nuestro modelo de negocio las actividades externalizables están muy definidas ya que nosotros no nos podemos hacer cargo directamente del transporte del vehículo desde su país de origen a España, por lo que delegamos esta competencia en una empresa de transporte internacional dedicada a este propósito.

También es posible que necesitemos externalizar la parte de marketing y publicidad a una agencia dedicada a esto, para así escalar nuestro negocio.

Por otro lado, hay ciertas actividades de nuestra empresa que no pueden ser externalizables como puede ser la decisión de seleccionar una unidad u otra en la reunión con el cliente, el trato con el proveedor...

Es decir, no podemos externalizar nuestro conocimiento sobre el mundo del motor ya que es algo exclusivo que solo nosotros sabemos desarrollar. Este tipo de actividades clave que nos podemos externalizar, es fundamental que las protejamos y mejoremos y, por supuesto, desarrollemos dentro de nuestro círculo empresarial, en este caso, la nave industrial

10.COSTES

Es importante recordar que nuestro negocio está dirigido a personas con un poder adquisitivo superior, por lo que no podemos poner todo nuestro interés en abaratar costes e importar coches de gama baja. Lo que debemos hacer es crear valor al cliente ya que vamos a importar coches de gama alta, eso sí, asegurando siempre un margen de beneficio sin inflar el precio del vehículo en exceso. En nuestro caso, es muy difícil definir con exactitud precios fijos y variables ya que el mercado está en continuo cambio. Resumiendo, todos nuestros gastos serían variables excepto la adquisición del equipo informático (1000€).

El principal inconveniente de nuestro modelo de negocio es conseguir la financiación externa necesaria para adquirir estos vehículos, sobre todo, en las primeras unidades que vayamos a vender. Esto quiere decir que, en un principio el capital de la empresa no será muy elevado, por lo que es necesario conseguir una financiación externa para asumir el coste de los primeros coches, teniendo en cuenta que ninguno de ellos baja de los 50000€.

La primera medida que vamos a optar es necesaria, tanto a nivel de seguridad como a nivel de financiación. Cuando un cliente después de seleccionar el coche que desee importar y haber aceptado el presupuesto, es fundamental que realice un depósito de dinero del 80% de la venta del coche. El otro 20%, lo pagará cuando se entregue el coche. De esta manera, nos aseguramos de que el cliente no se va a echar para atrás una vez que nosotros ya hemos pagado el coche y también nos aseguramos la financiación de la unidad, porque el cliente estaría pagando prácticamente la misma cantidad de dinero que lo que nos cuesta a nosotros importar esa unidad.

El otro 20% restante vamos a solicitar financiación externa, ya que, aunque no nos sea necesario todo el dinero para adquirir y vender el coche, sí es importante por si nos surge cualquier imprevisto en el proceso.

Para esto, vamos a implementar el crowdfunding en nuestro negocio, es decir, conseguir convencer en plataformas dedicadas a esto a cientos o miles de inversores de depositar una pequeña cantidad de dinero, a cambio, por haber confiado en nuestro proyecto, se les retornará un 3-% de su inversión una vez finalizado. Esta gente puede depositar incluso 1€ para financiar nuestro proyecto, en este caso el

retorno de su inversión sería 0.05€. Para que esto suceda es necesario demostrar la viabilidad de nuestro negocio y la proposición de valor que tenemos. Si les convencemos, conseguiremos financiación externa y darnos a conocer a multitud de inversores que pueden estar interesados en nuestra empresa en un futuro, siempre y cuando se les retorne siempre la inversión a tiempo.

Los costes que más dinero nos restan del margen de beneficio son los relacionados con la importación del vehículo, tanto el transporte del mismo como los impuestos a pagar. Al final, como en todos los negocios, el que siempre gana es el Estado.

Vamos a explicar brevemente en qué consisten los gastos más cuantiosos:
-Transporte: el coste de transportar un vehículo desde Alemania a España es de 1000-1500€. Si hablamos de distancias más lejanas como EEUU y Japón, gira en torno a 2000-3200€.

-Seguro del transporte: es obligatorio pagar un seguro que proteja el vehículo durante el transporte. El precio es del 2% del valor pagado por el vehículo.

-Aranceles aduanas: al llegar a puertos españoles, es obligatorio pagar el 10% de la suma del valor del vehículo, el transporte y el seguro del transporte.

-IVA: hay que pagar el 21% del valor del vehículo.

-IEDMT: es el impuesto de matriculación de un vehículo. En España, por los vehículos de combustión se paga un 14.75% del valor del vehículo. Si el coche es híbrido, estas exento de pagarlo.

-IRPF: en la declaración de la renta, tenemos que pagar el 21% aproximadamente de nuestros beneficios, es decir, la resta entre el precio al que vendamos la unidad y los gastos de la misma.

Gastos	Fijos	Variables
Trabajadores	2700€/mes/trabajador=21600€	No es variable
Alquiler de la nave	700€/mes	No es variable
Equipo informático	1200€	No es variable
Marketing y publicidad	No es fijo	300€-700€/mes
Automóviles	No es fijo	Dependiendo el volumen de ventas que tengamos
Transporte de automóviles	No es fijo	Dependiendo el volumen de coches que importemos
Impuestos	El único impuesto que sabemos que vamos a pagar sí o sí, es el IVA (21% del valor) y el IRPF (21% del beneficio)	Dependiendo el volumen de ventas que tengamos
Crowdfunding	No es fijo	5% del dinero depositado de la financiación
	Gastos fijos mensuales:	22600-23000 €/mes
	Gastos variables:	Estos gastos están relacionados con el número de ventas que realicemos por lo que siempre se van a recuperar

Con estos datos de costes podemos prever, que para que este negocio sea rentable y, teniendo en cuenta que cada unidad vendida nos deja un beneficio neto de 9000€, necesitaríamos vender un mínimo de 3 coches al mes.

11.BONUS

Como se puede observar en la selección de la idea, uno de los criterios que evaluamos fue la escalabilidad del negocio.

En este negocio existen varias formas de realizar esto:

-Aumentando el gasto de publicidad. Siempre hay que tener en cuenta que estos gastos variables, se realizan con el capital generado por la propia empresa.

-Al aumentar este gasto en publicidad, puede que accedamos a una segmentación de mercado aún más exclusiva, nos referimos a multimillonarios. Si esto sucede, los coches que importaremos serán mucho más caros y, por tanto, tendremos un margen de beneficio mucho más elevado.

-Implementando la venta de activos en stock. En vez de comprar unidades seleccionadas por los clientes, si tenemos el capital suficiente para comprar coches sin el apoyo económico del 80 % de adelanto que aporta el cliente, dispondremos de unidades en stock en nuestra nave. De esta manera, podemos entregar coches de alta gama de forma inmediata y con la seguridad para el cliente de probarlo y verlo.



Alumnos/Socios: José Manuel Prieto Torres, David Majide, Iván Merino, Carla Vargas, Adrián de Francisco

