



V

A

N

A

D

I

COFFEE & LUNCH

V A N A D I

Somos una marca fast good lifestyle que propone comida y bebida que sigue el estilo de vida del cliente actual.

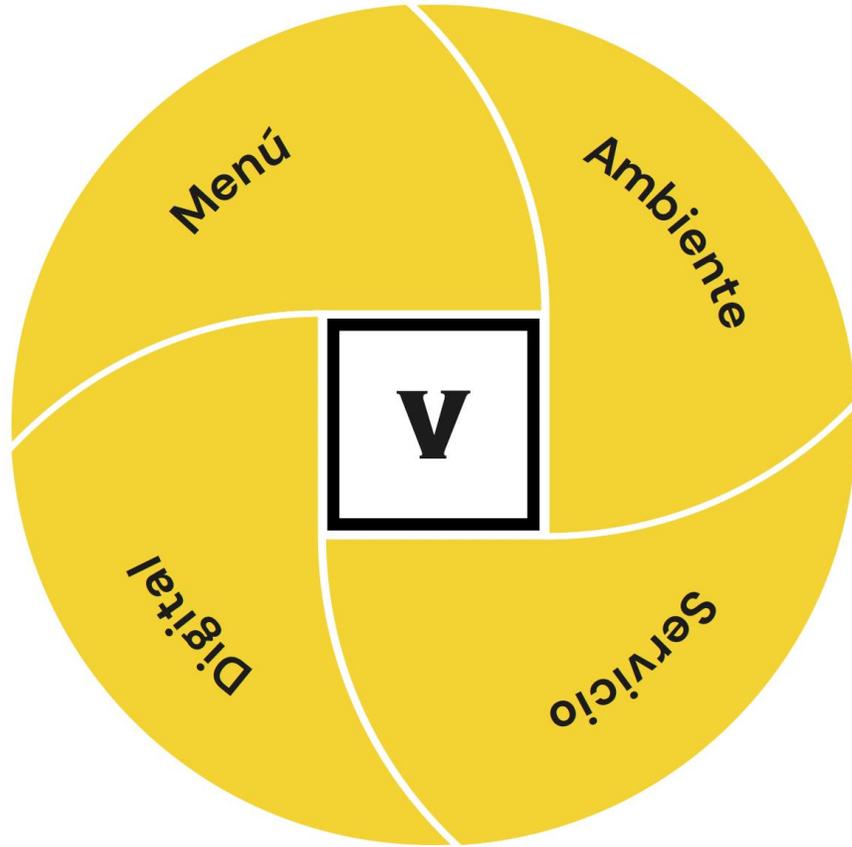
Contamos con una oferta gastronómica con esencia Real Food, presentación vistosa y alineada con las tendencias. Todo ello enmarcado en un espacio moderno y acogedor donde el diseño y la agilidad de servicio son su principales señas de identidad.





Somos de Alicante y eso nos enorgullece. Queremos promover productores locales y ser un proyecto replicable y escalable. Tenemos a nuestros clientes como guía para escucharlos y buscar satisfacer sus necesidades superando expectativas.

Nuestros valores son innovación, calidad, ambición, solidaridad, compromiso y excelencia.



VANADI
ES UNA
EXPERIENCIA
EN CUATRO
DIMENSIONES

V	A	N	A	D	I
---	---	---	---	---	---

Real, healthy, indulgent food... en un solo lugar: Vanadi

Ofrecemos una variedad gastronómica cuidando la calidad de ingredientes y priorizando productores locales. Tiene versatilidad y personalización. El comensal podrá disfrutar un desayuno energizante, un almuerzo funcional, una merienda deleitante y una cena sabrosa. Siendo confiable y conveniente en sus distintos formatos de negocio.



Espacios modernos, impactantes, frescos, tecnológicos y acogedores.

Un conjunto de elementos que permiten una ambientación coherente y dinámica. Los espacios Vanadi son cómodos, identificables y tienen mucha personalidad.

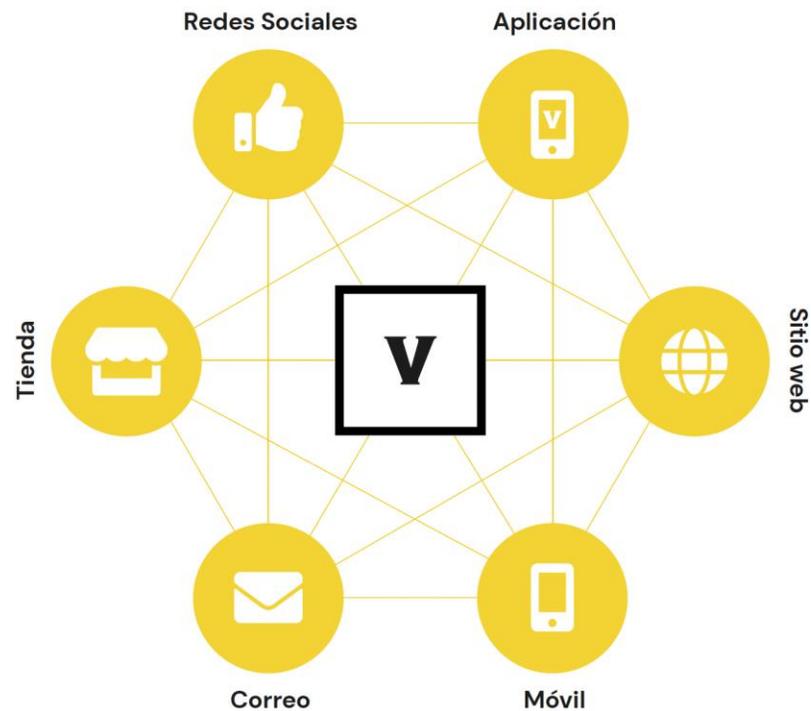


Nos caracteriza un servicio dinámico, eficiente y jovial.

Nuestros integrantes buscan dar una experiencia de tú a tú en la que se cuida la amabilidad, la calidad y el generar un recuerdo positivo. Distinguibles por la agilidad en el take away y delivery, adaptándose a nuevas necesidades.



EXPERIENCIA TOTAL DE OMNICANALIDAD





Negocio

Espacios

Expansión

Vanadi nace para dar respuesta a las necesidades, el lifestyle y las circunstancias de un rango amplio de públicos.

Su modelo de negocio es capaz de combinar esencia y versatilidad, adaptando la experiencia de marca.

Premium

**NUESTROS
ESPACIOS
SIGNATURE**

District

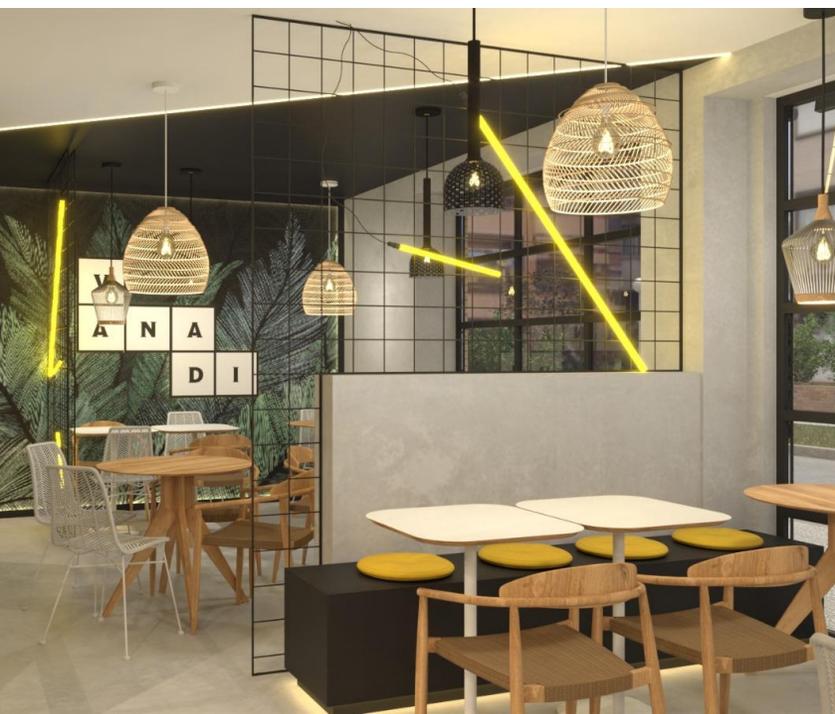
**UN FORMATO
VERSÁTIL
Y CERCANO**

Corner

**EL ESPÍRITU
VANADI EN
FORMATO
MINI**

Foodtruck

**LA
EXPERIENCIA
VANADI, EN
MOVIMIENTO**



Creamos un concepto flexible, repetible y rentable.

Preparado para una progresiva expansión que no solo lleve su propuesta a diversas localidades de España: también a varias capitales de Europa. Vanadi es un proyecto alicantino de alta escalabilidad.



PLAN DE NEGOCIO

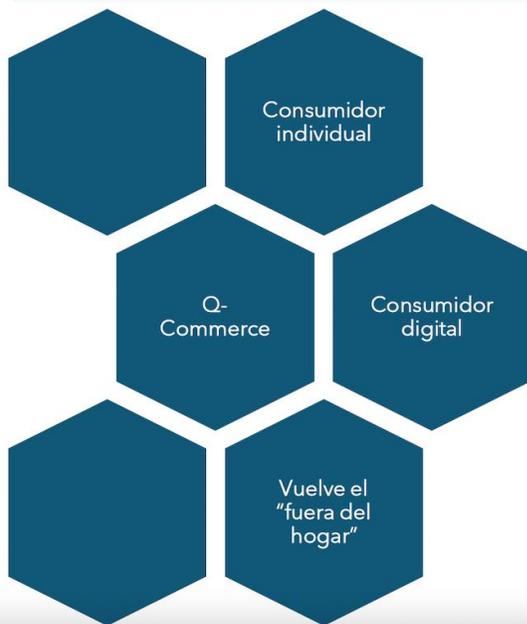
V	A	N	A	D	I
---	---	---	---	---	---

1.- SITUACIÓN DEL SECTOR: TENDENCIAS EN ALIMENTACIÓN Y COMPETENCIA

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO



MEGA TENDENCIAS DE CONSUMO



COMPETIDORES



CREAR COMUNIDAD



SOCIOS

SALVADOR MARTÍ VARÓ

Empresario e impulsor de diversos proyectos empresariales, entre los que cabe destacar la fundación de la tecnológica **FACEPHI BIOMETRÍA**, de la que fue presidente hasta mediados del 21 y que cotiza desde el 2014 BME Growth, y del **Club de Fútbol Intercity**, que cotiza en bolsa desde noviembre del 2021, convirtiéndose en el primer club de fútbol español en estar cotizado.

VICENTE TEROL SAN ROMÁN

Ingeniero de Telecomunicaciones y empresario con **amplia experiencia en el sector de la hostelería**. Ha invertido con éxito en distintos proyectos empresariales en fase temprana.

PERSONAS CLAVE

MANUEL MENA

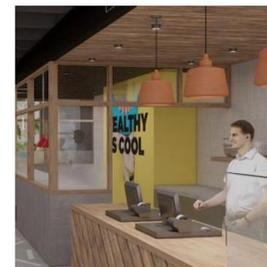
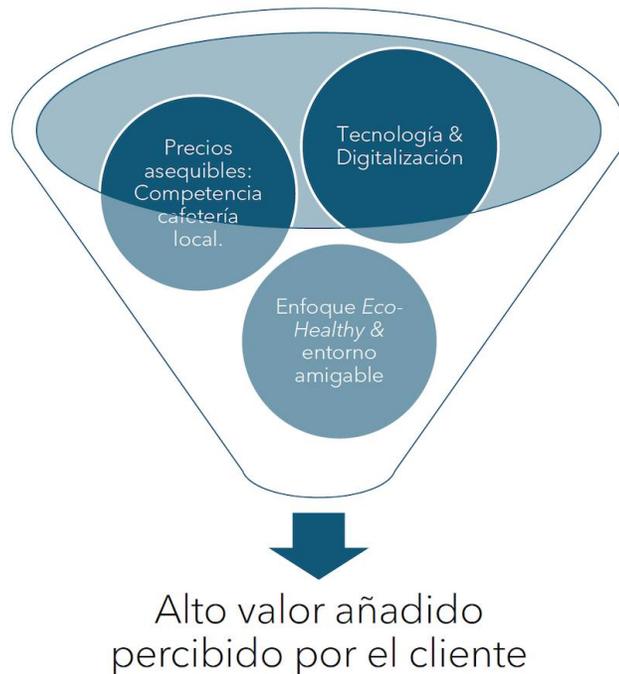
Jefe de compras y responsable del área de cocina de Vanadi. Manuel ha trabajado en distintas cocinas españolas tanto como cocinero como formador y **asesor nutricional**. Además de la vertiente creadora y nutricional, Manuel está especializado en **escandallos de hostelería y control de cartas**.

CARMEN GONZÁLEZ

Profesional de la hostelería con **más de 20 años de experiencia** en el sector. Carmen ha trabajado en todos los procesos hosteleros tanto nacional como internacionalmente. Destaca su experiencia como **Chef** en un restaurante 2* Michelin (UK), **Jefa de Sala** en Ramses (Madrid) o como **Directora de Operaciones** del Restaurante Zalacaín (Madrid), posición en la que se incorpora a Vanadi.

Vanadi Coffee es un proyecto empresarial vinculado a la **hostelería saludable adaptada a las nuevas demandas de consumo**. A octubre 2022, el Proyecto dispone de tres centros abiertos en el área metropolitana de Alicante: Avenida Maisonnave, Paseo de la Explanada y Playa de San Juan. A estos tres locales en funcionamiento hay que añadirles dos adicionales en el área de Torrellano y Juzgados de Alicante que estarán en funcionamiento en las próximas semanas.

A **cierre del 2022 dispondremos de 5 locales abiertos**. Los accionistas buscan alcanzar las **30 cafeterías en el ejercicio 2023 mediante financiación propia** con el fin de cotizar la Compañía en ese mismo año. Se trata de un Proyecto con una clara vocación de crecimiento y expansión basados en la excelencia de la experiencia y la alimentación saludable a **precios competitivos**.



El Modelo de Negocio se basa en un crecimiento orgánico a través de cafeterías propias en áreas en las que exista una demanda de consumo de alimentación saludable y de calidad, pivotando el proyecto en torno a la calidad de los productos y la excelencia del Café.

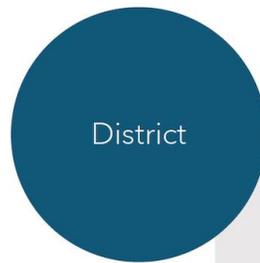
No se busca competir con cadenas *Premium* (Cristina Oria, Santa Teresa, Mallorca, Starbucks...), sino **posicionarnos junto a las Cafeterías tradicionales en términos de precio ofreciendo un entorno amable**, con una decoración cuidada y un producto de calidad, sano y responsable.

2.- ESTRATEGIA Y MODELO DE NEGOCIO: ESTRATEGIA

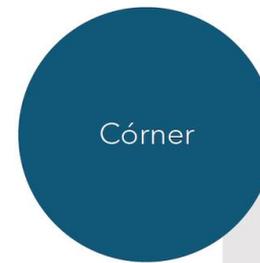
La Estrategia de Vanadi Coffee pasa por un fuerte crecimiento orgánico hasta llegar a las 30 Cafeterías en el 2023 con el fin de poder obtener economías de escala y ser más eficientes, especialmente, en los procesos de compra y manufactura. Para alcanzar estas 30 cafeterías, se disponen de tres modelos de cafeterías con características distintas:



Creación de marca.
Localizaciones *premium*.
Centro de distribución interno.



Base del Negocio
Implantación en áreas con poca atención de marcas *premium*.



Dotar de capilaridad a la marca.
Presencia en zonas de alta rotación de personas.

MODELO DE IMPLANTACIÓN NUEVA LOCALIDAD



Vanadi Maisonnave: Generador de marca local, 1ª apertura

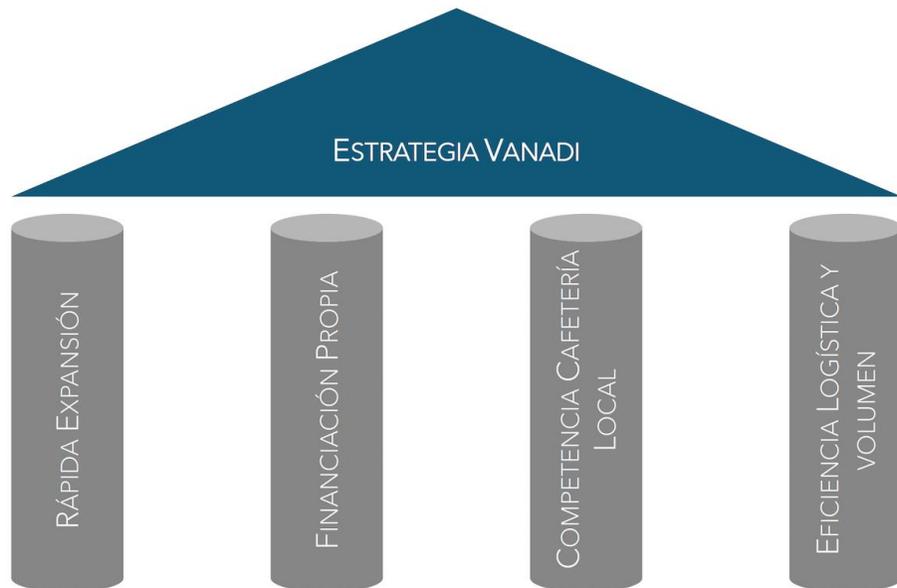


Vanadi Explanada: 2º apertura; refuerza la marca y da visibilidad y genera volumen.

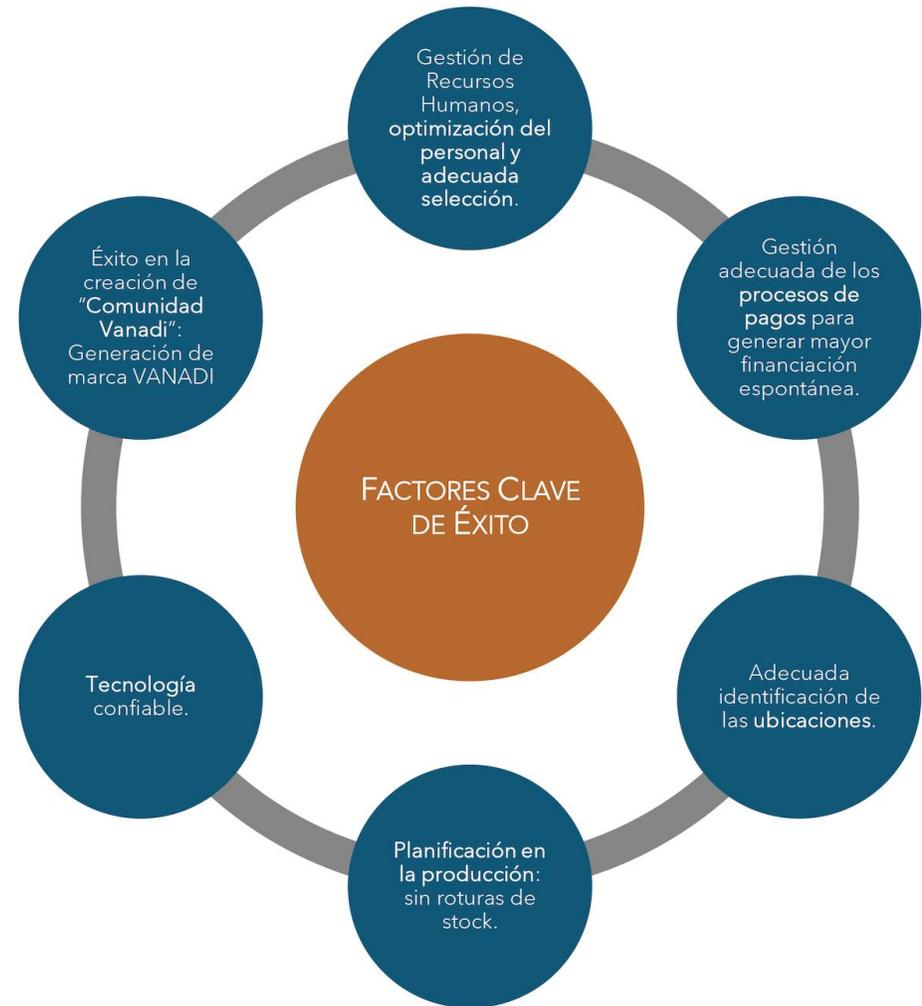
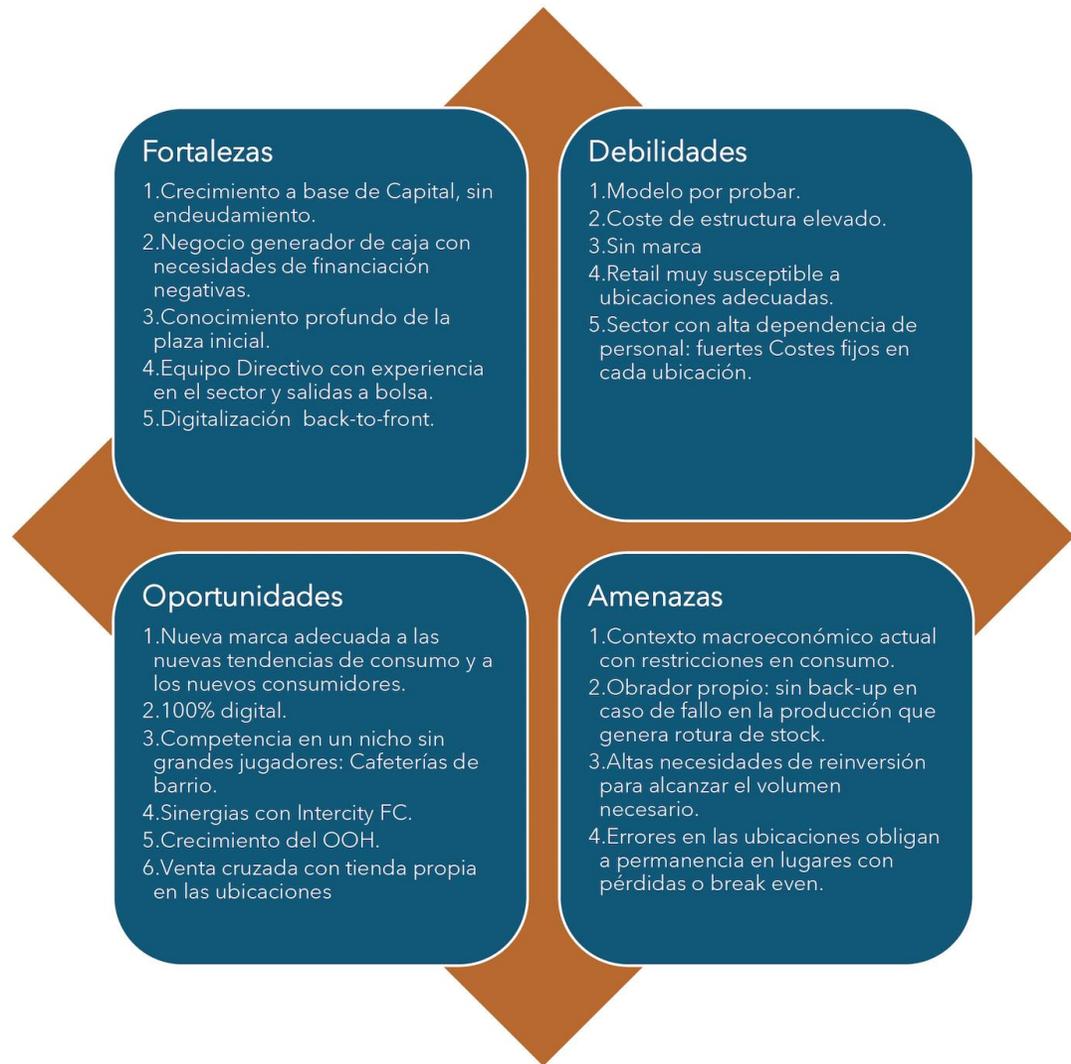


Vanadi Playa: Dota capilaridad a la marca y genera caja y mayor volumen

6



1. Rápida Expansión: La estrategia de Vanadi pasa por generar un rápido crecimiento y alcanzar en 12 meses **economías de escala**.
2. Financiación Propia: Crecimiento financiado mediante **Capital propio y Fondo de Maniobra** negativo, característico del Negocio, con el objetivo de agregar valor al Proyecto ante una inminente salida a bolsa.
3. Competencia Cafetería Local: Vanadi no compite con cadenas tradicionales: Cristina Oria, S.Teresa, Mallorca, Starbucks o Café&Té, sino contra establecimientos locales asentados en la plaza.
4. Eficiencia Logística y Volumen: Vanadi no busca competir en precio ni pretende posicionarse en la banda alta. El éxito del proyecto pasa por un fuerte crecimiento en ventas y mejoras en el aprovisionamiento.



3.- MODELO DE CRECIMIENTO

Vanadi basa su crecimiento en un Modelo de “mancha de aceite”: Primera implantación en el núcleo de población más representativo de la zona y se expande desde ahí:



El mercado español (sin considerar Canarias) tiene **6 grandes zonas** con perfiles socio económico y de consumo similares (conocidas como “*Zonas Nielsen*”).

- ✓ Vanadi comienza su crecimiento en el **área metropolitana de Alicante** para expandirse en la provincia hacia el sur, **Murcia**, y el norte, **Valencia**, posicionándose en todo el Levante:
- ✓ El siguiente paso de la Expansión pasa por instalarse en:
 - **Málaga** para expandirse por la línea de costa hasta **Almería** y hacia el interior hasta **Granada** y **Córdoba**.
 - **Madrid** centro y crecimiento en el área metropolitana y periferia.
 - **Barcelona** y **Mallorca** con un crecimiento hacia Tarragona y las islas.
- ✓ Esta **crecimiento en *mancha de aceite*** permite **creación de marca** en cada una de las zonas identificadas, **ajustar el producto y el servicio** a la demanda local y tratar cada una de las zonas de forma individual, con su propia logística local y aprovechando las economías de escala que se generan por el volumen de la cadena.
- ✓ Cada área tendrá un **Líder Regional** encargado de impulsar el crecimiento en su área y ajustar el Negocio a las particularidades locales.

4.- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, DE NEGOCIO Y OPERATIVOS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 22-25

Alcanzar una facturación de 10MM€ en el año 2023 y de 30MM€ en el 2025

Cotizar la Compañía en el año 2023.

Más de cinco localizaciones en 11 provincias (2025). 150 localizaciones en total.

Ticket medio de consumo 9€.

Omnicanalidad

OBJETIVOS DE NEGOCIO 22-25

EBITDA superior al 12% por tienda

Apertura una zona Nielsen por año.

Acercar las cafeterías a las áreas de influencia de nuestros clientes.

Introducción de productos nuevos como *first movers* en el mercado.

Fidelización de clientes a través de la Comunidad Vanadi VANADI: Recurrencia.

OBJETIVOS OPERATIVOS 22-25

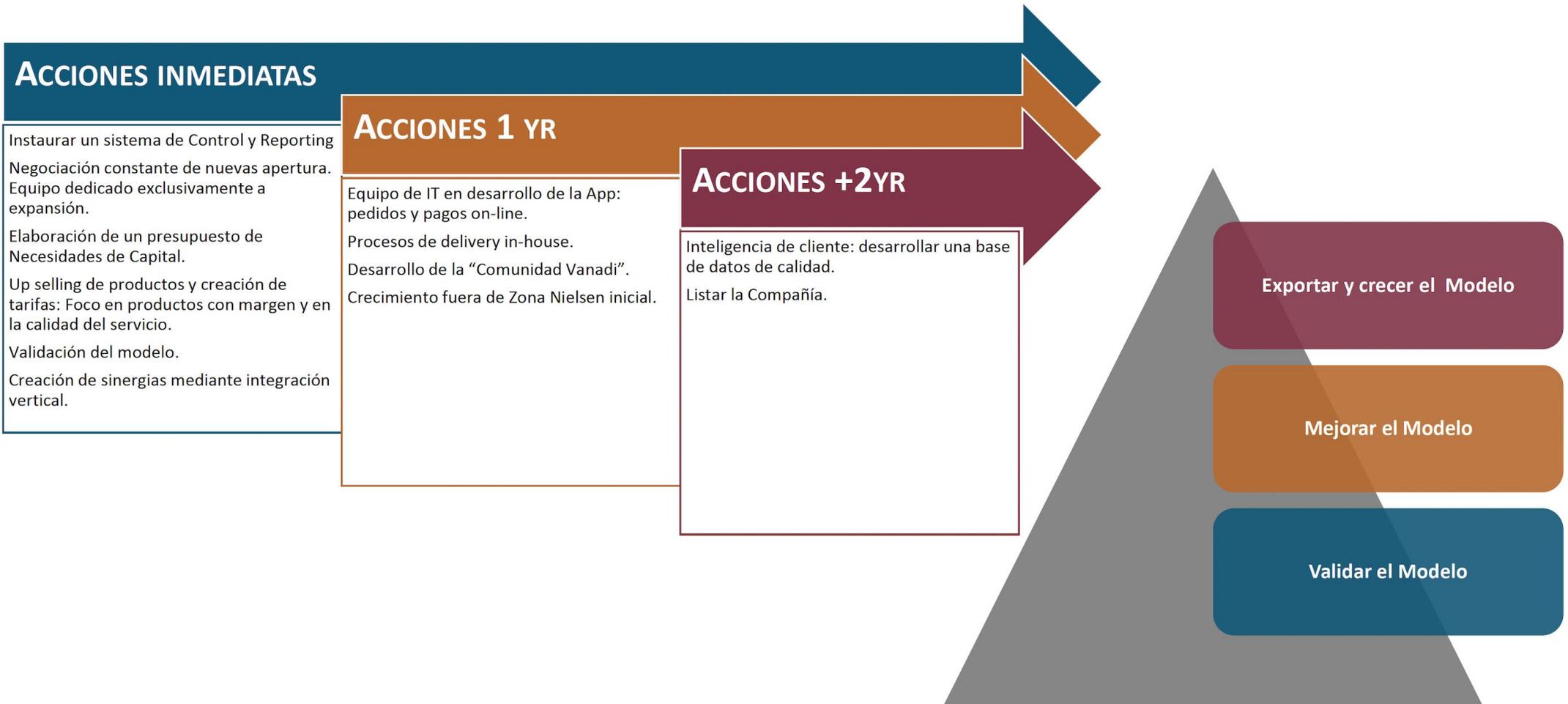
Disponer de una base de datos de cliente por Código Postal

Desarrollo de Cafetería + tienda

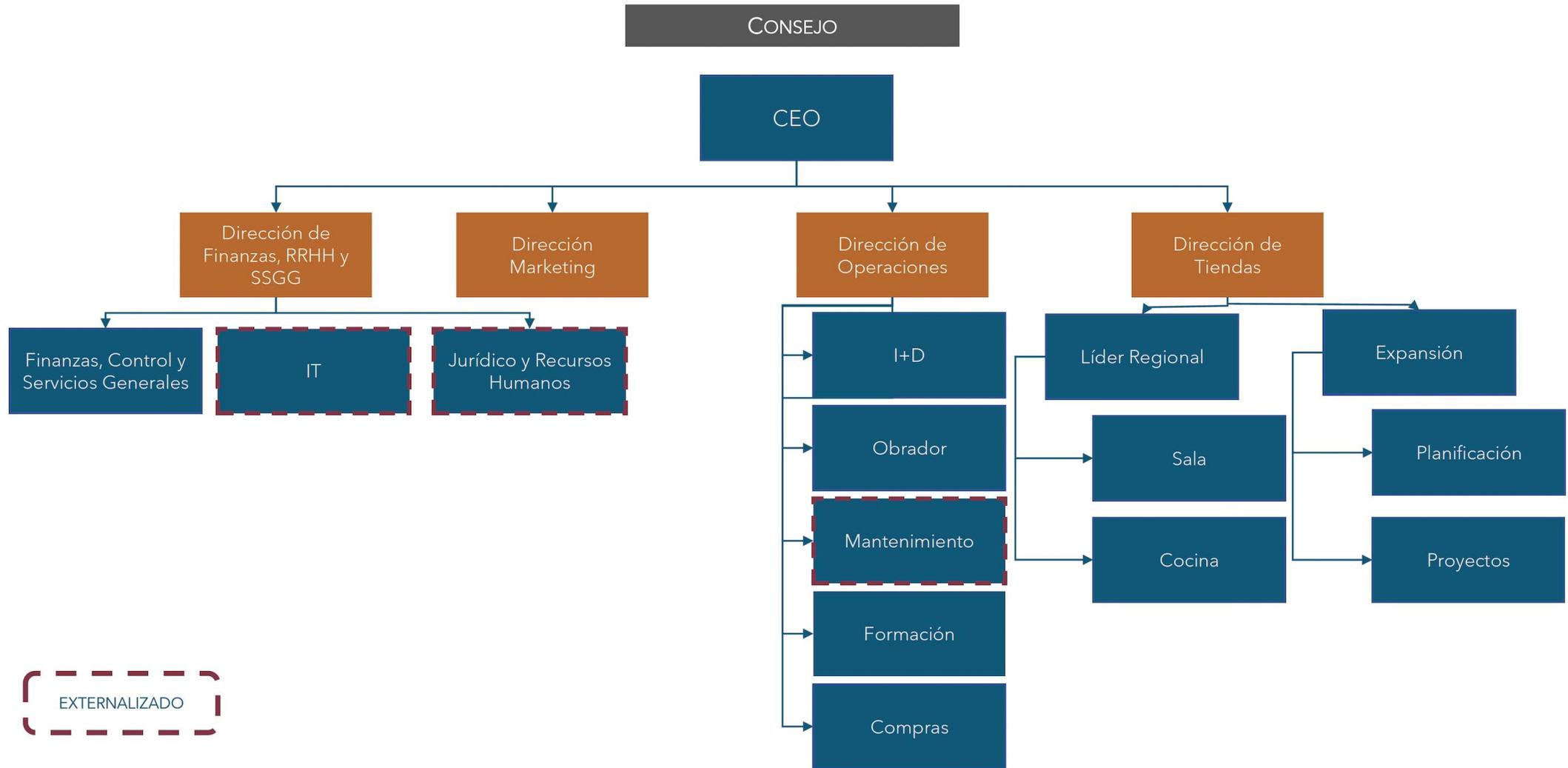
Disponer de P&L y Balance analítico por cafetería y Zona Nielsen.

Desarrollo y alta usabilidad de App propia.

Reducir los periodos de espera y de pago de los clientes mediante tecnología.



6.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



6.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Funciones principales de las Direcciones:

Puesto	Descripción	Misión
CEO	Líder de la organización encargado de gestionar y dirigir las diferentes áreas del Negocio. Responsable último de garantizar el cumplimiento del Plan de Negocio y de la formulación de la Estrategia junto al Consejo.	Liderar la compañía hacia un crecimiento acelerado y rentable en los próximos 5 años.
Director Finanzas, RRHH y SSGG	Responsable del presupuesto, la estrategia financiera de la Compañía y la asignación de recursos por procesos. Realiza la interlocución con los bancos, auditores y proveedores de administración. Valida las operaciones de compra verificando que se encuentran dentro del presupuesto y que cumple con las políticas de la empresa. Responsable de las áreas de soporte. Entre sus funciones destaca el seguimiento de los márgenes de la Compañía y las rentabilidades obtenidas por establecimiento. Validación última de los pagos	Garantizar el cumplimiento del presupuesto y la solvencia financiera de la compañía. Conjuntamente, garantiza que los procesos de soporte funcionen adecuadamente.
Director de Marketing	Responsable de la imagen corporativa de la Compañía, la visibilidad de la marca y el presupuesto designado a este fin.	Posicionar la marca en el nicho de mercado de la forma más eficiente.
Director de Operaciones	Responsable de los procesos productivos de la Compañía salvo los relacionados exclusivamente con las cafeterías. Responsable de las estrategias de compras, acuerdo con proveedores y planificación de las compras de acuerdo a las necesidades de las áreas geográficas. Sus principales responsabilidades son aquellas vinculadas con los procesos de I+D y todos aquellos que son comunes a todas las áreas geográficas.	Gestionar de manera eficiente las actividades de transporte y logística y stock, desarrollo de nuevos productos y servicios, dar soporte a la Dirección de Tiendas.
Director de Tiendas	Responsable de cada una de las áreas geográficas en las que está implantada la Compañía. Dirige a los Líderes Regionales y es el responsable de la expansión del Negocio el equipo de especialistas de conservas y gestionar su zona de responsabilidad. Es el responsable último de la operativa en cada una de las ubicaciones.	Supervisión y monitorización de los resultados y las iniciativas de los líderes regionales. Liderar la expansión de Vanadi.

7.- PRINCIPALES MAGNITUDES: ESTRATEGIA P&L PROYECTADA MODELO PREMIUM & DISTRICT AÑO NORMAL

MODELO PREMIUM

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Acumulado
Ingresos	56.357,00 €	56.357,00 €	56.357,00 €	63.647,00 €	63.647,00 €	73.195,00 €	73.195,00 €	73.195,00 €	63.647,00 €	63.647,00 €	56.357,00 €	56.357,00 €	755.958,00 €
Consumo	11.340,16 €	11.340,16 €	11.340,16 €	12.807,05 €	12.807,05 €	14.728,30 €	14.728,30 €	14.728,30 €	12.807,05 €	12.807,05 €	11.340,16 €	11.340,16 €	152.113,87 €
Suministros	3.850,00 €	3.850,00 €	3.850,00 €	4.137,00 €	4.137,00 €	4.757,00 €	4.757,00 €	4.757,00 €	4.137,00 €	4.137,00 €	3.850,00 €	3.850,00 €	50.069,00 €
Personal	19.499,52 €	19.499,52 €	19.499,52 €	22.021,86 €	22.021,86 €	25.325,47 €	25.325,47 €	25.325,47 €	22.021,86 €	22.021,86 €	19.499,52 €	19.499,52 €	261.561,47 €
Bancos	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	6.720,00 €
Alquil&General	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	144.000,00 €
Marketing	563,57 €	563,57 €	563,57 €	636,47 €	636,47 €	731,95 €	731,95 €	731,95 €	636,47 €	636,47 €	563,57 €	563,57 €	7.559,58 €
Mantenimiento	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	1.046,00 €	12.552,00 €
G. Totales	48.859,25 €	48.859,25 €	48.859,25 €	53.208,38 €	53.208,38 €	59.148,72 €	59.148,72 €	59.148,72 €	53.208,38 €	53.208,38 €	48.859,25 €	48.859,25 €	634.575,92 €
Ebitda (€)	7.497,75 €	7.497,75 €	7.497,75 €	10.438,62 €	10.438,62 €	14.046,28 €	14.046,28 €	14.046,28 €	10.438,62 €	10.438,62 €	7.497,75 €	7.497,75 €	121.382,08 €
Ebitda (%)	13,30%	13,30%	13,30%	16,40%	16,40%	19,19%	19,19%	19,19%	16,40%	16,40%	13,30%	13,30%	16,06%

MODELO DISTRICT

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Acumulado
Ingresos	19.800,00 €	19.800,00 €	19.800,00 €	26.761,00 €	26.761,00 €	38.365,00 €	38.365,00 €	38.365,00 €	26.761,00 €	26.761,00 €	19.800,00 €	19.800,00 €	321.139,00 €
Consumo	4.007,52 €	4.007,52 €	4.007,52 €	5.416,43 €	5.416,43 €	7.765,08 €	7.765,08 €	7.765,08 €	5.416,43 €	5.416,43 €	4.007,52 €	4.007,52 €	64.998,53 €
Suministros	2.404,00 €	2.404,00 €	2.404,00 €	2.622,00 €	2.622,00 €	2.950,00 €	2.950,00 €	2.950,00 €	2.622,00 €	2.622,00 €	2.404,00 €	2.404,00 €	31.358,00 €
Personal	6.412,23 €	6.412,23 €	6.412,23 €	8.666,55 €	8.666,55 €	12.424,51 €	12.424,51 €	12.424,51 €	8.666,55 €	8.666,55 €	6.412,23 €	6.412,23 €	104.000,87 €
Bancos	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	6.720,00 €
Alquil&General	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	3.200,00 €	38.400,00 €
Marketing	198,00 €	198,00 €	198,00 €	267,61 €	267,61 €	383,65 €	383,65 €	383,65 €	267,61 €	267,61 €	198,00 €	198,00 €	3.211,39 €
Mantenimiento	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	693,00 €	8.316,00 €
G. Totales	17.474,75 €	17.474,75 €	17.474,75 €	21.425,59 €	21.425,59 €	27.976,23 €	27.976,23 €	27.976,23 €	21.425,59 €	21.425,59 €	17.474,75 €	17.474,75 €	257.004,79 €
Ebitda (€)	2.325,25 €	2.325,25 €	2.325,25 €	5.335,41 €	5.335,41 €	10.388,77 €	10.388,77 €	10.388,77 €	5.335,41 €	5.335,41 €	2.325,25 €	2.325,25 €	64.134,21 €
Ebitda (%)	11,74%	11,74%	11,74%	19,94%	19,94%	27,08%	27,08%	27,08%	19,94%	19,94%	11,74%	11,74%	19,97%

7.- PRINCIPALES MAGNITUDES: ESTRATEGIA P&L PROYECTADA MODELO CORNER AÑO NORMAL

MODELO CORNER

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Acumulado
Ingresos	11.275,00 €	11.275,00 €	11.275,00 €	14.120,00 €	14.120,00 €	18.862,00 €	18.862,00 €	18.862,00 €	14.120,00 €	14.120,00 €	11.275,00 €	11.275,00 €	169.441,00 €
Consumo	2.328,85 €	2.328,85 €	2.328,85 €	2.916,49 €	2.916,49 €	3.895,95 €	3.895,95 €	3.895,95 €	2.916,49 €	2.916,49 €	2.328,85 €	2.328,85 €	34.998,04 €
Suministros	1.095,00 €	1.095,00 €	1.095,00 €	1.141,00 €	1.141,00 €	1.232,00 €	1.232,00 €	1.232,00 €	1.141,00 €	1.141,00 €	1.095,00 €	1.095,00 €	13.735,00 €
Personal	3.526,82 €	3.526,82 €	3.526,82 €	4.416,74 €	4.416,74 €	5.900,03 €	5.900,03 €	5.900,03 €	4.416,74 €	4.416,74 €	3.526,82 €	3.526,82 €	53.001,14 €
Bancos	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	6.720,00 €
Alquil&General	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	18.000,00 €
Marketing	112,75 €	112,75 €	112,75 €	141,20 €	141,20 €	188,62 €	188,62 €	188,62 €	141,20 €	141,20 €	112,75 €	112,75 €	1.694,41 €
Mantenimiento	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	560,00 €	6.720,00 €
G. Totales	9.683,42 €	9.683,42 €	9.683,42 €	11.235,42 €	11.235,42 €	13.836,60 €	13.836,60 €	13.836,60 €	11.235,42 €	11.235,42 €	9.683,42 €	9.683,42 €	134.868,59 €
Ebitda (€)	1.591,58 €	1.591,58 €	1.591,58 €	2.884,58 €	2.884,58 €	5.025,40 €	5.025,40 €	5.025,40 €	2.884,58 €	2.884,58 €	1.591,58 €	1.591,58 €	34.572,41 €
Ebitda (%)	14,12%	14,12%	14,12%	20,43%	20,43%	26,64%	26,64%	26,64%	20,43%	20,43%	14,12%	14,12%	20,40%

7.- PRINCIPALES MAGNITUDES: ESTRATEGIA P&L PROYECTADA 30 (3,15,12) CAFETERIAS EJERCICIO COMPLETO

	Premium	District	Corner	Totales
Ingresos	2.267.874,00 €	4.817.085,00 €	2.033.292,00 €	9.118.251,00 €
Consumo	456.341,61 €	974.978,00 €	419.976,46 €	1.851.296,07 €
Suministros	150.207,00 €	470.370,00 €	164.820,00 €	785.397,00 €
Personal	784.684,40 €	1.560.012,98 €	636.013,74 €	2.980.711,12 €
Bancos	20.160,00 €	100.800,00 €	80.640,00 €	201.600,00 €
Alquil&General	432.000,00 €	576.000,00 €	216.000,00 €	1.224.000,00 €
Marketing	22.678,74 €	48.170,85 €	20.332,92 €	91.182,51 €
Mantenimiento	37.656,00 €	124.740,00 €	80.640,00 €	243.036,00 €
G. Totales	1.903.727,75 €	3.855.071,83 €	1.618.423,12 €	7.377.222,70 €
Ebitda (€)	364.146,25 €	962.013,17 €	414.868,88 €	1.741.028,30 €
Ebitda (%)	16,06%	19,97%	20,40%	19,09%

Costes de apertura:

- Premium: 413.300 € : TIR 29,36 %
- District: 142.500 € : TIR 45%
- Corner: 49.500 € : TIR 69,84

Total inversión necesaria para la apertura de 30 locales en un año: 3.971.400 €
TIR del proyecto combinado: 43,83%

7.- PRINCIPALES MAGNITUDES: ESTRATEGIA P&L PROYECTADA 30 (3,15,12) CAFETERIAS EJERCICIO COMPLETO

Incorporación de los Costes de Estructura a la P&L de las Cafeterías:

Dirección Finanzas, RRHH y SSGG	Dirección de Marketing	Dirección de Operaciones	Dirección de Tiendas	D. General
<ul style="list-style-type: none"> ✓IT ✓30k€ ✓Finanzas, Control y SSGG. ✓90k€ ✓Jurídico y RRHH ✓60k€ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓50k€ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓I+D ✓60k€ ✓Obrador ✓40k€ ✓Mantenimiento ✓35k€ ✓Compras ✓40k€ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓Líder Regional ✓45k€ ✓Expansión ✓55k€ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓Director General 100k€ ✓CEO & Presidente 100k€
PRESUPUESTO BAJO GESTIÓN				
180k€	50k€	175k€	100k€	200€
TOTAL COSTES DE ESTRUCTURA: 705.000€				

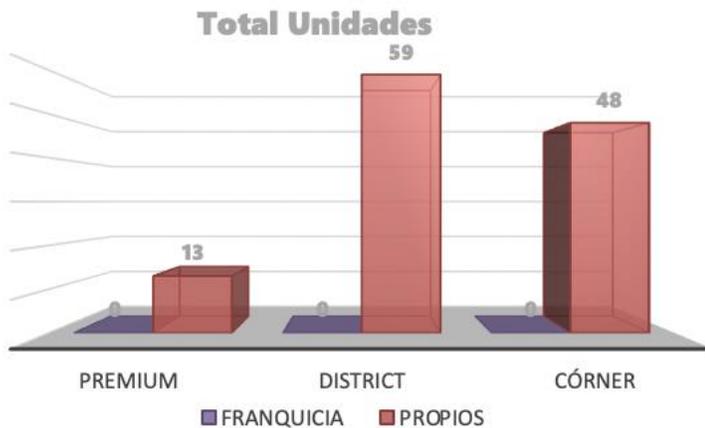
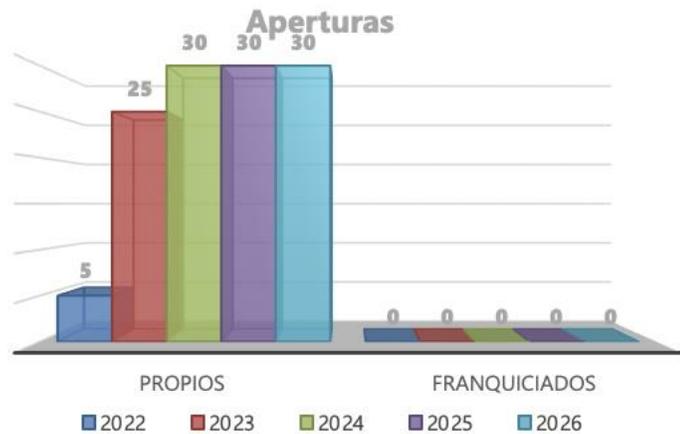
COSTE ESTRUCTURA CENTRAL

	Premium
Alquileres	21.516,00 €
Personal	705.000,00 €
Asesorías	18.000,00 €
Suministros	0,00 €
Telefonía	2.400,00 €
Viajes y dietas	5.400,00 €
Material	1.500,00 €
Otros	3.000,00 €
G. Totales	756.816,00 €

IMPUTACIÓN ESTRUCTURA POR FACTURACIÓN

	Premium	District	Corner	Totales
Ingresos	2.267.874,00 €	4.817.085,00 €	2.033.292,00 €	9.118.251,00 €
Consumo	456.341,61 €	974.978,00 €	419.976,46 €	1.851.296,07 €
Suministros	150.207,00 €	470.370,00 €	164.820,00 €	785.397,00 €
Personal	784.684,40 €	1.560.012,98 €	636.013,74 €	2.980.711,12 €
Bancos	20.160,00 €	100.800,00 €	80.640,00 €	201.600,00 €
Alquil&General	432.000,00 €	576.000,00 €	216.000,00 €	1.224.000,00 €
Marketing	22.678,74 €	48.170,85 €	20.332,92 €	91.182,51 €
Mantenimiento	37.656,00 €	124.740,00 €	80.640,00 €	243.036,00 €
Costes estructura	188.233,76 €	399.818,63 €	168.763,46 €	756.815,85 €
G.Totales	2.091.961,51 €	4.254.890,46 €	1.787.186,58 €	8.134.038,55 €
Ebitda (€)	175.912,49 €	562.194,54 €	246.105,42 €	984.212,45 €
Ebitda (%)	7,76%	11,67%	12,10%	10,79%

7.- PRINCIPALES MAGNITUDES: PLAN DE EXPANSIÓN



VANADI		Plan Expansión - 3		Plan de aperturas		1
2022		PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL		
Aperturas	5	100,0%	0	0,0%	5	100,0%
PREMIUM	1	20,0%	0	0,0%	1	20,0%
DISTRICT	2	40,0%	0	0,0%	2	40,0%
CÓRNER	2	40,0%	0	0,0%	2	40,0%
Unidades al final	5	100,0%	0	0,0%	5	100,0%
Total inversiones	827.312,00				827.312,00	
2023		PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL		
Unidades inicio	5		0		5	
Aperturas	25	400,0%	0	0,0%	25	400,0%
PREMIUM	3	12,0%	0	0,0%	3	12,0%
DISTRICT	12	48,0%	0	0,0%	12	48,0%
CÓRNER	10	40,0%	0	0,0%	10	40,0%
Unidades al final	30	500,0%	0	0,0%	30	500,0%
Total inversiones	3.444.900,00	316,4%			4.272.212,00	acum
2024		PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL		
Unidades inicio	30	500,0%	0	0,0%	30	500,0%
Aperturas	30	20,0%	0	0,0%	30	20,0%
PREMIUM	3	10,0%	0	0,0%	3	10,0%
DISTRICT	15	50,0%	0	0,0%	15	50,0%
CÓRNER	12	40,0%	0	0,0%	12	40,0%
Unidades al final	60	100,0%	0	0,0%	60	100,0%
Total inversiones	3.971.400,00	15,3%			8.243.612,00	acum
2025		PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL		
Unidades inicio	60		0		60	
Aperturas	30	-50,0%	0	0,0%	30	-50,0%
PREMIUM	3	60,0%	0	0,0%	3	60,0%
DISTRICT	15	300,0%	0	0,0%	15	300,0%
CÓRNER	12	240,0%	0	0,0%	12	240,0%
Unidades al final	90		0		90	50,0%
Total inversiones	3.971.400,00	0,0%			12.215.012,00	acum
2026		PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL		
Unidades inicio	90		0		90	
Aperturas	30	-66,7%	0	0,0%	30	-66,7%
PREMIUM	3	60,0%	0	0,0%	3	60,0%
DISTRICT	15	300,0%	0	0,0%	15	300,0%
CÓRNER	12	240,0%	0	0,0%	12	240,0%
Unidades al final	120		0		120	33,3%
Total inversiones	3.971.400,00	0,0%			16.186.412,00	acum

VANADI

Plan Expansión - 4 Resultados y financiación de la expansión

1

Resultados	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Ingresos	510.458,00	5.297.250,76	14.386.365,05	24.169.036,37	34.225.255,50	78.588.365,68
<i>Propios</i>	510.458,00	5.297.250,76	14.386.365,05	24.169.036,37	34.225.255,50	78.588.365,68
<i>Franquiciados</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos y depreciaciones	962.529,00	4.484.923,04	12.012.212,37	20.229.631,42	28.486.577,64	66.175.873,47
Gastos Central	413.960,00	756.816,00	1.021.701,60	1.277.127,00	1.468.696,05	4.938.300,65
Beneficio Bruto (BAI)	-866.031,00	55.511,71	1.352.451,08	2.662.277,95	4.269.981,81	7.474.191,56
Financiación						
Inversiones	1.430.000,00	3.174.100,00	3.971.400,00	3.971.400,00	3.971.400,00	16.518.300,00
<i>Flujo de caja estimado</i>	-839.741,12	328.333,54	2.093.385,30	3.907.044,51	6.032.669,10	
<i>Autofinanciación (max)</i>	-2.269.741,12	-2.845.766,46	-1.878.014,70	-64.355,49	2.061.269,10	-4.996.608,68
Capital previsto	2.377.415,00	5.000.000,00	2.500.000,00	1.500.000,00	0,00	11.377.415,00
Financiación bancaria	250.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250.000,00