



PLAN DE MARKETING RIDESMART SITGES

ALQUILER DE MOTOCICILETAS ELÉCTRICAS

Realizado Por: **Gerard Armengol Barcos**

Tutorizado por: **María Luisa Solé**

Máster en Marketing e Investigación de Mercados

Universidad de Barcelona

Enero de 2019

1. Introducción	1
1.1. Descripción idea de negocio	2
1.2. Objetivos	4
1.3. Metodología	5
2. Análisis del Macroentorno	6
2.1. Macroentorno político-legal	6
2.2. Macroentorno económico	9
2.3. Macroentorno sociodemográfico	11
2.4. Macroentorno tecnológico	14
2.5. Macroentorno físico	15
2.6. Macroentorno cultural	17
3. Análisis del Microentorno	19
3.1. Análisis del mercado y de la competencia	19
3.2. Análisis de la demanda y mercado potencial	33
3.3. Análisis de proveedores	38
3.4. Análisis de los intermediarios	46
4. Análisis interno de la empresa	50
4.1. Análisis económico y financiero	50
4.2. Análisis recursos humanos	55
4.3. Análisis de las Operaciones y Logística	56
4.4. Análisis recursos tecnológicos	61
4.5. Análisis de los recursos comerciales y de marketing	62
5. Análisis de las amenazas y oportunidades (matriz D.A.F.O)	64

6. Investigación Comercial	65
7. Fijación de objetivos y estrategias	71
7.1. Objetivos cualitativos	71
7.2. Objetivos cuantitativos	71
8. Estrategias de Marketing	73
8.1. Concepto de segmentación y posicionamiento	73
8.2. Estrategias competitivas de Porter	75
8.3. Matriz de las 5 fuerzas de Porter	76
9. Políticas del Marketing Mix	79
9.1. Política de producto	79
9.2. Política de precios	82
9.3. Política de distribución	86
9.4. Política de comunicación	87
10. Plan de Acción	94
11. Resultado y Control	96
11.1. Análisis de la rentabilidad Año 1	96
11.2. Análisis de la rentabilidad Año 2	98
12. Conclusiones	101
13. Futuras Líneas de Estudio	102

14. Bibliografía	103
15. Anexos	104

1. Introducción

Actualmente, tanto la sociedad como la gran mayoría de las empresas están muy concienciadas con la necesidad de cuidar el medioambiente y realizar prácticas que contribuyan al mantenimiento y la sostenibilidad del planeta desde el punto de vista ecológico. Dicho de otra forma, las empresas deben adaptarse a un nuevo entorno adoptando medidas que contribuyan a un desarrollo sostenible.

En lo que se refiere al sector de la movilidad, ya desde principios del siglo XXI, se comenzó a destinar una cantidad importante de dinero a la investigación y el desarrollo de vehículos eléctricos. Estos vehículos, propulsados por fuentes de energía alternativas, sustituyen a los vehículos de combustión tradicionales y contribuyen de manera significativa al descenso de las emisiones de gases.

Paralelamente, el petróleo es un bien escaso del cual la Unión Europea no posee reservas. Y a nivel mundial, las reservas terminarán por agotarse en un plazo bastante próximo. De este modo, los vehículos eléctricos son el futuro de la movilidad de personas y productos.

Dicho esto, su implantación de forma generalizada no resulta tan sencilla y puede ser un proceso que dure años. Factores como la autonomía, los puntos de carga y el elevado precio de adquisición siguen siendo factores clave que frenan la adquisición de este tipo de vehículos frente a los de combustión.

El siguiente documento representa la elaboración del Trabajo de Fin de Máster del alumno Gerard Armengol Barcos. Su principal objetivo será, el estudio de la viabilidad y la definición de las decisiones estratégicas, para la creación de una empresa dedicada al alquiler de motocicletas eléctricas. En concreto, el trabajo será un Plan de Marketing de alquiler de motocicletas eléctricas en la localidad costera de Sitges.

1.1. Descripción idea de negocio

Protegido por las montañas del *Parc del Garraf* y con un micro clima envidiable, el municipio es reconocido como una de las localidades con más encanto y prestigio del litoral catalán. Goza de una excelente infraestructura turística; 48 hoteles con capacidad para 5.800 personas y 2 Campings con 2.238 plazas, además de un crecimiento sostenido en la oferta de apartamentos turísticos. Según el Gremio de Hostelería de Sitges, en el municipio hay un total de 1.400 viviendas de uso turístico legales, que suponen 5.600 plazas. Según las mismas fuentes, hay el mismo número aproximado de viviendas y plazas que corresponden a establecimientos que no están debidamente legalizados. A parte de la gran cantidad de opciones para alojarte, el municipio ofrece un amplio abanico de atracciones y actividades que hacen que el pueblo sea una destinación turística cada vez más importante a nivel internacional.

Sitges se encuentra en la comarca del Garraf con más de 28.000 habitantes, aunque durante las épocas de máxima afluencia llega a sobrepasar los 45.000. Tiene una extensión de 50km² y un paseo marítimo con 17 playas preciosas, además de otras dispersas alejadas de la población.

A parte de su naturaleza turística, siendo una destinación reconocida a nivel internacional, el municipio recibe una gran cantidad de turistas en distintos eventos y celebraciones a lo largo del año como el Sitges Film Festival, el Carnaval o la Gay Pride.

Todos estos factores, junto con el buen clima a lo largo del año, hacen que la cadena hostelera, los apartamentos turísticos y las distintas formas de alojamiento gocen de una buena cantidad de huéspedes a lo largo del año.

En lo referente a la normativa y la legislación, se están desarrollando leyes que contribuyen a la reducción de la contaminación atmosférica y la conservación del medio ambiente. Como se expone en la página web de la Generalitat de Catalunya , la ley general en materia de movilidad es la Ley 9/2003, del 13 de junio, aprobada por el parlamento. Esta ley, pionera en Europa, tiene como objetivos básicos integrar las

políticas de crecimiento urbano y económico con las de movilidad, dar prioridad a los sistemas eficientes, disminuir la congestión de las zonas urbanas, aumentar la seguridad viaria y reducir la congestión y la contaminación en las ciudades.

Paralelamente, por lo que se refiere a factores sociales y culturales, el término eléctrico se está implantando cada vez más y hoy en día se ofrecen diferentes alternativas de transporte sostenible para los ciudadanos. Prueba de ello son la gran cantidad de motos, patinetes, bicis y coches de alquiler que funcionan vía app y son la tecnología que está cambiando la forma en la que nos desplazamos por las ciudades.

Centrándonos en las motos eléctricas, las propuestas alternativas en el sector de las dos ruedas son muy amplias y cada vez más gente se decanta por motocicletas o ciclomotores eléctricos. El mantenimiento es mucho más reducido, son vehículos no contaminantes y la diferencia de precio se ve compensada al no necesitar carburante, sino recarga de la batería.

Según el informe de la Asociación Nacional de Empresas del Sector de Dos Ruedas (ANESDOR), en los nueve primeros meses del año 2018 se matricularon 3.559 motocicletas eléctricas, lo que supone un crecimiento del 142% respecto al año pasado. Los ciclomotores eléctricos también aumentaron un 68,4% con 1.844 unidades matriculadas.

A pesar de estos indicadores, actualmente no existe ninguna empresa que se dedique al alquiler de motocicletas eléctricas en Sitges. Por lo que considero que se presenta una gran oportunidad de negocio ofreciendo el uso de una motocicleta eléctrica para recorrer Sitges en su totalidad.

1.2. Objetivos

Como cualquier empresa, el principal objetivo será económico: la búsqueda de un modelo de negocio rentable y con potencial para los próximos años. Para ello analizaremos los distintos factores que afectarán a la rentabilidad del modelo de negocio. Podemos resumir los objetivos en cuatro bloques principales:

- 1) Conocer las necesidades reales del mercado y los clientes potenciales

Analizaremos el entorno y el sector en el que se establecerá la empresa, la situación actual de la competencia y el grupo poblacional al que se tiene que dirigir nuestro servicio.

- 2) Desarrollar un plan para lanzar los productos y servicios de manera ordenada

Para este punto es importante la planificación financiera del proyecto y el desarrollo de un plan de marketing a corto y medio plazo.

- 3) Conocer los canales que usaremos para lanzar los productos y servicios al mercado
- 4) Conocer la mejor manera para comunicar/promocionar nuestra marca (productos y servicios) al mercado

Las decisiones de los puntos 3) y 4) las tomaremos una vez realizadas las acciones necesarias para la consecución del objetivo número 2 y corresponden a la parte estratégica del proyecto.

1.3. Metodología

El proyecto se va a desarrollar a lo largo de cinco procesos que, nos permitirán conseguir los objetivos marcados y tomar las mejores decisiones para la empresa. Los tres pilares principales que componen la fase de análisis son los siguientes:

1) Estudio del macroentorno basado en distintas fuentes externas como el Ayuntamiento de Sitges, la Oficina de Información Turística o fuentes diversas de internet.

2) Estudio del microentorno analizando a los principales competidores, la red de intermediarios, el público objetivo y los potenciales proveedores.

3) Estudio de campo para analizar el microentorno referido a los consumidores potenciales. La metodología en este apartado se basará en la realización de encuestas, a pie de calle, a posibles usuarios del servicio.

Una vez finalizada la fase de análisis, y en base a la información obtenida, definiremos el conjunto de estrategias que englobaran la totalidad de las actividades de la empresa.

2. Análisis del Macroentorno

En el siguiente punto vamos a realizar el análisis externo a la compañía a través de un análisis PEST y de distintos factores. Se estudiarán seis tipos de factores que condicionan el nacimiento de cualquier empresa en su entorno:

- **Político - legales:** Factores relacionados con la regulación legislativa.
- **Económicos:** Factores de índole económica que afectan al mercado en su conjunto.
- **Socio - demográficos:** Configuración de los integrantes del mercado y su influencia en el entorno.
- **Tecnológicos:** Estado de desarrollo tecnológico y su aportación a la actividad empresarial.
- **Físicos:** Descripción del entorno físico en el área de cobertura.
- **Culturales:** Factores culturales del entorno que influyen en la conducta del consumidor.

A continuación, se realiza un estudio más detallado de cada uno de ellos.

2.1. Macroentorno político-legal

En la actualidad, el vehículo eléctrico se percibe más como una idea de futuro que de presente, aunque está comenzando a calar en la sociedad generando un volumen de mercado suficientemente significativo como para que las diferentes administraciones ya estén trabajando en la elaboración de la legislación correspondiente.

Dicho esto, en el plano internacional, aún no existe una normativa consensuada, sino que cada país o grupo de países legisla según su propio criterio.

En lo que se refiere a Europa, aumentar el uso de los vehículos sostenibles es un objetivo prioritario. Por eso, la UE ha puesto en marcha una iniciativa para que los

fabricantes de coches dispongan, en el año 2025, de un 25% de cuota mínima de modelos eléctricos e híbridos entre su flota. Al mismo tiempo, la legislación que impulsa los coches eléctricos, también ha establecido la prohibición de los motores de combustión para el año 2035.

Además, y para garantizar el desarrollo de esta nueva industria, los fabricantes recibirán apoyo por parte de la Unión Europea para la innovación y desarrollo tecnológico de nuevas baterías que proporcionen una mayor autonomía.

Las medidas por parte de la comunidad europea, también atañen a la creación de más puntos de recarga. Destacamos la Directiva 2014/94/UE del Parlamento Europeo que, establece un marco común de medidas para la implementación de una infraestructura para los combustibles alternativos, a fin de minimizar la dependencia de los transportes de combustión. Se pretende habilitar los parkings y estaciones públicas, los puertos y las viviendas de nueva construcción para poder cargar los vehículos eléctricos con total comodidad.

El objetivo de toda esta legislación europea es realizar un cambio de paradigma sin que afecte demasiado al sector y que, al mismo tiempo, los motores sostenibles vayan ganando cada vez más cuota y protagonismo.

En España, sujetos a las medidas tomadas por parte de la Unión Europea, se están tomando diversas medidas legislativas para regular e impulsar al vehículo eléctrico.:

- **Plan VEA (4 de julio de 2018)**, por el que se regula la concesión de ayudas para la adquisición de vehículos eléctricos y la instalación de puntos de recarga. *50 millones de euros, gestionados por el Instituto para la diversificación y el Ahorro de la Energía (IDEA), destinados en su mayor parte a la adquisición de vehículos de energías alternativas que podrán ser etiquetados por la DGT con etiquetas Cero Emisiones y ECO. 16,6 millones de euros destinados para la mejora de la infraestructura de puntos de recarga para coche eléctrico.* Las ayudas llegarán a inicios de 2019 a través de las comunidades autónomas.

- **Plan MOVALT (16 de enero de 2018)**, regula la concesión de ayudas a los sistemas de recargas de baterías para vehículos eléctricos.
- **Real Decreto 617/2017 (16 de junio de 2017)**, regula la concesión directa de ayudas para la adquisición de vehículos de energías alternativas y para la implantación de puntos de recarga de vehículos eléctricos en 2017.

El Gobierno catalán, por su parte, también está comprometido con instaurar un nuevo modelo energético más sostenible. Así pues, ha desarrollado el Pacto Nacional para la Transición Energética de Cataluña, en el que se fomenta el uso de la movilidad eléctrica tomando medidas como:

- Impuesto de matriculación gratuito y descuentos en el impuesto de circulación de hasta el 75%.
 - Gratuidad en los peajes de las autopistas de la Generalitat de Catalunya.
 - Tarifas reducidas en aparcamientos públicos municipales.
- Tipos de licencias para conducir motos eléctricas

Para conducir motos eléctricas se necesita una licencia. A diferencia de las motos de combustión, las motos eléctricas no tienen cilindrada y la toma de referencia es la potencia continua y no la máxima, como sucede con las motos convencionales. Existen 4 tipos de licencias:

Permiso AM. Sirve para ciclomotores eléctricos y ciclomotores de gasolina de hasta 50cc. La edad mínima para obtener el permiso es de 15 años.

Permiso A1. Esta licencia se puede obtener directamente sin realizar ningún test si se tienen 3 años de experiencia con el carnet B de automóvil. Sirve para motos eléctricas limitadas a 11 kW de potencia continua y una relación de peso/potencia menor a 0,1 kW/Kg. Motos de gasolina con una cilindrada máxima de 125cc. La edad mínima para la obtención de esta licencia es de 16 años.

Permiso A2. La edad mínima para este permiso es de 18 años. Sirve para motos eléctricas con una potencia continua inferior a 35 kW y una relación peso/potencia igual o inferior a 0,2 kW/Kg.

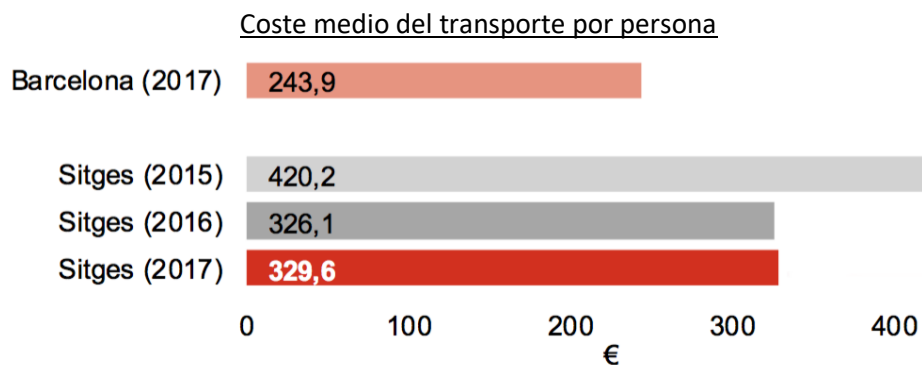
Permiso A. Sirve para cualquier moto. La edad mínima para este permiso es de 20 años. Debes de poseer más de 2 años de experiencia con el Permiso A2 y realizar un curso específico de formación para motos de grandes cilindradas. No hay que realizar ningún test.

2.2. Macroentorno económico

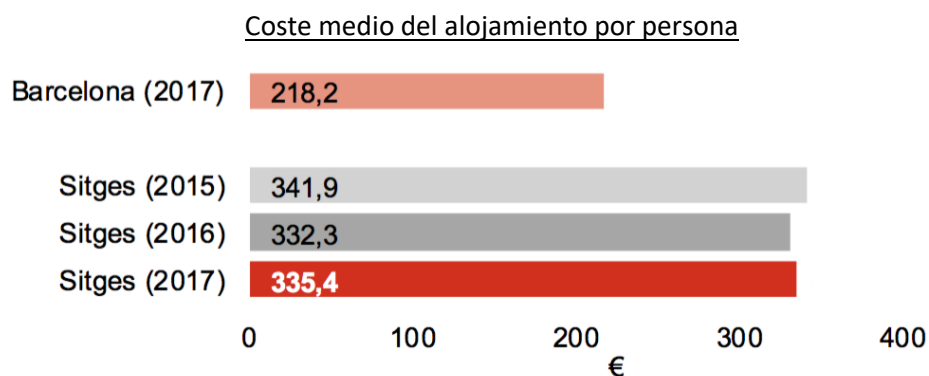
Según el Instituto de Estadística de Catalunya, prácticamente la totalidad del valor añadido bruto (VAB) generado por Sitges, proviene del sector servicios (502,6 millones sobre los 572,3 millones que genera).

La actividad pesquera y de cultivo prácticamente ha desaparecido, mientras que la actividad cultural y turística se ha convertido en el sector más atractivo e importante para la economía de Sitges.

El municipio, además, se considera de alta calidad, por lo que el ambiente comercial es potente y exclusivo. Como veremos a continuación, el turista de Sitges destina más dinero al viaje que los turistas de las distintas destinaciones del entorno de Barcelona:

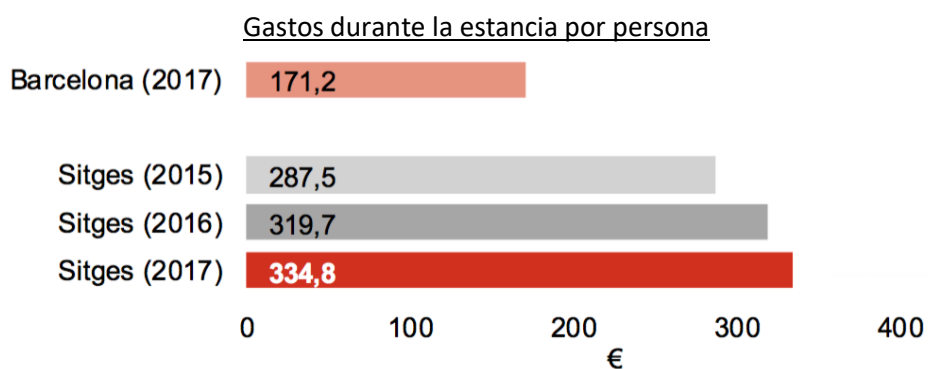


En lo que se refiere al transporte, la procedencia es un factor clave para determinar el coste de ida y vuelta del viaje. Para los visitantes del resto de España, el coste medio del transporte se sitúa en 114,2€. Para los visitantes de la Unión Europea, el coste medio se sitúa en 200,93€ y, para los visitantes del resto del mundo, el coste medio se eleva hasta los 1.104,6€.



En lo que se refiere al alojamiento, el turista europeo e internacional, también realiza un gasto superior al turista nacional. Los turistas de Gran Bretaña son los que más dinero invierten en el alojamiento.

En 2017, el coste medio por persona y noche en Sitges se situó en 57,1€; mientras que en el entorno de Barcelona, la media del coste fue de 47,3€.



En lo referente al resto de gastos durante la visita al municipio, la media de los gastos medios en Sitges sigue siendo superior a la media de los gastos en el entorno de Barcelona. Por persona, la media de gasto diario en Sitges fue de 64,5€. Muy superior a los 38,4€ de gasto medio de los visitantes al entorno de Barcelona.

Teniendo en cuenta la totalidad de los gastos (alojamiento + transporte + otros), los turistas hospedados en Sitges destinan un 50% más de gasto respecto a los turistas del entorno de Barcelona. Podemos concluir, entonces, que el turista de Sitges tiene, en general, un poder adquisitivo elevado.

2.3. Macroentorno sociodemográfico

En este punto, vamos a analizar el macroentorno sociodemográfico del turismo en Sitges, destacando los distintos aspectos y características más importantes. Todas las cifras y datos resumidos a continuación provienen de un estudio del perfil del turista en Sitges realizado por el Ayuntamiento de Sitges (2017), y de distintas informaciones facilitadas por la Oficina de Información Turística de Sitges.

En 2017, prácticamente el 70% de los turistas que visitaron Sitges fueron hombres y la edad media de los turistas fue de 48,2 años. Tanto la distribución del sexo como de la edad son datos bastante estables en los últimos años. Es un hecho conocido que Sitges es una destinación prioritaria a nivel mundial receptora de turismo gay y es seguramente la razón principal de esta distribución de sexo entre los turistas de Sitges.

A continuación, podemos observar un cuadro comparativo del rango de edad de los turistas de Sitges y los turistas de destinos del entorno de Barcelona:

	Sitges	Entorno de Barcelona
De 15 a 24 años	4,0%	6,9%
De 25 a 34 años	13,4%	16,1%
De 35 a 44 años	21,1%	25,4%
De 45 a 54 años	27,1%	24,6%
De 55 a 64 años	20,9%	16,5%
De 65 años o más	13,4%	10,6%
Media de edad	48,2	46,5

Como podemos observar, la media de edad de los turistas en Sitges es superior y los turistas de menos de 34 años no llegan ni al 20% del total.

Gran parte de los turistas (prácticamente un 80%) son extranjeros, mientras que aproximadamente el 20% restante provienen de territorio nacional. Prácticamente el 90% de los turistas visitaron el municipio en compañía (ya sea en pareja, en grupos o con familiares). La media de los grupos en 2017 fue de 2.5 personas.

En cuanto a la duración del viaje, la media se sitúa en 6.3 noches, prácticamente una noche más de media que en las destinaciones del entorno de Barcelona. Los turistas extranjeros son los que permanecen una cantidad de noches superior en el municipio, especialmente los que provienen de Gran Bretaña.

A continuación podemos observar un cuadro de la ocupación hotelera en Sitges extraído del Instituto Nacional de Estadística:



Como podemos observar, ésta sigue un ciclo anual bastante regular con su máximo en el mes de Agosto. Durante medio año (desde aproximadamente abril a octubre) la ocupación hotelera en Sitges está por encima del 50%. Lo que representa una cantidad de mínimo 2.400 personas hospedadas en los hoteles de Sitges de forma constante durante todo éste tiempo.

En cuanto al alojamiento, los hoteles siguen siendo el hospedaje preferido por los turistas y el 68.7% de los mismos los prefieren frente al camping (19.2%), los apartamentos turísticos (5.7%) y las casas de amigos o familiares (5.5%).

El ocio es claramente el motivo principal del viaje al municipio, y las visitas por razones profesionales o motivos personales únicamente representan un 19.4% del total.

Dada la gran cantidad de turistas extranjeros, el medio de transporte más empleado para llegar a Sitges es el avión (un 55,3%). Cabe destacar que el 32,5% llegan al municipio en vehículo privado.

En cuanto a la planificación del viaje, gran parte de los turistas consultan internet, redes sociales o blogs para conocer acerca de las distintas actividades y atracciones que ofrece el municipio. Las webs más consultadas son Booking, Google y TripAdvisor.

Con el uso de éstas paginas el turista es más autónomo, y más de 8 de cada 10 turistas contratan el viaje por cuenta propia. Los que no lo hacen, son en su mayoría turistas que viajan por motivos profesionales.

El 74,9% de los turistas no han realizado ninguna excursión fuera del municipio, y el 64,7% no pretende realizar ninguna. El 15,9% declara haber visitado Barcelona ciudad y un 20,2 % tiene intención de hacerlo. De los que aprovechan para visitar Barcelona, el 80% no contratan nada y se van por su cuenta.

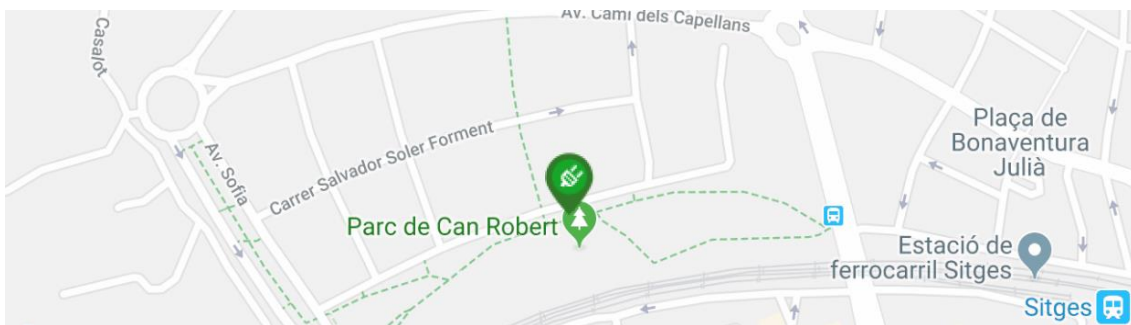
Por último, los turistas hacen una valoración general del municipio de 8.4 puntos sobre 10. Se trata de un grado de valoración bastante bueno y estable a lo largo de los años, y ligeramente superior a la valoración general en el entorno de Barcelona.

El carácter y la amabilidad de la gente, las playas, la seguridad ciudadana y la restauración son los aspectos mejor valorados de la experiencia de visitar Sitges. Mientras que la calidad de conexión a internet, el ruido y, sobretudo la oferta de aparcamiento son las características peor valoradas.

2.4. Macroentorno Tecnológico

El mantenimiento de una motocicleta eléctrica es mucho más sencillo que el de una moto convencional ya que, un motor eléctrico es mecánicamente mucho más simple que uno de combustión; tiene menos piezas móviles, y no lleva aceite ni filtros que se tengan que cambiar. Todos estos factores hacen que sea menos probable que se produzcan averías y, en caso de haberlas, existen mecanismos para localizarlas y solucionarlas de forma sencilla.

En Sitges encontramos un punto de recarga público bastante céntrico y accesible. La instalación tiene 4 conectores: 2 de TYPE 2 (Mennekes) 400V / 16A / 11.00kW y 2 Schuko (EU Plug) 230V / 10A / 2.30kW. La tarifa de estacionamiento y carga es gratuita. Para utilizar la estación de recarga, se necesita la tarjeta que emite el Ayuntamiento de Sitges o tener la tarjeta de otro municipio que forme parte de la alianza de municipios del ICAEN. No tiene cables ni adaptadores, no se puede reservar y permanece abierto las 24 horas.



A parte de este punto de recarga público, también encontramos 3 hoteles que ofrecen enchufes de recarga.

El Hotel Meliá Sitges ofrece una instalación de dos conectores Schuko (EU Plug) 230V / 16ª / 3.68kW de carga gratuita. El estacionamiento tiene un coste de 0,04€/minuto y permanece abierto las 24 horas. El Avenida Sofia Boutique Hotel & Spa y el Hotel Dolce Sitges también ofrecen un punto de recarga gratuit de vehículos eléctricos a sus clientes.

En este sentido, la disponibilidad actual de puntos de recarga no es muy amplia pero la previsión es que vaya en aumento. En cualquier caso, las motos que se alquilen deberán entregarse con carga completa y autonomía máxima.

Considerando la autonomía de las motos y las distancias entre los puntos atractivos del municipio, el entorno tecnológico no debería suponer ninguna limitación para el éxito del proyecto.

2.5. Macroentorno físico

Sitges está implantado en la comarca del Garraf a lo largo de la franja litoral y, como hemos comentado anteriormente, tiene una superficie aproximada de 50km².

El municipio se encuentra partido en dos por las vías del tren. Entre las vías y el mar encontramos el casco histórico y los barrios costeros. El casco histórico, está construido urbanísticamente diferente al resto del municipio con calles peatonales estrechas.

En su totalidad, el municipio cuenta con 12 barrios: Terramar, Vinyet, La Granja, Oasis, Centro, Sant Sebastià, Plana Est, els Molins, Poble Sec, Can Pei, Aiguadolç, Plans d'Aiguadolç y uno nuevo residencial llamado La Plana.

Las zonas más interesantes a las que se puede acceder en moto eléctrica desde el centro de Sitges, las podemos resumir en la siguiente imagen:



A lo largo de todas estas zonas podemos encontrar atracciones de gran interés para el turista como pueden ser: las distintas calas (algunas con gran nombre como la Cala Morisca o Vallcarca), Les Botigues de Sitges, los miradores de las costas del Garraf o el Templo Budista. Son actividades y atracciones a las que se debe acceder con el uso de un vehículo.

Además de éstas zonas, el municipio de Sant Pere de Ribes se encuentra a 7 kilómetros de Sitges por carretera, por lo que la moto eléctrica también puede ser una gran solución para poder realizar una visita de forma autónoma i económica.

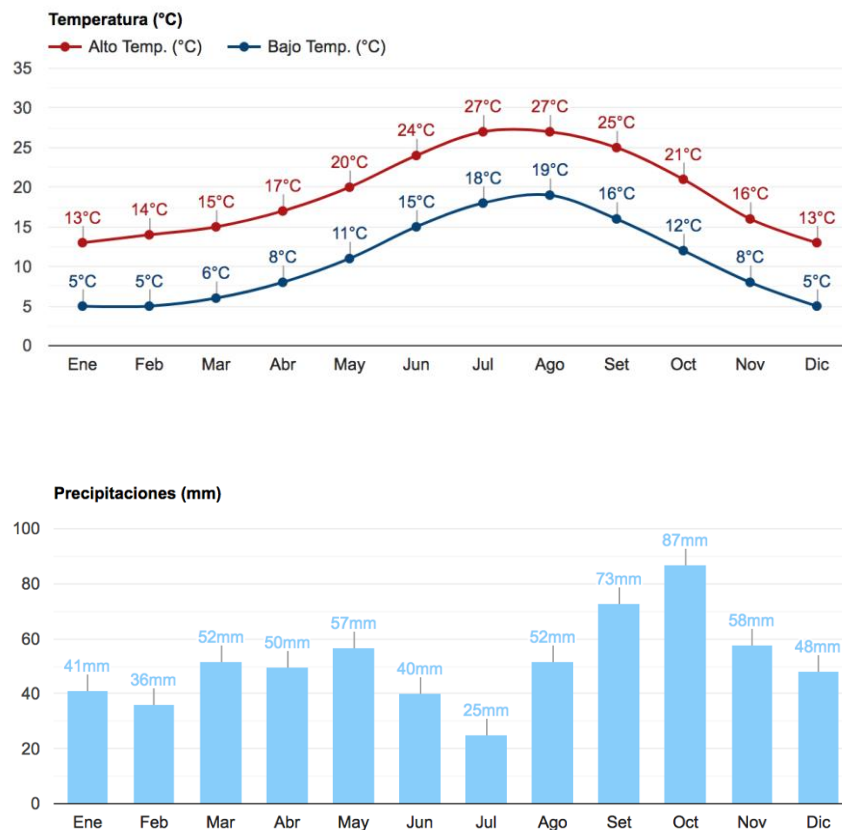
En lo que se refiere a la movilidad, en la mayor parte de la zona urbana se permite la circulación de vehículos de motor, permitiéndose también el tránsito peatonal y las bicicletas. Algunas calles próximas al centro urbano son totalmente peatonales y el tránsito de vehículos de motor está limitado.

En 2016, el Ayuntamiento de Sitges realizó un Plan de Movilidad Urbana para los siguientes años del que podemos destacar lo siguiente:

- Sitges pretende ampliar el perímetro de la isla para peatones, ampliar la anchura de las aceras y restringir los accesos al centro de vehículos.
- También se pretende crear vías segregadas para bicicletas, con la creación de nuevos itinerarios señalizados, ampliación de la red de convivencia peatón-ciclista, ampliación de la red de estacionamiento para bicicletas, garantizar la reserva de espacios para bicicletas en futuros proyectos urbanísticos e implicación en la actividad comercial a favor de la bicicleta.
- En lo que se refiere a actuaciones ambientales, se pretende controlar la contaminación acústica y atmosférica, promoviendo el uso de vehículos ecológicos en la flota municipal y mejorando la infraestructura de recarga de vehículos eléctricos.

En cuanto al clima, Sitges tiene unas temperaturas envidiables a lo largo del año. Las temperaturas máximas son superiores a 20°C durante 6 meses del año y tiene un nivel de precipitaciones muy reducido. Por ello, el clima es un factor muy favorable a la utilización de vehículo tipo motocicleta, bicicleta o similar.

A continuación podemos observar la temperatura media (máxima y mínima), por meses, en Sitges y el nivel de precipitaciones medio:



2.6. Macroentorno cultural

Sitges ofrece un perfil diverso, donde conviven vestigios antiguos con proyectos de alta modernidad. Entre los primeros, hay que destacar el patrimonio arquitectónico que dejaron los indios, que conforma el conjunto estilístico del barrio antiguo.

A finales del siglo XVIII, con la promulgación de la ley de libre comercio, muchos habitantes de la villa se aventuraron a hacer fortuna en las Américas, especialmente

en las islas caribeñas. Una vez de regreso, los indianos, readaptaron sus viviendas a las tendencias imperantes del momento en materia arquitectónica.

En torno a este patrimonio se llevan a cabo regularmente rutas que recorren sus aspectos más relevantes: la Ruta Modernista y la Ruta de los Americanos.

La oferta museística es amplia y de su circuito destaca el Museo Cau Ferrat, que fue la casa y estudio de Santiago Rusiñol, otros atractivos son el Museo Maricel y el Museo Romántico Can Llopis.

Según estudios realizados por el Ayuntamiento de Sitges, los períodos de alta demanda y afluencia en el municipio son el mes de Agosto, los fines de semana de Julio, el Carnaval y el Festival de Cine Fantástico de Sitges. Los períodos de media afluencia son los fines de semana y los días laborables del mes de Julio.

3. Análisis del Microentorno

3.1. Análisis del mercado y de la competencia (análisis de la oferta)

En este apartado vamos a analizar distintas empresas influirán en las decisiones estratégicas que deberemos tomar para desarrollar el proyecto. Vamos a categorizar las empresas en dos grupos principales: Empresas dedicadas al motosharing y empresas de alquiler de vehículos ligeros en Sitges.

1. Empresas dedicadas al motosharing

Este tipo de empresas no operan en Sitges, por tanto, no significarán una competencia real para la empresa. Por otro lado, son referentes en el alquiler de motocicletas eléctricas y debemos conocer los precios, los productos y los principales aspectos de su modelo de negocio, consiste en el alquiler de motocicletas eléctricas por minutos en las grandes ciudades.

Las ciudades presentan un tráfico muy elevado de personas que diariamente necesitan desplazarse con el uso de algún medio de transporte. En ese sentido, las empresas dedicadas al motosharing han aparecido para sustituir al medio de transporte público.

El servicio funciona como *free-floating*, es decir, dentro del área de cobertura de cada compañía podemos coger y dejar la moto en cualquier punto para que cualquiera de los otros usuarios la pueda utilizar nuevamente.

Para usar las motos, los usuarios deben descargarse la App e insertar sus datos personales y bancarios para registrar su perfil. A través de estos, se comprueba que los permisos de conducción estén en vigor y, a partir de ahí, el cliente ya puede consultar el mapa de las motos más cercanas y una vez esté al lado de una de ellas, reservarla a través del móvil, desbloquear el asiento y realizar el trayecto.

En este apartado, vamos a analizar las 4 empresas dedicadas al motosharing más importantes que operan en la ciudad de Barcelona:

(1) eCooltra

<https://www.ecooltra.com/es/>



Es el servicio nº 1 de Europa de alquiler de motos eléctricas por minutos desde App móvil. La empresa es catalana y fue fundada en el año 2015 . Actualmente está disponible en Barcelona, Madrid, Lisboa y Roma, aunque en poco tiempo estará disponible en más ciudades de Europa.

eCooltra dispone de cientos de motos eléctricas de las marcas Govec y Askoll. Equivalen a 50cc y alcanzan una velocidad máxima de 48 km/h. Cuando reservas la moto, puedes ver el nivel de carga aproximada que tiene en ese momento. Tiene una autonomía de unos 40km.

El precio es de 0,24 €/min. No se pagan cuotas de alta ni de mantenimiento. Solo necesitas el DNI, el carné de conducir y la tarjeta de crédito/débito. Cada vez que tu consumo alcance los 20 €, el sistema cobrará automáticamente el importe con un cargo a la tarjeta.

La única persona que puede conducir el vehículo es la persona que haya hecho la reserva y, aunque puede conducir libremente por la ciudad, las zonas de recogida y aparcamiento de las motos está delimitada por su zona de cobertura.

El servicio incluye 2 cascos, con sus respectivas fundas higiénicas, seguro, mantenimiento y 2 puertos USB para cargar el móvil mientras te desplazas por la ciudad.

Para reservar y conducir mediante eCooltra tienes que ser mayor de edad y contar con un carnet de conducir válido y vigente.



(2) ioscoot

<https://ioscoot.com/es/>



Es el nuevo nombre de una empresa que se llamaba Motit dedicada al servicio de motosharing en Barcelona desde 2014. En 2016, la empresa pasó a llamarse ioscoot y actualmente dispone de motocicletas en las ciudades de Madrid y Barcelona. Concretamente en Barcelona ofrecen una red de más de 200 motos.

Las motos se fabrican de forma externalizada en una fábrica en Croacia, y ofrecen motos con rendimientos parecidos a motos de 50cc y de 125cc. Para poder conducir

las motos debes de ser mayor de edad y tener la licencia adecuada según la moto que pretendas llevar.

Puedes utilizar el servicio las 24 horas del día de todos los días del año y las motos cuentan con una pantalla GPS instalada y dos cascos de diferente talla.

En cuanto a los precios, ofrecen dos tarifas según el horario:

- Standard (8 a 24h) → 0,20 €/min
- Night (24 a 8h) → 0,24 €/min

Una vez realizada la reserva, dispones de 15 minutos para iniciar tu viaje. Transcurridos esos 15 minutos, el viaje se dará por iniciado y empezarán a contarse minutos de uso de la moto. Si pasados 10 minutos más no se ha iniciado el viaje, el mismo se cancelará automáticamente y se cobrarán esos 10 minutos como reserva realizada. (Se puede cancelar la reserva). Puedes conducir la moto libremente por la ciudad aunque, como en el resto de empresas, la moto debe estacionarse dentro del área de cobertura de la empresa.



(3) Muving

<https://www.moving.com/>



Fue constituida en Febrero del año 2017 bajo el nombre de Sharing Muving S.L. en Cádiz. Actualmente están presentes en 12 ciudades españolas: Cádiz, Málaga, Sevilla, El Puerto de Santa María, Granada, Córdoba, Alicante, Murcia, Valencia, Madrid, Zaragoza y Barcelona. Recientemente se ha abierto a EEUU en la ciudad de Atlanta.

El precio es de 0,21 €/min, sin gastos en combustible y con seguro incluido. Se pueden realizar paradas con un precio de 0,10 €/min. En la aplicación se puede ver una línea azul que delimita el perímetro de recogida y estacionamiento de las moto.

La moto es el modelo *Torrot Muvi*, equivalente a una moto de 125cc. Puede alcanzar los 70km/h y tiene una autonomía de 70km. En el servicio se incluyen dos cascos.



(4) YEGO

<https://www.getyugo.com/barcelona>

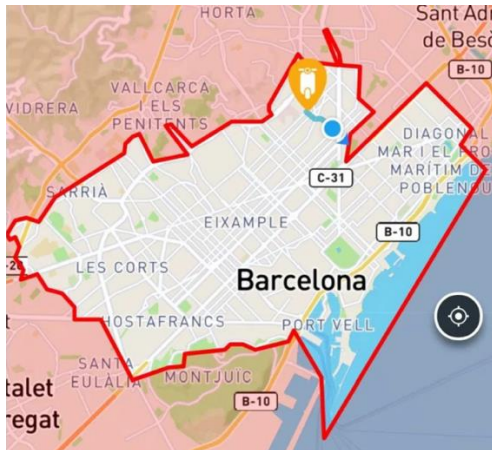


La empresa ha cambiado recientemente su nombre y ha pasado a llamarse YEGO, en lugar de YUGO. Es una empresa lanzada en febrero de 2016 por 6 franceses que empezaron con su actividad en la ciudad más competitiva y la capital del motosharing en Europa: Barcelona. Actualmente, la empresa también dispone de motos en las ciudades de Madrid, Valencia y Sevilla. En la ciudad condal, disponen de 210 motos y perspectivas de crecimiento.

El ciclomotor tiene un estilo vespa y cuenta con una autonomía de 60km y se asemeja en potencia a las motos de 50cc. Puedes conducir la moto con los permisos AM, A1 o A2 pero la edad mínima para conducir motos YEGO es de 18 años. La fabricación y la reparación de las piezas de las motos es un proceso externalizado hacia la empresa Emco en Alemania.

Para conducir las motos se debe ser mayor de edad. El seguro está incluido y se dispone de dos cascos de la talla L y M. La velocidad máxima de la scooter YEGO es de 50 km/h. La cuenta/perfil de YEGO es personal e intransferible, y en caso de que otra persona conduzca la moto, el seguro queda anulado y el riesgo es total. Está prohibido conducir o aparcar por fuera del área operativa, y te puedes enfrentar a una sanción de 50 €. Yugo pretende ampliar la zona en la que opera.

El servicio está disponible 24 h/día, 365 días al año a un precio estándar de 0,22 €/min. que incluye todo: scooter, cascos, batería, seguro, mantenimiento y kilómetros recorridos.



A continuación, podremos observar las conclusiones acerca de la competencia. En un primer lugar, podemos observar un cuadro-resumen con la información extraída de cada una de las cuatro marcas. En él, se destacan los aspectos principales de la motocicleta, las condiciones y las características generales del servicio de cada marca.

				
Modelo de Moto	Govec y Askoll	Marca propia	Torrot L3	Emco
Potencia aproximada	50cc	50cc y 125cc	125cc	50cc
Autonomía	40 km	50 km	70 km	60 km
Requisitos	Mayor de edad	Mayor de edad	Mayor de edad	Mayor de edad
Licencias	permiso AM o B	Licencia AM, A1, A2 o B	Licencia AM, A1, A2 o B	permiso de conducir B
Precio por minuto	24 cts.	20 cts. (día) y 24 cts. (noche)	25 cts.	17 cts.
Precio por hora completa	14,40 €	12 € (día) y 14,40 € (noche)	15 €	10,20 €
Cuota de alta	0 €	0 €	0 €	0 €
Tiempo de reserva	15 minutos	15 minutos	10 minutos	15 minutos
Bloqueo de moto para paradas	Sí, a 24 cts./min	Sí, al mismo precio según horario	Sí, a 10 cts./min	Sí, al mismo precio
Número de cascos incluidos	2	2	2	2
Permiten salir área de cobertura	Sí	Sí	Sí	No, multan con 50 €
Otros	Mayor flota de motos (aprox. 400) / Puertos de carga USB para móviles	Pantalla GPS integrada Flota de 205 motos en Barcelona	El servicio está disponible entre las 6h de la mañana y las 3h de la madrugada	Es la compañía más económica Cuentan con aprox. 100 motos en Barcelona

2. Empresas de alquiler de vehículos ligeros en Sitges

El segundo tipo de empresas son las que ofrecen el alquiler de vehículos ligeros en el propio municipio de Sitges. Estas empresas ya están operando en el mercado y son los competidores reales con los que contará la empresa cuando inicie su actividad. Todas las estrategias y acciones que se desarrollen en el proyecto, deben suponer ventajas comparativas frente a estas empresas.

Se han identificado cuatro empresas que a continuación analizaremos con más profundidad para extraer sus ventajas competitivas y sus debilidades:

(1) Sitges Rent Vespa (Plaza Eduard Maristany, Sitges)

Horario: 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00



Es una empresa de reciente creación y se dedican principalmente al alquiler de motocicletas de gasolina estilo Vespa. Disponen de dos modelos; uno de 50cc y otro de 125cc, ambos de color rojo.



A parte del servicio de alquiler de motocicletas que a continuación explicaremos con más profundidad, la empresa también se dedica a la realización de tours guiados por el municipio y los alrededores. Ofrecen los tours en inglés, francés, italiano, alemán,

holandés, español y catalán. Los tours que ofrecen son los siguientes: Tour Autódromo Terramar, Tour Garraf Natural Park, Tour Sitges La Costa, Tour Sitges Bodega y Tour a la carta, en el que se organiza un tour personalizado para el cliente.

En lo que se refiere al alquiler de las motocicletas, la empresa dispone de 5 unidades de 125cc y de 5 unidades de 50cc. Para alquilar una motocicleta se debe tener mínimo 21 años y se debe de disponer de una licencia de conducción válida y vigente bajo las leyes del país.

El precio incluye la Vespa, un casco, impuestos, seguro a terceros (Daños causados a la motocicleta o el robo de la misma son responsabilidad del conductor) y un mapa del municipio con sus recomendaciones. Para alquilar la motocicleta se debe realizar un depósito de 400€. Puedes reservarla por un máximo de 15 días y la ubicación de recogida y devolución es en la Plaza de la Estación de Tren de Sitges. En el caso que se quiera una ubicación de recogida o devolución a medida, se debe de pagar 9.99€. Los horarios de recogida y devolución son entre las 10:00h y las 20:00h.

La reserva se puede realizar a través de su página web con antelación, en el propio local o por teléfono. Para no tener costes de días adicionales en la reserva a través de la página web, se debe poner la misma hora de recogida y devolución.

La tabla de precios que ofrecen según el modelo es la siguiente:



SCOOTER RENTAL
50 c.c.

1 day=	48,99 €
2 days=	98 €
3 days=	147 €
4 days=	180 €
5 days=	225 €
6 days=	270 €
7 days=	315 €
8 days=	360 €
9 days=	405 €
10 days=	450 €
11 days=	495 €
12 days=	540 €
13 days=	585 €
14 days=	630 €
15 days=	675 €



SCOOTER RENTAL
125 c.c.

1 day =	64,99 €
2 days =	129,98 €
3 days =	194,97 €
4 days =	240 €
5 days =	299,92 €
6 days =	360 €
7 days =	420 €
8 days =	480 €
9 days =	540 €
10 days =	600 €
11 days =	660 €
12 days =	720 €
13 days =	780 €
14 days =	840 €
15 days =	900 €

(2) **Segway & Tours Sitges** (Calle Sant Pere, 21 ,Sitges)

Horario: De 10:00h a 20:00h (Domingo y Lunes cerrado)



Es la única empresa especializada en vehículos eléctricos de Sitges. Su principal producto es el Segway y es con el que realizan su actividad principal: Tours guiados. Además de esto, la empresa dispone de distintos vehículos eléctricos en alquiler y propone un modelo de negocio 100% ecológico.

En lo referente a los tours, la empresa ofrece un total de 9 que podemos observar a continuación, junto a su precio y duración:

- Rutas por Sitges:
 - Mini (1h – 35€)
 - Terramar (1.5h – 45€)
 - Combo (1h – 35€)
 - Clásica (2h – 55€)
 - Noche Mágica (1.5h – 60€)

- Rutas por el Garraf:
 - Massís Garraf (2h – 65€)
 - Garraf Xtreme (2.5h – 75€)
 - Cavas Tour (2.5h – 75€)

En cuanto a los vehículos en alquiler, la empresa ofrece cuatro tipos: Patinetes eléctricos, scooters de movilidad y bicicletas. Todos los vehículos son de movilidad sostenible, pero de una potencia muy inferior a la motocicleta y no pueden transportar a dos personas.



BIKE SITGES 1 – PLEGABLE

BIKE SITGES 2 – PASEO GR.

BIKE SITGES 3 – MOUNTAIN BIKE

Los vehículos se recogen y devuelven en la tienda física durante el horario de apertura. Las distintas opciones en cuanto a precio y duración del alquiler las resumimos en el siguiente cuadro:

	60 min.	90 min.	120 min	4 horas	1 día*	1 semana	1 mes	Día extra
Patinete Eléctrico	18 €	24 €	30 €	-	42 €	-	-	-
Scooter de movilidad 1	-	-	-	-	25 €	90 €	290 €	15 €
Scooter de movilidad 2	-	-	-	-	30 €	110 €	350 €	20 €
Bike 1	-	-	-	10 €	12 €	60 €	-	10 €
Bike 2	-	-	-	12 €	15 €	70 €	-	12 €
Bike 3	-	-	-	-	20 €	100 €	-	20 €

*Horario tienda 10:00h a 20:00h

(3) Fórmula Extreme (Calle Sant Pere, 20 ,Sitges)

Horario: Lunes a Sábado - 10:00h a 14:00h y 16:00h a 20:00h / Domingo - 10:30h a 14:00h



Fórmula extreme es un taller dedicado a reparar, alquiler y vender bicicletas en Sitges. En lo referente al alquiler, ofrecen bicicletas de paseo, bicicletas plegables, mountain bikes y bicis para niños de todas las edades. Únicamente disponen de bicicletas

convencionales, y no disponen de vehículos eléctricos. Ofrecen visitas guiadas en bicicleta por el pueblo y por el parque del Garraf a partir de 22 €.

Las bicicletas urbanas tienen los mismos precios y los modelos especializados en montaña o carretera cuentan con un precio más elevado y un tiempo de alquiler más específico. Podemos observar los precios en la siguiente tabla:

	4 horas	4 a 8 horas	24 horas	1 semana	día extra
Bicicletas Urbanas	10 €	14 €	16 €	50 €	10 €
Specialized Rochhopper (Mtb)	-	-	40 €	130 €	40 €
Spezialized Allez/Tarmac (Road)	-	-	40 €	130 €	40 €

(4) Bikes Sitges (Calle Josep Soler Tasis, 11 ,Sitges)

Horario: 9:00h a 21:00 de Lunes a Domingo

BIKES SITGES



La empresa se dedica principalmente al alquiler de bicicletas. Ofrecen una atención personalizada, información sobre Sitges o posibles excursiones y servicio de asistencia durante el tiempo de alquiler. Ofrecen cinco modelos de bicicleta distintos que podemos observar a continuación:





Puedes alquilar cualquier bicicleta en su tienda física, a través de su página web, por correo o por teléfono.

Para cada bicicleta, ofrece dos tipos de tarifas distintas según la duración del alquiler:

	1 día*	1 semana
City Bike 1	12 €	60 €
City Bike 2	15 €	75 €
Race Bikes	25 €	125 €
Kids Bikes	10 €	50 €
Mountain Bikes	20 €	100 €

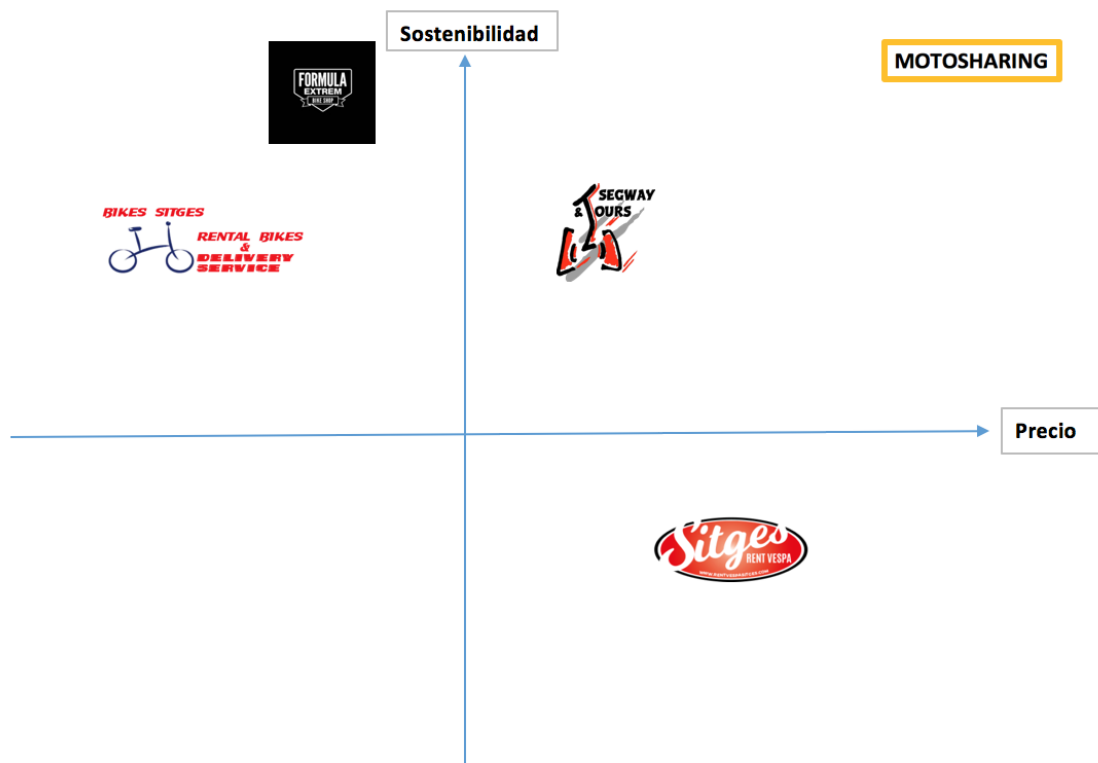
*Horario 10:00h a 20:00h

A parte del alquiler, la empresa también se dedica a realizar entregas a domicilio. De esta forma diversifica el uso de las bicicletas para aumentar su rentabilidad. La empresa tiene una furgoneta en su activo para apoyar la logística y las operaciones de su actividad.

Como hemos visto, cada una de las empresas locales presentan unas ventajas comparativas y cierta diferenciación en sus servicios. A continuación, resumimos la información analizada en un cuadro comparativo de las ventajas competitivas y debilidades de cada empresa.

CUADRO COMPARATIVO DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS Y DEBILIDADES DE CADA EMPRESA		
		
A favor	<ul style="list-style-type: none"> Es la única empresa que ofrece motocicletas El precio incluye el tanque de gasolina lleno Tiene dos modelos Vespa (50cc y 125cc) Ambos modelos pueden transportar dos personas Ofrecen tours guiados en distintos idiomas Permite visitar los alrededores del municipio de forma autónoma 	<ul style="list-style-type: none"> Empresa especializada en vehículos eléctricos Buen posicionamiento online Diversidad de vehículos en alquiler Sus tours en Segway tienen éxito en los meses de verano No se requiere de carnet de conducir para alquilar sus vehículos
En contra	<ul style="list-style-type: none"> Depósito de 400€ para alquilar motocicleta horario de recogida y devolución limitado Precio alto para recogidas y devoluciones a medida Alquiler únicamente por día completo (24h) Posicionamiento online poco desarrollado 	<ul style="list-style-type: none"> Domingo y Lunes cerrado Sus vehículos no pueden transportar a dos personas El segway, su producto estrella, no se alquila para ir por libre
		
A favor	<ul style="list-style-type: none"> Ofrece una gran variedad de bicicletas para el alquiler Ofrece servicio a domicilio de pequeños paquetes Bien posicionada en Google Aparece en TripAdvisor con 5 estrellas 	<ul style="list-style-type: none"> Tienen bicicletas especializadas en carretera y montaña Tours por la montaña También se dedican a reparar bicicletas particulares También venden bicicletas Facilitan recogida o devolución fuera del horario de tienda
En contra	<ul style="list-style-type: none"> Tiene únicamente bicicletas El esfuerzo físico limita las posibilidades No pueden transportar dos personas No supone una experiencia novedosa 	<ul style="list-style-type: none"> Tiene únicamente bicicletas El esfuerzo físico limita las posibilidades No pueden transportar dos personas No supone una experiencia novedosa

Ofrecemos también el mapa de posicionamiento de la totalidad de empresas analizadas, agrupando las empresas de motosharing en una única categoría:



Los ejes del mapa de posicionamiento lo forman el precio de sus productos y el grado de sostenibilidad de la empresa, factores clave de presente y futuro en el sector en el que operan.

Las empresas de Motosharing son las que se posicionan en el punto máximo en cuanto a sostenibilidad ya que operan exclusivamente con vehículos eléctricos. Sin embargo los precios son altos ya que principalmente facturan por minutos y esto supone un elevado coste para el usuario.

Las empresas de alquiler de bicicletas (Formula Extreme y Bike Sitges) también reciben una alta valoración en cuanto a sostenibilidad, y a costes inferiores. La empresa Bike Sitges utiliza furgonetas para la movilidad de su flota y ocasionalmente para el servicio a domicilio, por ello, su nivel de sostenibilidad es algo inferior al de la empresa Formula extreme.

La empresa Segway Tours, teniendo una flota de productos totalmente eléctricos, se apoya en vehículos de combustión para gestionar su logística, por lo que su grado de sostenibilidad también se ve penalizado.

En el caso de la empresa Rent Vespa Sitges, el nivel de sostenibilidad es muy reducido ya que utiliza vehículos de gasolina convencionales que emiten gases contaminantes.

3.2. Análisis de la demanda y mercado potencial

El mercado potencial al que pretende dirigirse la empresa son los turistas que visitan el municipio de Sitges. En este apartado, vamos a tratar de conocer de manera aproximada el número total de turistas que recibe Sitges a lo largo del año, ya que es un dato necesario para desarrollar el resto del trabajo y no se dispone de ningún dato oficial sobre ello.

Para ello, vamos a utilizar los datos extraídos anteriormente que tratan sobre la ocupación media y el número de plazas de los distintos tipos de alojamiento a lo largo del año, así como sobre datos de la estancia media de los turistas en el municipio.

En el caso de los hoteles, se cuenta con un número total de 5.800 plazas. La máxima ocupación se alcanza en los meses de verano, que llega a superar el 80% de media mensual. En cambio, en los meses de invierno la ocupación media se sitúa entre el 20% y el 30%. A nivel anual, el promedio de ocupación es el 51%, es decir **2.958 plazas hoteleras ocupadas**.

Con una estancia media de 6'3 noches por turista, podemos aproximar el número total de turistas hospedados en hoteles que recibe Sitges en un año. El cálculo se realiza multiplicando el promedio de ocupación hotelera (2.958 plazas) por 365 y dividiéndolo entre la estancia media en el municipio (6'3). El número total al que llegamos es de 171.376 turistas anuales hospedados en hoteles.

A esta cifra faltaría añadir los turistas que se escogen una tipología distinta de hospedaje al hotel: apartamentos turísticos, campings, casas particulares de familiares o amigos, etc.

Según hemos comentado con anterioridad, el tipo de hospedaje más habitual son los hoteles, que aglutinan el 68'7% de los turistas que visitan el municipio.

Si hemos aproximado que Sitges recibe 171.376 turistas al año que se alojan en hoteles, podemos concluir que en total recibe **249.455 turistas** (171.376 / 68'7%).

Para validar nuestra aproximación, vamos a recurrir a datos oficiales de la Diputación de Barcelona, que en uno de sus estudios, publicó que la comarca del Garraf recibe anualmente un total de 374.000 turistas.

Teniendo en cuenta que Sitges es con mucha diferencia el municipio con mayor actividad e infraestructura turística de la comarca, consideramos, que es muy posible

que reciba al 66'84% de la totalidad del turismo del Garraf. Por lo tanto, nuestra cifra se aproxima a la realidad de forma satisfactoria.

En el siguiente cuadro reflejamos el total de turistas que visitan Sitges según la tipología de establecimiento.

Hoteles	68,70%	171.750
Camping	19,20%	48.000
HUT	5,70%	14.250
Casa particular	5,50%	13.750
Otros	0,90%	2.250
Total		250.000

Si dividimos a los turistas por edad, la totalidad de turistas que recibe el municipio se distribuye de la siguiente manera:

de 15 a 24 años	4,0%	10.000
de 25 a 34 años	13,4%	33.500
de 35 a 44 años	21,1%	52.750
de 45 a 54 años	27,1%	67.750
de 55 a 64 años	20,9%	52.250
mas de 65 años	13,4%	33.500
Total		250.000

Las motos no se podrán alquilar, bajo ningún concepto, a menores de edad. Además, la gente de más de 65 años no se considera parte del público objetivo, por tanto, también los descartaremos como potenciales clientes. La cifra real de mercado en cuanto al público objetivo se reduce a **211.500 turistas al año**.

Como el turismo en Sitges presenta una estacionalidad muy marcada, el público objetivo puede variar bastante dependiendo de la época del año. Para ello, no será suficiente con considerar la ocupación anual media del 51%, y a continuación, consideraremos la ocupación media mensual y extraeremos el mercado potencial de cada mes de forma diferenciada.

En el siguiente cuadro podemos observar la totalidad de turistas que recibe Sitges mes a mes considerando que hay un total de 5.800 plazas hoteleras y que el 68'7% de los turistas se hospedan en hoteles.

	% ocupación hotelera	plazas hotel ocupadas (1)	días del mes	Total turistas alojados en hotel (2)	Total turistas (3)
Enero	21%	1.218	31	5.993	8.723
Febrero	35%	2.030	28	9.022	13.132
Marzo	41%	2.378	31	11.701	17.032
Abril	47%	2.726	30	12.981	18.895
Mayo	57%	3.306	31	16.268	23.680
Junio	69%	4.002	30	19.057	27.739
Julio	78%	4.524	31	22.261	32.403
Agosto	81%	4.698	31	23.117	33.649
Septiembre	70%	4.060	30	19.333	28.141
Octubre	59%	3.422	31	16.838	24.509
Noviembre	28%	1.624	30	7.733	11.256
Diciembre	24%	1.392	31	6.850	9.971

Total turistas año	249.130
---------------------------	----------------

(1) porcentaje ocupación mensual multiplicado por 5.800 plazas hoteleras existentes.

(2) consideramos el número de días que tiene cada mes y mantenemos la estancia media de 6'3 días por cada turista.

(3) consideramos que el 68'7% de los turistas está en hoteles y el restante 31'3% en otros establecimientos

Debemos eliminar los menores de edad y mayores de 65 años, que no consideramos mercado potencial. De esta forma obtenemos los datos que nos indican cómo se reparte la totalidad de nuestro mercado potencial a lo largo de los distintos meses del año.

	turistas total	mercado potencial
Enero	8.723	7.405
Febrero	13.132	11.148
Marzo	17.032	14.459
Abril	18.895	16.041
Mayo	23.680	20.103
Junio	27.739	23.549
Julio	32.403	27.509
Agosto	33.649	28.566
Septiembre	28.141	23.890
Octubre	24.509	20.807
Noviembre	11.256	9.556
Diciembre	9.971	8.465
TOTAL	249.130	211.500

Como podemos observar, el mes de Agosto es el que nos ofrece un mercado potencial más elevado, seguido de los meses de Julio, Septiembre y Junio. Mientras que los meses de Noviembre, Diciembre y Enero son los meses con los que se cuenta con un mercado potencial más reducido.

De este total de turistas que están presentes en Sitges a lo largo del año, nos interesa extraer cual es el número de los potencialmente usuarios de nuestro servicio, teniendo en cuenta que algunos de ellos no conducen motocicleta, o no contemplan con interés disponer de este tipo de vehículo durante su estancia en el municipio.

Este dato lo podemos obtener a través de nuestro estudio de campo y encuestas realizadas. Más adelante analizaremos en detalle estas encuestas y los resultados obtenidos, pero ya podemos adelantar que, según las respuestas obtenidas, un 52'24% consideraría útil la utilización de un vehículo ligero para poder realizar sus desplazamientos. Por otro lado, en cuanto a la tipología de vehículo ligero, el 26'87% mostraba preferencia por la motocicleta. Esto supone que, en principio, un 14'03% del mercado total de turistas que se hospedan en Sitges, podría estar interesado en alquilar una motocicleta.

Si hacemos un reparto lineal a lo largo de todos los meses del año, el número de potenciales usuarios se refleja en el siguiente cuadro:

	turistas total	mercado potencial	14% interesados
Enero	8.723	7.405	1.037
Febrero	13.132	11.148	1.561
Marzo	17.032	14.459	2.024
Abril	18.895	16.041	2.246
Mayo	23.680	20.103	2.814
Junio	27.739	23.549	3.297
Julio	32.403	27.509	3.851
Agosto	33.649	28.566	3.999
Septiembre	28.141	23.890	3.345
Octubre	24.509	20.807	2.913
Noviembre	11.256	9.556	1.338
Diciembre	9.971	8.465	1.185

249.130	211.500	29.610
----------------	----------------	---------------

3.3. Análisis de los proveedores

Se ha analizado el total de modelos de motocicletas eléctricas disponibles en España en el año 2018 (listado completo en Anexos). Con tal de identificar proveedores potenciales, se ha realizado un filtro para descartar aquellas empresas que no se adecúan a lo que pretendemos ofrecer.

Del total de modelos de motos eléctricas existentes, se han escogido aquellas pertenecientes al segmento **Scooter**. Por lo tanto, todos los fabricantes de motocicletas eléctricas que no sean Scooters, quedan automáticamente descartados como potenciales proveedores.

Otra de las características básicas que debe tener la motocicleta escogida es tener **capacidad para dos personas**. El hecho de que la motocicleta pueda ser compartida por dos personas es indispensable.

En cuanto la **capacidad de carga**, esta debe ser mínimo para un casco debajo del asiento. También se valorará positivamente el hecho de poder añadir un baúl a la motocicleta para aumentar la capacidad de carga.

Otra característica básica de la motocicleta es la **autonomía**, esta deberá ser de **mínimo 30km y máximo 100km**. Las motos con una autonomía superior son de gran potencia y por tanto no son adecuadas para este proyecto. Por otro lado, las motos de menor autonomía no tienen la calidad suficiente para ofrecer un buen servicio.

Filtrando, desde la totalidad de motos eléctricas que ofrece el mercado español, según los requisitos anteriores, encontramos que las marcas y modelos potencialmente adecuados para el proyecto son los siguientes:

MARCA	MODELO	SEGMENTO	POTENCIA	AUTONOMÍA	VEL.MÁXIMA	PRECIO
Askoll	ES2	Scooter	3,62 CV	80 km	45 km/h	3.303 €
Askoll	ES1	Scooter	2,01 CV	50 km	45 km/h	2.685 €
Askoll	ES3	Scooter	4,02 CV	96 km	45 km/h	3.128 €
Elecsi	City	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.100 €
Elecsi	Nature	Scooter	1 CV	40 km	45 km/h	1.450 €
Elecsi	Spring	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 €
Elecsi	Sunset	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 €
Elecsi	Tour	Scooter	7 CV	95 km	85 km/h	4.519 €
Elecsi	Urban	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 €
Elecsi	Young	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 €
Electric City	Ebox 4000	Scooter	5 CV	95 km	85 km/h	N.D.
Electric City	Italia 1000	Scooter	2 CV	45 km	45 km/h	N.D.
Electric City	Italia 2000	Scooter	2 CV	55 km	45 km/h	N.D.
Electric City	Koala 3000	Scooter	4 CV	80 km	65 km/h	N.D.
Electric City	Proton 3000	Scooter	4 CV	65 km	62 km/h	N.D.
Electric City	Toscana 3000	Scooter	4 CV	80 km	65 km/h	N.D.
Emocycles	Spirit 2000	Scooter	3 CV	50 km	45 km/h	1.999 €
Emocycles	Tornado 3.0	Scooter	3 CV	70 km	45 km/h	2.599 €
Emocycles	Tornado 4.0	Scooter	5 CV	90 km	62 km/h	2.999 €
Govecs	GO! S 1.5	Scooter	N.D.	40-70 km	45 km/h	6.045 €
Govecs	GO! S 2.5	Scooter	N.D.	60-100 km	45-62 km/h	6.222 €
Govecs	GO! S 3.6	Scooter	N.D.	70-90 km	83 km/h	9.063 €
Lectric	Urban	Scooter	6,7 CV	90 km	92 km/h	2.495 €
Lifan	E3	Scooter	1,5 CV	50 km	49 km/h	1.950 €
NIU	Serie M	Scooter	N.D.	80 km	45 km/h	2.499 €

NIU	Serie N	Scooter	3 CV	80 km	45 km/h	2.899 €
Quantya	vRone	Scooter	12 CV	70 km	100 km/h	6.575 €
Silence	S02	Scooter	N.D.	50 km	45 km/h	4.180 €
Silence	S03	Scooter	N.D.	75-90 km	80 km/h	5.120 €
Toqhi	ML+	Scooter	4 CV	70 km	60 km/h	3.146 €
Torrot	Muvi	Scooter	4,1 CV	110 km	45-75 km/h	4.637-4.809 €
Vectrix	VT-1	Scooter	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
Vectrix	VX-2 Cargo	Scooter	N.D.	90 km	N.D.	5.100 €
Vmoto	E-Max 120 S/L	Scooter	6 CV	70 km	55 km/h	2.999 €
Vmoto	E-Max 120 SD/LD	Scooter	6 CV	55 km	65 km/h	3.405 €

Encontramos un total de 14 marcas de motocicletas eléctricas, y un total de 35 modelos diferentes.

De las marcas seleccionadas hay 3 que quedan automáticamente descartadas: Govecs y Askoll, ya que corresponden a las marcas utilizadas por la empresa loscoot, y Torrot Muvi, ya que es el fabricante exclusivo de Muving.

Después de los primeros tres descartes, se ha realizado un breve análisis de los modelos que ofrece cada marca para proceder a la siguiente ronda de descartes. Las marcas que ofrecen un único o dos modelos que son descartados debido al diseño de la motocicleta son las siguientes: Lectric, Quantya, Toghi, Vectrix y Vmoto.

El proyecto pretende explotar la vertiente tecnológica y novedosa en el sector, por tanto, las marcas restantes que ofrezcan modelos estilo vespa o ciclomotor convencional también quedan automáticamente descartadas. Esta decisión se apoya en la encuesta realizada que podremos leer en el apartado de la investigación comercial. Las marcas que quedan descartadas tras este proceso son Electric City y Emocycles.

La empresa Silence, ofrece dos modelos distintos que se ajustan a los requisitos demandados, pero sus motocicletas están adaptadas para ser motocicletas de reparto, línea de negocio que por el momento no se contempla. Por tanto, también queda excluida del proceso de selección de proveedor.

Las 3 empresas restantes, **Elecsi, NIU y Lifan**, son los proveedores potenciales más interesantes para este proyecto.

La marca Elecsi, ofrece motocicletas con dos tipos de batería distintos: de litio y de silicona. Por otro lado, los modelos que ofrecen las marcas Lifan y NIU contienen una batería de litio.

Las baterías de litio son más ligeras, tienen más resistencia a la descarga y ofrecen una tensión más constante en un ciclo de arranque en frío. En cambio, las baterías de silicona ofrecen un rendimiento mejor en bajas temperaturas. Dicho esto, únicamente se van a analizar los modelos que ofrecen baterías de litio.

En cuanto a la marca NIU, dispone de dos modelos que se ajustan a los requisitos: Serie M y Serie N. Pero el modelo NIU Serie M ofrece una capacidad de carga muy reducida y por tanto dificulta su funcionalidad cuando transporta dos pasajeros. El modelo NIU Serie N ofrece mejores prestaciones en este aspecto y por tanto se procederá a su análisis como uno de los candidatos a motocicleta elegida.

Para seleccionar la motocicleta definitiva, se han tenido en cuenta los siguientes criterios:

- Se va a seleccionar un único vehículo para conseguir un buen soporte por parte de la empresa escogida.
- Damos un alto valor a las opiniones recogidas en el trabajo de campo en cuanto al diseño de la motocicleta.
- Valoramos positivamente aquellas marcas que disponen de varios modelos, ya que nos ofrecen un mayor abanico de posibilidades en cuanto a potencia, autonomía y diversificación de oferta a los clientes.
- Se han analizado los servicios añadidos y las ventajas comparativas que nos ofrece cada marca.
- Se valorarán individualmente las características técnicas de las motocicletas, tales como autonomía o velocidad máxima.

- Finalmente se valorará el precio de coste de los vehículos para optimizar la inversión y a la vez poder ofrecer unos precios más competitivos.

A continuación, vamos a realizar un análisis de las características básicas, las ventajas y las desventajas que nos ofrece cada uno de los modelos seleccionados.

1. Lifan E3



Precio: 1.950€

Garantía: 2 años

Autonomía: 50 km

Velocidad máxima: 45 – 50 km/h

Tipo de Carnet: Ciclomotor

Ventajas:

- Tiene una batería extraíble, lo que permite desconectarla de la moto y cargarla en cualquier lugar. (Tarda aproximadamente 6 horas en cargarse y se puede conectar a un enchufe tradicional).
- Se puede añadir un baúl a la motocicleta. (Por un precio de 60'50€).

Desventajas:

- Es la moto que dispone de menor autonomía de entre las seleccionadas.
- Las dimensiones de la motocicleta son reducidas.
- Es de fabricante una multinacional de origen Chino, lo que dificulta el trato empresarial en cuanto a exclusividad o soporte.

2. Elecsi Spring



Precio: 3.531 €

Garantía: 2 años

Autonomía: 80 km

Velocidad máxima: 60 – 65 km/h

Tipo de Carnet: Permiso A1 o B con 3 años de antigüedad.

Ventajas:

- Aunque no es extraíble, es la batería que se puede cargar en un menor tiempo: de 4 a 5 horas. Se puede conectar a cualquier enchufe convencional.
- La podemos encontrar en distintos tipos de colores: rojo, blanco y negro.
- La marca dispone de 6 modelos distintos de motocicletas eléctricas en el mercado, por lo que asegura una buena experiencia en el sector.
- Es limitable a 45 km/h para su homologación como ciclomotor.
- Muestra una buena potencia y una velocidad máxima superior a los otros modelos seleccionados.

Inconvenientes:

- El diseño de la moto es moderno, pero no muestra el plus de novedad que se pretende mostrar con este proyecto.
- El precio es excesivamente elevado.
- No tiene equipamiento tecnológico suficiente.

3. NIU N-Series



Precio: 2.899 €

Garantía: 2 años

Autonomía: 80 km

Velocidad máxima: 45 km/h

Tipo de Carnet: Permiso A1 o B con 3 años de antigüedad.

Ventajas:

- La batería de ion-litio es desmontable y se puede cargar en un enchufe convencional. El tiempo de carga es de unas 6 horas.
- La motocicleta dispone de faros delanteros, traseros, intermitentes y luz de freno LED. Además de un puerto de carga USB.
- La motocicleta también tiene un Panel de Control de LCD.
- Espacio amplio debajo del asiento.
- Ofrece una aplicación móvil para conectar el móvil con la motocicleta (GPS, Antirrobo, Seguimiento remoto, diagnóstico del scooter).
- La motocicleta ofrece dimensiones grandes por lo que su comodidad es buena.

Desventajas:

- Su velocidad máxima podría ser algo superior.
- Su precio, no es el más elevado, pero es significativamente más elevado que el modelo Lifan E3.

ELECCIÓN FINAL

Para la elección final del principal proveedor de la empresa vamos a tener que realizar una valoración individual de cada una de las motocicletas seleccionadas. Para ello, vamos a valorar las características más importantes que nos ofrece cada modelo y las vamos a ponderar según su importancia.

Con la información extraída anteriormente, esta valoración puede realizarse de forma equilibrada en términos comparativos.

CARACTERÍSTICA	PONDERACIÓN	VALORACIÓN			VALORACIÓN * PONDERACIÓN		
		Lifan E3	Elecsi Spring	NIU Serie N	Lifan E3	Elecsi Spring	NIU Serie N
Precio	25%	9	3	6	2,25	0,75	1,5
Autonomía	20%	5	8	8	1	1,6	1,6
Velocidad max.	20%	6	7	6	1,2	1,4	1,2
Tiempo de Carga	5%	8	9	8	0,4	0,45	0,4
Capacidad de Carga (o baúl)	5%	10	8	8	0,5	0,4	0,4
Valoración Aspecto / Diseño	20%	7	9	10	1,4	1,8	2
Equipamiento tecnológico	5%	0	1	10	0	0,05	0,5
VALORACIÓN GENERAL				6,75	6,45	7,6	

La motocicleta que ha recibido una valoración general más elevada, y por tanto la seleccionada para ser el vehículo que vamos a ofrecer en este proyecto es la **NIU Serie N**.



3.4. Análisis de los intermediarios

Los intermediarios son un canal muy importante para contactar con potenciales clientes de nuestro servicio. Principalmente, encontramos tres tipologías de intermediarios: Hoteles, Campings y Apartamentos de Uso Turístico.

En este apartado, analizaremos los potenciales intermediarios que encontramos en la localidad de Sitges con tal de conocerlos en profundidad y realizar estrategias concretas.

1. Hoteles

En el municipio de Sitges se identifican un total de 42 hoteles actualmente operativos.

En el siguiente cuadro podemos observar el nombre de cada hotel, su categoría, el número de habitaciones y la dirección.

	Nombre	Categoría	Habitaciones	Dirección
1	Alba	1*	23	Avenida Nuestra Señora del Vinyet, 63
2	Alenti	4*	9	Primero de mayo, 19
3	Alexandra	1*	16	Termes, 20
4	Antemare	4*	112	Avenida Verge de Montserrat, 48-50
5	Arcadia	2*	37	Socies, 22-24
6	Calipolis	4*	170	Avenida Sofía, 2-6
7	Capri	3*	35	Avenida Sofía, 13-15
8	Celimar	3*	24	Passeig de la Ribera, 20
9	Celimar Centre	3*	20	Espalter, 29
10	Central Normandie	2*	47	Sant Bartomeu, 20 - 22
11	Chalet, El	2*	11	Illa de Cuba, 35
12	Cid, El	1*	76	Sant Josep, 39 - Bis
13	Dolce Sitges	5*	263	Avenida Camí de Miralpeix, 12
14	Estela Barcelona	4*	57	Avenida Port d'Aiguadolç, 8
15	Galeon	3*	47	San Francisco, 44
16	Galeon Pavillon	3*	27	Sant Bartomeu, 46
17	Garraf	2*	20	Platja de Garraf
18	Gavina, La	1*	23	Sant Bartomeu, 12 - 22
19	Globos	1*	23	Avda. Mare de Déu de Montserrat, s/n.
20	La Niña	4*	47	Paseo de la Ribera 65-68

21	Lido	1*	13	Bonaire, 26
22	Madison Bahía	2*	25	Parellades, 31-33
23	Mediterraneo	4LL	84	Avenida Sofia, 3
24	Medium Sitges Park	3*	85	Jesús, 16
25	Melia Sitges (Melia Hoteles)	4*	307	Joan Salvat Papasseit, 38
26	Montserrat	2*	28	Espalter, 27
27	Parrots Sitges	3*	27	Joan Tarrida, 16
28	Piccadilly	3*	30	Espalter, 29
29	Pinta, La	3*	25	Passeig de la Ribera, 59
30	Platjador (Platja d'Or)	3*	59	Paseo de la Ribera, 35
31	Playa de Oro	1*	20	Sant Bartomeu, 11
32	Port Sitges Resort	4LL	48	Passeig del Port d'Aiguadolç, 1-20
33	Renaixença, La	1*	16	Illa de Cuba, 13
34	Romantic	2*	58	Sant Isidre, 33
35	San Juan	1*	32	Joan Tarrida, 16
36	San Sebastian Playa	4*	51	Port Alegre, 53
37	Santa Maria, La	3*	85	Pg. de la Ribera, 52
38	Subur	3*	95	Passeig de la Ribera, s/n
39	Subur Maritim	4*	46	Passeig Marítim, s/n
40	Sunway Playa Golf	4LL	129	Paseo Marítimo de Sitges, 92-94
41	Terramar	4*	209	Paseig Marítim, 80
42	Torre Los Arcos	4*	4	Avenida Vinyet-Avenida Sofia, 13/15

2. Campings

Encontramos dos Campings en la localidad de Sitges: Camping Sitges y Camping El Garrofer, ambos situados en la Crta. 246a.

3. Apartamentos de uso turístico (HUT)

En cuanto a los apartamentos de uso turístico, se consideran como un canal muy importante para conseguir clientes.

El contrato de arrendamiento en este tipo de viviendas suele tener una duración mínima de 5 días, por lo que los huéspedes pueden considerar la posibilidad de recorrer el municipio en moto al menos unos de los días y disfrutar de la experiencia añadida que supone.

Además, los clientes de este tipo de establecimientos suelen ser viajeros más autónomos y autosuficientes que la media, y pretenden recorrer sus destinos como los locales.

Por estas razones, una gran parte de nuestro público objetivo, estará alojada en este tipo de establecimientos.

Los propietarios de estos inmuebles suelen contratar empresas especializadas para la promoción, administración y gestión de sus propiedades. Por lo que estas empresas son un canal muy importante para ofrecer nuestros servicios. En el caso de Sitges, encontramos 10 empresas dedicadas a la gestión y promoción de los Apartamentos de Uso Turístico disponibles:

Apartaments Marenostrum

Tel: (+34) 678981625

www.apartamentsmarenostrum.com

Blausitges

Tel: (+34) 667418 365

www.blausitges.com

Dream Home Rent

Tel: (+34) 662 073 079

www.dreamhomerent.com

Grupo Visto

Tel: (+34) 680 45 97 36

www.hlclub.es

HelloApartments Sitges

Tel: (+34) 93 178 00 10

www.helloapartmentssitges.com

Hola Sitges

Tel: (+34) 93 894 13 33

www.sitges.bz

Home Sitges

Tel: (+34) 629 539 596

www.homesitges.es

InSitges Apartments

Tel: (+34) 607 248 011

www.sitgesgroup.com

Stay Sitges

Tel: (+34) 93 894 13 18

www.staysitges.com

4. Análisis interno de la empresa

El proyecto, por el momento es intangible y la empresa aún no se encuentra en funcionamiento. En este apartado, analizaremos las limitaciones con las que contamos para la puesta en marcha del proyecto. Estas limitaciones serán el punto de partida y las condiciones con las que la empresa pretende salir al mercado.

4.1. Análisis Económico y Financiero

Los recursos económicos con los que cuenta el proyecto son limitados ya que, por el momento, no se contempla la involucración de agentes externos. Como se ha analizado anteriormente, existen distintos tipos de ayudas por emprender en movilidad sostenible y por la compra de vehículos eléctricos, por lo que se deberán de aprovechar todas las oportunidades para reducir el coste de inversión del proyecto y adaptarse al capital disponible.

Los distintos conceptos que debemos contemplar a nivel económico para iniciar la actividad de la empresa son los siguientes:

- Coste de constitución de la empresa

Según presupuesto solicitado a la Gestoría Solfico de Vilanova i la Geltrú, los costes de constitución de una Sociedad Limitada son los que se reflejan en el siguiente cuadro:

Costes Constitución	
Gastos Notaría	450,00 €
Reserva denominación	50,00 €
Registro mercantil	300,00 €
Gestoría	200,00 €
Total Coste Constitución	1.000,00 €

A parte, debemos considerar que, para una empresa de reciente creación con un solo trabajador, el coste de mantenimiento por parte de la gestoría (contabilidad,

impuestos, seguros sociales y resolución de incidencias) asciende a 40'00 euros mensuales.

➤ Web y elementos de promoción

1) Página Web

La confección de la página web se va a subcontratar de forma local y se ha estimado un presupuesto aproximado de 300 € para su desarrollo. Este presupuesto incluye la página web en distintos idiomas, información de los servicios y la empresa, pasarela de pago, enlace directo a redes sociales y distintos elementos visuales de comunicación.

La exclusividad de los dominios y el servicio de hosting se van a contratar a través de la plataforma www.cdmon.com

Los dominios seleccionados son los siguientes: www.ridesmartsitges.com / www.ridesmartsitges.es / ridesmartsitges.store

2) Campañas de Adwords

Una parte del presupuesto comercial irá destinado a optimizar la posición de la empresa en internet para aumentar la notoriedad y la visualización con campañas de pago. Se destinarán 150€ anuales a estas acciones.

3) Expositores / Flyers

Los pequeños expositores o folletos son elementos de comunicación básicos que se van a situar en los hoteles y distintos puntos de alta afluencia turística. Para el primer año, se destinarán 250€ a estos elementos.

4) Otros

Por último, se prevén aproximadamente 400€ en gastos para pequeñas acciones comerciales a nivel local. Éstas no son concretas, sino que dependen de oportunidades que puedan surgir durante el propio desarrollo del negocio.

En el siguiente cuadro, podemos observar los costes de la totalidad del material comercial para la puesta en marcha y el primer año de actividad:

Material Comercial	
Compra dominio internet .com	11,65 €
Compra dominio internet .es	6,15 €
Compra dominio internet .store	3,50 €
Hosting web en Cdmon	60,00 €
Confección página web	300,00 €
Campañas adwords	150,00 €
Expositores y folletos	250,00 €
Otros	400,00 €
Total Material Comercial	1.181,30 €

➤ Compra de motocicletas

Para la puesta en marcha del negocio, teniendo en cuenta el mercado potencial y los posibles usuarios de nuestro servicio, el número de motocicletas que precisamos adquirir es de 5 unidades.

El coste unitario de cada una de estas motocicletas es de 2.899€, pero debemos considerar las ayudas económicas que se reflejan en el plan VEA 2018 (ayudas a vehículos de energías alternativas). Este plan establece una ayuda de 1.100€ por cada vehículo cuyo coste de adquisición esté por debajo de los 10.000€. Gracias a esta ayuda, el coste de compra de cada motocicleta se reduce hasta 1.799€, con lo que el coste total de las 5 motocicletas es de 8.995€.

Al ser un vehículo eléctrico se dispone también de exención del impuesto de matriculación (según el pacto nacional para la transición energética de Catalunya).

Por último, debemos considerar el coste del impuesto de circulación que, según el mismo pacto, ofrece un descuento de hasta el 75% de su coste. Este es un impuesto de tipo municipal y, por lo tanto, debemos de ver lo que ofrecen las ordenanzas municipales de Sitges. En este caso, el descuento que se ofrece a los vehículos híbridos y eléctricos es del 50%. Sobre un impuesto de 8'84€ anuales, la cuota a pagar para cada motocicleta en nuestro caso será de 4'42€.

En total, el gasto para la adquisición de motocicletas e impuestos del primer año será de 9.017'10€.

➤ Seguro de las motocicletas

El seguro que se contratará es el que ofrece coberturas de daños contra terceros, responsabilidad civil hasta 50.000.000€ y defensa jurídica.

En caso que el usuario quiera ampliar las coberturas, el coste será asumido por el mismo.

El coste de este seguro es de 77€ por cada motocicleta en la compañía Línea Directa, 80€ en la compañía Fénix Directo y 100€ euros en la compañía Allianz.

Seleccionamos la compañía Línea Directa con lo cual el coste total anual en este concepto será de 385€.

➤ Equipamiento

El equipamiento necesario para ofrecer a los usuarios son los cascos y una pinza para cada motocicleta.

En cuanto a cascos, deberemos comprar un mínimo de 10 unidades, de tallas variadas. El coste de cada casco es de 50€.

En cuanto a la pinza de bloqueo para evitar el robo, tiene un coste unitario de 15€ y necesitaremos 5 unidades.

El gasto total en este concepto es de 575€.

➤ Coste de personal

En este capítulo incluimos el salario del emprendedor y el coste de autónomos que deberá soportar. Al ser el emprendedor propietario de más del 50% de la empresa, deberá tributar bajo el régimen de autónomo.

El salario del emprendedor que se considera para los primeros dos años es de 16.800€ anuales repartidos en 14 pagas.

En cuanto al coste de autónomos nos podremos acoger a las ayudas que establecen que el coste de nuevos autónomos para el primer año es de 60€ mensuales, lo que totaliza 720€ de coste anual. Para los meses 12 a 18 hay una bonificación del 50% del coste y para los meses 18 a 24 la bonificación es del 30%. Estas bonificaciones se aplican sobre el coste mensual de autónomos que asciende a 278'88€. Con ello, el segundo año se incurrirá en un coste de 2.007'94€. En el tercer ejercicio se mantiene la bonificación del 30% al ser menor de 30 años. El coste para este ejercicio será de 2.342'60€.

El resumen se refleja en el siguiente cuadro:

Gastos iniciales y primer año actividad	
Constitución empresa	1.000,00 €
Gestoría	480,00 €
Gastos comerciales	1.181,30 €
Compra motocicletas	8.995,00 €
Impuesto circulación	22,10 €
Seguro	385,00 €
Equipamiento	575,00 €
Salario	16.800,00 €
Autónomos	720,00 €
Total Material Comercial	30.158,40 €

Los fondos propios con los que se iniciará el proyecto ascienden a 10.000€ y se recurrirá a financiación externa para cubrir el resto de necesidades.

4.2. Análisis de los recursos humanos

En cuanto a la estructura de personal de la empresa, se pretende que sea únicamente una persona quién conduzca la actividad en el día a día.

Por el momento, no se van a abrir nuevas líneas de negocio, y por lo tanto, una vez iniciado el proyecto, una sola persona será suficiente para el día a día. En un futuro, en caso de obtener una respuesta muy positiva en el mercado o de diversificar los servicios, se valoraría la incorporación de uno o más trabajadores a la empresa.

A continuación se incluye mi CV, la persona encargada de dirigir el proyecto:

ESTUDIOS

2019 Barcelona	Máster Oficial en Marketing e Investigación de Mercados (UB)
2016 Barcelona	Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) EAE Business School
2010	Bachillerato Social

TÍTULOS / IDIOMAS

Catalán	Lengua Materna
Castellano	Lengua Materna
Inglés	Nivel Alto (Cambridge First Certificate)
2011	Permiso de conducir B1

EXPERIENCIA LABORAL

2018	Prácticas de Marketing Assistant en Opportumeety (Barcelona)
2017-2018	Entrenador de tenis en <i>Club Esportiu Laietà</i> (Barcelona)
2016-2017	Administrativo <i>Naulover SA</i> (Barcelona)
2015-2016	Prácticas en departamento contabilidad <i>Naulover SA</i> (Barcelona)
2010-2015	Entrenador de tenis en <i>CT Sitges</i> (Sitges)

4.3. Análisis de las Operaciones y logística

La empresa no dispone de una App propia que permita reservar, pagar y encender las motocicletas. Para proceder a los alquileres, deberá establecerse un contacto directo con el cliente.

Al tener una flota reducida (5 motocicletas) y una estructura de recursos humanos de únicamente una persona, generalmente, será yo quien entregue la motocicleta al cliente con la llave, los cascos y realice todos los procesos que forman parte del alquiler.

Dicho esto, hay distintas maneras y canales para reservar, pagar y realizar los procesos de recogida y devolución de la motocicleta que se especificarán a continuación.

a) A través de la Página Web

La Página Web ofrece la posibilidad de reservar una motocicleta para unas fechas concretas y dispone de pasarela de pago para pagar los servicios contratados con tarjeta de crédito, PayPal o transferencia.

Para efectuar la reserva, el cliente deberá indicar:

- Fecha entrega y devolución
- Lugar de entrega y devolución
- Información personal necesaria (DNI o pasaporte y carnet de conducir).

El lugar de entrega y devolución sin coste añadido es la Estación de tren de Sitges. Aunque el cliente dispone de distintas opciones para realizar estos procesos de forma personalizada:

- 1- Entrega del vehículo en lugar personalizado y devolución del vehículo en la estación:
Se cobrará un importe añadido de 5€.
- 2- Entrega del vehículo en la estación y devolución del vehículo en lugar personalizado:
Se cobrará un importe añadido de 5€.
- 3- Entrega y devolución del vehículo en lugar personalizado, se cobrará un coste añadido de 10€.

En el momento de la entrega del vehículo, se bloqueará en la tarjeta de crédito del cliente en concepto de depósito la cantidad de 300€. En caso de no producirse incidencias excepcionales, este importe será liberado de forma íntegra en el momento de devolución.

El horario de recogida y devolución de las motocicletas en este tipo de reservas será de 9:30h a 21:30h de Lunes a Domingo.

b) Contactar con la empresa

El cliente podrá contactar directamente con la empresa a través de cualquiera de los canales disponibles (teléfono, correo o redes sociales) y reservar la motocicleta.

El lugar de entrega y devolución sin coste añadido es la Estación de tren de Sitges. Aunque el cliente dispone de distintas opciones para realizar estos procesos de forma personalizada:

- 1- Entrega del vehículo en lugar personalizado y devolución del vehículo en la estación:
Se cobrará un importe añadido de 5€.
- 2- Entrega del vehículo en la estación y devolución del vehículo en lugar personalizado:
Se cobrará un importe añadido de 5€.
- 3- Entrega y devolución del vehículo en lugar personalizado, se cobrará un coste añadido de 10€.

En el momento de entrega de vehículo, el cliente deberá mostrar su DNI o pasaporte y su permiso de conducción, y proceder al pago de los servicios contratados mediante tarjeta de crédito o efectivo. Además se bloqueará la cantidad de 300 € en concepto de depósito. En caso de no producirse incidencias excepcionales, este último importe será liberado de forma íntegra en el momento de devolución. Si el cliente lo prefiere, puede depositar en efectivo estos 300 euros que le serán devueltos al finalizar el alquiler si no se producen incidencias excepcionales.

En todos los casos, el horario de entrega y devolución de la motocicleta será desde las 9:30h hasta las 21:30h de Lunes a Domingo.

c) A través de intermediarios Premium

Los Intermediarios Premium son aquellos establecimientos, principalmente hoteles, con los que alcanzaremos acuerdos de colaboración. Estos actuarán como una fuente de captación de clientes a cambio de una comisión del 10% de los servicios prestados. Para obtener la calificación de Intermediario Premium, el establecimiento deberá ofrecer recepción 24 horas y encargarse de la gestión del alquiler en los siguientes procesos:

- Recibir el pago del alquiler por parte del cliente.
- Recibir los 300€ en concepto de depósito y proceder a su devolución en caso de no haberse producido incidencias excepcionales.
- Realizar los controles de documentación de DNI o pasaporte y permisos de conducción del cliente.

En estos casos, la entrega y la devolución de la motocicleta se efectuará en el propio establecimiento sin un coste añadido para el cliente.

Las ventajas que se ofrecen a través de este canal son:

- Posibilidad de entrega y devolución durante las 24h en la recepción del hotel/intermediario
- Posibilidad de pagar los servicios contratados directamente en el establecimiento

En cualquiera de los casos *a*, *b*, o *c*, el alquiler de la motocicleta incluye lo siguiente:

- ✓ La motocicleta al máximo de autonomía.
- ✓ Un mapa del municipio incluyendo nuestras recomendaciones (en el baúl de la motocicleta).
- ✓ Seguro de responsabilidad a terceros
- ✓ Entrega de hasta dos cascos.
- ✓ Explicación técnica de la motocicleta y los servicios: funcionamiento básico, modos de conducción, incorporación tecnológica (App), etc.

Para proceder al alquiler de la motocicleta se deben de cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ Edad mínima del conductor: 18 años.
- ✓ DNI o pasaporte vigente
- ✓ Permiso de conducción de ciclomotor o coche válido en España vigente.
- ✓ Depósito de 300€.

- Taller en caso de incidencias / Reparación de las motocicletas

El proveedor de servicio técnico autorizado que se va a utilizar en caso de cualquier incidencia con alguna de las motocicletas es **Novafranca Motor**. Está ubicado en Rambla Josep Antoni Vidal, 21, de Vilanova y la Geltrú a aproximadamente 7km de Sitges.

Este taller es el más cercano al municipio de Sitges autorizado oficialmente por la empresa NIU para reparar las incidencias que se produzcan en las motocicletas de esta marca. De esta forma, aseguramos el correcto funcionamiento de las motocicletas sin costes añadidos dentro del plazo de dos años de garantía que nos ofrecen.

4.4. Análisis de los recursos Tecnológicos

El modelo que vamos a ofrecer cuenta con una aplicación móvil (App) disponible para descargarse desde App Store o Google Play. A diferencia de las empresas de motosharing, esta aplicación no permite reservar, pagar ni encender las motocicletas ya que no es propia de nuestra empresa sino que ha sido desarrollada por NIU (nuestro proveedor) y la ofrece de forma gratuita a los propietarios de alguna de sus motocicletas.

Esta aplicación permite conectar la motocicleta con el Smartphone y ofrece unas ventajas y unos beneficios que suponen una experiencia muy novedosa para el cliente. Esta aplicación está incluida en el precio de alquiler por lo que el cliente la puede descargar, y se le dará acceso con un nombre de usuario y una contraseña por si quiere descargársela y aprovechar las ventajas que ofrece:

- Desde el Smartphone, se tendrá acceso en tiempo real al estado de la motocicleta. Se podrá realizar un chequeo integral del scooter desde la App para garantizar que esté en perfectas condiciones.
- La aplicación te va a indicar el estado de la batería y el nivel de autonomía restante en porcentaje y kilómetros aproximados. (Aunque también lo puedes ver en el panel de control de la motocicleta).
- La aplicación localiza la moto a tiempo real y ofrece un GPS integrado, lo que facilita la ruta en caso de no conocer la zona y protege la motocicleta de los robos (ya que se recibe una alerta en caso de que se produzca un movimiento no autorizado).
- En caso de cualquier incidencia, la red de servicio técnico de NIU es global y, a través de la aplicación, se tendrá acceso a los servicios técnicos autorizados que se encuentran más cerca. En ese caso, el cliente debería ponerse en contacto inmediatamente con la empresa.
- Además, la aplicación cuenta con pequeñas utilidades añadidas y se actualiza constantemente, por lo que ofrecerá más y mejores servicios en un futuro de forma prácticamente garantizada.

4.5. Análisis de los recursos comerciales y de marketing

Se realizará un plan para incrementar la red profesional de contactos y conseguir acuerdos de colaboración con potenciales Intermediarios Premium de nuestros servicios.

Con la estructura de operaciones y logística existentes, los establecimientos potenciales a convertirse en Intermediarios Premium son los hoteles y los campings que operan en el municipio. Por lo tanto, encontramos un total de 44 establecimientos potenciales a serlo. (42 hoteles y 2 campings).

En un principio la empresa no dispondrá de notoriedad suficiente para tener acceso a los hoteles de alta gama, por lo que se deberá de desarrollar una estrategia para introducir la empresa en el mercado de la forma más eficiente posible. Para ello, vamos a clasificar los hoteles en función de su categoría:

Categoría	Número de hoteles
1*	9
2*	7
3*	12
4*	10
4LL	3
5*	1

Se va a priorizar el siguiente orden para las visitas a la totalidad de hoteles y campings: campings, hoteles 3*, hoteles 1* y 2*, hoteles 4* y 4LL y hotel 5*. → Al principio, con poca notoriedad es difícil tener acceso a los hoteles de lujo.

Teniendo en cuenta la gran carga de trabajo durante los primeros pasos de la empresa, se pretende realizar un total de 3 reuniones a la semana con nuevos establecimientos potenciales a Intermediarios Premium. Siguiendo las prioridades en orden de visitas, las reuniones con los establecimientos se van a realizar de la siguiente manera:

1) La primera semana se va a visitar a los campings. El acceso a ellos se considera sencillo ya que se dispone de contactos en ambos, por lo que ello puede suponer la nominación de dos Intermediarios Premium en la primera semana de forma relativamente sencilla.

2) Las siguientes 3-4 semanas se van a destinar a reuniones con hoteles de 3 estrellas. Esta categoría se ve representada por 12 establecimientos.

2) Las siguientes 4-5 semanas se van a destinar a reuniones con hoteles de una y dos estrellas. Estas categorías representan un total de 16 establecimientos.

3) Las siguientes 4-5 semanas se destinarán a concretar reuniones y establecer los primeros contactos con hoteles de 4 estrellas o de la categoría 4LL. Estos últimos son establecimientos de 4 estrellas de categoría superior.

4) La siguiente semana se va a destinar a establecer reuniones con el último establecimiento potencial a convertirse en Intermediario Premium: el Hotel Dolce Sitges, el único hotel de 5 estrellas del municipio.

Si todas estas acciones se consiguen realizar dentro de los plazos previstos, habremos conseguido visitar a todos los establecimientos en un plazo máximo de 4 meses.

Además de esta búsqueda continua de nuevas colaboraciones, la política de la empresa define que se deberá visitar a los Intermediarios Premium como mínimo una vez cada tres semanas. El objetivo será establecer un contacto continuo, mantener una relación más cercana, mejorar el servicio al cliente e incentivar el éxito del proyecto.

5. Análisis de las amenazas y oportunidades. Matriz DAFO

	POSITIVOS	NEGATIVOS
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS	<p>Conocimiento del entorno</p> <p>Pocas averías en las motocicletas eléctricas</p> <p>Estructura de gastos reducida</p> <p>Contactos personales en el municipio</p> <p>App disponible para conectar la motocicleta y el Smartphone</p> <p>Distintos modos de conducción de la moto</p> <p>Batería desmontable que se adapta cualquier enchufe</p> <p>Flexibilidad en los servicios</p>	<p>Recursos económicos limitados</p> <p>Estructura de recursos humanos reducida</p> <p>Falta de notoriedad</p> <p>Todo el posicionamiento online por hacer</p> <p>No se dispone de tienda física</p> <p>No se ofrece la realización de Tours guiados</p> <p>Potencia de la motocicleta inferior a Rent Vespa Sitges</p>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNOS	<p>Aumento del uso de vehículos eléctricos</p> <p>Subvenciones y ayudas públicas existentes</p> <p>Amplia red de intermediarios</p> <p>Las distancias son adecuadas para usar una moto</p> <p>Turismo sostenido durante todo el año</p> <p>Buena red de Puntos de Recarga</p> <p>El clima es adecuado gran parte del año</p>	<p>Aparición nuevos competidores</p> <p>Expansión de las empresas de motosharing a nuevos entornos</p> <p>Aparición de crisis económica a nivel europeo</p> <p>Cambios en alfluencia turística del municipio</p>

6. Investigación Comercial

En cuanto a las fuentes primarias de recogida de información, se ha realizado la técnica cuantitativa de realización de encuestas, de forma que se ha conseguido información directa de 67 individuos pertenecientes al mercado potencial.

En un primer lugar, el universo objeto de estudio, son los turistas de Sitges de entre 18 y 65 años, sin discriminación de sexo o nacionalidad. Como se ha desarrollado en la fase de análisis, esto corresponde a un total anual de individuos de 211.500, lo cual nos da un promedio mensual de 17.625 turistas en esta franja de edad. Lógicamente el turismo muestra una estacionalidad, lo cual significa que este universo mensual varía entre un mínimo de 7.405 en enero y un máximo de 28.566 en agosto.

La encuesta se desarrolla de forma estructurada de acuerdo con un cuestionario previamente establecido y de forma muy estandarizada. La misma se facilita al final del documento en anexos.

A continuación, procedemos a detallar los resultados extraídos una vez realizadas las encuestas:

U.O.E – 17.625 personas

Muestra – 67 personas

Nivel de confianza (90%)

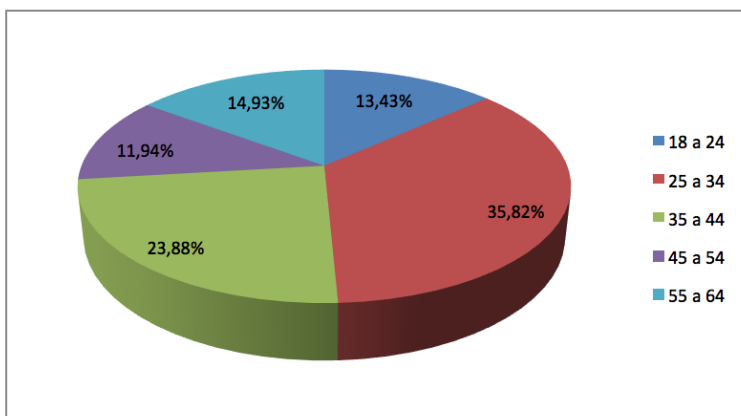
Margen de error (10%)

<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

En cuanto al perfil sociodemográfico de los encuestados (género, edad y procedencia), encontramos la siguiente distribución:

Género		
Hombre	41	61,19%
Mujer	26	38,81%
TOTAL	67	100,00%

Edad		
18 a 24	9	13,43%
25 a 34	24	35,82%
35 a 44	16	23,88%
45 a 54	8	11,94%
55 a 64	10	14,93%
TOTAL	67	100,00%

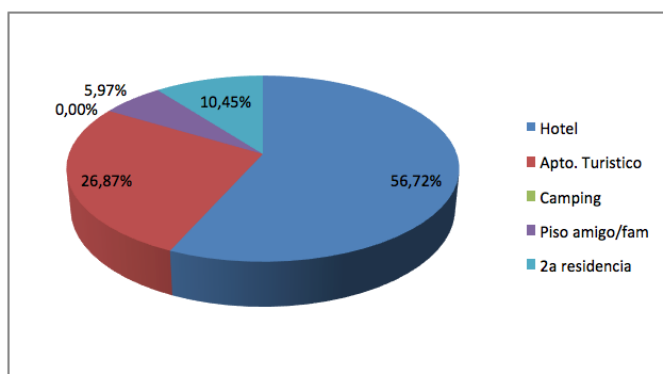


País		
España	23	34,33%
Reino Unido	7	10,45%
Francia	3	4,48%
Alemania	2	2,99%
Holanda	8	11,94%
Bélgica	1	1,49%
Italia	3	4,48%
Rusia	4	5,97%
Corea Sur	6	8,96%
Japón	2	2,99%
Argentina	6	8,96%
USA	2	2,99%
TOTAL	67	100,00%

El 64'67% de los encuestados (44 personas) visitaron Sitges por primera vez, mientras que el 34'44% restante (23 personas) ya habían visitado el municipio con anterioridad.

En lo que se refiere al hospedaje, más de la mitad de los encuestados se alojaron en un hotel. Destacamos un número importante de turistas alojados en apartamentos turísticos, 26'87%, muy por encima de lo que vienen siendo las medias en este sector.

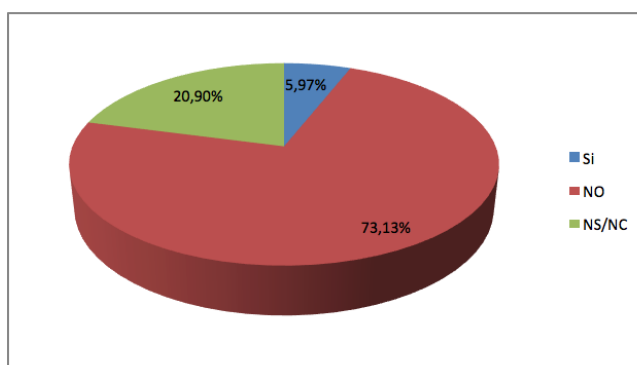
Hospedaje		
Hotel	38	56,72%
Apto. Turistico	18	26,87%
Camping	0	0,00%
Piso amigo/fam	4	5,97%
2a residencia	7	10,45%
TOTAL	67	100,00%



En cuanto al motivo de la visita a Sitges, el 65'67% de los encuestados aseguraron venir de vacaciones, y prácticamente el 18% por motivos laborales.

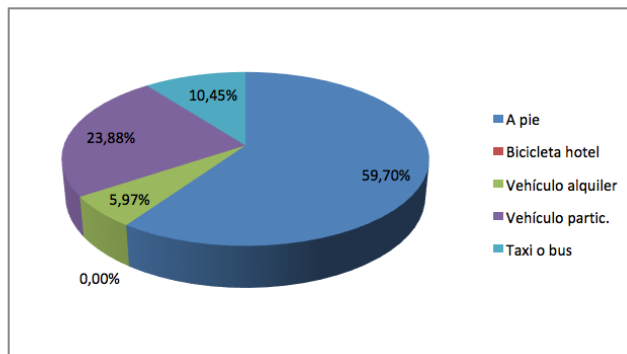
Entrando en las cuestiones acerca de la movilidad por el municipio, el 73'13% de los encuestados aseguraron que su hospedaje no disponía de vehículos en alquiler, y únicamente 4 de los entrevistados aseguraron que su hospedaje (Hotel Dolce Sitges), dispone de bicicletas gratuitas para sus huéspedes.

Hospedaje ofrece vehiculo		
Si	4	5,97%
NO	49	73,13%
NS/NC	14	20,90%
TOTAL	67	100,00%



La principal forma de desplazarse por el municipio es a pie, siendo el caso en prácticamente el 60% de los encuestados. Aproximadamente un 25% se desplaza en vehículo particular, sea propio, de amigo o de familiar. En cuanto a los vehículos de alquiler, únicamente un 5'97% de los encuestados lo utilizaba para desplazarse.

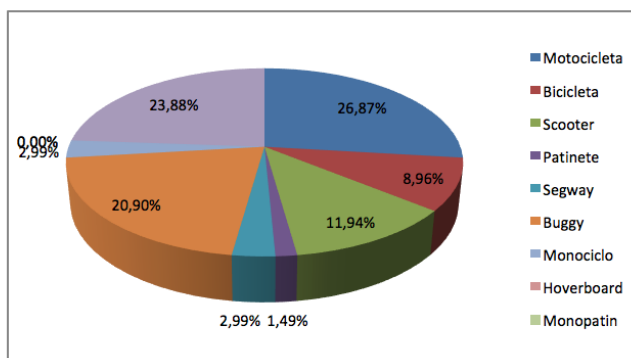
Como se desplaza		
A pie	40	59,70%
Bicicleta hotel	0	0,00%
Vehículo alquiler	4	5,97%
Vehículo partic.	16	23,88%
Taxi o bus	7	10,45%
TOTAL	67	100,00%



En cuanto al interés en disponer de un vehículo ligero para desplazarse por el pueblo, un 52'24% de los encuestados lo consideraron útil, mientras que el 47'76% consideraron que no lo necesitaban.

En cuanto al tipo de vehículo preferido por los encuestados, podemos encontrar la siguiente distribución en las respuestas:

Tipo vehículo preferido		
Motocicleta	18	26,87%
Bicicleta	6	8,96%
Scooter	8	11,94%
Patinete	1	1,49%
Segway	2	2,99%
Buggy	14	20,90%
Monociclo	2	2,99%
Hoverboard	0	0,00%
Monopatín	0	0,00%
Ninguno	16	23,88%
TOTAL	67	100,00%



Como podemos observar, Los vehículos preferidos por la gente son la motocicleta eléctrica (26,87%) y el buggy (20,90%), seguidos por el scooter eléctrico. El 23'88% de los encuestados no estaba interesado en conducir ninguno de los vehículos.

A continuación, a la gente que respondió que estaba interesado/a en conducir algún vehículo, se les hizo una serie de pares de afirmaciones en las que tenían que indicar con cuál de las frases se identificaban más:

1. Alquilaría un vehículo eléctrico para agilizar mis desplazamientos y perder el mínimo de tiempo. **(23'53%)**

2. Alquilaría un vehículo eléctrico para divertirme y tener una experiencia añadida mientras visito el pueblo. **(76'47%)**

1. Me gustaría recoger y devolver el vehículo en el alojamiento. **(41'18%)**

2. Me gustaría ver los distintos vehículos en directo y decidirme sobre cuál alquilar en la tienda. **(58'82%)**

1. En el caso de alquilar un vehículo, me gustaría que no tuviera motor para hacer deporte. **(17'65%)**

2. En el caso de alquilar un vehículo, me gustaría que fuese eléctrico para probar nuevas tecnologías y/o colaborar con el medioambiente. **(82'35%)**

1. Estaría dispuesto a pagar lo mismo por el alquiler de un vehículo eléctrico que por uno de combustión o sin motor. **(25'49%)**

2. Estaría dispuesto a pagar un poco más por alquilar un vehículo eléctrico. **(74'51%)**

1. Me gustan los diseños de motos tradicionales para motos eléctricas. **(17'65%)**

2. Me gustan las motos eléctricas con diseños modernos y novedosos. **(82'35%)**

En la última pregunta de la encuesta, se le mostraba al encuestado una página con 18 fotos de motocicletas eléctricas que cumplen los requisitos expuestos en el “Análisis de proveedores”, de las cuáles los encuestados debían escoger las 3 que más le gustasen en cuanto a diseño.

Esta pregunta la realicé a todos los encuestados, por tanto, tenemos un total de 183 respuestas. No se ha diferenciado entre si se ha mencionado la moto en primer, segundo o tercer lugar. Las motos mejor valoradas en cuanto al diseño son las siguientes:

1. NIU Serie N (24 votos, 13'11%)
2. Lifan E3 (21 votos, 11'48%)
3. Silence SO2 (17 votos, 9'29%)
4. Torrot Muvi (15 votos, 8'20%)
5. Elecsi Spring (15 votos, 8'20%)



7. Fijación de objetivos y estrategias

7.1. Objetivos cualitativos

A continuación, se definen los objetivos cualitativos de la empresa para los primeros 24 meses de actividad:

- Posicionarnos como la empresa más importante del sector a nivel local, siendo reconocidos como una empresa de responsabilidad social y de alta calidad en cuanto al servicio prestado.
- Potenciar el conocimiento de las incorporaciones tecnológicas que ofrece la motocicleta: modos de conducción y App disponible. Estas deben de ser ventajas comparativas valoradas por el cliente y factores clave en la decisión de compra.
- Superar a la competencia en cuanto a la visibilidad en los buscadores, desarrollar un conjunto de estrategias que nos lo permitan a través de SEO, campañas de pago y redes sociales.
- Obtener un mínimo de 50 valoraciones en TripAdvisor durante el primer año y conseguir una valoración media de 5 estrellas.

7.2. Objetivos cuantitativos

Los objetivos cuantitativos que nos planteamos para los primeros pasos de la empresa son los siguientes:

- En cuanto a la red de Intermediarios Premium, se pretende conseguir un total de 10 acuerdos de colaboración durante el primer año, pagando una comisión máxima del 10% sin aumentar el precio de los servicios. De esta forma,

obtendremos menos margen por cada alquiler pero aumentaremos nuestra red logística con muchas fuentes de captación de clientes optimizadas.

- Cobertura de gastos y recuperación de la inversión: El principal objetivo económico será recuperar la inversión inicial durante el segundo año de actividad sin realizar aportaciones económicas añadidas. El hecho de conseguirlo, será un indicador de estabilidad y éxito en la puesta en marcha.

- En cuanto al número de horas total de alquileres de la motocicleta, el objetivo en el primer año será de 550 horas. El segundo año el objetivo en cuanto al total de horas de alquileres ascenderá a 750 horas.

- Durante los meses de máxima afluencia, Julio y Agosto, se pretende convertir en clientes al 3% del mercado potencial. Esto será un indicador clave para la capacidad del servicio durante los meses de verano.

- Se pretende superar a Rent Vespa Sitges en cuanto a número de alquileres durante los meses de máxima afluencia de turistas en el municipio (Julio y Agosto). Esto será un indicador del éxito en cuanto a la red de contactos establecida y el posicionamiento online de la empresa.

8. Estrategias de Marketing

8.1. Concepto de segmentación y posicionamiento

El servicio que ofrecemos va dirigido a turistas que visitan y se hospedan en la ciudad de Sitges ya sea por motivos personales o profesionales, y que tienen entre 18 y 65 años.

Como hemos estudiado en apartados anteriores a este punto, el número total de turistas al año que podrían ser parte del mercado potencial es de 211.500 personas.

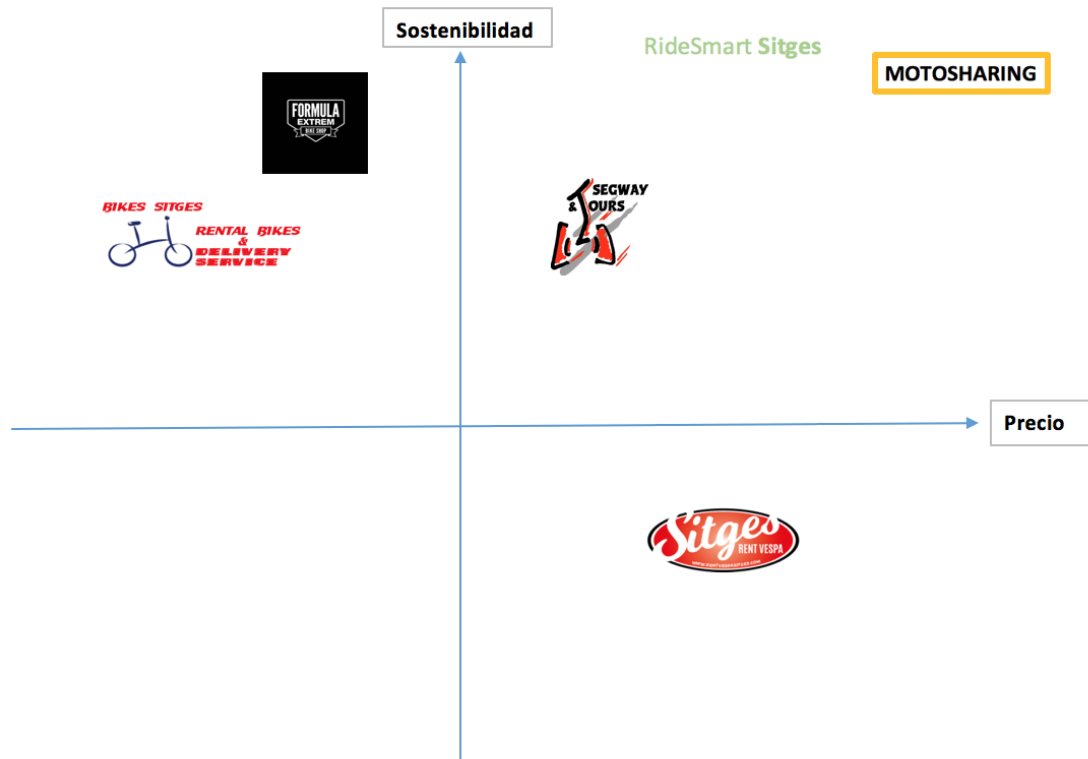
Evidentemente, no todos estarán interesados en el servicio, por lo que para estimar el porcentaje de turistas que están realmente interesados se van a utilizar los resultados del estudio de campo, las encuestas.

En ellas, se nos ha indicado que el 52,24% de los turistas consideran útil la utilización de un vehículo ligero para realizar sus desplazamientos por el municipio, y de ellos, un 26,87% escoge la motocicleta eléctrica como vehículo preferido. Ello supone que un 14% del total de turistas podrían decidir alquilar una motocicleta eléctrica en caso de ofrecerles el servicio.

La totalidad de este mercado potencial está hospedado en hoteles, campings o apartamentos turísticos y planifica el viaje con el uso de internet y las redes sociales. Por lo que se trata de los principales canales de comunicación para contactar al perfil de cliente potencialmente más interesado.

En cuanto al posicionamiento de la compañía respecto a los competidores, se ha decidido en función de dos aspectos fundamentales dado el entorno de la empresa y el contexto social actual: El precio de los servicios y el grado de sostenibilidad que presenta la actividad de la empresa.

A continuación, podemos observar de forma visual el mapa de posicionamiento de la empresa frente a la competencia:



Cómo hemos estudiado con anterioridad y, cómo podemos observar, encontramos diversidad de servicios que presentan ventajas comparativas distintas.

En nuestro caso, **RideSmart Sitges** se pretende situar como el máximo referente en movilidad sostenible del municipio, realizando absolutamente todas las acciones de la forma más respetuosa posible con el medio ambiente.

Las empresas de bicicletas presentan un nivel de sostenibilidad similar a un precio mucho más reducido, pero por la naturaleza de nuestro proyecto, no deberemos de competir en precio con estas empresas por lo que este indicador no presenta una amenaza para la compañía.

En cuanto al nivel de precios, la empresa se situará en un nivel similar al de Rent Vespa Sitges, nuestro principal competidor, ofreciendo una diferenciación clara en los niveles de sostenibilidad e incorporación tecnológica en los servicios.

8.2. Estrategias competitivas de Porter

Porter definió tres tipos de ventajas competitivas a las que puede aspirar una empresa:

1- Liderazgo en Costes: Se produce cuando una empresa tiene costes inferiores a los de sus competidores para un producto o servicio comparable en calidad.

2- Diferenciación de producto: Se produce cuando una empresa tiene una ventaja competitiva en diferenciación de producto, ofreciendo ciertos atributos o características que hacen que sea percibido como único por los clientes.

3- Segmentación de mercado: Aunque no es considerada una ventaja competitiva, es mencionada ya que utiliza una de las otras dos ventajas competitivas pero en un ámbito más reducido del mercado.

En nuestro caso, la estrategia de liderazgo en costes no es recomendable ya que es un producto novedoso y hay distintas maneras de conseguir la diferenciación de productos.

Al no ser una empresa de fabricación, no se pueden disminuir los costes unitarios de los productos, ni se dispone de experiencia para disminuir en términos unitarios el coste real del valor añadido total de la empresa.

El mercado, aún estando en fase de expansión, ya presenta complejidad y variedad en las características y de los productos, y cada uno de ellos otorga una funcionalidad especial y distinta a los clientes.

La empresa pretende tener éxito con una estrategia de diferenciación. Las variables sobre las que se va a construir la ventaja en diferenciación se relacionan con las características técnicas del producto, con las características del mercado y las características del servicio de la propia empresa.

En primer lugar, no hay empresas que se dediquen al alquiler de motocicletas eléctricas en Sitges, por lo que el propio producto ya será una diferenciación respecto a las empresas locales analizadas. Además, para adaptarnos a las características de mercado, vamos a decidir en función de las necesidades y los gustos de los consumidores recogidos en la encuesta en cuanto al estilo de la motocicleta. En cuanto a las características de la empresa, la responsabilidad social y la calidad del servicio deben ser los valores y el estilo de la empresa.

Por tanto, dicho todo esto, la estrategia a tomar por la empresa será la de **diferenciación**.

En cuanto al segmento, al ser una pequeña empresa deberá enfocar sus esfuerzos a un segmento concreto. Éste, se deberá limitar a los turistas de Sitges con la edad y licencia para conducir ciclomotores.

8.3. Matriz de las 5 fuerzas de Porter

- El poder de negociación de los clientes o consumidores

Diferenciamos dos tipos de clientes: los establecimientos potenciales a Intermediarios Premium y el individuo particular. El poder de negociación respecto a los precios es más bien reducido en ambos casos.

Para los Intermediarios Premium, se ofrece una relación de Win-Win en la que pueden ofrecer más a sus clientes sin tener costes añadidos, además de obtener un beneficio económico de ello.

En cuanto al individuo particular, dependeremos más bien del precio comparativo de la competencia existente que del propio poder de negociación del cliente.

- El poder de la negociación de los proveedores

El principal proveedor en este negocio es el suministrador de las motocicletas. NIU nos ofrece un modelo de motocicleta única en el mercado que presenta unas incorporaciones tecnológicas muy novedosas.

La motocicleta escogida nos ofrece distintas ventajas competitivas para posicionarnos frente a la competencia y son importantes para aumentar la cuota de mercado. En consecuencia, dependeremos en gran medida de disponer específicamente del modelo de motocicleta que nos ofrece este proveedor por lo que, podría tener un poder en la negociación elevado.

A su vez, la actividad de RideSmart Sitges resulta muy positiva para NIU y la exposición de sus modelos en Sitges presentan una buena oportunidad para ellos. Por lo que se supone que la relación con la empresa NIU será fluida y las negociaciones sencillas y beneficiosas para ambas partes.

- La posibilidad de amenaza ante nuevos competidores

La expansión de las empresas dedicadas a la movilidad sostenible está experimentando un notable auge en los últimos años, debido al aumento de la demanda y a las relativamente bajas barreras de entrada existentes. En el contexto en el que se situará la empresa, no existen prácticamente barreras de entrada, por lo que se trata de una amenaza real.

Será muy importante ofrecer ventajas competitivas que faciliten la diferenciación con los productos ofertados por la competencia y aumentar la notoriedad.

- Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que satisfacen la misma necesidad del cliente. En nuestro mercado, encontramos los productos sustitutos en las empresas que hemos analizado anteriormente.

El otro gran producto sustitutivo reside en cualquier medio de transporte público o alternativo que permita el desplazamiento de los usuarios por el municipio. Una vez más, las ventajas comparativas que ofreceremos en este proyecto deberá limitar la amenaza de productos sustitutos existentes.

- Rivalidad entre los competidores

Como hemos visto anteriormente, las empresas que conforman la competencia local de RideSmart ofrecen cierta diferenciación en sus servicios y productos por lo que los clientes de cada una de ellas presentan ciertas diferencias.

La excepción es la empresa Rent Vespa Sitges, que ofrece un servicio similar al nuestro y el público objetivo es muy parecido. En este caso, la rivalidad que tendremos con esta empresa será significativamente más elevada que la que tendremos con el resto de empresas.

9. Políticas del Marketing Mix

9.1. Política de producto

Como hemos comentado anteriormente, la motocicleta escogida para el proyecto es el modelo **Serie N** de la marca **NIU**.

La batería de ion de litio que utiliza la moto incluye 29Ah de almacenaje, ofreciendo una autonomía de 70 km. Pesa 10 kg y tiene una garantía de 2 años.



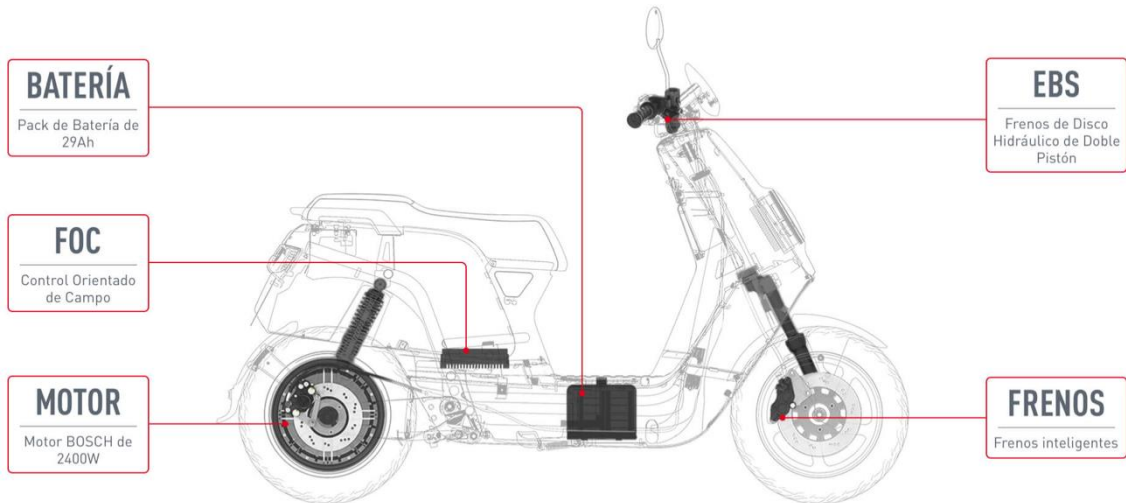
Si tomamos como base una velocidad constante de 20 km/h, el coste eléctrico de la batería asciende a 0,30€ por cada 70 km.

El rendimiento de la batería en su conjunto está bien protegido, creando un sistema de blindaje que protege su integridad.

El motor gestiona la energía automáticamente controlando el equilibrio entre el rendimiento y el consumo. El sistema FOC es el cerebro que controla el motor a tiempo real y es clave para equilibrar la autonomía y la velocidad.

El Sistema de Freno Electrónico (EBS) hace que los desplazamientos sean más seguros y recicla la energía en ciertos períodos del frenado, devolviéndola al sistema. Este proceso ofrece aproximadamente unos 4 km de autonomía más.

El motor ofrece una potencia máxima de 2400 W que permiten alcanzar fácilmente la velocidad de 45 km/h.



La suspensión y los amortiguadores permiten una conducción suave. Los neumáticos son de alto rendimiento y permiten la conducción en momentos de lluvias fuertes.

Además, ofrece grandes ventajas comparativas en cuanto a incorporación tecnológica respecto a los productos de los competidores:

- ✓ La motocicleta tiene un Puerto de Carga USB para poder cargar el móvil mientras se conduce el vehículo.
- ✓ La motocicleta ofrece 3 modos de conducción distintos que se pueden seleccionar para personalizar las prestaciones de la misma en función de las necesidades del conductor:

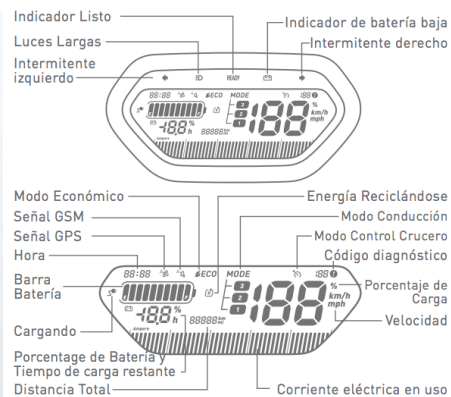
Modo 1: Ahorra energía y aumenta la autonomía

Modo 2: Equilibrio entre velocidad y autonomía

Modo 3: Para conductores que premian la velocidad

- ✓ Se ofrece una App para conectar la motocicleta con el Smartphone y disfrutar de funciones tan útiles como comprobar el estado de la batería o geolocalización.


Todas las luces de la motocicleta son LED, proporcionando un amplio abanico lumínico para una mejor visión y seguridad por la noche. Bajo el asiento, encontramos 18'9 litros de capacidad de almacenamiento, lo que permite guardar el casco, la documentación de la motocicleta y algún objeto personal. El panel de control de la motocicleta es eléctrico y nos ofrece una gran cantidad de información para facilitar la conducción.

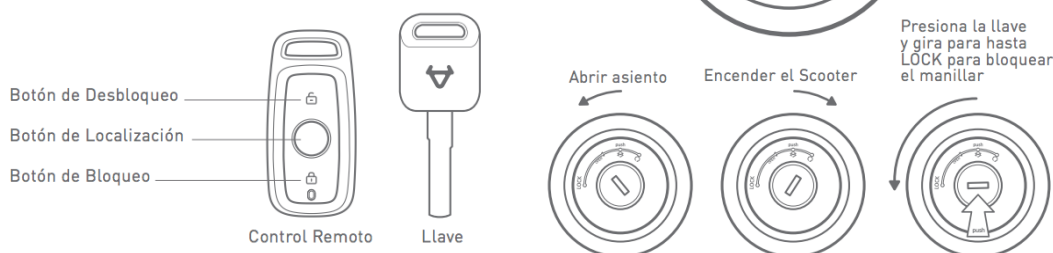


Guía de Operaciones

Para utilizar la motocicleta se dispone de dos utensilios: un Control Remoto y una llave convencional.

△ Arrancar el Scooter

- ① Presione el botón de desbloqueo en el control remoto. Después de que los intermitentes parpadeen 2 veces, el scooter estará desbloqueado.
- ② Tras desbloquear el scooter, inserte la llave en la cerradura y gírela en sentido a las agujas del reloj hasta la posición .
- ③ Después del diagnóstico del sistema, mantenga la maneta del freno apretada y presione el botón de encendido 2 segundos.
- ④ El indicador **READY** se iluminará. Suelte el freno y el scooter ya estará listo para iniciar el viaje.



A través del Control Remoto se puede proceder a bloquear la moto cuando esta está apagada. Con la llave, podemos encender y apagar la motocicleta, así como abrir el asiento para acceder al baúl y bloquear el manillar cuando se estaciona la moto.

9.2. Política de precios

Como hemos observado, el mercado en cuanto al alquiler de vehículos ligeros en Sitges presenta productos muy diferenciados, y por tanto, distintas alternativas en cuanto a precio. Los vehículos más sencillos, evidentemente, presentan un nivel de precios mucho más reducidos en comparación con los vehículos de categoría superior.

El sistema de tarificación y la política de precios que establezca la empresa nos debe permitir ser competitivos en cuanto a precio y obtener una rentabilidad suficiente que permita el desarrollo de las actividades programadas.

A continuación, se resumen en forma de cuadros los precios de las distintas alternativas que ofrece el mercado, tanto de las empresas de motosharing que operan en la ciudad de Barcelona, como de los distintos competidores a nivel local:

Empresa	Precio por minuto	Precio por hora	Precio por 4 horas	Precio por 8 horas	Precio por 24 horas
eCooltra	0,24 €	14,40 €	57,60 €	115,20 €	345,60 €
ioscoot	0,20 €	12,00 €	48,00 €	96,00 €	288,00 €
Moving	0,21 €	12,60 €	50,40 €	100,80 €	302,40 €
Yego	0,22 €	13,20 €	52,80 €	105,60 €	316,80 €

El precio que ofrecen estas empresas a sus clientes es el que se refleja en la primera columna, es decir, el precio por minuto. Son empresas que operan en las grandes ciudades y su tipología de alquiler es de duraciones cortas para trayectos puntuales. Por ello, su sistema de tarificación es únicamente por minutos.

Este modelo de tarificación solo es posible en grandes ciudades, ya que es dónde encuentran suficientes personas para rentabilizar su modelo de negocio. En nuestro caso, este sistema de tarificación no es rentable y el tiempo mínimo de alquiler será de 4 horas. De todos modos, son referentes en el alquiler de motocicletas eléctricas y deberemos de estar al corriente de sus estrategias, incluidas la de los precios.

En cuanto a los precios de alquiler de vehículos ligeros que se ofrecen en el municipio de Sitges, los resumimos en los siguientes cuadros:

Empresa	Vehículo	Precio por 4 horas	Precio por día (*)	Precio por 1 semana	Precio por día extra
Segway & Tours	Bicicleta 1	10,00 €	12,00 €	60,00 €	10,00 €
	Bicicleta 2	12,00 €	15,00 €	70,00 €	12,00 €
	Bicicleta 3	n/d	20,00 €	100,00 €	20,00 €
Bikes Sitges	City Bike 1	10,00 €	12,00 €	60,00 €	n/d
	City Bike 2	12,00 €	15,00 €	75,00 €	n/d
	Race Bike	20,00 €	25,00 €	125,00 €	n/d
	Carbon Race Bike	30,00 €	35,00 €	175,00 €	n/d
	Kids Bike	8,00 €	10,00 €	50,00 €	n/d
	MTB	15,00 €	20,00 €	100,00 €	n/d

Fórmula Extrem	Bicicleta Urbana	10,00 €	16,00 €	50,00 €	10,00 €
	Specialized MTB	n/d	40,00 €	130,00 €	n/d
	Specialized Road	n/d	40,00 €	130,00 €	n/d
Sitges Rent Vespa	50cc	n/d	48,99 €	315,00 €	45,00 €
	125cc	n/d	64,99 €	420,00 €	60,00 €

(*) El alquiler diario de las bicicletas de Segway & Tours suponen 8 horas (de las 10h hasta las 20h). Las de Bike Sitges se alquilan por períodos de 12h y las de Fórmula Extrem por 24h.

Empresa	Vehículo	Precio por día	Precio por semana
Segway & Tours	Patinete Eléctrico	42,00 €	n/d
	Scooter Movilidad 1	25,00 €	90,00 €
	Scooter Movilidad 2	30,00 €	110,00 €

Como se puede observar, los precios son muy distintos en función de la tipología del vehículo seleccionado. Al no existir ninguna empresa de alquiler de motocicletas eléctricas a nivel local, no podemos realizar una comparativa de precios en ese sentido.

En el caso de las bicicletas, podemos encontrar una amplia oferta por unos 20€ al día. Estos vehículos son más sencillos y disponen de ciertas limitaciones en comparación con una motocicleta eléctrica (la capacidad de carga, el esfuerzo físico, la duración de los trayectos, etc.). Por lo tanto, la tarificación de precios de RideSmart será más elevado que en el caso de este tipo de empresas.

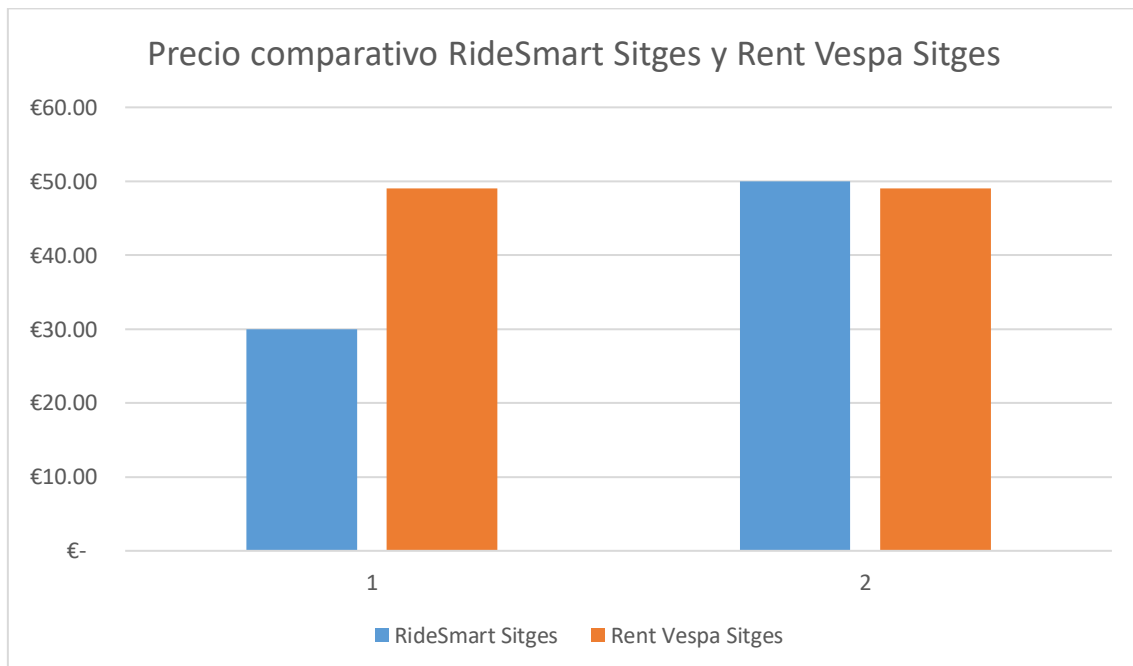
Por otro lado, la empresa Rent Vespa Sitges, ofrece un producto con unas características funcionales similares al nuestro, pudiendo resolver las mismas necesidades. Por lo tanto, la política de precios de RideSmart se deberá situar en unos niveles que permitan competir con la política de precios establecida por Rent Vespa Sitges.

Los opciones que ofrecemos en cuanto a duración del alquiler y política de precios son las siguientes:

- 1) Alquiler de un máximo de 4 horas → 29,99€
- 2) Alquiler de 24 horas → 49,99€

A partir del tercer día, el cliente obtiene un 10% de descuento en la totalidad de su factura. El tiempo máximo de alquiler de una motocicleta son 10 días.

A continuación, podemos observar en forma de gráfico de barras cómo nos situamos a nivel de precios respecto a la empresa mencionada:



Rent Vespa Sitges ofrece una duración mínima del alquiler de 24 horas, por lo que el precio de alquiler de uno de sus vehículos durante 4 horas sale al mismo precio que el alquiler del mismo durante 24 horas: 48,99€. En ese sentido, nosotros ofrecemos alquileres de hasta 4 horas a un precio de 29,99€; en este sentido presentamos un nivel de precios muy competitivo. (Comparativa 1)

En cuanto a los alquileres de 24 horas, hemos situado el precio en 49,99€; 1€ por encima del de la competencia. El euro de diferencia es simbólico, y representa la gran cantidad de ventajas comparativas que ofrecemos respecto a dicha empresa. (Entrega personalizada más barata, incorporación tecnológica, responsabilidad medioambiental, Intermediarios Premium, etc.) (Comparativa 2)

La estrategia de precios, por lo tanto, será en general muy competitiva en el entorno en el que se moverá la empresa.

9.3. Política de distribución

En este apartado vamos a definir las estrategias concretas para hacer llegar el producto al cliente final y conseguir el mayor número de ventas.

Como se ha comentado, existen dos formas de ofrecerle nuestros servicios al cliente final: A través de la propia empresa (estrategia B2C) o a través de intermediarios Premium (estrategia B2B)

➤ Estrategia B2B

Se refiere a los clientes que se consigan a través de canales de comunicación propios: la Página Web, el teléfono, el correo y las redes sociales. En este caso estaremos interactuando directamente con el cliente final, sin la interposición de intermediarios.

La moto será llevada al punto de entrega expresamente para el cliente y se realizarán los trámites correspondientes dependiendo del canal de reserva y la tipología de pago.

Con las estrategia B2B, no se pagan comisiones y la totalidad del precio va directamente a la empresa. Como se ha comentado, el cliente deberá ir a buscar la motocicleta a la Estación de Tren de Sitges o deberá pagar un total de 10€ por recoger y devolver la motocicleta en otro lugar del municipio.

Con esta estrategia, ofrecemos el servicio de entrega y devolución en el mismo lugar que la empresa Rent Vespa Sitges.

En cuanto a los servicios de entrega y devolución a medida, presentamos una ventaja comparativa respecto a la misma empresa, ya que lo ofrecemos a mitad de precio. El hecho de operar con motocicletas eléctricas, nos permite realizar los desplazamientos de los vehículos prácticamente a coste cero.

➤ Intermediarios Premium (B2B)

La estrategia B2B es la que se realizará con los hoteles y campings del municipio. Todos estos establecimientos son potenciales Intermediarios Premium de nuestro servicio si se consiguen realizar los acuerdos correspondientes. (Explicados en el análisis interno de la compañía).

En este caso, será el establecimiento colaborador el que se ponga en contacto con la empresa para disponer de la/s motocicleta/s, y no el cliente final.

La moto será llevada al establecimiento unos minutos antes de la entrega y será el propio establecimiento el que se encargará de todo el proceso de alquiler. Una vez finalizada la duración del mismo, iremos a recoger la motocicleta de nuevo.

En este tipo de alquileres el margen de beneficio será menor que en el canal B2C, pero resulta de gran interés ya que se va a incentivar el alquiler de las motocicletas en puntos clave del municipio.

9.4. Política de comunicación

Los recursos con los que contamos y el nicho demográfico en el que se situará el proyecto, hacen que el uso de los medios convencionales o masivos para comunicar la marca no sean, evidentemente, los adecuados. Si bien podemos encontrar la

excepción en el Internet, que es una herramienta que presenta infinitas ventajas para las empresas.

El modelo de comunicación de las empresas se ha de adaptar a un nuevo consumidor que ha pasado a ser de un mero receptor de información a participar activamente en los contenidos creándolos, consumiéndolos o distribuyéndolos. La publicidad online, por tanto, será un pilar esencial en la comunicación de la empresa, de forma que nos adaptaremos al nuevo entorno del mercado y vamos a aprovechar la cobertura, la flexibilidad, los bajos costes, la segmentación, la interactividad y las herramientas para el análisis que nos ofrece.

Toda la comunicación acerca de RideSmart Sitges debe ser honesta y transparente, estar basada en información veraz y estar en consonancia con nuestros valores corporativos y estrategia empresarial.

En general, diferenciamos dos tipos de comunicación en la política de la empresa:

1 – Comunicación Online (Página Web, Redes Sociales, Correo y Posicionamiento en buscadores)

2 – Comunicación Offline (Expositores y Folletos)

1 – Comunicación Online

- Página Web

El desarrollo de una Página Web propia, como ya se ha comentado en varias ocasiones, es absolutamente esencial para el correcto desarrollo de la actividad de la empresa. A través de esta, el cliente tiene acceso a todas las informaciones acerca de la empresa en cualquier momento y en cualquier lugar a un coste cero. Y sirve para atraer a clientes de forma orgánica, desarrollar el branding, incrementar la notoriedad y fidelizar.

En nuestro caso, la Página Web resulta un canal principal para la venta de nuestros servicios, por tanto, todos los detalles que se encuentren en la misma son importantes para generar el interés suficiente en el cliente cómo para que formalice la reserva.

- Posicionamiento en internet

El posicionamiento en internet, depende en gran parte, del contenido de la Página Web pero incorpora otros factores que nos van a permitir aumentar la presencia online y mejorar el posicionamiento de la Página Web en los buscadores. Una buena estrategia de SEO, nos va a permitir ser percibidos en internet como un servicio de calidad.

Como hemos visto en estudios del macroentorno, los buscadores más usados para planificar un viaje a Sitges son Google, TripAdvisor y Booking. Por lo que, se va a destinar una parte del presupuesto a campañas SEM para obtener una alta visualización en estas plataformas durante los meses que presentan un escenario más favorable para la empresa.

- Redes Sociales

Las redes sociales van a ser otra herramienta esencial para la empresa y nos van a ofrecer múltiples ventajas cómo:

- Mejorar el posicionamiento online de la empresa. Aumentando la notoriedad y confiabilidad de la misma.
- Ofrecer un servicio de atención al cliente.
- Comunicar nuevas promociones, ofertas especiales, etc.
- Gestionar la reputación online.
- Realizar campañas interactivas.
- Aumentar las ventas.

Las redes sociales que presentan un mayor alcance y que van a ser usadas por la empresa son: Facebook, Instagram y LinkedIn. A continuación, vamos a desarrollar los objetivos y las estrategias en cada una de ellas.

Facebook



Es la red social más importante, y que cuenta con más usuarios. Es la red social en la que encontraremos a nuestros posibles clientes, por tanto, debemos de centrar el esfuerzo creativo en esta red para aumentar la notoriedad y facilitar la comunicación directa con los posibles clientes.

Esta red social será también un puente hacia la Página Web, por lo tanto, además de contenido de comunicación creativa, debemos mostrar el máximo de información acerca de la empresa y la red social debe de servir como una referencia en la atención al cliente.

Las acciones a implementar para la puesta en marcha son las siguientes:

- Registrar perfil de empresa.
- Rellenar todas las opciones del apartado “Información” que nos ofrece el perfil de empresa.
- Invitar a amigos y enviar mensajes para que les guste la página. Conseguir los primeros seguidores para obtener un mínimo nivel de confiabilidad y notoriedad.

Una vez la empresa esté en marcha, Facebook también se utilizará para la creación de concursos virales o promociones con objetivos concretos para mejorar el posicionamiento en esta red social.

Instagram



Esta red social es un escaparate en el cuál pondremos publicaciones con la cara más amable de nuestros productos y servicios. Al igual que Facebook, también servirá como puente hacia la Página Web.

Para una puesta en marcha de la actividad de la empresa, deberemos de abrir un perfil de empresa en Instagram y vincularlo con el perfil de empresa de Facebook.

Servirá para mostrar imágenes de calidad, sin filtros excesivos, de la empresa y su entorno. Se podrá etiquetar a socios estratégicos en publicaciones y compartir momentos emocionantes de la empresa. El hashtag para posicionar las publicaciones también será importante a considerar.

Tanto en Facebook cómo en Instagram se debe publicar como mínimo una vez por semana, seguir de cerca a los competidores y conectar asiduamente con nuevos perfiles para ir incrementando la notoriedad.

LinkedIn



LinkedIn será muy importante a la hora de crear una red profesional de socios estratégicos como hoteles, establecimientos turísticos, eventos anuales, etc.

A través de esta red social, se realizará mailing directo con nuestra red de contactos, intentándoles generar interés y manteniéndoles informados de todas las novedades corporativas o avances de la empresa, de éste modo, nuestros contactos profesionales

están actualizados acerca del rumbo que va tomando el proyecto. Además, sirve como puente hacia nuevos contactos profesionales y genera continuas oportunidades de colaboraciones.

Por lo tanto, esta red social va a servir para ampliar nuestra red profesional de contactos y aumentar la capacidad comercial de nuestra empresa. Además, servirá como fuente para conseguir puntos estratégicos en los que realizar acciones de comunicación offline.

- TripAdvisor



Como se ha comentado, es de las plataformas más usadas para la planificación de los viajes a Sitges por parte de nuestros clientes potenciales. Se trata del sitio web de viajes más grande del mundo. Por ello consideramos imprescindible que nuestra empresa cuente desde un inicio con un perfil propio dentro de este portal.

El perfil que pretendemos utilizar es el básico, que no conlleva costes adicionales. Aunque TripAdvisor ofrece un perfil Plus para obtener mejor visibilidad y posicionamiento dentro de este portal que puede ser interesante en un futuro.

Esta plataforma la vamos a usar como soporte para obtener el feedback de las necesidades y consideraciones de los usuarios de nuestro servicio. Para generar una buena impresión en este portal, es muy importante tener el máximo de valoraciones positivas y comentarios positivos de nuestros servicios y nuestra empresa.

Se debe conseguir que los clientes compartan sus opiniones de nuestros servicios en esta plataforma y generar buenas recomendaciones.

2 – Comunicación Offline

En lo que se refiere a los recursos comerciales y de marketing del canal offline, utilizaremos expositores y folletos (flyers). Estos se situarán estratégicamente en establecimientos de alta afluencia de turistas del municipio (hoteles, campings, clubes de deporte, restaurante, tiendas, etc.).

En los establecimientos en los que se nos permita, se prefiere comunicar nuestra marca a través de un expositor, ya que permite una alta visibilidad para los clientes y es un sistema bastante ecológico de comunicar. El expositor deberá tener un diseño atractivo y llamativo en el que se resuman de forma muy visual y esquemática los puntos fuertes de nuestros servicios y se indiquen las distintas tarifas, además de el teléfono, correo y las redes sociales. De esta forma, el cliente va obtener toda la información necesaria para proceder a la reserva.

Los folletos, a diferencia de los expositores, son poco ecológicos ya que la gente se los lleva, asume la información y los tira al cabo de poco tiempo. Por otro lado, son la principal forma de publicitar servicios como el que proponemos y, por tanto, se considera una estrategia de comunicación básica para tener visibilidad en distintos canales importantes. Los folletos serán de papel reciclado y se establecerá una política para minimizar su uso en la medida de lo posible.

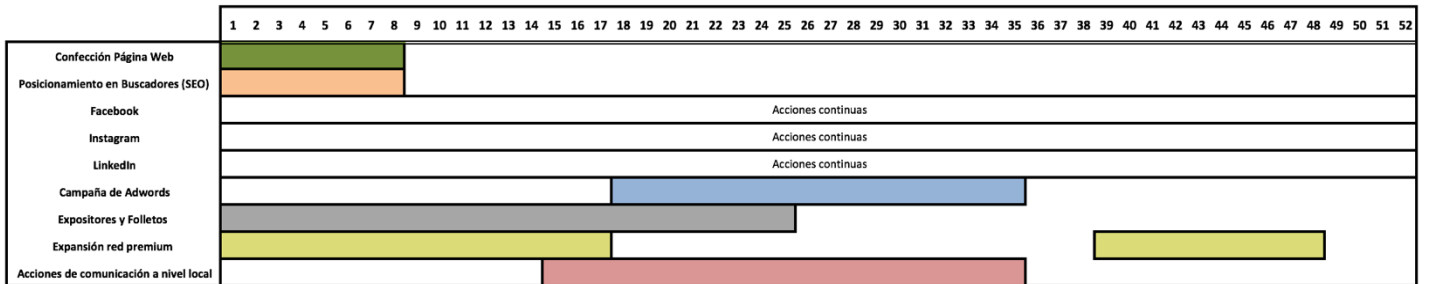
Para el primer año, se ha otorgado un presupuesto de 250€ para los acciones de comunicación offline y, a parte, se prevé un gasto de 400€ por pequeñas acciones comerciales que pueden realizarse con el devenir de la actividad de la empresa. Una vez iniciado el proyecto, deberán aprovecharse ciertas oportunidades de comunicación o incentivar aquellas que estén trayendo buenos resultados.

10. Plan de Acción

A continuación, procedemos a detallar el calendario de acciones comerciales a realizar durante el primer año. Las estrategias en cuanto a incrementar la red de Intermediarios Premium también se incluyen en el Plan de Acción

- ✓ La Página Web se va a confeccionar durante las primeras 8 semanas de actividad. Durante el desarrollo de la misma, se van a definir estrategias de contenidos que van a servir para posicionar a la empresa. (Posicionamiento SEO).
- ✓ Las redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) requieren una dedicación sostenida durante todo el año. Para el primer año, no se consideran campañas de pago a través de estos canales.
- ✓ La campaña de Adwords para obtener visibilidad en Google y en la plataforma de TripAdvisor se va a realizar durante los meses de alta afluencia turística: De Mayo a Agosto. Estos meses coinciden con la búsqueda de actividades turísticas con el uso de internet y con la planificación de los viajes.
- ✓ Tanto la colocación de Expositores o folletos como las acciones para expandir la red Premium se realizarán durante los primeros meses del año, en la época de baja afluencia turística en el municipio, y se va a pausar durante el verano. A finales de año, las acciones en cuanto a este tipo de canales de comunicación se van a aumentar otra vez con la búsqueda de nuevos puntos y el control de los existentes.
- ✓ Durante el verano, se realizarán acciones de comunicación diversas a pie de calle para aumentar las ventas. (Tutoriales de Con ello, se pretenderá convertir los esfuerzos irán dedicados a la búsqueda de oportunidades de comunicación a nivel local para aprovechar la alta afluencia turística durante este tiempo.

A continuación, podemos observar el calendario de acciones por semanas del primer año:



11. Resultado y Control

11.1. Análisis de la rentabilidad Año 1

Para el primer año, se ha realizado la siguiente previsión de ventas y participación en el mercado:

14%

	turistas total	mercado potencial	interesados	% esperado	Número alquileres	% 4 h on-line	% 4 h premium	% 24 h on-line	% 24 h premium	€ 4 h on-line	€ 4 h premium	€ 24 h on-line	€ 24 h premium	Facturación
Enero	8.723	7.405	1.037	0,0%	0	15%	50%	15%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	- €
Febrero	13.132	11.148	1.561	0,0%	0	15%	50%	15%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	- €
Marzo	17.032	14.459	2.024	1,0%	20	15%	45%	20%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	759,80 €
Abril	18.895	16.041	2.246	1,5%	34	15%	45%	20%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	1.291,66 €
Mayo	23.680	20.103	2.814	2,0%	56	25%	35%	20%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	2.127,44 €
Junio	27.739	23.549	3.297	2,0%	66	20%	30%	25%	25%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	2.639,34 €
Julio	32.403	27.509	3.851	3,0%	116	20%	20%	30%	30%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	4.870,84 €
Agosto	33.849	28.566	3.999	3,0%	120	20%	20%	30%	30%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	5.038,80 €
Septiembre	28.141	23.890	3.345	2,0%	67	25%	35%	20%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	2.545,33 €
Octubre	24.509	20.807	2.913	1,5%	44	20%	50%	10%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	1.583,56 €
Noviembre	11.256	9.556	1.338	1,0%	13	20%	50%	10%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	467,87 €
Diciembre	9.971	8.465	1.185	0,5%	6	20%	50%	10%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	215,94 €
	249.130	211.500	29.610		542									Total 21.540,58 €

Durante los primeros dos meses de actividad no se prevé realizar ningún alquiler ya que será el tiempo mínimo para la puesta en marcha. Este tiempo se destinará a desarrollar tanto el canal directo (B2C) como la red de Intermediarios Premium (B2B).

Dentro del número de interesados (clientes potenciales) se ha calculado un porcentaje de conversión a clientes que va desde el 0,5% hasta el 3%. El porcentaje es más elevado en los meses de verano ya que las condiciones del entorno son más favorables para el uso de la motocicleta.

Se ha estimado el porcentaje de ventas a través de los canales B2C y B2B, y se ha previsto que el total de ingresos por alquileres en el primer año ascienda a **21.540,58€**.

A continuación, procedemos a detallar la previsión de la Cuenta de Resultados del Año 1.

Cuenta de Resultados Año 1

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ingresos por Alquileres	- €	- €	759,80 €	1.291,66 €	2.127,44 €	2.639,34 €	4.870,84 €	5.038,80 €	2.545,33 €	1.583,56 €	467,87 €	215,94 €	21.540,58 €
Entregas / Devol. Personalizadas	- €	- €	15,20 €	25,83 €	42,55 €	52,79 €	97,42 €	100,78 €	50,91 €	31,67 €	9,36 €	4,32 €	430,81 €
Otros ingresos	- €	- €	7,60 €	12,92 €	21,27 €	26,39 €	48,71 €	50,39 €	25,45 €	15,84 €	4,68 €	2,16 €	215,41 €
Total Ingresos	- €	- €	782,59 €	1.330,41 €	2.191,26 €	2.718,52 €	5.016,97 €	5.189,96 €	2.621,69 €	1.631,07 €	481,91 €	222,42 €	22.186,80 €
Sueldos y Salarios	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	16.800,00 €
Autónomos	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	720,00 €
Gestoría	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	480,00 €
Material oficina	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €
Suministros (teléfono)	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	300,00 €
Intereses compra moto	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	299,40 €
Domínios y Hosting	81,30 €												81,30 €
Confeción Web	300,00 €												300,00 €
Adwords					40,00 €	40,00 €	40,00 €	30,00 €					150,00 €
Expositores	250,00 €												250,00 €
Otros gastos comerciales	100,00 €			50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €				400,00 €
Comisiones Intermediarios	- €	- €	46,99 €	79,88 €	114,77 €	141,86 €	243,54 €	251,94 €	137,31 €	109,97 €	32,49 €	15,00 €	1.173,75 €
Comisiones pasarela cobro	- €	- €	4,35 €	7,39 €	14,70 €	18,31 €	36,53 €	37,79 €	17,58 €	7,26 €	2,14 €	0,99 €	147,05 €
Impuesto Circulación					22,10 €								22,10 €
Seguros motocicletas	385,00 €												385,00 €
Equipamiento	575,00 €												575,00 €
Otros gastos generales	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €
Total Gastos Explotación	3.191,25 €	1.499,95 €	1.551,29 €	1.637,22 €	1.741,52 €	2.950,12 €	1.870,02 €	1.869,68 €	1.704,85 €	1.617,18 €	1.534,59 €	2.715,94 €	23.883,60 €
EBITDA	- 3.191,25 €	- 1.499,95 €	- 768,69 €	- 306,81 €	449,75 €	- 231,60 €	3.146,94 €	3.320,28 €	916,84 €	13,89 €	- 1.052,68 €	- 2.493,52 €	- 1.696,80 €
Gastos de Constitución	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,63 €	200,00 €
Motocicletas	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	2.998,32 €
Total amortizaciones	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,49 €	3.198,32 €
RAI	- 3.457,78 €	- 1.766,48 €	- 1.035,22 €	- 573,34 €	183,22 €	- 498,13 €	2.880,41 €	3.053,75 €	650,31 €	- 252,64 €	- 1.319,21 €	- 2.760,01 €	- 4.895,12 €

En cuanto al total de ingresos del primer año, se ha tenido en cuenta la previsión anterior más otros añadidos. Un 2% adicional en concepto de entregas y devoluciones personalizadas y un 1% adicional en concepto de Otros Ingresos (propinas, particularidades, etc.)

Se han tenido en cuenta todos los gastos desarrollados a lo largo del proyecto más un importe de 100€ mensuales en concepto de gastos generales. El total de Gastos de Explotación del primer año asciende a 23.883,60€, por lo que tenemos un EBITDA de **- 1.696,80€**.

Los gastos de constitución y las motocicletas se amortizan linealmente en 5 años, por lo que el Resultado Antes de Impuestos del primer año es de **-4.895,12€**.

Previsión de Tesorería Año 1

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Cobros Alquileres	- €	- €	759,80 €	1.291,66 €	2.127,44 €	2.639,34 €	4.870,84 €	5.038,80 €	2.545,33 €	1.583,56 €	467,87 €	215,94 €	21.540,58 €
Cobros entrega/dev. Personal.	- €	- €	15,20 €	25,83 €	42,55 €	52,79 €	97,42 €	100,78 €	50,91 €	31,67 €	9,36 €	4,32 €	430,81 €
Otros cobros	- €	- €	7,60 €	12,92 €	21,27 €	26,39 €	48,71 €	50,39 €	25,45 €	15,84 €	4,68 €	2,16 €	215,41 €
Total Ingresos	- €	- €	782,59 €	1.330,41 €	2.191,26 €	2.718,52 €	5.016,97 €	5.189,96 €	2.621,69 €	1.631,07 €	481,91 €	222,42 €	22.186,80 €
Constitución empresa	1.000,00 €												1.000,00 €
Sueldos y Salarios	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	16.800,00 €
Autónomos	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	720,00 €
Gestoría	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	40,00 €	480,00 €
Material oficina	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €
Suministros (teléfono)	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	300,00 €
Dominios y Hosting	81,30 €												81,30 €
Confección Web	300,00 €												300,00 €
Adwords					40,00 €	40,00 €	40,00 €	30,00 €					150,00 €
Expositores	250,00 €												250,00 €
Otros gastos comerciales	100,00 €			50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €				400,00 €
Comisiones Intermediarios	- €	- €	46,99 €	79,88 €	114,77 €	141,86 €	243,54 €	251,94 €	137,31 €	109,97 €	32,49 €	15,00 €	1.173,75 €
Comisiones pasarela cobro	- €	- €	4,35 €	7,39 €	14,70 €	18,31 €	36,53 €	37,79 €	17,58 €	7,26 €	2,14 €	0,99 €	147,05 €
Préstamo compra motocicletas	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	2.549,40 €
Impuesto Circulación					22,10 €								22,10 €
Seguros motocicletas	385,00 €												385,00 €
Equipamiento	575,00 €												575,00 €
Otros gastos generales	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €
Total Pagos	4.378,75 €	1.687,45 €	1.738,79 €	1.824,72 €	1.929,02 €	3.137,62 €	2.057,52 €	2.057,18 €	1.892,35 €	1.804,68 €	1.722,09 €	2.903,44 €	27.133,60 €
Cash - Flow	- 4.378,75 €	- 1.687,45 €	- 956,19 €	- 494,31 €	262,25 €	- 419,10 €	2.959,44 €	3.132,78 €	729,34 €	- 173,61 €	- 1.240,18 €	- 2.681,02 €	- 4.946,80 €
Cash - Flow Acumulado	- 4.378,75 €	- 6.066,20 €	- 7.022,39 €	- 7.516,70 €	- 7.254,46 €	- 7.673,56 €	- 4.714,12 €	- 1.581,33 €	- 851,99 €	- 1.025,60 €	- 2.265,78 €	- 4.946,80 €	

Con un RAI negativo el primer año, el cash-flow de la empresa también lo será, pero podrá soportarse sin que ello resulte una amenaza. El Cash-Flow acumulado que se prevé a final del primer año es de **-4.946,80€**.

11.2. Análisis de la rentabilidad Año 2

Para el segundo año, la previsión de ventas y la participación esperada en el mercado es la siguiente:

14%														
	turistas total	mercado potencial	interesados	% esperado	Número alquileres	% 4 h on-line	% 4 h premium	% 24 h on-line	% 24 h premium	€ 4 h on-line	€ 4 h premium	€ 24 h on-line	€ 24 h premium	Facturación
Enero	8.723	7.405	1.037	1,0%	10	25%	40%	20%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	369,90 €
Febrero	13.132	11.148	1.561	1,0%	16	25%	40%	20%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	591,84 €
Marzo	17.032	14.459	2.024	1,5%	30	25%	35%	25%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	1.139,70 €
Abril	18.895	16.041	2.246	1,5%	34	25%	35%	25%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	1.291,66 €
Mayo	23.680	20.103	2.814	2,5%	70	30%	25%	30%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	2.729,30 €
Junio	27.739	23.549	3.297	3,2%	106	25%	20%	35%	20%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	4.344,94 €
Julio	32.403	27.509	3.851	3,6%	139	25%	15%	35%	25%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	5.836,61 €
Agosto	33.649	28.566	3.999	3,6%	144	25%	15%	35%	25%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	6.046,56 €
Septiembre	28.141	23.890	3.345	3,2%	107	30%	25%	30%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	4.171,93 €
Octubre	24.509	20.807	2.913	2,0%	58	25%	40%	20%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	2.145,42 €
Noviembre	11.256	9.556	1.338	1,0%	13	25%	40%	20%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	480,87 €
Diciembre	9.971	8.465	1.185	1,0%	12	25%	40%	20%	15%	29,99 €	29,99 €	49,99 €	49,99 €	443,88 €
Total	249.130	211.500	29.610		739									29.592,61 €

En el segundo año, se prevé un aumento significativo de las ventas realizadas a través de canales directos B2C, principalmente a través de la Página Web, y por tanto hemos variado los porcentajes en consecuencia.

Además, se considera un leve aumento del porcentaje de clientes esperado de todos los meses. La previsión del total de ingresos en el segundo año asciende a 29.592,61€.

A continuación, procedemos a detallar la previsión de la cuenta de resultados y la previsión de la tesorería del segundo año:

Cuenta de Resultados Año 2

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ingresos por Alquileres	369,90 €	591,84 €	1.139,70 €	1.291,66 €	2.729,30 €	4.344,94 €	5.836,61 €	6.046,56 €	4.171,93 €	2.145,42 €	480,87 €	443,88 €	29.592,61 €
Entregas / Devol. Personalizadas	7,40 €	11,84 €	22,79 €	25,83 €	54,59 €	86,90 €	116,73 €	120,93 €	83,44 €	42,91 €	9,62 €	8,88 €	591,85 €
Otros Ingresos	14,80 €	23,67 €	45,59 €	51,67 €	109,17 €	173,80 €	233,46 €	241,86 €	166,88 €	85,82 €	19,23 €	17,76 €	1.183,70 €
Total Ingresos	392,09 €	627,35 €	1.208,08 €	1.369,16 €	2.893,06 €	4.605,64 €	6.186,81 €	6.409,35 €	4.422,25 €	2.274,15 €	509,72 €	470,51 €	31.368,17 €
Sueldos y Salarios	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	16.800,00 €
Autónomos	138,89 €	138,89 €	138,89 €	138,89 €	138,89 €	138,89 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	2.000,04 €
Gestoría	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	540,00 €
Material oficina	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €
Suministros (teléfono)	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	300,00 €
Intereses compra moto	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	24,95 €	299,40 €
Dominios y Hosting	81,30 €												81,30 €
Cambios Web			200,00 €										200,00 €
Adwords					75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €					300,00 €
Expositores	250,00 €												250,00 €
Otros gastos comerciales	100,00 €			60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €				460,00 €
Comisiones Intermediarios	19,49 €	31,19 €	53,99 €	61,18 €	104,97 €	169,56 €	236,24 €	244,74 €	160,46 €	113,07 €	25,34 €	23,39 €	1.243,63 €
Comisiones pasarela cobro	2,62 €	4,20 €	9,00 €	10,20 €	25,19 €	39,74 €	52,11 €	53,99 €	38,51 €	15,22 €	3,41 €	3,15 €	257,34 €
Impuesto Circulación					22,10 €								22,10 €
Seguros motocicletas	385,00 €												385,00 €
Equipamiento	300,00 €												300,00 €
Otros gastos generales	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €
Total Gastos Explotación	2.722,26 €	1.619,23 €	1.846,82 €	1.715,22 €	1.871,11 €	3.128,14 €	2.062,76 €	2.073,13 €	1.898,37 €	1.767,69 €	1.668,15 €	2.865,94 €	25.238,82 €
EBITDA	- 2.330,16 €	- 991,88 €	- 638,74 €	- 346,06 €	1.021,95 €	1.477,50 €	4.124,05 €	4.336,22 €	2.523,88 €	506,46 €	- 1.158,43 €	- 2.395,43 €	6.129,35 €
Gastos de Constitución	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,67 €	16,63 €	200,00 €
Motocicletas	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	249,86 €	2.998,32 €
Total amortizaciones	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,53 €	266,49 €	3.198,32 €
RAI	- 2.596,69 €	- 1.258,41 €	- 905,27 €	- 612,59 €	755,42 €	1.210,97 €	3.857,52 €	4.069,69 €	2.257,35 €	239,93 €	- 1.424,96 €	- 2.661,92 €	2.931,03 €

En el segundo año, se ha incrementado el porcentaje de ingresos por entregas y devoluciones personalizadas al 2%, y los ingresos provenientes de fuentes varias al 4%.

El total de ingresos el segundo año se prevé de **31.368,17€**.

En cuanto a gastos, se consideran las siguientes diferencias respecto al primer año:

- a) Un aumento de la cuota de autónomos.
- b) Un aumento de la mensualidad a la gestoría.
- c) 200€ para mejorar Página Web.
- d) Aumento de presupuesto para campañas de pago de Adwords.

A final del segundo año se prevén beneficios, con un Resultado Antes de Impuestos que asciende a **2.931,03€**.

Previsión de Tesorería Año 2

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Cobros Alquileres	369,90 €	591,84 €	1.139,70 €	1.291,66 €	2.729,30 €	4.344,94 €	5.836,61 €	6.046,56 €	4.171,93 €	2.145,42 €	480,87 €	443,88 €	29.592,61 €
Cobros entrega/dev. Personal.	7,40 €	11,84 €	22,79 €	25,83 €	54,59 €	86,90 €	116,73 €	120,93 €	83,44 €	42,91 €	9,62 €	8,88 €	591,85 €
Otros cobros	14,80 €	23,67 €	45,59 €	51,67 €	109,17 €	173,80 €	233,46 €	241,86 €	166,88 €	85,82 €	19,23 €	17,76 €	1.183,70 €
Total Ingresos	392,09 €	627,35 €	1.208,08 €	1.369,16 €	2.893,06 €	4.605,64 €	6.186,81 €	6.409,35 €	4.422,25 €	2.274,15 €	509,72 €	470,51 €	31.368,17 €
Constitución empresa	- €												- €
Sueldos y Salarios	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	16.800,00 €
Autónomos	138,89 €	138,89 €	138,89 €	138,89 €	138,89 €	138,89 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	194,45 €	2.000,04 €
Gestoría	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	540,00 €
Material oficina	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	50,00 €	600,00 €
Suministros (teléfono)	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	300,00 €
Dominios y Hosting	81,30 €												81,30 €
Confección Web	200,00 €												200,00 €
Adwords					75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €					300,00 €
Expositores	250,00 €												250,00 €
Otros gastos comerciales	100,00 €			60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €	60,00 €			460,00 €
Comisiones Intermediarios	19,49 €	31,19 €	53,99 €	61,18 €	104,97 €	169,56 €	236,24 €	244,74 €	160,46 €	113,07 €	25,34 €	23,39 €	1.243,63 €
Comisiones pasarela cobro	2,62 €	4,20 €	9,00 €	10,20 €	25,19 €	39,74 €	52,11 €	53,99 €	38,51 €	15,22 €	3,41 €	3,15 €	257,34 €
Préstamo compra motocicletas	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	212,45 €	2.549,40 €
Impuesto Circulación					22,10 €								22,10 €
Seguros motocicletas	385,00 €												385,00 €
Equipamiento	300,00 €												300,00 €
Otros gastos generales	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	1.200,00 €
Total Pagos	3.109,76 €	1.806,73 €	1.834,32 €	1.902,72 €	2.058,61 €	3.315,64 €	2.250,26 €	2.260,63 €	2.085,87 €	1.955,19 €	1.855,65 €	3.053,44 €	27.488,82 €
Cash - Flow	- 2.717,66 €	- 1.179,38 €	- 626,24 €	- 533,56 €	834,45 €	1.290,00 €	3.936,55 €	4.148,72 €	2.336,38 €	318,96 €	- 1.345,93 €	- 2.582,93 €	3.879,35 €
Cash - Flow Acumulado	- 7.664,46 €	- 8.843,84 €	- 9.470,08 €	- 10.003,64 €	- 9.169,19 €	- 7.879,19 €	- 3.942,64 €	206,08 €	2.542,46 €	2.861,41 €	1.515,48 €	- 1.067,45 €	

En cuanto a la previsión de Tesorería, al tener que cubrir las pérdidas del primer año, finalizamos el segundo ejercicio con un Cash-Flow acumulado de **-1.067,45€**.

12. Conclusiones

Llegados a este punto, y una vez resueltos los objetivos planteados en el inicio del trabajo, la valoración general del resultado del proyecto es muy positiva.

A través del estudio de campo, se ha demostrado que existe un interés por alquilar vehículos ligeros en Sitges por parte de los turistas. Las motos presentan una buena valoración y, factores como la conciencia medioambiental y la incorporación tecnológica, son claves para obtener las ventajas comparativas respecto a la competencia.

En el plano económico, contando con las numerosas ayudas que los organismos públicos ofrecen, el precio de adquisición de las motocicletas se reduce prácticamente un 50% y el capital inicial es perfectamente asumible. La inversión inicial se pretende recuperar durante el segundo ejercicio habiendo asumido todos los gastos hasta entonces, por lo que el modelo de negocio propuesto parece rentable.

La red profesional de Intermediarios Premium tiene un amplio potencial en cuanto a número y acciones, por lo que el crecimiento de la empresa en los primeros años puede ser muy acelerado y la introducción en el mercado relativamente sencilla.

El municipio está constantemente en búsqueda de nuevos atractivos, para que el turismo siga siendo un sector clave. La actividad de la empresa puede contribuir a ello aumentando la eficiencia energética del municipio y ofreciendo una experiencia novedosa a los turistas para realizar sus desplazamientos.

13. Futuras Líneas de Estudio

En cuanto se recupere la inversión inicial, el modelo de negocio ofrecerá beneficios con una estructura de costes muy reducida, por lo que se podrán analizar nuevas líneas de negocio que aumenten la notoriedad y capacidades de la empresa.

Las futuras líneas de negocio pueden referirse a diversificaciones tanto en el servicio como en el producto, y se decidirán en función de la dirección que coja la empresa durante sus primeros pasos.

Otra alternativa a contemplar si el proyecto resulta exitoso, es la adquisición de más motocicletas en caso de no poder abastecer a la demanda. En ese caso, se realizaría un estudio sobre la rentabilidad de la adquisición y se tomaría la decisión correspondiente.

14. Bibliografia

Institut d'Estadística de Catalunya. El municipio en cifras. Sitges.
<https://www.idescat.cat/emex/?id=082704&lang=es>

Ajuntament de Sitges. <http://www.sitges.cat/>

Universidad Pontifica Comillas. Observatorio del Vehículo Eléctrico y Movilidad Sostenible. <https://evobservatory.iit.comillas.edu/>

Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/es/>

Generalitat de Catalunya. Informació, tràmits i serveis. <https://web.gencat.cat/es/>

Impuls de mobilitat sostenible a Barcelona. <http://www.livebarcelona.cat/>

NIU – The World's #1 Smart Electric Scooter. <https://www.niu.com/es/n-series/>

NIU. Serie N. Manual de usuario. https://niucache.com/manual/es/n_manual_es

Ajuntament de Sitges. Perfil i hàbits dels turistes a Sitges. Sitges, 2017.

Ajuntament de Sitges. Oficina d'Informació turística. Resum consultes 2017.

Ajuntament de Sitges. 20 Abril de 2016. Pla de Mobilitat Urbana Sostenible de Sitges.

Ajuntament de Sitges. Ramón Estrada 2 de Junio 2017. Proposta de modificació al Pla de Mobilitat Urbana Sostenible de Sitges.

15. Anexos

Se incluyen los originales de toda la información considerada necesaria para ayudar a una mejor comprensión del trabajo

Encuesta a Turistas de Sitges

1. ¿Es su primera vez en Sitges?

- a) Sí
- b) No

2. ¿Cómo ha llegado hasta el municipio?

- a) Avión y tren
- b) Avión y bus
- c) Avión y taxi
- d) Tren
- e) Bus / Autocar
- f) Vehículo propio
- g) Vehículo alquilado
- h) Otros

3. ¿Dónde se hospeda?

- a) Hotel
- b) Apartamento turístico
- c) Camping
- d) Piso de amigo / familiar
- e) Segunda residencia

Cuál...

4. ¿Qué aspectos priorizó a la hora de escoger el hospedaje?

- a) Precio
- b) Ubicación
- c) Relación calidad precio
- d) Por la habitación / decoración
- e) Ya he estado antes
- f) Otros

5. ¿Tiene su hospedaje vehículos en alquiler?

- a) Sí
- b) No

Cuál...

6. ¿Cuál es el motivo de su visita?

- a) Vacaciones / turismo
- b) Motivos Profesionales
- c) Visita amigos / familiares
- d) Compras
- e) Educación / formación
- f) Otros

7. ¿Qué actividades ha realizado o piensa realizar durante su estancia en Sitges?

- a) Paseos tranquilos y relax
- b) Degustar gastronomía / ir a restaurantes
- c) Ir a la playa
- d) Compras
- e) Visitas culturales

- f) Salir de fiesta / de noche
- g) Disfrutar del alojamiento
- h) Ver amigos/familiares
- i) Trabajo / negocios
- j) Otros

8. ¿Cómo realiza sus desplazamientos por el municipio?

- a) A pie
- b) Bicicleta del hotel
- c) Vehículo alquilado
- d) Vehículo propio
- e) Taxi

9. ¿Ha conducido/alquilado algún tipo de vehículo durante su estancia en el pueblo?

- a) Sí
- b) No

En caso de decir que sí, cuál...

10. ¿Cree que le iría bien algún tipo de vehículo para realizar sus desplazamientos por el pueblo?

- a) Sí
- b) No

→ Sí 7.1. ¿Para qué le vendría bien?

→ No 7.1. ¿Por qué?

11. De los siguientes vehículos, ¿Cuál ha probado o le gustaría probar?

- a) Motocicleta eléctrica
- b) Bicicleta eléctrica
- c) Scooter eléctrico
- d) Patinete Eléctrico
- e) Segways
- f) Buggy eléctrico
- g) Monociclo eléctrico
- h) Hoverboards
- i) Monopatín eléctrico
- j) Ninguno

12. ¿En caso de poder disponer de un vehículo, cuál cree que es el que mejor le vendría para desplazarse por Sitges?

- a) Motocicleta eléctrica
- b) Bicicleta eléctrica
- c) Scooter eléctrico
- d) Patinete Eléctrico
- e) Segways
- f) Buggy eléctrico
- g) Monociclo eléctrico
- h) Hoverboards
- i) Monopatín eléctrico
- j) Ninguno

13. A continuación, le leeré una serie de frases por parejas en las que deberá indicar con cual se siente más identificado.

1. Alquilaría un vehículo eléctrico para agilizar mis desplazamientos y perder el mínimo de tiempo.

2. Alquilaría un vehículo eléctrico para divertirme y tener una experiencia añadida mientras visito el pueblo.

1. Me gustaría recoger y devolver el vehículo en el alojamiento.

2. Me gustaría ver los distintos vehículos en directo y decidirme sobre cuál alquilar en la tienda.

1. En el caso de alquilar un vehículo, me gustaría que no tuviera motor para hacer deporte.

2. En el caso de alquilar un vehículo, me gustaría que fuese eléctrico para probar nuevas tecnologías y/o colaborar con el medioambiente.

1. Estaría dispuesto a pagar lo mismo por el alquiler de un vehículo eléctrico que por uno de combustión o sin motor.

2. Estaría dispuesto a pagar un poco más por alquilar un vehículo eléctrico.

1. Me gustan los diseños de motos tradicionales para motos eléctricas.

2. Me gustan las motos eléctricas con diseños modernos y novedosos.

14. Por último, se le mostrarán una serie de imágenes de motocicletas eléctricas en las que deberá indicar las 5 que más le gusten y alquilaría para moverse por Sitges:





15. Por último, datos del entrevistado.

Género

Edad

País de Residencia

Estado Civil

Hijos

Situación Laboral

Ingresos

FICHA PREGUNTAS 11 Y 12

Motocicleta Eléctrica



Bicicleta Eléctrica



Scooter Eléctrico



Patinete Eléctrico

Segway

Buggy Eléctrico



Monociclo Eléctrico



Hoverboard



Monopatín Eléctrico



FICHA RESPUESTAS

Número de Encuesta					
Género					
Edad					
País de Residencia					
Estado Civil					
Hijos					
Situación Laboral					
Ingresos					
1 a	4 a	7 a	9 a :	g	
b	b	b	b	h	
2 a	c	c	10 a	i	
b	d	d	b	j	
c	e	e	10.a	12 a	13 1 - 2
d	f:	f		b	1 - 2
e		g		c	1 - 2
f	5 a :	h	10.b	d	1 - 2
g	b	i		e	
h:		j:	11 a	f	14 1 - 2 - 3
3 a	6 a	8 a	b	g	1 - 2 - 3
b	b	b	c	h	1 - 2 - 3
c	c	c	d	i	
d	d	d	e	j	
e.	e	d	f		
Alojamiento:	f:	e			

Motos eléctricas disponibles en España para el 2018

MARCA	MODELO	SEGMENTO	POTENCIA	AUTONOMÍA	VEL.MÁXIMA	PRECIO
Bultaco	Albero	Moto-bike	2 kW	50-100 km	45 km/h	5.800 euros
Bultaco	Brinco R	Moto-bike	2 kW	50-100 km	60 km/h	5.130 euros
Bultaco	Brinco R-E	Moto-bike	2 kW	50-100 km	45 km/h	5.800 euros
Bultaco	Brinco C	Moto-bike	2 kW	50-100 km	45 km/h	5.800 euros
Lectric	Urban	Scooter	6,7 CV	90 km	92 km/h	2.495 euros
Lifan	E3	Scooter	1,5 CV	N.D.	49 km/h	1.950 euros
Victory	Empulse TT	Naked	54 CV	N.D.	161 km/h	16.750 euros
Toqhi	ML+	Scooter	4 CV	70 km	60 km/h	3.146 euros
Govecs	GO! S 1.5	Scooter	N.D.	40-70 km	45 km/h	6.045 euros
Govecs	GO! S 2.5	Scooter	N.D.	60-100 km	45-62 km/h	6.222 euros
Govecs	GO! S 2.6	Scooter	N.D.	90-120 km	45 km/h	7.679 euros
Govecs	GO! S 3.6	Scooter	N.D.	70-90 km	83 km/h	9.063 euros
NIU	Serie M	Scooter	N.D.	80 km	45 km/h	2.499 euros
NIU	Serie N	Scooter	N.D.	100 km	55 km/h	2.899 euros
Kuberg	Freerider	Motocross	6,7 CV	50 km	55 km/h	5.814 euros
Kuberg	Hero-Explorer	Motocross	N.D.	30 km	27 km/h	1.791 euros
Kuberg	Cross	Motocross	4,02 CV	20 km	27 km/h	1.792 euros
Kuberg	Trial E	Trial	4,02 CV	20 km	27 km/h	1.755 euros
Kuberg	Start	Supermoto	2,68 CV	20 km	24 km/h	1.390 euros
Kuberg	X-Force Pro 50	Motocross	N.D.	N.D.	N.D.	4.886 euros
Askoll	ES2	Scooter	3,62 CV	80 km	45 km/h	3.303 euros
Askoll	ES1	Scooter	2,01 CV	50 km	45 km/h	2.685 euros
Askoll	ES3	Scooter	4,02 CV	96 km	45 km/h	3.128 euros
Doohan	iTank	Trirueda	2,01 CV	50 km	45 km/h	2.974 euros
Doohan	iTango	Trirueda	2,01 CV	90 km	45 km/h	2.050 euros
Vectrix	VT-1	Scooter	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
Vectrix	VX-2	Scooter	N.D.	100 km	80 km/h	4.150 euros
Vectrix	VX-1	Scooter	47 CV	200 km	120 km/h	7.245 euros
Vectrix	VX-2 Cargo	Scooter	N.D.	90 km	N.D.	5.100 euros
Silence	S02	Scooter	N.D.	50 km	45 km/h	4.180 euros
Silence	S02	Scooter	N.D.	75-90 km	80 km/h	5.120 euros
Silence	S02	Scooter	N.D.	100-125 km	80 km/h	5.725 euros
Silence	S03	Trirueda	5,36-10,7 CV	215 km	80 km/h	N.D.
Quantya	Evo1 Strada	Motocross	12 CV	40 km	70 km/h	8.360 euros
Quantya	Evo1 Track	Motocross	12 CV	40 km	70 km/h	7.950 euros
Quantya	MMX Junior	Motocross	7 CV	40 km	50 km/h	7.900 euros
Quantya	Track Qparx	Motocross	16 CV	40 km	70 km/h	9.219 euros
Quantya	vRone	Scooter	12 CV	70 km	100 km/h	6.575 euros
Elecsi	City	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.100 euros
Elecsi	Energy	Scooter	7 CV	135 km	95 km/h	5.445 euros
Elecsi	Nature	Scooter	1 CV	40 km	45 km/h	1.450 euros

Elecsi	Spring	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 euros
Elecsi	Sunset	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 euros
Elecsi	Tour	Scooter	7 CV	95 km	85 km/h	4.519 euros
Elecsi	Urban	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 euros
Elecsi	Young	Scooter	4 CV	80 km	60 km/h	3.521 euros
Vmoto	E-Max 120 S/L	Scooter	6 CV	70 km	55 km/h	2.999 euros
Vmoto	E-Max 120 SD/LD	Scooter	6 CV	55 km	65 km/h	3.405 euros
Movelco	Puma	Scooter	11 CV	180 km	120 km/h	7.094 euros
Movelco	Thunder	Scooter	8 CV	150 km	95 km/h	N.D.
Movelco	VK2008	Scooter	4 CV	150 km	95 km/h	N.D.
Electric City	Ebox 4000	Scooter	5 CV	95 km	85 km/h	N.D.
Electric City	Electron 6000	Scooter	8 CV	120 km	115 km/h	N.D.
Electric City	Italia 1000	Scooter	2 CV	45 km	45 km/h	N.D.
Electric City	Italia 2000	Scooter	2 CV	55 km	45 km/h	N.D.
Electric City	Koala 3000	Scooter	4 CV	80 km	65 km/h	N.D.
Electric City	Proton 3000	Scooter	4 CV	65 km	62 km/h	N.D.
Electric City	Toscana 3000	Scooter	4 CV	80 km	65 km/h	N.D.
Zero	S	Naked	60 CV	193-241 km	153 km/h	16.260-19.810 euros
Zero	S 11 KW	Naked	31-59 CV	97-241 km	139 km/h	12.700-19.810 euros
Zero	SR	Naked	69 CV	193-241 km	164 km/h	19.110-22.660 euros
Zero	DS	Trail	60 CV	169-212 km	158 km/h	12.700-16.260 euros
Zero	DS 11 KW	Trail	31-59 CV	85-212 km	139 km/h	12.700-16.260 euros
Zero	DSR	Trail	69 CV	169-212 km	158 km/h	19.110 euros
Xkuty	One	Scooter	2 CV	100 km	45 km/h	2.920 euros
Emocycles	Moskito 500	Scooter	1 CV	35 km	40 km/h	1.299 euros
Emocycles	Spirit 2000	Scooter	3 CV	50 km	45 km/h	1.999 euros
Emocycles	Tornado 3.0	Scooter	3 CV	70 km	45 km/h	2.599 euros
Emocycles	Tornado 4.0	Scooter	5 CV	90 km	62 km/h	2.999 euros
Torrot	Muvi	Scooter	4,1 CV	110 km	45-75 km/h	4.637-4.809 euros
BMW	C Evolution	Maxiscooter	48 CV	100-160 km	120-129 km/h	14.250-15.895 euros
Harley-Davidson	Livewire	Custom	74 CV	85 km	150 km/h	N.D.
KTM	Freeride E-XC	Motocross	15 CV	60 km	70 km/h	11.295 euros
KTM	Freeride E-SX	Motocross	15 CV	60 km	70 km/h	10.995 euros
KTM	Freeride E-SM	Supermoto	22 CV	100 km	90 km/h	10.509 euros
Vespa	Elettrica	Scooter	5 CV	100 km	N.D.	N.D.
Vigo	Vigo	Deportiva	120 CV	640 km	290 km/h	9.300 euros
Energica	Ego	Deportiva	136 CV	190 km	240 km/h	25.400 euros
Energica	Eva	Naked	95 CV	200 km	200 km/h	25.400 euros