



**Universitat de les
Illes Balears**
Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Pla de comercialització i viabilitat d'una idea de negoci

Miguel Ángel Quiles Pacha

Grau de TURISME

Any acadèmic 2014-15

DNI de l'alumne: 43177904-G

Treball tutelat per Joan B. Vadell Garau
Departament de Comercialització e investigació de mercats

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
1.1	Descripción del producto	3
2.	LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO.....	4
3.	ANÁLISIS EXTERNO.....	4
3.1	Macroentorno.....	4
3.1.1	Entorno político y legal	4
3.1.2	Entorno económico.....	5
3.1.3	Entorno sociocultural.....	6
3.1.4	Entorno demográfico	6
3.1.5	Entorno medioambiental.....	7
3.2	Microentorno	8
3.2.1	Mercado.....	8
3.2.2	Competencia	8
4.	ANÁLISIS DAFO.....	9
4.1	Debilidades.....	9
4.2	Amenazas.....	9
4.3	Fortalezas.....	9
4.4	Oportunidades	9
5.	MARKETING MIX	10
5.1	Producto	10
5.2	Precio.....	11
5.3	Promoción	12
5.4	Distribución.....	12
6.	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	12
6.1	Gastos fijos.....	12
6.2	Inversión inicial	13
6.3	Métodos de evaluación económica.....	13
7.	CONCLUSIONES	16
8.	BIBLIOGRAFÍA	17

1. INTRODUCCIÓN

Mallorca es una isla localizada al este de la península ibérica, en el mar mediterráneo. Con una población alrededor de los 900.000 habitantes y unas condiciones meteorológicas muy favorables basa la actividad principal de la economía en el turismo. Las islas baleares recibieron el año pasado algo más de once millones de turistas, datos que hacen pensar que el desarrollo de una idea de negocio relacionada directamente con el turismo y ocio puede ser muy viable.

1.1 Descripción del producto

La idea de negocio se basa en la creación de una empresa de alquiler y ocio. Consiste en ofertar el alquiler de material para la práctica de deportes acuáticos como el piragüismo o el paddle surf, con la posibilidad de alquilarlos por cuenta propia o con un monitor con curso de aprendizaje previo o directamente a realizar la actividad, dependiendo del nivel de cada cliente. La empresa siempre ofrecerá un par de itinerarios con la explicación de qué podrá encontrar en cada uno de ellos. El otro producto a ofertar será el de alquiler de bicicletas, de montaña o paseo, también con ambas posibilidades, por cuenta propia o con un monitor, siempre ofreciendo varios itinerarios.

A estos productos hemos de añadirle la posibilidad de alquilar otro tipo de material complementario, como sería el caso de casco, equipo de buceo (gafas y tubo), cámara acuática con adaptadores (para imágenes o vídeo de recuerdo de la experiencia). Por otra parte el establecimiento también dispondrá de una sección de bebidas y "snacks" para antes, durante o después de la excursión.

En el alquiler de kayaks existirán dos opciones, la de alquilar uno doble o uno individual, siempre con la opción de ir por libre o con monitor y el tiempo variará en función de la opción que elija el cliente. La empresa propondrá dos rutas, las dos bordeando la costa. La primera consistirá en ir hacia la reserva marina de las Islas Malgrats, una bonita excursión en la que pasaremos por delante del puerto de Santa Ponsa y la cruz del desembarco de Jaime I, haremos una parada para merendar y bucear en las Islas y volveremos hacia la playa de Santa Ponsa. La segunda opción que propondremos es un poco más "light", tomaremos dirección Paguera, y visitaremos una serie de calitas a lo largo de la costa.

Las rutas con el paddle surf serán muy similares a las del kayak, pero la distancia recorrida irá en función del nivel del cliente debido a que la dificultad es un poco mayor.

En cuanto a las rutas en bicicleta propondremos dos, una con la de montaña que consistirá en subir al Puig de Sa Morisca y así conocer el parque arqueológico mientras descendemos la montaña, y otra más de relax, paseando por el camino que rodea el municipio de Calviá.

La intención principal de este producto es cubrir las necesidades de todas aquellas personas que aparte de venir a relajarse unos días a la playa quieren

algo más, algo diferente a la barca a pedales o el paseo en barco de todos los veranos, un producto de entretenimiento y aventura. El mercado al que va dirigido es muy amplio ya que es un producto en el que pueden disfrutar desde los más pequeños hasta los más grandes.

2. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

La decisión sobre la localización del negocio es uno de los factores más importantes ya que necesitas que sea una zona frecuentada por turistas, y por qué no, de locales. Calviá es el municipio turístico más importante de la isla de Mallorca y está entre los 5 más importantes a nivel nacional, por esta razón sería un lugar idóneo para la localización del proyecto, concretamente en la zona de Santa Ponsa, lugar donde resido y con alrededor de 50 establecimientos hoteleros cerca de la playa principal y ninguna empresa de estas características.

La única empresa que ofrece unas características similares aunque más centrada en el buceo, está situada en el Puerto Deportivo Club Náutico Santa Ponsa, es decir, a unos 30 minutos a pie del núcleo urbano de Santa Ponsa. Nuestro establecimiento estaría localizado en C/ Puig d'es Teix, en el centro de Santa Ponsa, rodeado de los principales establecimientos hoteleros, y a escasos dos minutos a pie de la playa principal de Santa Ponsa.

3. ANÁLISIS EXTERNO

3.1 Macroentorno

3.1.1 Entorno político y legal

A pesar de que el país no esté pasando por su mejor momento, España sigue siendo un destino muy seguro y que sigue basando su economía principalmente en el turismo. Esto conlleva a que este sector sea uno de los más regulados.

Para la apertura de nuestro establecimiento contactamos con el Ayuntamiento de Calviá el que nos indica que en base a la Ley 8/1995 de 30 de marzo, decreto 18/1996 de 8 de febrero, Plan General de Ordenación urbana, los requisitos para la puesta en marcha del negocio en cuestión son los siguientes:

- Licencia de apertura.
- Proyecto técnico.
- Fotocopia de alta en el IAE.
- Informe descriptivo de las instalaciones del local.
- Seguro de Responsabilidad Civil.
- Certificado de alta en agua, luz y teléfono

3.1.2 Entorno económico

El número de turistas recibidos por las Islas Baleares ha ido progresando en los últimos 10 años, exceptuando los años 2009 y 2010 que se redujo entorno a un millón de turistas a causa de la conocida crisis económica.

Dos años después se volvió a normalizar pasando de 9.201.823 en 2010 a 10.111.332 en 2011, el crecimiento en un año fue de casi un millón.

2004	2005	2006	2007	2008
9.546.218	9.657.516	9.922.447	9.956.426	10.020.582

2009	2010	2011	2012	2013
9.024.439	9.201.823	10.111.332	10.365.709	11.111.328

El crecimiento de turistas recibidos ha crecido alrededor de un millón y medio en los últimos diez años, por otra parte vemos que el gasto medio por persona de estos turistas ha variado muy poco durante el mismo periodo.

2004	2005	2006	2007	2008
912,00	882,00	907,00	927,00	945,00

2009	2010	2011	2012	2013
965,00	954,00	937,00	967,00	962,00

A diferencia del número de turistas recibidos, vemos que el gasto medio no se vio afectado al inicio de la crisis económica, sino que estuvo por encima de los años anteriores.

A continuación he realizado la media de los cuatro trimestres de los últimos diez años de la tasa de paro en las Islas baleares.

Vemos como a partir del año 2007 a causa de la crisis económica las cifras empiezan a aumentar considerablemente, llegándose a triplicar en cuatro años. La tasa más elevada la alcanzamos en el año 2012, situándose en un 23,25% anual.

Los datos los he calculado anualmente ya que al tratarse de una zona con un fuerte turismo estacional, las cifras se veían fuertemente reducidas durante el segundo y tercer trimestre de cada año.

2005	2006	2007	2008	2009
7,29 %	6,5%	7,21%	10,18%	17,97%

2010	2011	2012	2013	2014
20,18%	21,95%	23,25%	22,33%	20,14%

3.1.3 Entorno sociocultural

Las Islas Baleares son como hemos visto anteriormente uno de los principales destinos dentro del territorio nacional, situándose en el segundo puesto entre las comunidades más visitadas.

A nivel nacional, los principales países que nos visitan son el Reino Unido, Alemania y Francia. Por otra parte países como EEUU y el resto de América tienen un mayor tiempo medio de estancia. Esto se debe principalmente a la lejanía.

En Mallorca los datos son bastante similares, pero concentrándose principalmente en el turismo británico y alemán, pero en la zona de Santa Ponsa también tenemos que añadir a Irlanda, ya que tiene una fuerte presencia durante la temporada turística. Y en los últimos años el turismo procedente de Rusia ha crecido considerablemente.

Según datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), en el año 2013 el motivo principal de los viajes de más de la mitad del turismo nacional fue el ocio y recreo, pero si miramos los datos del turismo procedente de otros países este aumenta a un 86,6%, un dato muy positivo para el desarrollo de la actividad de nuestra empresa.

Hoy en día, gracias a la evolución constante de la tecnología, aplicaciones móviles y todo este tipo de avances ha habido un cambio en los estilos de vida. Todo esto nos podría llevar a pensar que el cambio nos llevaría a una vida más sedentaria ya que todo lo tenemos al alcance de la mano a través del móvil u ordenador, pero creo que ha sido todo lo contrario.

Actualmente, la población tiene una mayor pasión por el deporte con la ayuda de aplicaciones que te llevan un control, para que puedas seguir superándote y la posibilidad de compartirlo en tus perfiles de redes sociales y que tus amigos puedan competir contigo. Y el cuidado de la alimentación, cada vez vemos más productos dietéticos y bajos en grasa en todo tipo de supermercados.

3.1.4 Entorno demográfico

La isla de Mallorca tiene una población de alrededor de 900.000 habitantes, pero nosotros nos centraremos en el municipio de Calviá.

Calvia ha tenido una explosión demográfica enorme, sin precedentes en la isla. El municipio ha crecido en cincuenta años unos 50.000 habitantes. Allá por 1960 tenía un censo de 2.690 pasando a 52.645 en el año 2011. Esto es la causa del importante desarrollo turístico de la zona.

Santa Ponsa es la localidad donde montaríamos nuestro negocio, la zona cuenta con una población de 11.457 habitantes y alrededor de unas 6200 plazas hoteleras.

Datos demográficos de las Islas Baleares

- La tasa de mortalidad hasta los 95 años es del 294,69 por mil.
- Número de nacimientos durante el año 2013 de mujeres entre 15 y 50 años fue de 10.532.
- El flujo de migración desde Baleares al resto del territorio nacional durante el 2013 fue de 12.556.
- El número de matrimonios en el año 2013 fue de 3.942, este número ha venido decreciendo durante los últimos 30 años.
- El crecimiento de la población ha ido decreciendo en los últimos 5 años pasando de un 18.29 en 2008 a un 0.59 (por cada mil habitantes) en 2013.
- La edad media de la población ha pasado en los últimos diez años de 38.8 a 40.43.
- La tasa de natalidad 2013 es de 9.46 (tantos por mil), en los últimos 10 años se ha visto reducida, en el año 2003 la tasa era de 11.67 (tantos por mil).
- La tasa de mortalidad en 2013 se sitúa en 6,88, estas cifras se han visto reducidas en los últimos 10 años, ya que en 2003 la tasa se situaba en 8.18.
- La tasa de inmigración procedente del extranjero en el año 2008 fue de 21.11, esta cifra se ha visto reducida en un 50% en los últimos 5 años, en el 2013 la tasa se sitúa en 10.47.

3.1.5 Entorno medioambiental

Analizando el entorno medioambiental nos damos cuenta de que gracias al crecimiento de la concienciación con la problemática medioambiental de la población y la creciente comercialización de productos respetuosos con el medio ambiente tenemos varios aspectos favorables a considerar en el desarrollo de la actividad de nuestra empresa, ya que el impacto medioambiental de nuestra actividad es prácticamente inexistente, además el uso de bicicletas, kayaks y tablas de paddle surf sustituye actividades que posiblemente perjudiquen más el medio ambiente, como podría ser las excursiones en barcos, excursiones en coche o el alquiler de motos de agua.

Las actividades se realizarán garantizando la protección del medio ambiente, respetando en todo momento la normativa vigente en este ámbito.

En cuanto a las variables meteorológicas, Mallorca es una isla con unas condiciones climatológicas muy buenas, con una temperatura media anual de 16°C y una precipitación media anual de 427 mm.

Con alrededor de 50 días de precipitaciones al año, unas 2760 horas de sol, una temperatura media durante la época estival de 27°C y una temperatura media de 14°C durante el invierno Mallorca cuenta con unas temperaturas óptimas para el desarrollo de la actividad turística.

3.2 Microentorno

3.2.1 Mercado

Como hemos analizado en el macroentorno anteriormente el sector turístico en la zona de Calviá tiene un papel fundamental en el desarrollo de la economía, por eso los turistas serán nuestro principal mercado. Como hemos visto anteriormente los tres países con mayor número de visitantes son Alemania, Reino Unido e Irlanda. En el aspecto de la edad no nos queremos enfocar en un sector concreto ya que es una actividad que puede ser realizada casi por todo tipo de personas, en caso de ser menor acompañada por un responsable mayor de edad.

En este apartado sabiendo que los turistas tendrán un papel muy importante en el desarrollo de nuestra actividad, no nos queremos olvidar de la población local, ya que los residentes de la zona también son consumidores de muchísimas actividades de ocio.

3.2.2 Competencia

En la zona de Calviá existen tres establecimientos con una actividad similar a la de nuestra idea de negocio. Con algunas diferencias ya que uno de los establecimientos está más enfocado al buceo y actividades acuáticas, otro solo oferta la actividad de paddle surf y el tercero el alquiler de kayaks, pero ninguno de estos cuenta con la oferta de alquiler de bicicletas. La característica que une a estos tres establecimientos es la de que están localizados muy lejos del centro urbano de Santa Ponsa, su playa principal y los hoteles.

Por estas razones pensamos que los competidores más directos serían los localizados en la playa de Santa Ponsa, que aunque no ofrecen los mismos productos son productos sustitutivos como por ejemplo el alquiler de barcas a pedales, banana o jetski.

4. ANÁLISIS DAFO

4.1 Debilidades

- La principal debilidad del proyecto es la estacionalidad de la isla. La duración de la temporada es de unos seis meses a un buen nivel, pudiendo extenderse a uno o dos meses más. Con las condiciones de Mallorca respecto al resto de Europa se podría alargar la temporada fomentando otras actividades a parte del turismo de sol y playa.
- El alquiler del local es un coste fijo y como tal no varía durante todo el año, y desgraciadamente nuestros ingresos sí que lo hacen, decreciendo drásticamente durante la temporada baja.

4.2 Amenazas

- Las principales amenazas son los competidores, los establecimientos con unas características similares mencionados anteriormente (zoea y tramuntbike).
- Las actividades ofertadas en la playa como el alquiler de barcas a pedales o a motor sin necesidad de carné, las excursiones en barco, actividades como el paseo en banana, ski acuático, wakeboard o jetski.
- Turismo de todo incluido que viene con la pulsera y no tiene predisposición a gastar más dinero del que ya ha abonado.
- Turismo con una edad elevada y tiene miedo a lo desconocido o prefiere una actividad más tranquila y relajada.
- Crisis económica.

4.3 Fortalezas

- Posicionamiento óptimo respecto al de los principales competidores, en el centro de Santa Ponsa, a unos pasos de la playa principal y rodeado de los principales hoteles de la zona.
- Establecimiento mucho más completo respecto a los competidores ya que proporcionamos diferentes opciones para cada actividad.
- Cambio en los estilos de vida y la forma de viajar. La gente está mucho más concienciada hoy en día con el deporte y la vida sana.
- La opción que ofrecemos del alquiler de cámaras acuáticas y adaptables para cualquier deporte hace más atractiva la actividad ya que la gente hoy en día es propensa a compartir en sus perfiles de internet y redes sociales lo que realizan durante sus vacaciones.
- El clima inmejorable que proporciona Mallorca.

4.4 Oportunidades

- Carencia de establecimientos en los alrededores.
- Climatología muy favorable para el desarrollo de las actividades ofertadas.
- Intención de los hoteleros de alargar la temporada turística.
- Renovación de los establecimientos hoteleros de la zona.

5. MARKETING MIX

5.1 Producto

"El mejor marketing consiste en tener un buen producto" Antoni Serra.

Nuestros principales productos, cada uno de ellos con sus diferentes posibilidades, son los siguientes:

- Kayaks. Existe la posibilidad de alquilar dos tipos de Kayak, el sencillo (k1) o el doble (k2), con total libertad en la duración del alquiler (una hora, dos horas, medio día o el día entero).

El alquiler puedes realizarlo por cuenta propia y hacer una ruta por libre, o también puedes hacerlo con la contratación de un monitor. Si optas por la segunda opción, el grupo mínimo son 4 personas. El profesor aparte de enseñar las nociones básicas para la realización de la actividad propondrá dos rutas diferentes.

La primera ruta consiste en bordear la costa dirección Costa de la calma, una excursión en la que podremos parar en una gran cantidad de calas para bañarnos y descansar.

La segunda ruta es la del lado opuesto, quizá algo más atractiva, consiste en bordear la costa dirección a las islas Malgrats, una reserva natural donde se puede disfrutar de un descanso, agradable baño y un buen snorkel.

- Paddle Surf. Las posibilidades son idénticas a las del alquiler de los Kayaks, en este caso sin la posibilidad del alquiler de uno doble.

Las rutas serían las mismas pero la distancia recorrida dependería del nivel de los participantes en la actividad.

- Bicicletas. En el alquiler de bicicletas existen dos posibilidades, por libre, con una duración al gusto del consumidor y con un monitor, en este caso la duración sería de medio día o el día entero dependiendo de la ruta escogida.

Para la realización de la actividad con monitor en grupo el mínimo sería de seis personas y nosotros proponemos tres rutas diferentes:

La primera ruta sería la más sencilla. Consiste en dar la vuelta al municipio por un paseo habilitado para las bicis que lo rodea. Saliendo desde Santa Ponsa, pasando por la Urbanización Galatzó, Palmanova, Magaluf, Son Ferrer y el Toro.

La segunda ruta es un poco más exigente ya que entras en montaña, concretamente en el Puig de Sa Morisca, donde podremos visitar el parque arqueológico, la naturaleza, unos divertidos descensos en bicicleta y unas magníficas vistas de todo el municipio de Calviá.

La tercera ruta es la más larga, exigiría un día entero. Esta ruta consiste en salir desde Santa Ponsa dirección Son Ferrer. Una vez allí desviarnos dirección Playa del mago y Portals Vells, dos magníficas playas para acabar en un precioso paisaje como es el Faro de Cala Figuera.

Estos serían nuestros tres principales productos, pero la empresa contaría con una serie de productos secundarios:

- Alquiler de cámaras acuáticas
- Equipo de snorkel (gafas y tubo)
- Cascos
- Agua, Refrescos, Snacks, etc...

5.2 Precio

El precio es algo que se puede modificar y adaptar en el momento, puedes ajustarlo en alguna que otra situación como clientes repetidores, grupo elevado, etc...

Pero nuestros precios estándar serían los siguientes:

Kayaks:

	1 hora	2 horas	medio día	día entero	monitor
sencillo	15,00	24,00	30,00	50,00	40,00
doble	20,00	30,00	40,00	60,00	50,00

Paddle Surf:

	1 hora	2 horas	medio día	día entero	monitor
Sencillo	15,00	24,00	30,00	50,00	40,00

Bicicletas:

	1 hora	medio día	día entero
Libre	5,00	15,00	25,00
Monitor		20,00	30,00

Productos secundarios:

Casco	Cámara	Equipo Snorkel
5,00	15,00	10,00

5.3 Promoción

Nuestra localización es óptima para la promoción de nuestro producto ya que nuestro local está situado en el paso de los clientes entre su hotel y la playa. Por eso habíamos pensado en los siguientes medios:

- Carteles llamativos en la calle con nuestras ofertas.
- Folletos en las recepciones de los hoteles de la zona incentivando a los recepcionistas por los clientes recibidos.
- Fuerte presencia en redes sociales con imágenes, videos, promociones y experiencias de los consumidores.
- Página web de la empresa.
- Carteles en supermercados, bares y puntos de información turística de la zona.

5.4 Distribución

Para la contratación de nuestro servicio se podrá acceder a través de diferentes canales:

- La tienda física, aquí le explicaremos bien en que consiste cada servicio y podrá contratarlo al instante.
- Página web. Si es un cliente que le gusta tener todo programado para sus vacaciones, podrá contratar las actividades con mayor anterioridad.
- Redes sociales. Podrá ponerse en contacto con nosotros y realizar la reserva a través de unos sencillos pasos.
- Recepciones de los hoteles. Este sería nuestro intermediario para llegar a los clientes que no conocen lo que ofrece la zona.
- Agencias de viajes y Tour Operadores.

6. VIABILIDAD DEL PROYECTO

6.1 Gastos fijos

- Precio del alquiler: 1000 €/mes = 12.000 €/año
- Gasto por suministros: 150€/mes = 1.800 €/año
- Gastos de personal:
 - Emprendedor 1500€/mes = 18.000€/año
 - Dos empleados, uno a jornada completa y otro a media jornada: 2500€/mes = 30.000€/año
- Otros gastos: 1450€/año.

Total gastos periódicos anuales o gastos fijos = 63.250€

6.2 Inversión inicial

<i>Gastos de constitución y puesta en marcha</i>
2.000,00

Material deportivo

	UNIDADES	PRECIO	TOTAL €
BICICLETAS	30	180,00	5.400,00
KAYAKS INDIVIDUALES	15	300,00	4.500,00
KAYAKS DOBLES	15	500,00	7.500,00
REMOS KAYAKS	45	25,00	1.125,00
PADDLE SURF	15	500,00	7.500,00
REMOS PADDLE SURF	15	30,00	450,00
CASCOS CICLISMO	30	10,00	300,00
GOPRO HERO	10	120,00	1.200,00
SNORKEL	20	15,00	300,00

Equipamiento

EQUIPO INFORMÁTICO	1.200,00
MOBILIARIO	1.500,00

Desembolso total, Gastos de constitución y puesta en marcha + Material deportivo + Equipamiento = 32.975 €

6.3 Métodos de evaluación económica

Hemos realizado el cálculo de la viabilidad financiera del proyecto con una duración de 3 años, ya que el objetivo es haber recuperado la inversión en este periodo.

A continuación tenemos el cuadro de amortización del inmovilizado, el que hemos calculado por el sistema lineal, y en el que hemos estimado un valor residual al final del tercer año del 20% de su precio de adquisición, exceptuando los accesorios (Remos, Cascos, Material de snorkel) que su valor residual será igual a 0.

Amortizaciones

Inmovilizado	Precio de adquisición	Cuota Amortización	Valor residual
Equipo Informático	1.200,00	320,00	240,00
Mobiliario	1.500,00	400,00	300,00
Bicicletas	5.400,00	1.440,00	1.080,00
Kayaks Individuales	4.500,00	1.200,00	900,00
Kayaks dobles	7.500,00	2.000,00	1.500,00
Tablas paddle surf	7.500,00	2.000,00	1.500,00
Cámaras	1.200,00	320,00	240,00
Accesorios	2.175,00	725,00	-

Para la estimación de las ventas nuestra empresa hemos dividido el año en tres temporadas, temporada baja (enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre), temporada media (mayo, junio, septiembre y octubre) y temporada alta (julio y agosto).

Para calcular las ventas de la temporada alta lo hemos hecho desde un punto un poco pesimista, suponiendo que alquilaríamos una hora al día cada uno de nuestros principales servicios, es decir una hora las todas bicicletas, una hora todas las tablas de paddle surf y una hora todos los kayaks, tanto los individuales como los dobles.

Esta cifra, ya que estamos en semana santa la hemos multiplicado por 80%, ya que sería nuestra tasa esperada.

Durante la temporada media hemos realizado el mismo cálculo pero reduciendo la tasa del número de alquileres al 60%.

Por lo que nuestras ventas durante este periodo quedarían así:

TEMPORADA ALTA

Servicio	Unidades	Precio/hora	Tasa TA	Día	Mes	Total
Bicicletas	30	5	80%	120	3.600	7.200
K1	15	15	80%	180	5.400	10.800
K2	15	20	80%	240	7.200	14.400
Paddle Surf	15	15	80%	180	5.400	10.800

El total correspondiente a estos dos meses sería de 43.200€

TEMPORADA MEDIA

Servicio	Unidades	Precio/hora	Tasa TM	Día	Mes	Total
Bicicletas	30	5	60%	90	2.700	10.800
K1	15	15	60%	135	4.050	16.200
K2	15	20	60%	180	5.400	21.600
Paddle Surf	15	15	60%	135	4.050	16.200

El total correspondiente a estos cuatro meses sería de 64.800€

Para el cálculo de la temporada baja hemos estimado nuestras ventas de forma muy diferente, ya que las actividades realizadas en el agua serían casi inexistentes. Nos centraríamos más en las excursiones organizadas en bicicleta, y hablaríamos con los centros de enseñanza de la zona para la contratación de nuestros servicios. En el puerto de Portals se realizan clases de piragua y paddle surf durante el invierno como actividades extraescolares y actividades complementarias a la asignatura de Educación Física.

Pero durante esta época no contaríamos a penas con la visita de turistas, por lo que nuestros ingresos se verían reducidos drásticamente.

Durante los seis meses de la temporada baja, hemos estimado que con la contratación de las actividades mencionadas anteriormente nuestros ingresos diarios se verían reducidos a unos 50€. Por lo que el total durante estos seis meses sería de unos 9000€.

A priori vemos que no generamos ni para pagar los gastos, pero a continuación calcularemos el VAN y el TIR para ver si los ingresos de las Temporadas Alta y Media compensan las pérdidas de la Temporada Baja.

Para el cálculo de estos dos métodos de evaluación económica hemos estimado que los gastos variables serán de un 10% de las ventas, la duración del proyecto de 3 años y la inversión tendrá un coste de financiación del 10%, también tendremos que hacer frente al impuesto de sociedades de un 30% sobre el B.A.T y saber que añadiremos el valor residual a las amortizaciones del tercer año.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	117.000,00	117.000,00	117.000,00
Costes Variables	11.700,00	11.700,00	11.700,00
Costes Fijos	63.250,00	63.250,00	63.250,00
B.A.T	42.050,00	42.050,00	42.050,00
IS	12.615,00	12.615,00	12.615,00
B.D.I.T	29.435,00	29.435,00	29.435,00
Amortizaciones	8.405,00	8.405,00	14.165,00
Cash Flows	37.840,00	37.840,00	43.600,00

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Flujos	-32.975,00	37.840,00	37.840,00	43.600,00

VAN = 65.455,05

TIR = 103%

7. CONCLUSIONES

Tras obtener los resultados de estos dos métodos de valoración económica podemos observar que el VAN del proyecto es de 65.455,05 que es superior a 0, por lo que el proyecto es viable.

Por otra parte tenemos la TIR, que no sale un 103%, es una TIR muy elevada, ya que supera en 93 puntos el valor de la K, nuestro coste de financiación, que se situaba en un 10%.

El flujo de caja del primer año vemos que ya supera la inversión inicial del proyecto, por lo que podemos asegurar que es un proyecto bastante viable.

Antes de realizar estos cálculos podía parecer todo lo contrario, ya que la temporada alta tiene solo dos meses de duración, y los ingresos previstos para los seis meses de temporada baja no son suficientes para abastecer todos los gastos que supone la empresa, pero después de esto, podemos afirmar que el elevado número de ingresos durante la fuerte época estival compensa sobradamente el resto del año.

8. BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS

Marketing Turístico, Antoni Serra. Pirámide, ESIC.

Marketing en la práctica, José María Sainz de Vicuña y Ancín, 19ª ed, ESIC.

INTERNET

www.caib.es

www.ine.es

www.iet.tourspain.es

www.territoriomarketing.es

www.calvia.com

www.decathlon.es