

**DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.LU.  
( ELECTROLED DISTRIBUTIONS S.L.U)**



**MARCOS YERAY CASTELLANO CASTELLANO**

**78544135D**

**4º GRADO CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**CURSO 2014 / 2015**

**UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA**

# ÍNDICE

	Página
1. Resumen.....	3
2. Introducción.....	4
2.1. El sector de las Ferreterías en la distribución.....	6
3. Metodología.....	7
4. Objetivos.....	8
5. Descripción del Servicio ofrecido.....	8
6. Problemas detectados y solución propuesta.....	9
7. Análisis de Los Competidores.....	10
8. Ubicación de las sucursales.....	14
9. DAFO.....	16
10. Datos de la encuesta realizada en los hoteles, conclusión sobre la misma..... y ficha técnica.	17
11. Canales de distribución.....	21
12. Estrategia de comercialización.....	22
13. Plan de Inversión estimado.....	22
14. Cuentas Anuales estimadas.....	24
15. Principales Ratios Financieros.....	25
16. Previsión de Tesorería.....	26
17. Conclusión Final del Proyecto realizado.....	27
Bibliografía.....	28
Anexo 1 (Factura Proforma material Eléctrico).....	29
Anexo 2 (Fotos Sucursales).....	30

## **1. RESUMEN**

El presente trabajo surge de mi experiencia durante cinco años en los que fui encargado de un establecimiento (Ferretería), en los que pude observar las oportunidades de negocio que generaba la venta de material eléctrico, Tecnología Led en Lámparas en el sector hotelero. El hecho de conocer el sector y los productos que se distribuirán hacen que este proyecto tenga una oportunidad de negocio.

Con la realización de este proyecto, lo que se pretende conseguir es abrir pequeñas sucursales en distintos puntos de la isla de Tenerife para facilitar la distribución de material eléctrico, Tecnología Led en Lámparas al sector hotelero de la isla, centrados en los municipios de La Laguna, Puerto de la Cruz y Arona.

El objetivo final que se persigue es poder ofrecer al cliente una serie de productos a un coste menor que los que pueda encontrar en otros establecimientos especializados y, al mismo tiempo, lograr dar un servicio rápido que cubra todas las necesidades que se planteen mediante una atención personalizada.

## **SUMMARY**

This work stems from my experience over five years that was in charge of an establishment (Hardware), which could see business opportunities that generated the sale of electrical equipment, Lamps Led Technology in the hospitality sector. Knowing the industry and the products to be distributed this project to make a business opportunity.

With the completion of this project, which aims to achieve is to open small branches in different parts of the island of Tenerife to facilitate the distribution of electrical equipment, Technology Lamps Led in the hotel sector of the island, focusing on the municipalities of La Laguna, Puerto de la Cruz and Arona.

The final objective pursued is to offer customers a range of products at a lower cost than you can find in other places and at the same time to achieve fast service that covers all the needs that arise through attention custom.

## 2. INTRODUCCIÓN

La distribución comercial es una de las actividades más antiguas que existen, ya que desde hace siglos han existido acciones de compraventa de bienes y prestación de servicios. Es por ello esencial poner en contacto a los diferentes agentes que pudieran intervenir en cualquier transmisión de bienes o servicios. La distribución comercial es una de las actividades económicas incluidas en el marco del sector servicios, junto con otras como el turismo, los transportes, las comunicaciones, las tecnologías de la información o los servicios a empresas. Se configura como puente entre producción y el consumo, con repercusiones importantes tanto económicas como sociales. (Peris Miquel Salvador. La distribución comercial 6ed.2008.)

Desde el punto de vista económico, puede ser catalogada tal distribución como el eje organizador de los intercambios. La división del trabajo requiere de una actividad distributiva que permita incrementar el valor de los bienes y servicios producidos a través de su preparación y transporte, desde las empresas de producción a los centros de consumo.

Desde el punto de vista social, la distribución supone una gran fuente generadora de empleo que directamente viene a tener efectos sobre la economía de un país en su conjunto.

La distribución comercial ha tenido un efecto inflacionista en la economía española, pues el coste de tal actividad es relativamente mayor cada año a pesar de las numerosas mejoras de productividad que ha alcanzado. “El coste de la distribución comercial supuso entre 1977 y 1985, aproximadamente 1,35 puntos porcentuales de la tasa de inflación de la economía española. Es decir puesto que la tasa media de inflación se situó en esos años en torno al 13% puede estimarse que el 10% del total de inflación de la economía española fue debida a la distribución comercial”. (Artículo Mercasa: Distribución e Inflación, Javier Casares y Alfonso Rebollo). Los factores que pueden explicar este hecho son los siguientes: En primer lugar, el incremento de la cantidad, variedad y calidad de los servicios comerciales ofertados. Ello se materializa en aspectos como la prolongación de los horarios comerciales, ampliación del abanico de productos ofertados, el aumento del tamaño de los establecimientos, la mejora en la presentación de los productos o las facilidades de pago, entre otros. Y, que supone una mayor utilización de recursos y su mayor cualificación, lo que viene a explicar el mayor precio pagado por las actividades de distribución por parte de los consumidores. En segundo lugar, las dificultades para generar ganancias notables de productividad en las actividades de servicios no vienen a trasladarse al precio final de los productos (y si éstas se generan no se trasladan al precio final de los productos). Y, en último lugar, las especiales características de la competencia en el comercio (monopolios u oligopolios espaciales limitados, competencia monopolística...) (Casares y Rebollo, 1996, p.199).

La mejora en el sistema de distribución y venta, incorpora ventajas en los servicios al cliente consecuencia de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el uso de nuevos materiales y el empleo de otras aplicaciones tecnológicas en la cadena de valor, lo que ha producido incluso cambios en el comportamiento del consumidor final.

Se puede destacar que para la pequeña y mediana empresa comercial la calidad del servicio es un elemento clave de supervivencia, en la que la prestación de servicios se caracteriza por la intangibilidad, heterogeneidad, percibibilidad y productividad. La diferenciación competitiva no se sustenta en la dimensión ni en las economías de escala sino en la capacidad de ofrecer algo distinto en términos de calidad del servicio, algo que se tendrá presente en el proyecto actual. (Creatividad, innovación y Tecnología en la distribución comercial: Javier Casares Ripol y Víctor J.Martín Cerdeño).

Hoy en día, el papel que juega la distribución comercial en el ámbito económico es muy importante, ya que sirve como eslabón para poner en contacto a numerosas personas que intervienen en las actividades comerciales. La distribución comercial genera muchas ventajas entre las que destacan, la de poner a disposición de un cliente un producto en el momento que lo precise. Se centra el presente proyecto en tal puesta a disposición ya que los clientes, que en este caso serán los hoteles, tendrían la posibilidad de poder elegir entre una gran variedad de productos relacionados con el material eléctrico en general y la luminaria led en particular. Dichos productos vendrían recogidos en un catálogo, facilitando de esta manera el conocimiento que precisan respecto del material ofrecido, pudiendo tener también una idea de sus características con carácter previo a su adquisición a través de las distintas muestras que se le exhibirían de los mismos y, con las que contaría la empresa para tal finalidad.

Otro aspecto importante de cara a distribuir los productos sería la colocación estratégica de los puntos de distribución próxima a los hoteles. Debe hacerse aquí un paréntesis y, poner como ejemplo a seguir a la empresa MERCADONA, la cual ha crecido en estos últimos años de manera vertiginosa al tener como pilares fundamentales para su crecimiento el servicio prestado y la confianza de sus clientes. Actualmente cuenta con mil quinientos veintisiete supermercados de barrio, lo que viene a permitir que la cercanía con el cliente final también juegue un papel importante en este crecimiento exponencial. Esto se refleja en la Memoria Anual de la entidad del año 2.014 cuando señala que “el modelo MERCADONA basa su éxito en cinco componentes; el “jefe”, que es como denomina a sus clientes, el trabajador, el proveedor, la sociedad y el capital.”. De esta manera, siguiendo como ejemplo a MERCADONA, se concluye que situarse cerca del cliente final incrementará las posibilidades de éxito del proyecto ya que se podrá ser más competitivo en el sector manteniendo un equilibrio entre la eficacia y la eficiencia. Como se desprende del gráfico número 1, MERCADONA es la empresa número uno en el sector de la alimentación en España.

#### GRÁFICO N°1

RANKING SECTORIAL DE EMPRESAS		
Sector CNAE:(4711) Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco.		
Posición Sector	Nombre de la Empresa	Ventas 2014 (M€)
1	MERCADONA S.A	19.812
2	CARREFOUR S.A	7.798
3	DIA S.A	5.219
4	ALCAMPO S.A	3.139
5	EROSKI S.COOPERATIVA	1.771

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las empresas.

Debido a las evidentes circunstancias geográficas, la fábrica del material eléctrico y tecnología led no se encuentra cerca del consumidor final al localizarse en la Península. Tal circunstancia hace necesaria la intervención de terceras personas (es decir, intermediarios) para la distribución de tales productos. Con la ubicación de las sucursales cerca de los clientes finales se viene a acelerar tal proceso de distribución.

## **2.1. EL SECTOR DE LAS FERRETERÍAS EN LA DISTRIBUCIÓN**

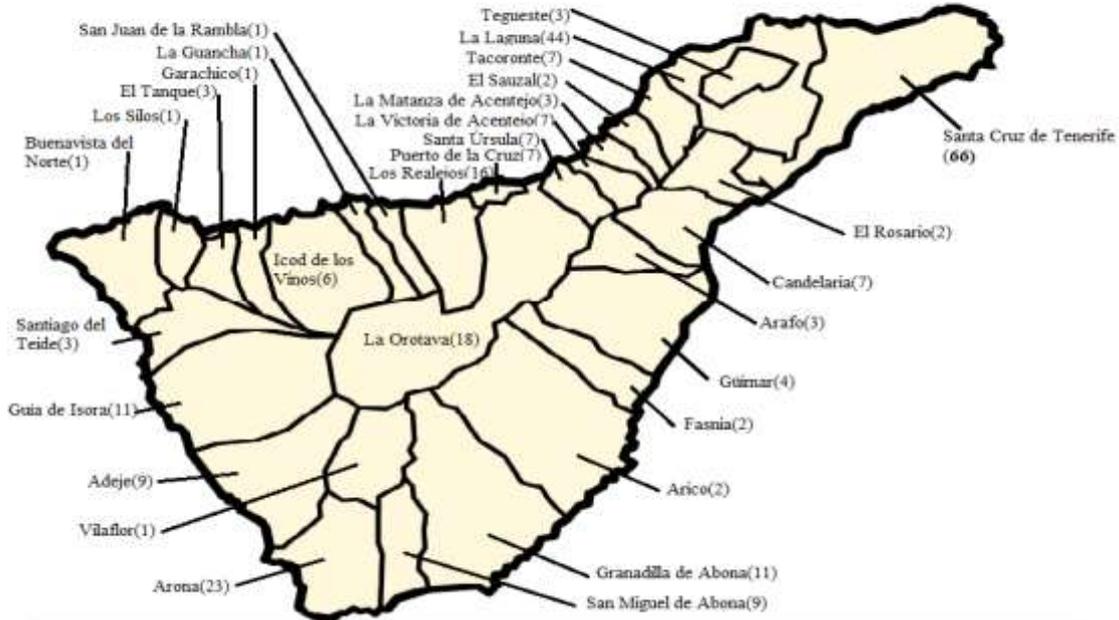
El panorama español de la distribución comercial en el sector de las ferreterías está teniendo en los últimos años ciertos altibajos. Indica la revista CANAL FERRETERO (publicación dirigida al distribuidor del sector ferretero y del suministrador industrial) del año 2.013 que “a diferencia de otros países en los que el ferretero tradicional no es más que un lejano recuerdo, en España los distribuidores luchan ya no por sobrevivir, si no por mejorar, en una situación económica poco favorable”.

Según un informe elaborado por la Asociación de fabricantes y distribuidores (AECOC), la cual reúne a más de veinticinco mil compañías de diferentes sectores, y la Asociación Española de Fabricantes de Ferrería y Bricolaje (AFEB), las ventas de 2013 se incrementaron en un 1% en el sector respecto de las producidas el pasado anterior. Los expertos del sector prevén un crecimiento moderado para los próximos años, valorando positivamente el cierre ligeramente al alza generado en el año 2013, especialmente si se tiene en cuenta que el porcentaje de caída del sector de ferretería, desde que se inició la crisis económica, ha llegado a alcanzar el 36%.

Actualmente muchas empresas del sector ferretero están pasando serias dificultades, muchas de las empresas no han podido resistir la situación económica y se han disuelto, mientras que otras para poder continuar existiendo se han visto obligadas a integrarse en grupos o cooperativas. Estas últimas han podido realizar dentro de estos grupos o cooperativas diferentes acciones para mantenerse en el mercado tales como lanzamientos constantes de folletos publicitarios, campañas promocionales, ventas online, ferias privadas físicas y ferias virtuales. El resultado de optar por este tipo de actuaciones, sorprendentemente, ha generado un volumen de negocios superior al esperado.

Las ferreterías juegan un papel importante en la distribución, ya que actúan como un eslabón más en lo que se refiere a la compra final del producto por parte del consumidor. En la actualidad, muchas cadenas hoteleras se sirven de este tipo de establecimientos para la adquisición de productos. Tales ferreterías no son una competencia directa para la empresa que se pretende desarrollar con este proyecto en relación al material eléctrico y la luminaria led ya que los hoteles adquieren, por lo general, directamente este tipo de productos a los distintos distribuidores especializados ubicados en la isla. En el mapa número uno se muestra el número de ferreterías que existen en la isla de Tenerife, datos que sin duda habría que tener muy en cuenta si el sector hotelero dependiera de las ferreterías como distribuidor de material eléctrico y luminaria led.

## MAPA N°1



Fuente: Elaboración propia

### 3. METODOLOGÍA

El presente trabajo se ha realizado a través del estudio del entorno de la distribución de material eléctrico y tecnología led al sector hotelero en la isla de Tenerife, para ello se ha realizado una encuesta (Apartado 10) a los hoteles de los municipios de La Laguna, Puerto de la Cruz, y Arona, lugares estratégicos para la colocación de los centros de distribución.

Esta encuesta, que se ha realizado concretamente a través de los departamentos encargados del mantenimiento de los hoteles, ha servido para extraer información suficiente respecto del servicio que se pretende prestar. También se han obtenido datos interesantes en relación a los competidores para su análisis posterior, así como datos de carácter económico relevantes para la proyección del negocio.

Se ha aprovechado la visita a los distintos hoteles para conocer de primera mano la ubicación de empresas similares, a fin de tener una idea de su cercanía respecto del cliente con el fin de poder mejorar este aspecto. También han servido tales visitas para poder tener un conocimiento directo y real de las necesidades propias del sector.

Por otro lado, se ha mantenido contacto con la Cámara de Comercio de Tenerife no solamente para poder conocer datos exactos sobre el sector distribución de tal material en la isla sino también para conocer las distintas fuentes de financiación existentes para el desarrollo del proyecto.

Como fuentes estadísticas se han consultado el Instituto Estadístico de Canarias (ISTAC), el Instituto Nacional de Estadística (INE) y la Unidad del Banco de Datos y Centro de Documentación del Cabildo Insular de Tenerife. Se ha recurrido igualmente

al Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI), que constituye una base de datos útil para el conocimiento y estructura de las empresas del sector.

#### **4- OBJETIVOS**

El principal objetivo consiste en determinar la factibilidad y viabilidad de la ubicación en distintas zonas de la isla de sucursales para la distribución de material eléctrico y tecnología led al sector hotelero. Para ello, se hace necesario realizar un estudio para determinar la oferta y demanda de los productos que se pretenden comercializar, conocer a los competidores del sector y determinar los recursos necesarios para poner en marcha este tipo de negocio y efectuar unos estados contables lo más próximos a la realidad posibles.

Con este modelo de negocio se pretende dar al cliente un servicio más rápido y eficaz al que se recibe en la actualidad, capaz de cubrir todas sus necesidades y hacer más cómoda la adquisición de tales productos. Es preciso tener en cuenta el ritmo frenético que llevan los hoteles ubicados en las poblaciones anteriormente señaladas, pues la ocupación que en los últimos años ha tenido el sector hotelero canario se ha incrementado llamativamente, llegando incluso casi al 100% en distintas épocas del año. Lo que viene a afectar directamente al tipo de servicios reclamados por este tipo de clientela y las especiales características que éstos deben reunir.

#### **5- DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO OFRECIDO**

La distribución de mercancía es de vital importancia en el funcionamiento de cualquier sector, hay que saber gestionar de manera adecuada los plazos al hacer los pedidos para su posterior distribución. Esto supone un gran esfuerzo para mantener la continuidad en el proceso desde la formalización de dicho pedido hasta su entrega, dado que, en caso contrario, se podrían producir efectos indeseados que, finalmente podrían suponer la pérdida de clientela.

El proceso a seguir en la prestación del servicio sería el siguiente: En primer lugar, se tendría un primer contacto con el cliente a través de una visita comercial en la cual se le exhibiría un catálogo de productos relacionados con el material eléctrico y la tecnología led, además de las distintas muestras de los productos más demandados con el fin de que el cliente pueda valorar sus prestaciones, características físicas y, finalmente su calidad. A continuación, una vez que el cliente seleccionara los artículos y realizará el pedido, se prepararía en el punto de distribución e, inmediatamente se procedería a su entrega. El pedido, por norma general, deberá entregarse en el mismo día y a la mayor rapidez posible, es importante este aspecto ya que es el que nos diferenciaría de los competidores actuales que, en muchas ocasiones, entregan el pedido al día siguiente a su realización.

Es importante que el cliente se sienta satisfecho con la atención recibida, siendo ésta una de las características que se ha tenido en especial consideración. Es por ello, por lo que se programarán visitas periódicas a fin de que el cliente siempre disponga del material necesario. Debe hacerse uso de las nuevas tecnologías incorporándolas a la prestación de los servicios, de tal manera que el cliente a través de la página web de la empresa también pueda hacer los correspondientes pedidos incluso fuera del horario de atención al público de la empresa, los cuales se facilitarán a través de un servicio de

urgencia en los días festivos y durante la mañana del día laboral siguiente para el caso de pedidos que no sean considerados urgentes. También la empresa contaría con un servicio de mensajería Whats app, que vendría a facilitar la comunicación con los clientes y la programación adecuada de los pedidos. No debe olvidarse que, por la propia dinámica de los hoteles, éstos vienen a prestar servicios veinticuatro horas al día y, ello influencia directamente en las necesidades que les pueden sobrevenir. Pues debe partirse de la premisa de que un hotel nunca duerme. El proyecto se ha pensado para dar el mejor servicio y atención al cliente, lo que requiere disponibilidad para cualquier tipo de gestión, ya sea el suministro de material o para atender alguna consulta.

## **6. PROBLEMAS DETECTADOS Y SOLUCIONES PROPUESTAS**

En la visita realizada a los departamentos especializados en la compra de material eléctrico y tecnología led de los hoteles se pudo apreciar un cierto grado de descontento con el trato recibido en momentos puntuales a la hora de recibir los productos por parte de las empresas suministradoras. A pesar de que los datos de la encuesta reflejan que el plazo de entrega de la mercancía por parte de los proveedores es regular o bueno, algunos están insatisfechos por el incumplimiento de los plazos de entrega por falta de stock. En ocasiones cuando se ha pedido algún producto con carácter urgente se han visto obligados a esperar alrededor de quince días para su recepción ya que se hace necesario pedirlos a la Península, produciéndose esta demora en la entrega de los mismos. Muestran también disconformidad los clientes con el estado en el que recibían la mercancía en ciertas ocasiones, dado que, unas veces por el embalaje o la presencia del mismo no cumplían las condiciones óptimas de recogida por el cliente.

Los problemas detectados anteriormente por los clientes serían resueltos por parte de DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U., con la entrega de la mercancía a la mayor brevedad posible, bien el mismo día o al día siguiente si concurre causa de fuerza mayor. Respecto a los pedidos realizados de manera puntual de mercancía específica que no esté en stock, se pediría por vía urgente para que el cliente la tenga a su disposición a la mayor brevedad posible, haciéndose DISTRIBUCIONES ELECTRO LED S.L.U. cargo de los posibles costes adicionales que ello pudiera conllevar.

Se ha de destacar que lo que pretende esta empresa de nueva creación es dar un servicio e imagen diferenciado de aquel que reciben los clientes en la actualidad de sus proveedores, por lo que los embalajes de la mercancía deben estar en óptimas condiciones, ya que en numerosas ocasiones se entregan productos con embalajes rotos o en mal estado, dando mala imagen de cara al cliente final. Por ello, la mercancía siempre se entregaría en embalajes adecuados al volumen del artículo, nunca se entregaría un producto sin el previo embalaje con el fin de evitar la exposición del producto a posibles daños durante su desplazamiento. Desde un punto de vista optimista, todo lo mencionado anteriormente se podría realizar sin problemas dada la cercanía de las distintas sucursales respecto del cliente final, lo que facilitaría mucho la labor de distribución de la mercancía.

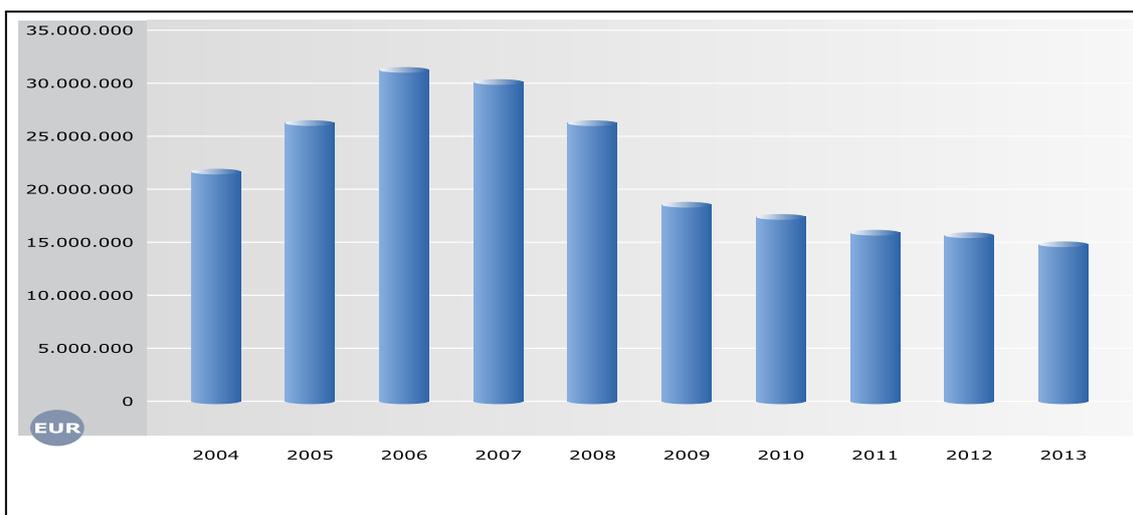
## 7. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES

En la actualidad, en lo referente a la distribución de material eléctrico e iluminaria led en la isla de Tenerife, existen tres empresas que copan la mayor parte del mercado, todas ellas con experiencia y antigüedad en el sector, lo que hace que cuenten con la fidelización de muchos clientes. En lo referente a la ubicación de las mismas, después de hacer la visita a los hoteles cuando se realizó la encuesta, se pudo observar que muchas de las sucursales de estas empresas estaban algo distantes de los puntos de venta, y que otras se encontraban en polígonos industriales lejos de la zona. A continuación, se muestran los datos más relevantes de cada una de ellas a fin de tener una idea de cómo son las empresas con las que se competirá en el mercado.



<b>Estado</b>	Activa	<b>Fecha constitución</b>	23/04/1982
<b>Forma jurídica</b>	Sociedad anonima	<b>Número de empleados</b>	64
<b>Capital Social(EUR)</b>	720.526		
<b>Cuentas No Consolidadas</b>			31/12/2013
<b>Ingresos de explotación</b>			14.806.576
<b>Result. ordinarios antes Impuestos</b>			353.559
<b>Resultado del Ejercicio</b>			249.105
<b>Total Activo</b>			13.618.702
<b>Fondos propios</b>			9.436.483
<b>Rentabilidad económica (%)</b>			2,60
<b>Rentabilidad financiera (%)</b>			3,75
<b>Liquidez general</b>			2,58
<b>Endeudamiento (%)</b>			30,71
<b>Margen de beneficio</b>			2,39
<b>Rotación de activos</b>			1,52
<b>Intereses de cobertura</b>			3,74
<b>Rotación de las existencias</b>			3,80
<b>Período de cobro (días)</b>			138
<b>Período de crédito (días)</b>			45

### EVOLUCIÓN INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2004-2013





## SUCURSALES

### ÁREA METROPOLITANA

El Chorrillo (La Laguna); El Mayorazgo (Santa Cruz); La Higuera (La Laguna); Suárez Guerra (Santa Cruz); Taco (La Laguna); Tomé Cano (Santa Cruz).

### ZONA SUR

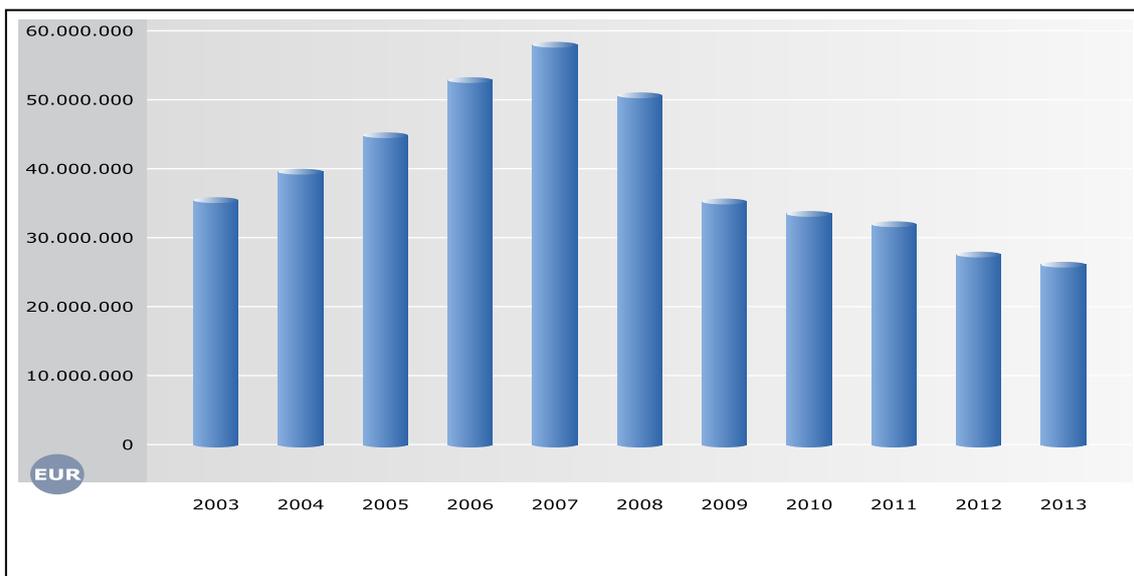
Adeje; Alcalá (Guía de Isora); Güímar; Las Chafiras (San Miguel de Abona); Los Cristianos (Arona); Punta Larga (Candelaria); San Isidro (Granadilla de Abona).

### ZONA NORTE

Icod de los Vinos; La Orotava; Los Realejos; Puerto de la Cruz; San Jerónimo (La Orotava); Santa Úrsula; Tacoronte.

<b>Estado</b>	Activa	<b>Fecha constitución</b>	03/09/1980
<b>Forma jurídica</b>	Sociedad anonima	<b>Número de empleados</b>	212
<b>Capital Social(EUR)</b>	624.640		
<b>Cuentas No Consolidadas</b>			31/12/2013
<b>Ingresos de explotación</b>			26.085.852
<b>Result. ordinarios antes Impuestos</b>			-1.314.488
<b>Resultado del Ejercicio</b>			-922.256
<b>Total Activo</b>			35.144.380
<b>Fondos propios</b>			24.691.512
<b>Rentabilidad económica (%)</b>			-3,74
<b>Rentabilidad financiera (%)</b>			-5,32
<b>Liquidez general</b>			3,42
<b>Endeudamiento (%)</b>			29,74
<b>Margen de beneficio</b>			-5,04
<b>Rotación de activos</b>			0,86
<b>Intereses de cobertura</b>			-5,01
<b>Rotación de las existencias</b>			3,43
<b>Período de cobro (días)</b>			98
<b>Período de crédito (días)</b>			39

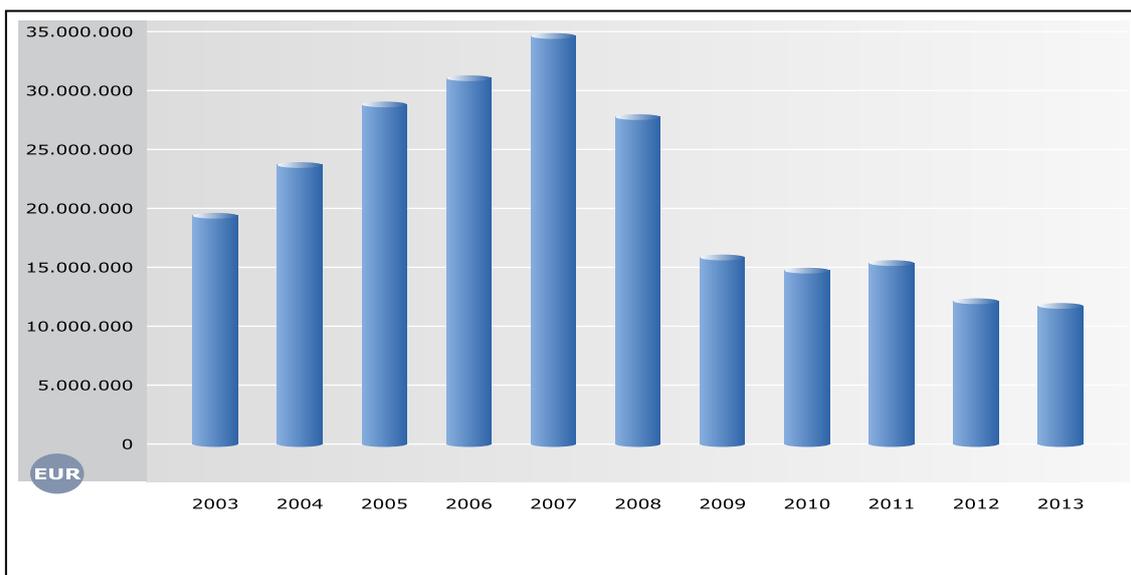
## EVOLUCIÓN INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2004-2013



<b>Estado</b>	Activa	<b>Fecha constitución</b>	21/08/1973
<b>Forma jurídica</b>	Sociedad anónima	<b>Número de empleados</b>	57
<b>Capital Social(EUR)</b>	4.540.399		

<b>Cuentas No Consolidadas</b>	31/12/2013
<b>Ingresos de explotación</b>	11.724.633
<b>Result. ordinarios antes Impuestos</b>	-958.122
<b>Resultado del Ejercicio</b>	-958.122
<b>Total Activo</b>	8.935.327
<b>Fondos propios</b>	2.579.000
<b>Rentabilidad económica (%)</b>	-10,72
<b>Rentabilidad financiera (%)</b>	-37,15
<b>Liquidez general</b>	1,03
<b>Endeudamiento (%)</b>	71,14
<b>Margen de beneficio</b>	-8,17
<b>Rotación de activos</b>	4,55
<b>Intereses de cobertura</b>	-3,21
<b>Rotación de las existencias</b>	4,66
<b>Período de cobro (días)</b>	122
<b>Período de crédito (días)</b>	75

## EVOLUCIÓN INGRESOS DE EXPLOTACIÓN 2004-2013



### ANÁLISIS

Se han utilizado los datos de las empresas anteriormente mencionadas debido a su importancia en el sector de la distribución de material eléctrico y tecnología led en la isla de Tenerife, estos datos lo corroboran el número de sucursales con las que cuentan ubicadas en distintas islas, respecto a COELCA, destacar su consolidada posición de liderazgo en el mercado Canario.

Se puede observar que se tratan de empresas de gran envergadura que han tenido un crecimiento exponencial desde su constitución. No obstante ello, a partir del año 2007 sus ingresos de explotación han descendido consecuencia, entre otras circunstancias, de la coyuntura económica. Se caracterizan tales empresas por contar con un gran número de empleados. Respecto a COELCA, es destacable las diversas sucursales abiertas al público con que cuenta que viene a implicar hacer frente a grandes cargas estructurales.

El ratio de liquidez general de estas empresas es elevado ya que el ideal sería un valor próximo a 0,5, esto quiere decir que no es idónea la cobertura de las deudas a corto plazo con respecto a los fondos monetarios disponibles de la empresa.

Respecto a la rentabilidad económica puede observarse que solamente la entidad mercantil DIELCA hace un uso correcto de los activos de la empresa, lo que le permite lograr una mayor eficiencia en el uso de sus recursos económicos o activos para la obtención de beneficios.

En la rentabilidad financiera DIELCA, al igual que sucede con la rentabilidad económica, está mejor posicionada que los otros dos competidores pues sus valores muestran un mayor rendimiento de los fondos propios, es decir, los propietarios de la empresa logran más provecho sobre los capitales por ellos invertidos.

El ratio de endeudamiento nos muestra que la estructura de financiación de las tres empresas competidoras no es el ideal puesto que sus valores son muy elevados y

deberían de estar entre 0,5 y 1, ello implica disponer de unos fondos propios del orden del 50% sobre el pasivo total. Esta situación perjudica a las empresas que estamos analizando ya que no existe una independencia financiera por su parte necesitando recurrir en mayor medida de sus acreedores.

La rotación de las existencias en las tres empresas competidoras es similar, habida cuenta que se renuevan aproximadamente tres o cuatro veces al año. Tal dato indica que existe una política adecuada en cuanto a la gestión de stock. Como puede observarse, estos valores son indicativos del movimiento de productos en el sector de la distribución de material eléctrico en general.

El período de cobro de ambas entidades es bastante prolongado en el tiempo, por lo general más de 100 días, lo que implica que para hacer frente a esta situación, es necesario ser capaces de gestionar debidamente a cada cliente. No es improbable que existan clientes en situación de concurso de acreedores lo que obliga a aumentar tal periodo de cobro, ello se traduce en una dificultad añadida a la hora de obtener beneficios por estas empresas. Tener un período de cobro muy elevado supone a tales empresas contar con un volumen de recursos inmovilizados necesarios de financiar.

## 8. UBICACIÓN DE LAS SUCURSALES

MAPA N°2



La sucursal de Puerto de la Cruz (Foto Anexo 2), estaría ubicada en una zona de fácil acceso y de tránsito regular de vehículos, es un local idóneo para la actividad que se pretende realizar ya que dispone de un amplio espacio para la colocación de la mercancía en las estanterías y ello posibilitaría trabajar en éste de forma cómoda. Todo esto haría que los pedidos que realicen los clientes puedan gestionarse de manera rápida y eficaz ya que el estar todo en estanterías y bien clasificado se agilizaría mucho la labor. Esta sucursal se encuentra prácticamente en el centro de Puerto de la Cruz y facilitaría mucho la labor de distribución ya que todos los hoteles están próximos a la misma por lo que la entrega de los pedidos se hará de forma más rápida cumpliendo los plazos marcados con nuestros clientes.

Respecto de la sucursal situada en San Cristóbal de La Laguna (Foto Anexo 2), aunque en tal población existen menos hoteles a los que proveer, ha sido determinante para la búsqueda de un local de determinadas características tres circunstancias concretas: En primer lugar, el hecho que desde este se podría distribuir material led a la zona de Santa Cruz ya que existen más complejos hoteleros. En segundo lugar, este establecimiento tiene una situación estratégica, dado que se encuentra en un punto intermedio entre el norte y el sur de la isla lo que permite mantener en continuo movimiento la mercancía, pues para el caso de que algún artículo se agotara de forma imprevisible en las otras sucursales, se podría reponer en un corto espacio de tiempo. En tercer lugar, tal establecimiento serviría como punto de recogida de la mercancía recibida del proveedor ya que toda la mercancía vendría de la Península. Esto vendría a convertirse en un elemento diferenciador de la empresa respecto de las restantes pues, mientras que las otras empresas tienen que hacer uso de agencias de transporte que tardan varios días en realizar la entrega de la mercancía en el sur de la isla, DISTRIBUCIONES ELECTROLED prácticamente dispondría de la mercancía desde el mismo momento de su llegada a Tenerife al depositarla en la sucursal de San Cristóbal de La Laguna.

Todos estos elementos se han tenido en cuenta en la elección del establecimiento, debiendo éste ser de determinadas dimensiones. En tal establecimiento se colocarán estanterías para clasificar todos los productos partiendo de las premisas indicadas anteriormente.

En cuanto a la sucursal ubicada en el sur de la isla, concretamente en Arona, (Foto Anexo 2), dispondría también de suficiente espacio de almacenamiento. Este local estaría situado en el centro de Arona, cerca de los complejos hoteleros, con la finalidad de agilizar la distribución de los productos. Se ha buscado un local de dimensiones medias con el objetivo de tener el stock suficiente para hacer frente a la demanda pues, tanto en Arona como en Puerto de la Cruz el número de hoteles es mayor que en la zona de La Laguna, por lo que los locales deben tener unas dimensiones acordes al sector al que se va a distribuir.

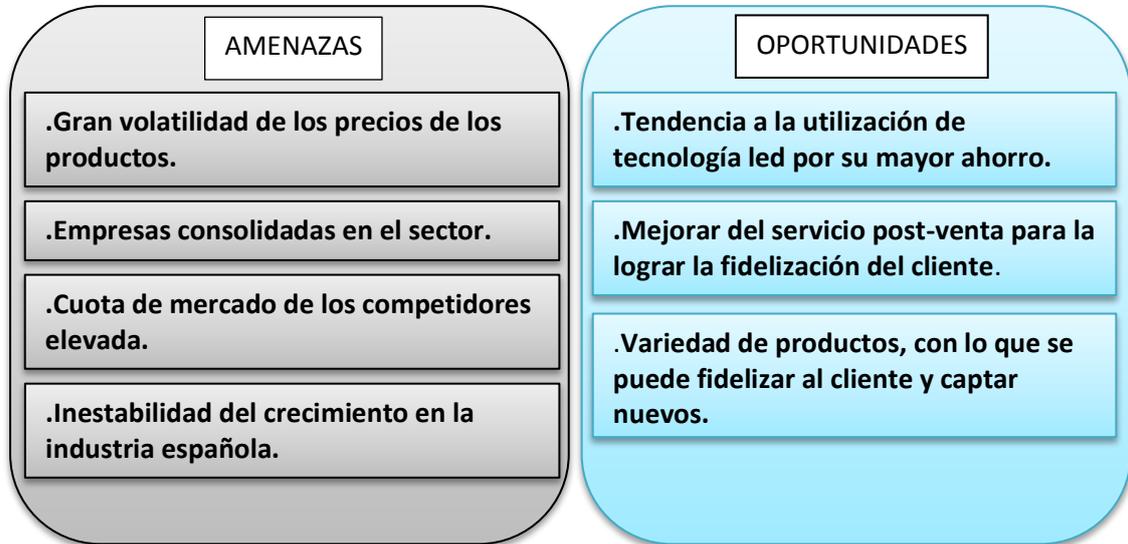
Como conclusión, se puede decir que los locales seleccionados son, por tamaño, precio y cercanía respecto del cliente, los más adecuados al servicio que se pretende ofrecer. Se ha descartado la ubicación de las mismas en la periferia porque aunque el alquiler es más económico se contaría con el inconveniente de estar alejados del cliente, por lo que no se potenciaría la proximidad, la disponibilidad de la empresa respecto del cliente y, finalmente, conllevaría cierta demora en la distribución de los pedidos.

## 9. DAFO

### ANÁLISIS EXTERNO: AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

**AMENAZAS:** En este apartado se destacará aquellos hechos potenciales que puedan impedir el logro de los objetivos de DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U.

**OPORTUNIDADES:** En este apartado se incluyen los hechos potenciales que facilitarían a la empresa la determinación y logros de los objetivos marcados.



### ANÁLISIS INTERNO: DEBILIDADES Y FORTALEZAS

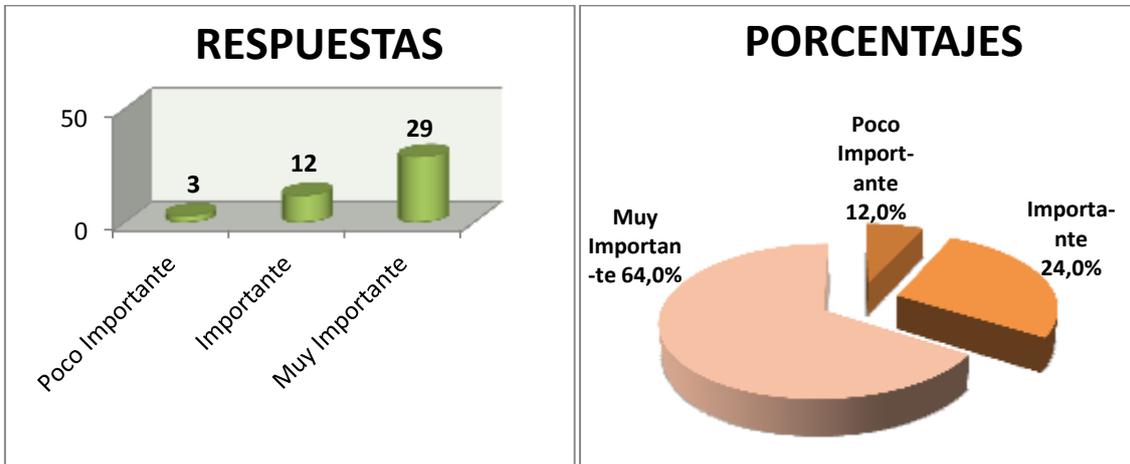
**DEBILIDADES:** En este apartado se reflejan los elementos o actividades que hacen que DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U. sea vulnerable a los movimientos de los competidores o las variaciones del entorno.

**FORTALEZAS:** Aquí se analizan los elementos o actividades que posibilitan a DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U. una mejor actuación en relación con los competidores directos.

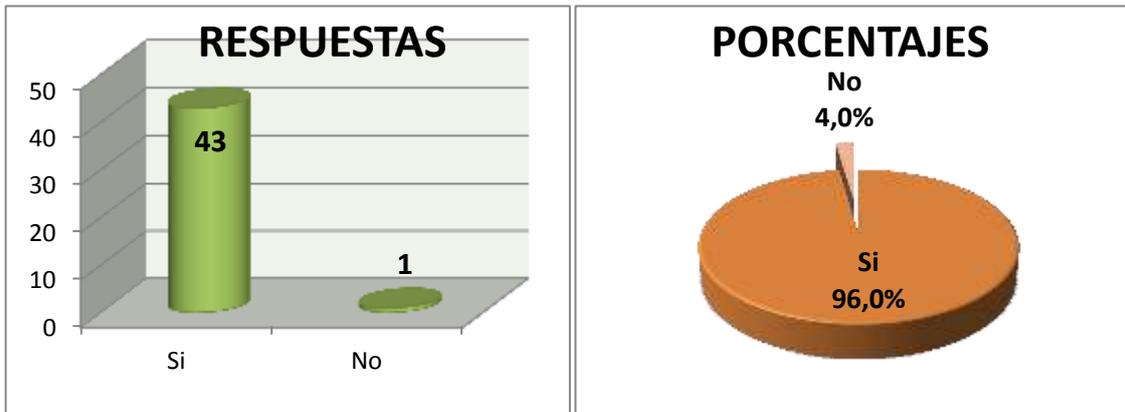


**10. DATOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN LOS HOTELES, CONCLUSIÓN SOBRE LA MISMA Y FICHA TÉCNICA.**

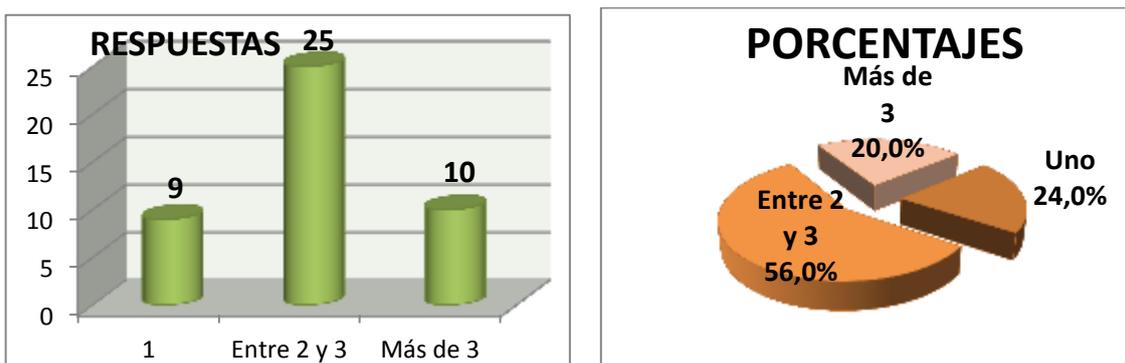
**1-¿Qué grado de importancia otorgaría a la cercanía del proveedor a la hora de adquirir los productos? Siendo 1 Poco importante, 2 Importante, 3 Muy importante.**



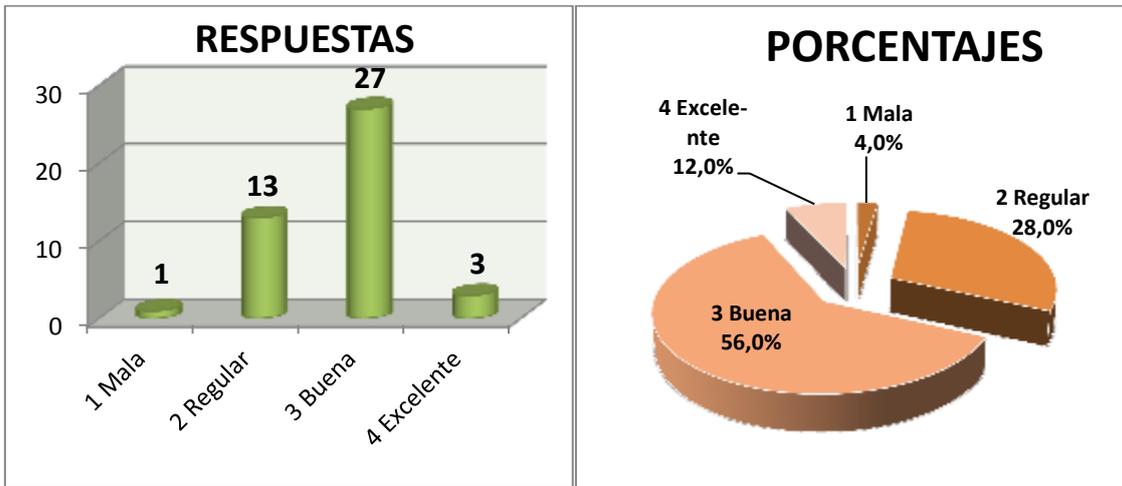
**2-¿Los Proveedores de material eléctrico en general que suministran al hotel se encuentran en la isla?**



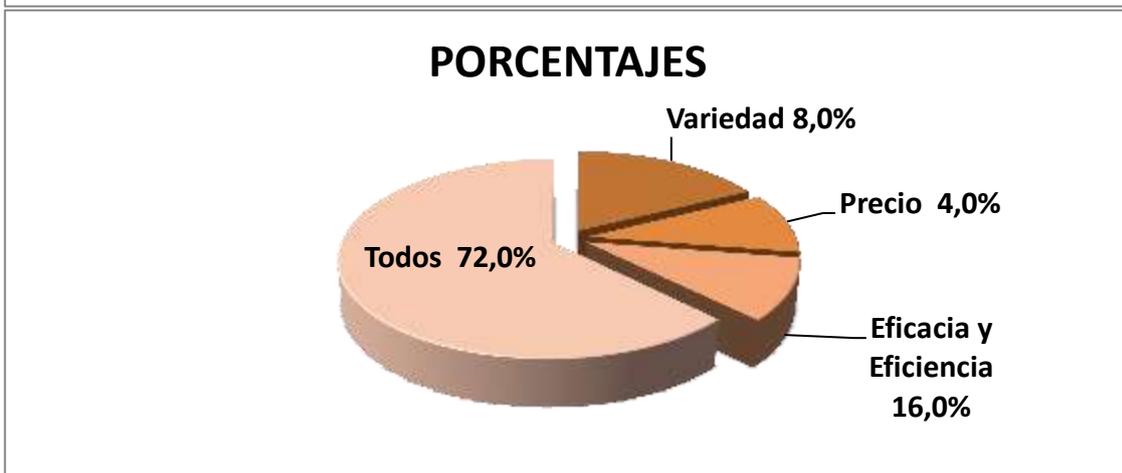
**3-En la actualidad ¿Cuántos proveedores de material eléctrico en general suministran al hotel?**



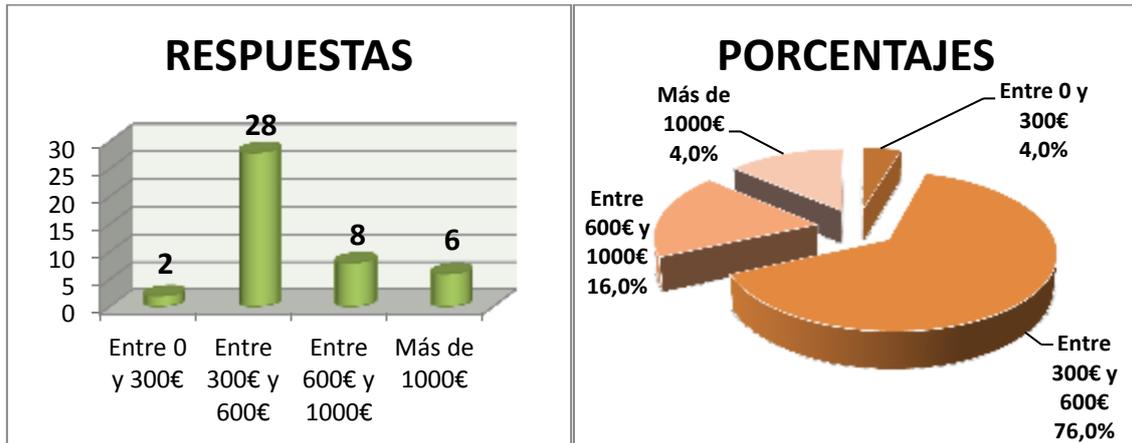
**4-En relación con el plazo de entrega de la mercancía por parte de los proveedores ¿Cuál sería su puntuación? Siendo 1 Mala, 2 Regular, 3 Buena y 4 Excelente**



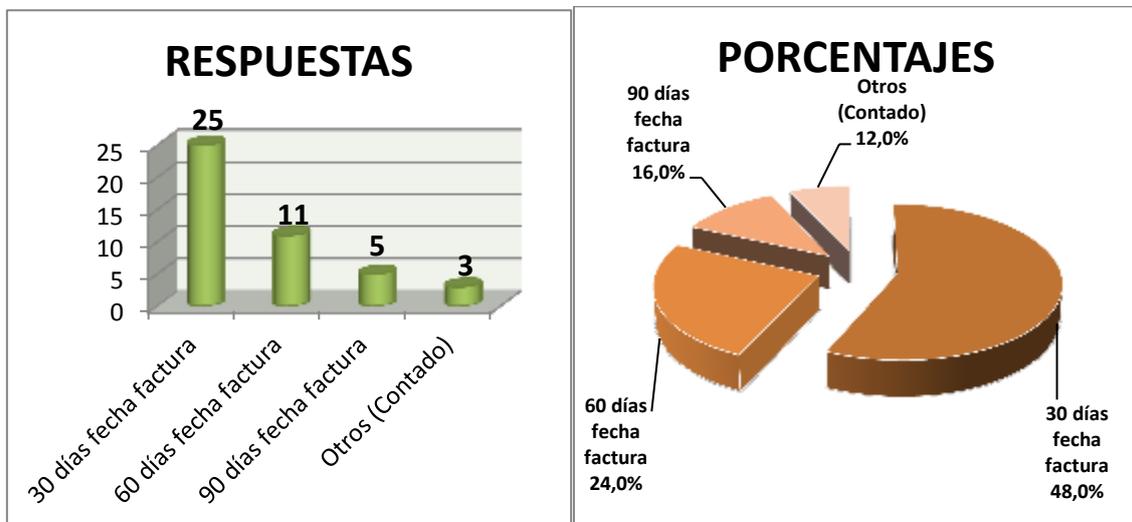
**5-¿Qué tipo de servicio valora como relevante para la elección de un suministrador?**



## 6-Aproximadamente ¿cuál sería el volumen mensual de compras destinado al material eléctrico en general?



## 7-¿Qué política de pagos sigue el hotel con respecto a los proveedores?



## Conclusión sobre la encuesta realizada

La encuesta realizada a los hoteles ubicados en Puerto de La Cruz, San Cristóbal de La Laguna y Arona ha arrojado datos interesantes que permiten evaluar la percepción que, por parte de los departamentos responsables de la compra de material eléctrico y tecnología led, se tiene de las empresas competidoras.

La encuesta se ha realizado con una muestra de un total de cuarenta y cuatro hoteles, con el sello y tarjeta de visita pertinente de los mismos a fin de verificar su autenticidad. Es una muestra bastante significativa ya que está realizada en zonas muy concretas y no de forma general en toda la isla. Cabe reseñar que el mayor número de encuestas se ha realizado a hoteles, dejando en un segundo plano aquellos establecimientos hoteleros con categoría de aparta-hoteles, complejos etc.

Un 64% de los responsables de la compra de material, destacan la importancia de que el proveedor esté cerca del cliente final, dato significativo y de gran valor que ha sido tenido en cuenta a la hora de elaborar el proyecto.

El 96% de los hoteles encuestados adquieren los productos a través de proveedores que se encuentran en la isla, tan sólo un hotel los adquiere fuera de la misma siendo que dicho hotel viene a hacerlo al tener en la Península todas las compras centralizadas y, tratarse de una política de empresa. Este dato es relevante, pues no veta la posibilidad de la introducción en tal mercado de nuevos proveedores a nivel insular, y, ello permite con la oferta de los productos y características del servicio ofrecido que, finalmente pueda destacar esta nueva empresa sobre las demás.

Se puede comprobar, con la encuesta realizada, que no es un mercado cerrado ya que por lo general los hoteles disponen entre dos o tres proveedores de material eléctrico y tecnología led. Respecto de aquellos hoteles que sólo cuentan con un solo proveedor, se le ofertaría otras propuestas diferentes a las que realiza en la actualidad tal proveedor con la finalidad de captar clientela.

La pregunta relativa al volumen de compras mensual ha servido para que la empresa haga una aproximación de las ventas que se podrían realizar mensualmente como media a cada hotel. Estas previsiones serán lo más realistas posibles teniendo en cuenta las características del sector y el número de competidores. Se ha estimado que las ventas que se podrían efectuar mensualmente por hotel ascenderían a unos valores que oscilan entre los 150€ y 200€, para ello se ha tomado como referencia el dato obtenido con la encuesta en cuanto a que el consumo medio por hotel se sitúa entre los 300€ y los 600€. Como ya se ha dicho anteriormente, por lo general los hoteles tienen entre dos y tres proveedores, por lo que se prevé, siendo optimista, que la cuota de mercado se sitúe en un tercio del consumo mensual por hotel, y que podría ser mayor en momentos puntuales teniendo en cuenta que de los hoteles encuestados, 14 de ellos tienen un gasto por encima de los 600€ mensuales en la adquisición de material eléctrico y tecnología led.

La política de cobros también sería un punto importante a la hora de gestionar el buen funcionamiento de la empresa, como media los hoteles suelen pagar a 30 días fecha factura, por lo que se deberá gestionar bien la política de cobros y pagos a fin de que no se resienta la tesorería de la empresa. Destacar que los pedidos que se realizarán al proveedor de material eléctrico y tecnología led se harán con una periodicidad aproximada de dos meses, por lo que prácticamente coincidirán los periodos de cobro de nuestros clientes con el periodo de pago a nuestro proveedor lo que permitirá llevar una economía saneada en la empresa.

### **FICHA TÉCNICA ENCUESTA**

Población objetivo: 88 hoteles (31 Arona, 53 Puerto de La Cruz, 4 La Laguna).

Diseño Muestral: Diseño muestral estratificado de afijación proporcional.

Nivel de confianza: 84%

Error de estimación: +- 7'5%

ENCUESTADOS	PROPORCIONES
17	35,23%
25	60,23%
2	4,55%
<b>n=44</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia con datos facilitados por el Departamento Estadístico del Cabildo de Tenerife.

## 11. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

El canal de distribución está constituido por el circuito que han de seguir los productos desde su punto de origen hasta el consumidor final, que en este caso serán los hoteles. En estos canales de distribución intervienen un gran número de profesionales y/o entidades que permiten la realización de todas las tareas necesarias a lo largo de dicha trayectoria.

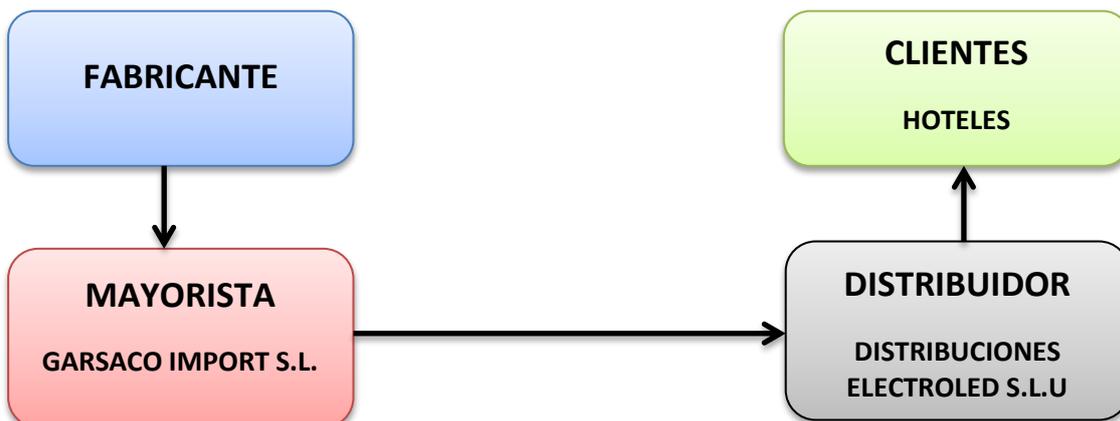
Existen diferentes flujos en la realización de las tareas en los canales de distribución, estos flujos se pueden agrupar en cuatro apartados: (Vázquez Casielles, R. y Trespalacios Gutiérrez, 2005).

- a) Flujo de información: Este circula en dos direcciones. Por un lado, las informaciones que provienen de los consumidores y fluyen hacia el fabricante, indicando: las necesidades, comportamientos y reacciones de los consumidores.
- b) Flujo de propiedad: Se trata del cambio de propietario del producto que se distribuye de un nivel a otro del canal, normalmente desde el fabricante hasta el consumidor final.
- c) El flujo físico: Si se comercializan bienes tangibles, los intercambios exigen desplazamientos reales de los productos que fluyen en el sentido fabricante-consumidor o usuario final.
- d) Flujo financiero: Todos los intercambios exigen una contraprestación financiera que fluye en sentido contrario al de los productos.

Un canal de distribución implica el reparto de los flujos descritos entre sus componentes, así como las tareas correspondientes, lo que puede dar lugar a una gran multitud de posibilidades.

El tipo de canal que estará implantado en la empresa Distribuciones Electroled S.L. será un canal largo, en la que intervendrán cuatro tipos de entidades: El fabricante, El mayorista (GARSACO IMPORT S.L.), el distribuidor (DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U.) y el consumidor final (Hoteles), (ver figura N°1). Con este tipo de canal lo que se intentará conseguir es reducir los costes de funcionamiento del mismo, ya que entre menos agentes intervengan en el canal mayores beneficios obtendrán las partes implicadas.

**FIGURA 1 ESQUEMA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN**



## **12. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN**

El único proveedor de la empresa sería la entidad GARSACO IMPORT S.L. Se trata de una empresa con más quince años de experiencia en el sector de distribución de material eléctrico en el país estando plenamente afianzada. Esta empresa se encuentra en Castellón y ha crecido de manera exponencial en estos últimos años. Tiene en la calidad, diseño, tecnología y vanguardismo sus sellos de identidad, debido a este compromiso la empresa está presente en diversas ferias, tanto en ámbito nacional como internacional

Los plazos de entrega de los pedidos serían aproximadamente de una semana, por lo que DISTRIBUCIONES ELECTRO LED S.L.U. se proveería de mercancía con suficiente antelación para hacer frente a la demanda por parte de los clientes. En cuanto al coste de envío de la mercancía se ha llegado a un acuerdo con el proveedor, de tal manera que en aquellos pedidos que se supere un volumen de compra de más de mil euros éste correría con los gastos de transporte. Se trata éste de un acuerdo bastante importante para la empresa ya que se prevé que los pedidos generalmente superen tal cantidad, con lo que se conseguiría reducir gastos y, ello consecuentemente, repercutiría en la capacidad de la empresa para ser más competitiva.

En un principio, la empresa contaría con una furgoneta para el reparto de la mercancía y un coche particular que serviría de apoyo. Con el transcurso del tiempo y a medida que se vayan abriendo las sucursales, se aumentaría la flota de vehículos a fin de garantizar el reparto lo más rápido posible.

Se tiene que tener en cuenta que el objetivo primordial consiste en dar al cliente un mejor servicio y trato personalizado distinto al que recibe por parte de las otras empresas, ofreciendo asimismo una variedad de artículos a un menor coste.

Cabe recordar que otro de los objetivos marcados es el cuidado y la atención del cliente y para ello las visitas periódicas son de vital importancia con la finalidad de fomentar un trato directo y cercano. No solo se trata de vender productos. Es también fundamental informar al cliente de las novedades y tendencias del mercado. A través de este trato directo, se podrá identificar de manera más concreta las necesidades del cliente permitiendo ello, determinar qué tipo de productos se ajustan a éstas y, por ende satisfacer sus exigencias. Todo ello facilitaría hacer, en cada momento, una estimación de los productos que se necesitan.

## **13. PLAN DE INVERSIÓN ESTIMADO**

A la hora de elaborar el plan de inversión se ha pensado en todo aquello que se hace imprescindible para la puesta en marcha del negocio. Es una aproximación lo más cercana posible a la realidad ya que con el transcurso del tiempo se irían incorporando nuevos elementos necesarios para la realización de la actividad que no fueron previstos tendentes a la modernización de la empresa.

- a) Las instalaciones: La ubicación de las sucursales, que serán tres, es relevante para el proyecto que se pretende realizar ya que la rapidez con la que se entreguen los productos diferenciaría a la empresa respecto de los demás competidores. Por ello, se ha decidido buscar los locales en sitios céntricos y

con un tamaño acorde a los productos que se pretenden almacenar para su posterior distribución.

- b) Equipamiento de la oficina: A la hora de equipar los locales se optará por mobiliario de segunda mano para reducir la inversión inicial, destacar que lo más cuantioso serían las estanterías para colocar el material.
- c) Elementos de transporte: Para el desarrollo de la actividad sería necesaria una furgoneta de no muy grandes dimensiones ya que el tipo de mercancía a distribuir no es muy voluminosa. Se abonaría tal vehículo mediante cuotas mensuales. También se contaría con un vehículo particular para desempeñar las tareas de distribución al comienzo de la actividad. Una vez puestas en funcionamiento todas las sucursales, se adquiriría tantos vehículos como fuera necesario para cubrir todas las necesidades de la empresa.
- d) Equipos informáticos: Se adquirirían tres equipos completos y un software para gestionar en la empresa procesos tales como compras, ventas, stock, facturación etc. También se prepararían los equipos de manera que puedan trabajar en red estando conectadas en tiempo real las sucursales, esto posibilita conocer de forma aproximativa el stock que existe en las sucursales. El desembolso mayor viene a producirse con la adquisición de las licencias de los software para los equipos.

### **Gastos Iniciales:**

En este apartado se incluyen:

- Gastos de constitución y puesta en marcha del negocio
- Las fianzas por el alquiler de los locales.

Respecto de los gastos de constitución, se ha incluido la suma de dinero que debería invertirse para la constitución del negocio. Comprende tal concepto, las tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); la contratación de servicios como agua, luz, teléfono, alarma así como de los gastos notariales para el inicio de la actividad.

## 14. CUENTAS ANUALES ESTIMADAS

### BALANCE DE SITUACIÓN

DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U.

Listado de cuentas anuales (Balance de Situación)

Pág. 1

Ejercicio: 2015, Periodo: Apertura-Diciembre (Euros)

Activo		Pasivo	
A) ACTIVO NO CORRIENTE.	13.293,86	A) PATRIMONIO NETO	2.216,20
I. Inmovilizado intangible.	1.261,69	A-1) Fondos propios	2.216,20
II. Inmovilizado material.	12.032,17	I. Capital.	7.000,00
III. Inversiones inmobiliarias.	0,00	1. Capital escriturado.	7.000,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociad	0,00	2. (Capital no exigido).	0,00
V. Inversiones financieras a largo plazo.	0,00	II. Prima de emisión.	0,00
VI. Activos por impuesto diferido.	0,00	III. Reservas.	596,30
VII. Deudores comerciales no corrientes	0,00	IV. (Acciones y participaciones en patrimonio	0,00
		V. Resultados de ejercicios anteriores.	0,00
		VI. Otras aportaciones de socios.	0,00
		VII. Resultado del ejercicio.	5.380,10-
		VIII. (Dividendo a cuenta).	0,00
		A-2) Ajustes en patrimonio neto	0,00
B) ACTIVO CORRIENTE.	11.656,04	A-3) Subvenciones, donaciones y legados reci	0,00
I. Existencias.	0,00	B) PASIVO NO CORRIENTE	9.497,76
II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobra	7.214,63	I. Provisiones a largo plazo.	0,00
1. Clientes por ventas y Prestaciones de servici	5.457,00	II. Deudas a largo plazo.	9.497,76
a) Clientes por ventas y prestaciones de servici	0,00	1. Deudas con entidades de crédito.	0,00
b) Clientes por ventas y prestaciones de servici	0,00	2. Acreedores por arrendamiento financiero	0,00
2. Accionistas (socios) por desembolsos exigido	0,00	3. Otras deudas a largo plazo	9.497,76
3. Otros deudores	1.757,63	III. Deudas con empresas del grupo y asociada	0,00
III. Inversiones en empresas del grupo y asociada	0,00	IV. Pasivos por impuesto diferido.	0,00
IV. Inversiones financieras a corto plazo.	0,00	V. Periodificaciones a largo plazo	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	VI. Acreedores comerciales no corrientes	0,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	4.441,41	VII. Deuda con características especiales a lar	0,00
TOTAL ACTIVO (A+B)	24.949,90	C) PASIVO CORRIENTE	13.235,94
		I. Provisiones a corto plazo.	0,00
		II. Deudas a corto plazo.	4.203,76
		1. Deuda con entidades de crédito.	0,00
		2. Acreedores por arrendamiento financiero	0,00
		3. Otras deudas a corto plazo	4.203,76
		III. Deudas con empresas del grupo y asociada	0,00
		IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a p	9.032,18
		1. Proveedores.	2.675,00
		a) Proveedores a largo plazo	0,00
		b) Proveedores a corto plazo	0,00
		2. Otros acreedores	6.357,18
		V. Periodificaciones a corto plazo	0,00
		VI. Deuda con características especiales a cort	0,00
		TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO. (	24.949,90

## PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U.  
Listado de cuentas anuales (Pérdidas y Ganancias)

Pág. 1

Ejercicio: 2015, Periodo: Apertura-Diciembre (Euros)

	(Debe) Haber
1. Importe neto de la cifra de negocios.	15.300,00-
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación.	0,00
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo.	0,00
4. Aprovisionamientos.	6.250,00
5. Otros ingresos de explotación.	0,00
6. Gastos de personal.	7.413,00
7. Otros gastos de explotación.	4.875,00
8. Amortización del inmovilizado.	1.065,08
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras.	0,00
10. Excesos de provisiones.	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado.	0,00
12. Otros resultados	0,00
A) RESULTADO DE EXPLOTACION (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	4.303,08
13. Ingresos financieros	0,00
a) Imputación de subvenciones, donaciones y legados de carácter financiero	0,00
b) Otros ingresos financieros	0,00
14. Gastos financieros	0,00
15. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0,00
16. Diferencias de cambio	0,00
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0,00
18. Otros ingresos y gastos de carácter financiero	0,00
a) Incorporación al activo de gastos financieros	0,00
b) Ingresos financieros derivados de convenios de acreedores	0,00
c) Resto de ingresos y gastos	0,00
B) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17+18)	0,00
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	4.303,08
19. Impuestos sobre beneficios	1.077,02
D. RESULTADO DEL EJERCICIO (C + 19)	5.380,10

## 15. PRINCIPALES RATIOS FINANCIEROS

RATIOS	2015	FORMULA	EXPLICACIÓN
TESORERIA	1,21	DISPONIBLE+REALIZABLE	Indica la capacidad que tiene la empresa de hacer frente a sus deudas a corto plazo, con el dinero que ya posee y el realizable inmediato (deudores) y cuentas financieras
		PASIVO CIRCULANTE	
SOLVENCIA	0,88	ACTIVO CIRCULANTE	Indica la capacidad que tiene la empresa de hacer frente a todas sus deudas a corto plazo, (Pasivo Circulante) con todos sus recursos a corto plazo, (Activo Circulante).
		PASIVO CIRCULANTE	
LIQUIDEZ	0,33	DISPONIBLE	Indica la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo con el dinero que ya posee.
		CIRCULANTE	
INDEPENDENCIA FINANCIERA	0,33	FONDOS PROPIOS	Expresa la proporción en que la empresa está financiada por sus propios medios
		PASIVO EXIGIBLE	
RATIO DE GARANTÍA	1,09	ACTIVO TOTAL	Indica la capacidad de la empresa de hacer frente a todas sus deudas
		PASIVO EXIGIBLE	
RATIO DE FINANCIACIÓN DE COMPRAS Y VENTAS	0,07	PROVEEDORES/COMPRAS - CLIENTES / VENTAS	Indica si la empresa está en posición favorable o no, en su proceso de pago a proveedores y cobro a clientes. Si obtiene financiación en el proceso, o la necesita.

RATIO	VALOR IDEAL	DISTRIBUCIONES ELECTROLED	COELCA	DIELCA	DIELECTRO
Tesorería	Entre 1 y 1,2	1,21	2,18	1,68	0,65
Solvencia	>1	0,88	3,42	2,58	1,03
Liquidez	Próximo a 0,1	0,3356	1,85	1,57	0,64
Independencia Financiera	Entre 0,4 y 0,6	0,3341	2,36	2,25	0,4
Ratio de garantía	>1	1,09	3,36	3,25	1,4

Fuente: Elaboración propia con datos de las empresas en el SABI

El valor de los ratios con respecto a DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U., están dentro o próximos de los valores ideales, teniendo en cuenta que estos valores se irán ajustando a los ideales del sector con el transcurso del tiempo. Con respecto a las empresas competidoras se puede concluir que a pesar de cumplir de manera general con los valores idóneos, si es destacable que en muchos, sus valores no son los adecuados. En el caso de DIELECTRO puede tener problemas de pago a corto plazo ya que su ratio de tesorería no está cerca del valor ideal,

## 16. PREVISIÓN DE TESORERIA

INICIO ACTIVIDAD SEPTIEMBRE	2015	2016	2017
<b>COBROS</b>			
Ventas Clientes	15.300 €	81.950 €	113.000 €
Préstamo ICO		50.000 €	
Subvención Gobierno de Canarias		10.000,00 €	
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>15.300 €</b>	<b>141.950 €</b>	<b>113.000 €</b>
<b>PAGOS</b>			
Proveedor	6.687,50 €	16.400,00 €	17.400,00 €
Salarios	5.652,00 €	39.191,99 €	39.191,99 €
Seguridad Social	1.761,00 €	11.323,74 €	11.323,74 €
IRPF (12%)	678,24 €	4.703,04 €	4.703,04 €
Organismo seg.social acreedora empresa + trabajadores	1.929,00 €	12.660,00 €	12.660,00 €
Acreedores inmovilizado	534,43 €	4.139,88 €	2.593,32 €
Suministros	590,00 €	2.040,00 €	2.040,00 €
Otros	1.558,00 €	480,00 €	480,00 €
Alquileres	4.500,00 €	18.000,00 €	18.000,00 €
Intereses Préstamo	0,00 €	350,00 €	337,50 €
Tributos	0,00 €	384,11 €	574,72 €
Prima de seguro responsabilidad civil + Empresa.	375,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>24.265,17 €</b>	<b>111.172,76 €</b>	<b>110.804,31 €</b>
<b>COBROS-PAGOS</b>	<b>-8.965,17 €</b>	<b>30.777,24 €</b>	<b>2.195,69 €</b>
<b>Caja</b>	<b>2.000,00 €</b>		
<b>Bancos</b>	<b>5.000,00 €</b>	<b>28.812,07 €</b>	<b>31.007,76 €</b>
<b>PREVISIÓN</b>	<b>-1.965,17 €</b>	<b>28.812,07 €</b>	<b>31.007,76 €</b>

## **17. CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO REALIZADO**

Este trabajo me ha servido para tener un conocimiento más profundo de todo lo relacionado con la distribución de material eléctrico y tecnología led, tanto desde un análisis de las necesidades e inquietudes que tiene el sector hotelero, como desde el punto de vista del productor y, finalmente, del comerciante.

La elección del tema expuesto vino motivada por el interés en mejorar el servicio de distribución de tales productos por el sector hotelero y por mi experiencia profesional.

La viabilidad del proyecto queda presente con los datos aportados. De ello se puede colegir que se producirá un aumento de las ventas a medida que se consolide la empresa en el sector. Los primeros meses serán los de mayor importancia para el posicionamiento de la empresa, ya que es cuando habrá que hacer un especial esfuerzo tanto a nivel económico como organizativo.

Se han realizado las estimaciones necesarias para que los datos reflejen lo más posible la realidad, para ello mi experiencia sobre el tema tratado ha sido de gran ayuda.

A pesar de que las de cifras mostradas en las cuentas anuales de la empresa son orientativas, se optaría por la contratación de un préstamo en el ejercicio 2.016 con el fin de que la empresa pueda desarrollar la actividad sin dificultad. Los datos de ventas a clientes están calculados a la baja, previendo que éstas aumentarán una vez posicionada la empresa.

DISTRIBUCIONES ELECTROLED S.L.U optará por una estrategia de introducción en el mercado en la que intentará aumentar su participación en éste, consiguiendo que los clientes actuales consuman los productos de la empresa en cuestión, siendo capaz de atraer clientes de los competidores y lograr captar la atención de clientes potenciales que no compran en la actualidad.

Por último, aunque no se haya tenido en cuenta para la elaboración del proyecto, se contempla la posibilidad de adherirse en un futuro a la Zona Especial Canaria (ZEC), con la finalidad de que la empresa obtenga las correspondientes ventajas fiscales.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1- De Castro Díez Enrique. La distribución comercial 3ed. Editorial McGraw-Hill 2004.
- 2- Peris Miquel Salvador. La distribución comercial 6ed. Editorial ESIC 2008.
- 3- Briones José Luis. Tomo 6. Generando emprendedores para el siglo XXI. (2011). Editorial B-Prodetur.Revista Universidad de la Laguna
- 4- <https://www.mercadona.es/>
- 5- Garsaco Import  
<http://www.garsaco.com/>
- 6- [www.canalferretero.com](http://www.canalferretero.com)
- 7- [www.mercasa.es](http://www.mercasa.es)
- 8- Revista Distribución y Consumo: (Creatividad, innovación y Tecnología en la distribución comercial: Javier Casares Ripol y Víctor J.Martín Cerdeño).
- 9- SABI
- 10- INE (Instituto Nacional de Estadística)
- 11- Cámara de comercio de Santa Cruz de Tenerife.
- 12- Ministerio de empleo y seguridad social.  
[http://www.seg-social.es/Internet\\_1/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/index.htm)
- 13- [www.ico.es](http://www.ico.es)
- 14- Plan General de Contabilidad
- 15- Departamento estadístico Cabildo Insular de Tenerife.[www.tenerifedata.com](http://www.tenerifedata.com)

## ANEXO 1 FACTURA PROFORMA MATERIAL ELÉCTRICO

<b>GARSACO IMPORT, S.L.</b>  <b>CIF: B12524773</b>  <b>Pol.Ind.Moli D´En Llop-C/Corts Valencianes,10</b>  <b>12549 Betxí (Castellón) SPAIN</b>  <b>Teléfono: 964623022</b>  <a href="mailto:info@garsaco.com">info@garsaco.com</a>																																																																																																																																																																													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">COD.CLIENTE</td> <td style="width: 50%;">CIF CLIENTE</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">123234</td> <td style="text-align: center;">78544135D</td> </tr> </table>		COD.CLIENTE	CIF CLIENTE	123234	78544135D	<b>ENVIO:</b> <b>DISTRIBUCIONES ELECTRO LED S.L.U</b> <b>C/ELÍAS SERRA RAFOLS S/N</b> <b>38204 LA LAGUNA (S/C.DE TENERIFE)</b> <b>TLF:630467749</b> <a href="mailto:marcoscastellanocastellano@yahoo.es">marcoscastellanocastellano@yahoo.es</a>																																																																																																																																																																							
COD.CLIENTE	CIF CLIENTE																																																																																																																																																																												
123234	78544135D																																																																																																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">NºPROFORMA: 4568</td> <td style="width: 33%;">FECHA</td> <td style="width: 33%;">13/05/2015</td> </tr> </table>		NºPROFORMA: 4568	FECHA	13/05/2015																																																																																																																																																																									
NºPROFORMA: 4568	FECHA	13/05/2015																																																																																																																																																																											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">REF.</th> <th style="width: 45%;">DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 10%;">CANT.</th> <th style="width: 10%;">PRECIO</th> <th style="width: 10%;">%DTO.</th> <th style="width: 15%;">IMPORTE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>400114</td><td>Temporizador mecánico 24h.Diario</td><td>10</td><td>2,24</td><td>10%</td><td>20,16</td></tr> <tr><td>2701722</td><td>Plancha Vapor 2000WT.</td><td>10</td><td>8,89</td><td>10%</td><td>80,01</td></tr> <tr><td>700478</td><td>Pantalla Estanca 2*36W IP65</td><td>10</td><td>13,14</td><td>10%</td><td>118,26</td></tr> <tr><td>702119</td><td>Proyector LED ultra brillo 10wt 700lm</td><td>15</td><td>7,76</td><td>10%</td><td>104,76</td></tr> <tr><td>701966</td><td>Proyector LED ultra brillo 15wt 700lm</td><td>15</td><td>7,76</td><td>10%</td><td>104,76</td></tr> <tr><td>2000577</td><td>Lámpara Bajo Consumo 11wt E14 2700K</td><td>150</td><td>1,38</td><td>10%</td><td>186,30</td></tr> <tr><td>2000632</td><td>Lámpara Bajo Consumo 11wt E27 2700K</td><td>200</td><td>1,38</td><td>10%</td><td>248,40</td></tr> <tr><td>2000466</td><td>Lámpara Bajo Consumo Vela 11wt 2700k</td><td>150</td><td>1,81</td><td>10%</td><td>244,35</td></tr> <tr><td>2000467</td><td>Lámpara Bajo Consumo Vela 11wt 6400k</td><td>150</td><td>1,81</td><td>10%</td><td>244,35</td></tr> <tr><td>2001554</td><td>Lámpara Esférica LED 4W E27 3000K</td><td>150</td><td>1,78</td><td>10%</td><td>240,30</td></tr> <tr><td>2600900</td><td>Conector macho TV acodado</td><td>300</td><td>0,08</td><td>10%</td><td>21,60</td></tr> <tr><td>2600911</td><td>Cable coaxial macho a hebra blanco 1,5M</td><td>200</td><td>0,4</td><td>10%</td><td>72,00</td></tr> <tr><td>2600962</td><td>Rollo 100mt 4 Cables 3,6mm Blanco</td><td>3</td><td>5,95</td><td>10%</td><td>16,07</td></tr> <tr><td>702177</td><td>Estaca Jardín Simple LED 8WT sin cable</td><td>60</td><td>7,66</td><td>10%</td><td>413,64</td></tr> <tr><td>702151</td><td>Plafón techo de LED redondo 12WT 3000K</td><td>5</td><td>10,58</td><td>10%</td><td>47,61</td></tr> <tr><td>702153</td><td>Plafón techo de LED redondo 18WT 3000K</td><td>5</td><td>15,12</td><td>10%</td><td>68,04</td></tr> <tr><td>702155</td><td>Plafón techo de LED redondo 24WT 3000K</td><td>5</td><td>19,78</td><td>10%</td><td>89,01</td></tr> <tr><td>500119</td><td>Extensible Manguera 3*1mm 5 metros</td><td>6</td><td>6,15</td><td>10%</td><td>33,21</td></tr> <tr><td>500121</td><td>Extensible Manguera 3*1mm 10 metros</td><td>6</td><td>8,98</td><td>10%</td><td>48,49</td></tr> <tr><td>200598</td><td>Adaptador europeo a inglés 4.8 mm</td><td>200</td><td>0,69</td><td>10%</td><td>124,20</td></tr> <tr><td>700369</td><td>Transformador electrónico 230V a 12V</td><td>15</td><td>1,92</td><td>10%</td><td>25,92</td></tr> <tr><td>9000172</td><td>Pila alcalina GSC evolution LR6 (AA)Pack 4</td><td>500</td><td>0,53</td><td>0%</td><td>265</td></tr> <tr><td>2002354</td><td>Lámpara Lineal LED 118mm 6W 6000K R7s</td><td>60</td><td>4,79</td><td>10%</td><td>258,66</td></tr> <tr><td>2001490</td><td>Lámpara dicroica 18 LED 7.5W GU10 230V</td><td>250</td><td>4,04</td><td></td><td>1.010</td></tr> <tr><td>200059</td><td>Clavija Goma Negra 4.8mm recta</td><td>250</td><td>0,55</td><td>10%</td><td>123,75</td></tr> <tr> <td colspan="2"><b>IMPORTE NETO</b></td> <td colspan="2"><b>IVA 7%</b></td> <td colspan="2"><b>IMPORTE TOTAL</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">4.208,85</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">294,62</td> <td colspan="2" style="text-align: center;">4.503,47</td> </tr> </tbody> </table>						REF.	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	%DTO.	IMPORTE	400114	Temporizador mecánico 24h.Diario	10	2,24	10%	20,16	2701722	Plancha Vapor 2000WT.	10	8,89	10%	80,01	700478	Pantalla Estanca 2*36W IP65	10	13,14	10%	118,26	702119	Proyector LED ultra brillo 10wt 700lm	15	7,76	10%	104,76	701966	Proyector LED ultra brillo 15wt 700lm	15	7,76	10%	104,76	2000577	Lámpara Bajo Consumo 11wt E14 2700K	150	1,38	10%	186,30	2000632	Lámpara Bajo Consumo 11wt E27 2700K	200	1,38	10%	248,40	2000466	Lámpara Bajo Consumo Vela 11wt 2700k	150	1,81	10%	244,35	2000467	Lámpara Bajo Consumo Vela 11wt 6400k	150	1,81	10%	244,35	2001554	Lámpara Esférica LED 4W E27 3000K	150	1,78	10%	240,30	2600900	Conector macho TV acodado	300	0,08	10%	21,60	2600911	Cable coaxial macho a hebra blanco 1,5M	200	0,4	10%	72,00	2600962	Rollo 100mt 4 Cables 3,6mm Blanco	3	5,95	10%	16,07	702177	Estaca Jardín Simple LED 8WT sin cable	60	7,66	10%	413,64	702151	Plafón techo de LED redondo 12WT 3000K	5	10,58	10%	47,61	702153	Plafón techo de LED redondo 18WT 3000K	5	15,12	10%	68,04	702155	Plafón techo de LED redondo 24WT 3000K	5	19,78	10%	89,01	500119	Extensible Manguera 3*1mm 5 metros	6	6,15	10%	33,21	500121	Extensible Manguera 3*1mm 10 metros	6	8,98	10%	48,49	200598	Adaptador europeo a inglés 4.8 mm	200	0,69	10%	124,20	700369	Transformador electrónico 230V a 12V	15	1,92	10%	25,92	9000172	Pila alcalina GSC evolution LR6 (AA)Pack 4	500	0,53	0%	265	2002354	Lámpara Lineal LED 118mm 6W 6000K R7s	60	4,79	10%	258,66	2001490	Lámpara dicroica 18 LED 7.5W GU10 230V	250	4,04		1.010	200059	Clavija Goma Negra 4.8mm recta	250	0,55	10%	123,75	<b>IMPORTE NETO</b>		<b>IVA 7%</b>		<b>IMPORTE TOTAL</b>		4.208,85		294,62		4.503,47	
REF.	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	%DTO.	IMPORTE																																																																																																																																																																								
400114	Temporizador mecánico 24h.Diario	10	2,24	10%	20,16																																																																																																																																																																								
2701722	Plancha Vapor 2000WT.	10	8,89	10%	80,01																																																																																																																																																																								
700478	Pantalla Estanca 2*36W IP65	10	13,14	10%	118,26																																																																																																																																																																								
702119	Proyector LED ultra brillo 10wt 700lm	15	7,76	10%	104,76																																																																																																																																																																								
701966	Proyector LED ultra brillo 15wt 700lm	15	7,76	10%	104,76																																																																																																																																																																								
2000577	Lámpara Bajo Consumo 11wt E14 2700K	150	1,38	10%	186,30																																																																																																																																																																								
2000632	Lámpara Bajo Consumo 11wt E27 2700K	200	1,38	10%	248,40																																																																																																																																																																								
2000466	Lámpara Bajo Consumo Vela 11wt 2700k	150	1,81	10%	244,35																																																																																																																																																																								
2000467	Lámpara Bajo Consumo Vela 11wt 6400k	150	1,81	10%	244,35																																																																																																																																																																								
2001554	Lámpara Esférica LED 4W E27 3000K	150	1,78	10%	240,30																																																																																																																																																																								
2600900	Conector macho TV acodado	300	0,08	10%	21,60																																																																																																																																																																								
2600911	Cable coaxial macho a hebra blanco 1,5M	200	0,4	10%	72,00																																																																																																																																																																								
2600962	Rollo 100mt 4 Cables 3,6mm Blanco	3	5,95	10%	16,07																																																																																																																																																																								
702177	Estaca Jardín Simple LED 8WT sin cable	60	7,66	10%	413,64																																																																																																																																																																								
702151	Plafón techo de LED redondo 12WT 3000K	5	10,58	10%	47,61																																																																																																																																																																								
702153	Plafón techo de LED redondo 18WT 3000K	5	15,12	10%	68,04																																																																																																																																																																								
702155	Plafón techo de LED redondo 24WT 3000K	5	19,78	10%	89,01																																																																																																																																																																								
500119	Extensible Manguera 3*1mm 5 metros	6	6,15	10%	33,21																																																																																																																																																																								
500121	Extensible Manguera 3*1mm 10 metros	6	8,98	10%	48,49																																																																																																																																																																								
200598	Adaptador europeo a inglés 4.8 mm	200	0,69	10%	124,20																																																																																																																																																																								
700369	Transformador electrónico 230V a 12V	15	1,92	10%	25,92																																																																																																																																																																								
9000172	Pila alcalina GSC evolution LR6 (AA)Pack 4	500	0,53	0%	265																																																																																																																																																																								
2002354	Lámpara Lineal LED 118mm 6W 6000K R7s	60	4,79	10%	258,66																																																																																																																																																																								
2001490	Lámpara dicroica 18 LED 7.5W GU10 230V	250	4,04		1.010																																																																																																																																																																								
200059	Clavija Goma Negra 4.8mm recta	250	0,55	10%	123,75																																																																																																																																																																								
<b>IMPORTE NETO</b>		<b>IVA 7%</b>		<b>IMPORTE TOTAL</b>																																																																																																																																																																									
4.208,85		294,62		4.503,47																																																																																																																																																																									

## ANEXO 2 FOTOS SUCURSALES

Sucursal Puerto de la Cruz



Sucursal de San Cristóbal de la Laguna



Sucursal Arona

