

# Plan de Negocio



## [AREA DE SERVICIO Y ESTACIONAMIENTO DE AUTOCARAVANAS]

[Estudio de viabilidad de la puesta en marcha de un servicio de estacionamiento de autocaravanas en el municipio de Castro-Urdiales.]



## INDICE

- 1. Resumen Ejecutivo.**
- 2. Presentación del Proyecto.**
  - 2.1. La Idea
  - 2.2. Localización del negocio
  - 2.3. Descripción del Área y terrenos
  - 2.4. Origen, objetivos y evolución del proyecto
- 3. Estudio de Mercado.**
  - 3.1. Clientela
  - 3.2. Competencia
- 4. Estrategia Comercial.**
  - 4.1. Estrategia de producto
  - 4.2. Estrategia de precios
  - 4.3. Estrategia de comunicación
  - 4.4. Estrategia de marketing
- 5. Producción y Recursos Humanos.**
  - 5.1. Legislación aplicable
  - 5.2. Recursos Humanos
  - 5.3. Proceso Productivo
- 6. Análisis Económico Financiero.**
  - 6.1. Datos económicos relativos al proyecto
  - 6.2. Plan de inversiones
  - 6.3. Plan de financiación
  - 6.4. Cuenta de resultados
  - 6.5. Cash flow
  - 6.6. Balance
  - 6.7. Análisis de ratios
- 7. Análisis DAFO.**
- 8. Negocios Paralelos al Estacionamiento de Autocaravanas.**

## 1. Resumen Ejecutivo

La importancia de realizar el estudio de este proyecto radica en el aumento de interés en muchas localidades por la posibilidad de creación de infraestructuras para atraer a los turistas que utilizan autocaravanas en sus desplazamientos. Este interés es posible que esté mediado por la crisis económica y por la necesidad de captar clientes.

El turismo tiene muchas vertientes y todas pueden tener posibilidades de desarrollo, a fin de cuentas todas ellas redundan en beneficio de la potenciación del sector turístico, sector en el que España se encuentra entre los primeros destinos en el ranking mundial, y de la economía local, a más afluencia mayor consumo. El turismo itinerante en autocaravana o camper, por otro lado es muy activo a lo largo de todo el año.

Conscientes de ello y gracias a la labor de concienciación de las asociaciones de autocaravanistas y al activismo de algunos de sus practicantes se está asistiendo a la proliferación de áreas, por lo general, zonas con atractivos de muy distinta índole: naturales, culturales... que ven en esta forma de turismo una vía de visibilidad, viabilidad, sostenibilidad y crecimiento económico.

Uno de los avances reales para practicar con comodidad el turismo basado en una autocaravana es la creación de la infraestructura necesaria para vaciar los depósitos de residuos y llenar el depósito de agua limpia.

Debemos implantar la tendencia a considerar el uso de la autocaravana como una actividad turística relevante debido a su triple función: generadora de ingresos, promotora de infraestructuras, y de desarrollo de zonas infravaloradas en el aspecto turístico.

Por muy poco coste y con una muy alta rentabilidad, un Área de Servicio para autocaravanas es la fórmula ideal que se ha comprobado en Europa, potencia el turismo, y por lo tanto aumenta la fuente de ingresos de la localidad donde se asienta.

## 2. Presentación del Proyecto

### 2.1. La idea

Es innegable que la aparición de la autocaravana en el escenario del turismo itinerante ha sido revolucionario. La autocaravana ha conferido una nueva dimensión al turismo en general convirtiéndose no sólo en pasatiempo favorito para millones de personas en todo el mundo, sino también en la vivienda habitual para quienes trabajan lejos de su lugar de residencia, tal como sucede en EEUU, una tendencia que también comienza a verse en Europa.

Siguiendo la tendencia, en España también está creciendo el interés por el autocaravanismo.

Se estima que el parque total de estos vehículos en la Unión Europea alcanza el número de 1.500.000. Según estudios realizados, a España llegan anualmente unas 450.000 autocaravanas, más de 800.000 turistas. Sólo en España se han matriculado aproximadamente 25.000 autocaravanas, llevando una progresión anual del 20%.

El parque español de autocaravanas ha experimentado en los últimos años un importante crecimiento hasta alcanzar, se calcula, las 30.000 unidades, con un número de usuarios próximo a las 90.000 personas, si se considera una media de tres personas por caravana.

Sin duda, los datos son excelentes, las autocaravanas son los vehículos que tuvieron un mayor incremento proporcional de venta, entre los vehículos de ocio, en toda Europa.

Estos estudios nos han ayudado a la hora de idear el proyecto de implantación de una Estación de Servicios de Autocaravanas.

Un área es, básicamente, un lugar dónde las autocaravanas pueden vaciar sus depósitos de aguas grises y negras y llenar el depósito de agua, además de posibilitar la pernocta por un tiempo limitado.

La creación de instalaciones es la demanda más insistente del colectivo de autocaravanistas y, en ocasiones, **la falta de un área de servicio determina que este tipo de turismo no llegue a los municipios o lugares que carecen de él.**

En la mayoría de países europeos estas áreas son numerosas y se encuentran en puntos estratégicos, en lugares donde confluyen monumentos y zonas de interés turístico.

## 2.2 Localización del Negocio

Las Áreas de Servicio para Autocaravanas no deben de ser consideradas una zona de acampada, ni un camping encubierto, sino una zona de paso y parada técnica que posibilite poder visitar la población y lugares de interés, debiendo restringirse la permanencia en dicha zona a un máximo de 48 – 72 horas. Se trata de complementar la actividad de los campings facilitando la llegada de las autocaravanas hasta su destino. Las largas estancias, como siempre, deberán efectuarse en los campings. Esta área se combinará con el uso de parking, según las necesidades del municipio de Castro-Urdiales.

Su creación puede suponer una mínima financiación en caso de habilitar una parte de un aparcamiento existente o una zona con tomas de luz y agua. La inversión previsible para la construcción de un Área con 6 – 8 plazas de estacionamiento y los cuatro elementos básicos relacionados puede oscilar entre los 3.000 € y 4.000 €. A ello hay que añadir el coste de la Señalización, tanto en la misma Área como en los accesos del Municipio. Pueden incorporarse otros elementos de decoración como setos de flor o arbustivos, vallado, mesa con bancos de asiento,..., en cuyo caso el coste puede llegar hasta 6.000 €. El Área construida a finales del año 2009 por el Ayuntamiento de Turís, para 8 plazas, perfectamente señalizadas, con setos arbustivos delimitando las plazas de aparcamiento, acondicionamiento previo del terreno,... rondó los 12.000 €.

Este proyecto ambiciona su ubicación en un emplazamiento de entre 3.000 m<sup>2</sup> con una capacidad para 40 autocaravanas.



## 2.3 Descripción del Área y terrenos

Gracias al trabajo de muchos autocaravanistas cerca de las autoridades locales, 126 municipios en España ofrecen áreas de servicio para el tratamiento ecológico de residuos. Muchas de estas áreas de servicio cuentan con espacios reservados para el estacionamiento de las autocaravanas.

Se establecen varios tipos de utilización del Área, siendo el Área de Acogida la estudiada en este proyecto;

### 🚧 Área de Transito:

Sólo se prestará los servicios de vaciado de aguas grises y negras, así como el llenado de depósitos de aguas limpias y en algún caso la conexión eléctrica para la carga de baterías.

Se utilizarán, por tanto, la “zona de muelle” y la “zona de espera”.

El estacionamiento estará limitado al tiempo necesario para realizar las labores especificadas de mantenimiento

### 🚧 Área de Acogida:

Se prestan los servicios de mantenimiento de la autocaravana (vaciado y llenado) y además los de estacionamiento y pernocta.

Constarán tanto de una “zona de muelle” como de una “zona de estacionamiento” y opcionalmente de una “zona de servicios”. El estacionamiento estará limitado en tiempo en función de los recursos turísticos que ofrece la zona dónde está enclavada el Área. Por lo que dicho estacionamiento se moverá en una banda de 48 a 72 horas, pudiendo superarse dicho límite horario según la disposición del promotor.

Cuando la temporada de afluencia sea bajo, dichos límites de acogida podrán ser ampliados.

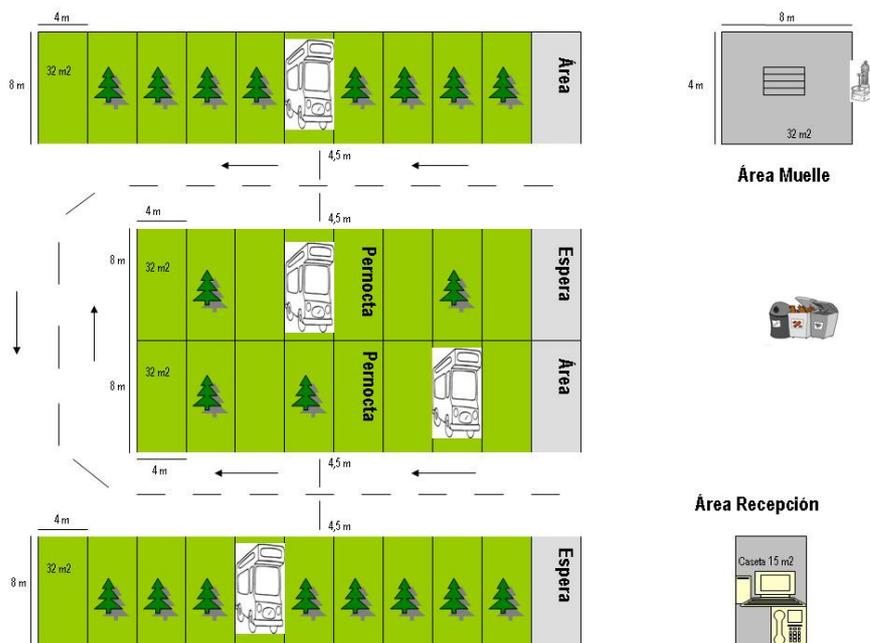
### 🚧 Área de Estancia:

El Área será de estancia cuando preste los servicios de vaciado y llenado así como los de pernocta, dispondrán, además , de espacio anexo a la autocaravana para el uso y disfrute exterior a la misma, de sus ocupantes y una zona de servicios complementaria.

Consta de “zona de muelle”, una amplia “zona de estacionamiento” y una “zona de servicios”. La estancia máxima será determinada por la entidad que gestiona el recurso. No obstante, deberá tener una duración superior a la del área de acogida, teniendo a su vez presente la afluencia de autocaravanas en cada periodo del año.

## Descripción del espacio del Área de Autocaravanas:

- Zona Muelle: se le llama así al espacio de hormigonado liso y conectado a la red de alcantarillado donde la autocaravana puede realizar las siguientes tareas de mantenimiento:
  - Una rejilla para el vaciado de aguas grises; su instalación debe estar preparada para que dichas aguas pasen, como mínimo, por un proceso de depuración o desagüe en la red de alcantarillado sanitario.
  - El punto de vaciado de casete químico, “aguas negras” materias fecales y orina, debe estar provisto de una tapa de registro perfectamente hermética.
  - Dos grifos, uno para agua potable, con boquilla estándar para poder enganchar manguera para el llenado del depósito y otro para la limpieza del casete químico y las zonas del área utilizadas.
  - A su vez puede contar con un enchufe para dar suministro eléctrico y cargar las baterías del habitáculo.
  
- Zona de Espera: en ocasiones se encuentra junto a la zona muelle y su utilidad es la de servir de estacionamiento a otro vehículo que desee entrar en el muelle.
  
- Zona de Estacionamiento-Pernocta: es aquel lugar dentro del área de acogida o estancia destinado al estacionamiento y pernocta de las autocaravanas por un tiempo limitado. En función de la afluencia de turistas en autocaravanas, dicha zona será mayor o menor a fin de cubrir las necesidades de acuerdo con el número de vehículos.



## 2.4 Origen, objetivos y evolución del proyecto

El autocaravanista necesita en sus viajes: Servicios comunes, suministros de agua potable, lugares para vaciado ecológico de aguas residuales. Como consecuencia, las áreas para autocaravanas actúan como reclamo, las rutas de viaje se preparan en función de la localización del área de autocaravanas y suelen ser estas localidades las elegidas para etapas de descanso, compras,...

Como principal objetivo de la actividad autocaravanista destacamos la prestación de un servicio de calidad que repercutirá en publicidad del municipio de Castro-Urdiales en Europa, y de forma pareja en las siguientes áreas:

- Extensión de la temporada turística
- Dinamización de las zonas rurales
- Promoción de áreas desconocidas
- Difusión del patrimonio histórico, gastronómico, paisajístico y cultural
- Potenciación del comercio local

Un área de servicio para autocaravanas es una infraestructura básica que otorga las siguientes ventajas:

- ✚ Los autocaravanistas ayudan a potenciar el desarrollo económico, social y cultural, y dada la facilidad con la que se mueven son especialmente interesantes para municipios con escasas infraestructuras turísticas.
- ✚ El autocaravanista es un agente de marketing territorial con una eficacia única, con sus fotos inmortaliza y difunde el patrimonio cultural de allá por dónde pasa, que luego comparte a través de sus redes sociales en internet.
- ✚ El autocaravanista es un turista que opera todos los meses del año. Autocaravanistas europeos viajan al sur de Europa para pasar los meses de invierno huyendo de las condiciones climatológicas de su país.
- ✚ Permite a las Administraciones públicas cumplir con su obligación legal de preservar el medio ambiente y ordenar el tráfico.
- ✚ Es una oportunidad para los municipios que añaden un nuevo servicio y mejoran notablemente su imagen.
- ✚ Promueve el desarrollo del comercio local.
- ✚ La inauguración de una nueva área es motivo de reseñas en todas las revistas especializadas y guías del país dando publicidad gratuita a la localidad otorgándole valor añadido al fomentar el turismo ecológico y de calidad.

- ✚ Es un turismo totalmente sostenible. Las autocaravanas son itinerantes frente a las construcciones arquitectónicas que permanecen.
- ✚ Puede ser una manera de facturar mas para algunos negocios como gasolineras, supermercados, bodegas, asociaciones de agricultores, etc.

En conclusión, se puede asegurar que la puesta en marcha de un Área de Servicio en el municipio, supone un impulso a todo el sector turístico, dinamizando y difundiendo todo el patrimonio de Castro-Urdiales en España y en el exterior.

### 3. Estudio de Mercado

#### 3.1 Clientela

Es importante mencionar el constante crecimiento que ha experimentado en los últimos años el autocaravanismo en España.

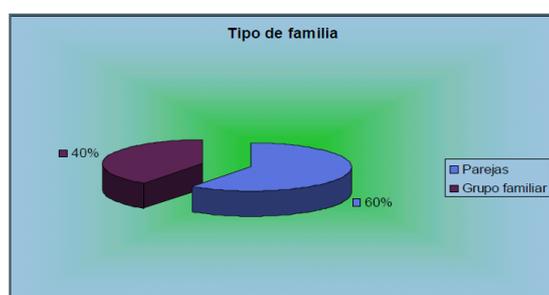
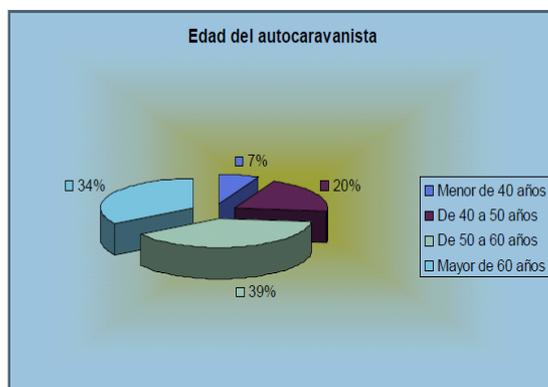
Una autocaravana es un vehículo clasificado por el código de circulación como un automóvil, que incluye un mobiliario básico en su interior a modo de casa u hogar, homologado para ser usado como vivienda durante los viajes.

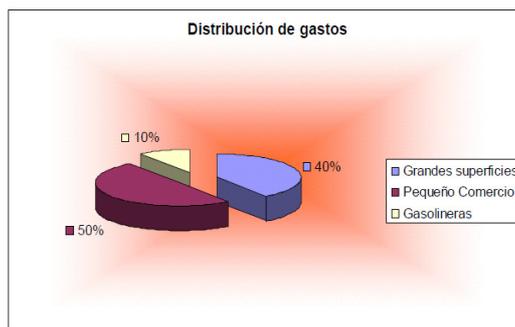
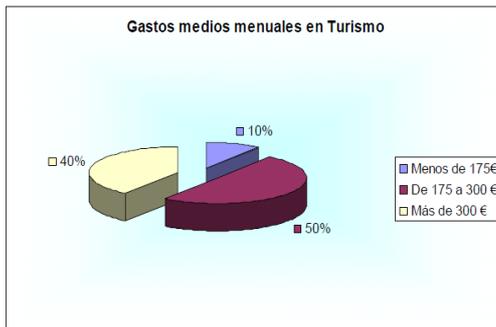
Proporciona los dos medios básicos para viajar: transporte y alojamiento. La disponibilidad inmediata y la capacidad para alojar a sus pasajeros en cualquier espacio donde esté permitido estacionar, son los principales motivos por los que un millón quinientas mil familias europeas se hayan decantado por esta forma de viajar.

No obstante hay de detallar que el autocaravanista no es un turista tradicional al uso o de temporada, por lo general, viaja todo el año. El autocaravanista tipo es una persona de entre 45 y 50 años de edad. Viaja una media de 100 días al año, distribuido durante las cuatro estaciones. Aunque también es real que la mayor relevancia está situada en la época estival.

Su poder adquisitivo es medio-alto. Frecuenta tanto las zonas de la costa como el interior, incrementa las visitas y la actividad del comercio local en las zonas.

Los estudios a través de encuestas revelan que el 70% de la población autocaravanista está formada por hombres de negocio, jubilados y profesionales liberales. Su media de salario anual asciende a 35.000 euros. El 60% compra, por lo general, en el comercio local. Uno de cada tres autocaravanistas visita de dos a tres veces por semana un restaurante.





Por la Comisión de Autocaravanismo, Europa, FICC se ha llevado a cabo una encuesta con interesantes estadísticas que arrojan luz sobre el autocaravanismo en España y en Europa. El trabajo es el fruto de una intensa campaña de la Comisión en diversos medios, parques de Camping y en las zonas más turísticas de España. Los datos están basados en 709 respuestas, anónimas, por Internet y rellenando manualmente un formulario en algunos campings de zonas turísticas.

La encuesta es un interesante trabajo con documentación y estadísticas de los hábitos del autocaravanista y el autocaravanismo en general. España es uno de los países más visitados de Europa, alrededor de 450.000 autocaravanas (una media de más de 800.000 personas) cruzan anualmente nuestras fronteras (representa nada menos que la tercera parte de todas las autocaravanas matriculadas en Europa); un gran número de ellas permanecen por largos períodos, especialmente en el invierno, en distintas partes de España. Visitantes de Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Suecia, Noruega, Finlandia y Holanda, etc., también han rellenado esta encuesta. Por ello, hasta cierto punto, refleja algunos datos a nivel europeo.

### Encuesta y Estadísticas sobre los hábitos del autocaravanista

- ¿Rutas preferidas por los autocaravanistas?  
El 50% eligió viajar por diferentes regiones españolas y, además, con salidas al extranjero.
- ¿Las principales profesiones de los autocaravanistas?  
El primer lugar, corresponde a los jubilados o pensionistas (muchos de ellos prejubilados a los 60 años e incluso antes).  
En segundo lugar, siguen los profesionales, funcionarios (profesores, abogados, doctores e ingenieros, etc.), autónomos y empresarios.
- ¿Cuántos días al año viajan los autocaravanistas?  
De acuerdo con la encuesta los usuarios de autocaravana utilizan su vehículo 79 días a 1 año, incluyendo vacaciones y salidas en festivos y fines de semana.
- ¿Edad de los autocaravanistas?

El mayor número de respuestas pertenece a las edades comprendidas entre los 50 a 65 o más años, contabilizando así un porcentaje del 46% de todos los autocaravanistas.

➤ ¿Distancias recorridas anualmente?

Un 56% recorrió una media de 5.000 a 7.500 km al año. Más datos abajo.

➤ ¿Cuántas veces a la semana van los autocaravanistas a un restaurante?

Un 35% frecuentó los restaurantes 2 veces a la semana, durante las salidas en autocaravana. Más detalles en las estadísticas:

➤ ¿Gasto medio por persona en un restaurante?

La mayoría de las respuestas resultaron en una media de 25 a 30 euros, 48% del total, por persona cada vez que visitaron un restaurante.

➤ ¿Compra media diaria por persona, incluyendo suvenires, etc.?

Las autocaravanistas se gastaron de media un mínimo de 20 € a un máximo de 30 € por persona y día.

\*Nota: en lo que se refiere al gasto general, compras, etc., estas estadísticas cuantifican dichos gastos sólo durante el desarrollo de su actividad.

En 2012, **Alemania, Austria y Suiza** registraron aumentos en las **ventas de caravanas y autocaravanas**, según los cálculos iniciales de la Federación Europea Caravaning (ECF). Una tendencia alcista que sigue marcando mercado alemán en el primer cuatrimestre del 2013 (CIVD).

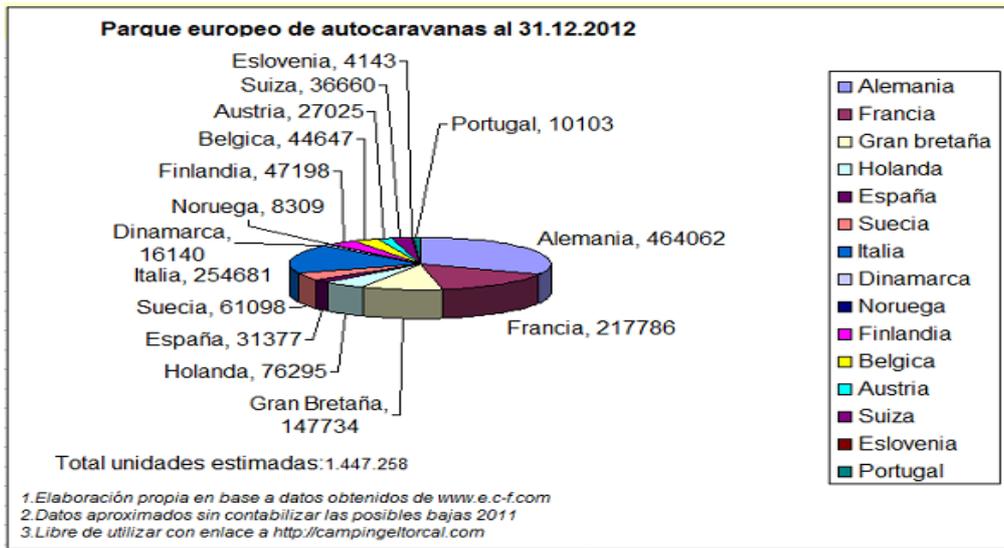
La estructura del mercado de vehículos de ocio está dominada por los tres países que se posicionan en el mercado: Alemania, Francia y Gran Bretaña. El parque de caravanas de éste tripartito representa el 55 por del total europeo y el 57 por ciento del censo de autocaravanas.

El sector del caravaning en Alemania alcanza en 2012 un nuevo record ya alcanzado en 2011, con más de 6 billones de euros de venta, según cifras y datos de CIVD Caravaning.

### Censo europeo de caravanas y autocaravanas

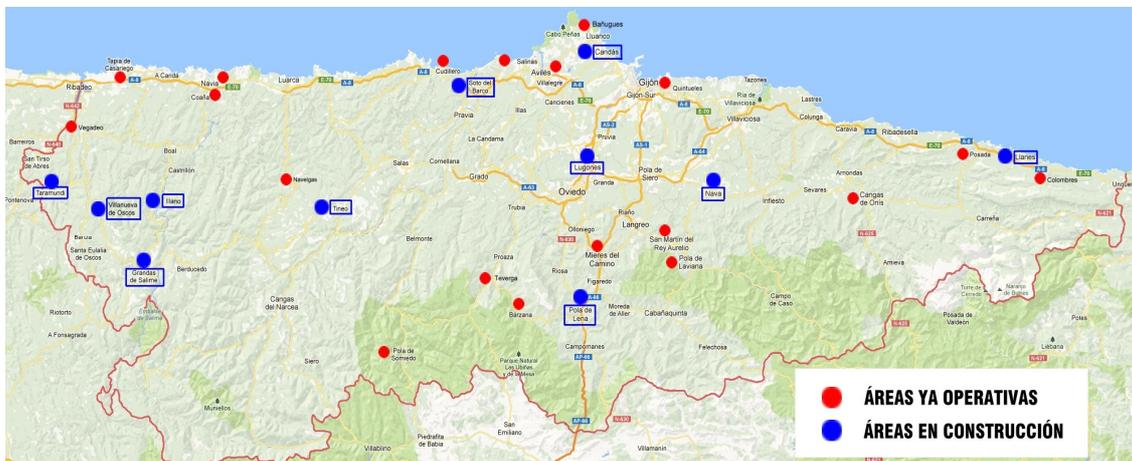
En base a los datos del censo de vehículos del 2011 y los datos de nuevas matriculaciones durante el 2012 obtenidos de las estadísticas de la European Caravan Federación la estructura del censo o parque europeo de caravanas al 31 de diciembre del 2012 viene reflejada en las gráficas siguientes.

## Estructura del caravanning en plena crisis de la deuda en la Unión Europea en 2012



La mayoría de los datos numéricos para obtener el censo de vehículos de ocio son aproximados y reflejan la estructura por países en el mercado europeo del caravanning en plena crisis de la deuda.

### 3.2 Competencia



Para superar la competencia se ha analizado la competencia en el municipio de Castro-Urdiales y alrededores, ayuntamientos y empresas privadas de la franja cantábrica, entidades más representativas a nivel estatal, identificando los que pudieran ser directos y los indirectos, y a través del estudio realizado, se ha constatado que actualmente no existe oferta en el Municipio ni en el entorno más cercano, ningún otro negocio de las mismas características con el que se pueda competir.

Un área de autocaravanas se parece más a un aparcamiento que a un camping, y el tipo de usuario es distinto: el autocaravanista es un turista itinerante que está poco tiempo en cada lugar y que, en general, sólo utiliza los campings para estancias largas.

Un área no representa una competencia para los campings e, inclusive, puede ser un buen aliado de estos. Prueba de ello es que en Francia hay multitud de localidades que tienen a la vez área de servicio para autocaravanas y un camping.

En todos los viajes los autocaravanistas reservan unos días para descanso y lavado de ropa por lo que buscan un camping. Aquellos campings que se encuentran en las rutas frecuentadas por las autocaravanas, necesariamente aumentan su actividad, sobre todo, fuera de temporada.

En muchas ocasiones, los campings no resultan adecuados para el autocaravanista por la estacionalidad de la mayoría de ellos, cerrados en temporada baja, y la poca o nula adaptación de sus instalaciones para aquellos vehículos.

Esta pequeña introducción se convierte importante condicionante que será punto clave para una valoración de éxito del Plan de Viabilidad, así como un impulso atractivo para el fomento del turismo en la ciudad de Castro-Urdiales y pedanías.

Primer proyecto de este sector en la zona, posición ventajosa que pretende ofrecer un servicio novedoso al tiempo que brindar al cliente un excelente trato, reforzando y creando de manera estratégica alianzas, acuerdos, procurando solidificar nuestra posición de liderazgo.

Los costes aplicados y estudiados significan que somos capaces de operar con los precios más bajos del sector. Existirán clientes cuyo principal factor por el que decide utilizar el Área de Servicio sea el precio. Manteniendo unos niveles mínimos de calidad del servicio.

La incorporación de algún atributo específico al servicio que ofrece la empresa, como es el préstamo de bicicletas, será un incentivo añadido, contando con clientes dispuestos a pagar algo más por dicho servicio adicional.

Este sobre-precio le permite a la empresa alcanzar unos rendimientos superiores. A diferencia de la ventaja en el precio, las ventajas en diferenciación pueden perseguirla todas las empresas del sector, ya que hay numerosos atributos que pueden incorporarse a los productos y servicios que una empresa ofrece. La cuestión está en encontrar qué características son más valoradas y apreciadas por los clientes, considerando que nos

encontramos en un marco donde actualmente no existe competencia, y que contribuye a un refuerzo y consolidación fundamental del proyecto en el municipio de Castro-Urdiales.

### Estudio de Áreas de Servicios en Cantabria

	Plazas	24 horas	+ días	Todos Servicios	Vaciado/Carga Agua	Lavado	Electricidad
Gornazo	15	GRATUITA					
Cabuerniga		5 Euros		2 Euros			
Brañavieja	20	10 Euros		5 Euros			
Cabarceno	30	GRATUITA					
Comillas	8	Gratis	5 Euros		2 Euros	3 Euros	
Hazas de Cesto	10	GRATUITA					
Liérganes	10	GRATUITA					
Polientes		6 Euros		3 Euros			2 Euros
Barcena Mayor		GRATUITA	S/ SERV.				
Ribamontan al Monte		GRATUITA					
S.V.Barquera		10 Euros		5 Euros			
Santander		GRATUITA					

### Estudio de Áreas de Servicios en Bizkaia

	Plazas	24 horas	+ días	Todos Servicios	Vaciado/Carga Agua	Lavado	Electricidad
Bermeo		GRATUITA					
Bilbao		15 Euros					
Lekeitio	11	GRATUITA					
Mendexa				4 Euros			
Getxo		GRATUITA					
Ondarroa	25	GRATUITA					

## 4. Estrategia Comercial

### 4.1 Estrategia de Producto

Debemos implantar la tendencia a considerar el uso de la autocaravana como una actividad turística relevante debido a su triple función: generadora de ingresos, promotora de infraestructuras, y de desarrollo de zonas infravaloradas en el aspecto turístico.

La estrategia de productos es aspecto de suma importancia a pesar de no encontrarse en un mercado con competencia, debiendo estar ésta constantemente actualizada.

Pensando a quién se dirige el producto, de qué beneficios va a disfrutar el cliente con el servicio, cómo se espera posicionar en el mercado y las ventajas con las que la emergente empresa cuenta, las líneas de actuación planteadas para llevar a cabo el desarrollo de negocio son las siguientes:

- ✚ Se debe disponer de un Área con un espacio que cubra las necesidades del autocaravanista.
- ✚ Las autocaravanas son vehículos que necesitan regularmente:
  - Llenar sus depósitos de agua potable ( 150 litros aproximadamente cada 3 ó 4 días).
  - Vaciar sus depósitos de “aguas grises” (150 litros aproximadamente de aguas jabonosas; cada 3 ó 4 días).
  - Vaciar sus depósitos de “aguas negras” (20 litros WC químico con materia orgánica; cada 3 ó 4 días).
  - Estacionar, todos los días, en lugares seguros y tranquilos para pernoctar.
  - Proveerse regularmente de productos básicos de consumo (alimentos, bebidas, etc.).
- ✚ Materiales homologados y de calidad. Ofrecer servicios de calidad, es una buena práctica para diferenciarse de posibles competidores.
- ✚ Asesoramiento a los clientes. Un buen profesional tiene que ser capaz de prestar un buen servicio de asesoramiento e información a los clientes tanto en circulación y

cuidados del uso de la autocaravana, como sobre posibles rutas que se puedan hacer por la zona y alrededores.

- ✚ Venta. Con el fin de incrementar la posibilidad de rentabilidad y además ofrecer mejor servicio, se puede también realizar la venta al público de accesorios, tener máquinas expendedora de alimentos, bebidas...
- ✚ Otros servicios. Se pueden estudiar diferentes ideas como puede ser el alquiler de bicicletas para facilitar hacer recorridos por las vías verdes, trazado del camino de Santiago que transcurre por el municipio, etc.
- ✚ Taller de reparaciones. Contar con la herramienta necesaria para disponer de un pequeño taller para el mantenimiento periódico o la solución de pequeñas averías. Y contactar con los Talleres mecánicos más próximos para poder dar solución a averías más importantes.
- ✚ Mapa de Rutas y tours guiados. Una vez establecidos se pueden organizar rutas y tours guiados por el casco urbanos y por zonas turísticas rurales, dando a conocer el patrimonio turístico del municipio. Algunos ejemplos; vía verde Traslaviña, Dicado, Setares, Alen y Piquillo.
- ✚ Asociación con otros negocios. Posibilidad de asociarnos con empresas relacionadas como campings, casas rurales, albergues, hoteles, gastronomía, etc. al fin de poder dar en un momento dado una mayor cobertura de asistencia a nuestros clientes.

Contaremos como Área de Acogida con unos servicios específicos:

1. Una garita-oficina que servirá como punto de información turística, y de control del acceso. Igualmente, la entrada contará con una barrera de funcionamiento manual o automático.
2. El área deberá contar con vigilancia 24 horas al día.
3. El área podrá incorporar cualquier otra prestación que venga a mejorar sus servicios, tales como zona de juegos (infantiles, de petanca, etc.), zona de evacuación para animales de compañía, etc.
4. Dispondrá de una conexión WIFI abierta para poder ser usada por los autocaravanistas.

5. Podrá ser usada como área de tránsito para el servicio de mantenimiento de la autocaravana o estacionamiento de horas sin pernoctación en la misma. El cobro será proporcional al servicio prestado.

#### 4.2 Estrategia de precios

Tras el estudio realizado, se constata que en la búsqueda de la manera de introducir un servicio que genere beneficios de manera rápida y eficaz se han concentrado los esfuerzos en reducir los precios lo más posible, a fin de evitar que se constituyan frenos en los futuros clientes.

Esta estrategia pretende estar por debajo del precio de una posible competencia, pero sobre todo por debajo de la percepción del cliente, consiguiendo introducir rápidamente el producto y hacerlo conocido en relativamente poco tiempo.

Una vez conseguida la estrategia de penetración en una cuota de mercado se buscará incrementar la percepción de imagen manteniendo los precios. La estrategia de mantenimiento que se desea llevar a cabo está asociada a un esfuerzo por mejorar la calidad del servicio.

Los canales de distribución que reforzarán la política de precios podrán conducirse por la vías detalladas a continuación:

- 🚩 Información a través de la Oficina de Turismo
- 🚩 Web Castro Urdiales, Web Turismo Local y Turismo Cantabria
- 🚩 Folletos informativos para entregar
- 🚩 Distribución de publicidad en las distintas Oficinas de Turismo, tanto del Municipio como de la propia Comunidad de Cantabria, como de las anexas País Vasco, Asturias, Castilla-León...
- 🚩 Paneles informativos del Ayuntamiento y Juntas Vecinales

#### 4.3 Estrategia de comunicación

La política de comunicación de la empresa debe ir encaminada a divulgar los beneficios del uso del elemento de negocio: Autocaravanas. Algunas son:

- 🚩 Medio ambiente. El autocaravanismo está en perfecta combinación con el medio ambiente. El usuario de autocaravana debe seguir las recomendaciones de reciclaje: papel, plástico, metal y cristal, etc. Proteger el medio ambiente es responsabilidad de todos: prevención y conservación de los recursos naturales a través de reducir, re-usar

y reciclar. La naturaleza y los lugares de interés deben ser protegidos y esto se consigue utilizando las autocaravanas.

En concreto se tendrán en cuenta los siguientes criterios ambientales:

1. Utilización racional e intensiva de el suelo.

1.1. Utilizando suelos ya artificializados.

1.2. Preservando el suelo agrario y natural.

1.3. Reduciendo el sellado del suelo para usos urbanísticos.

2. Mejorar la calidad ambiental de los núcleos urbanos.

2.1. Integrando el factor paisaje en el planeamiento municipal.

2.2. Introduciendo criterios bioclimáticos y de calidad ambiental (confort térmico, ruido, contaminación, etc.) en el diseño de las zonas verdes y los espacios públicos.

✚ Economía. Medio barato para viajar.

✚ Impulso del sector turístico en la zona.

Para implantar un mayor uso de la Autocaravana en Castro-Urdiales y demás localidades, se plantea la realización de una campaña de difusión del sistema;

✚ Publicidad del sistema, mediante colocación de carteles en todos los edificios públicos (Ayuntamiento, Ofical de Juventud, Biblioteca, Oficina de Turismo, Pedanías...).

✚ Señalización horizontal y vertical promocionando el sistema de Autocaravanas e informando de su ubicación.

✚ Publicidad e información, indicando las ventajas de la Autocaravana.

✚ Información exhaustiva, mediante distribución de trípticos y carteles, acerca del funcionamiento del Área de Servicio de Autocaravana y de todas las posibilidades que ofrece, de forma clara y concisa.

Aprovechando las nuevas tecnologías un medio efectivo y económico es Internet, se recomienda crear un blog o pagina Web en la que se difunda la empresa, todas las actividades y servicios que ofrece, ofertas, etc.

Una de las mejores formas de captación de clientes es lo que se denomina “boca a boca”, por esto mismo es muy importante que el servicio prestado quede reflejado en la satisfacción del cliente.

#### 4.4 Estrategia de marketing

La zona de servicio estará perfectamente habilitada para cubrir las necesidades de estacionamiento y de área de servicio, y su objetivo no es otro que ofrecer un servicio de calidad y cercano a los cada vez más autocaravanistas extranjeros y de otras comunidades que visitan en cualquier periodo nuestro municipio.

Detalle Área de Servicio Autocaravanas:

Horario;

L a V de 8:00 a 22:00h.

Sábado y Domingos de 8:00 a 24:00h.

Enclaves;

Terreno en Castro Urdiales.

Dirigido a;

Personas que practican el autocaravanismo.

Requisitos para darse de alta en el servicio;

Entrega de DNI o documento equivalente.

Inscripción cumplimentada.

Cómo inscribirse;

Oficina de la estación habilitada para la gestión del servicio.

Pago y firma del contrato por adelantado.

Servicios incluidos;

- Vigilancia permanente las 24 h, los 365 días del año
- Seguro multirriesgo con cobertura de robo, incendio, daños, etc.
- Zona de carga y descarga de líquidos.
- Área de lavado.

#### Condiciones de uso;

- No estacionar en las zonas comunes de vaciado y llenado de aguas.
- Respetar las horas de descanso desde las 24:00 a las 07:00 horas.
- Rogamos colaboración cuando se requiera el movimiento de su vehículo a petición de los encargados por motivos de reubicación o limpieza.
- Depositar la basura en los contenedores.
- No verter líquidos fuera de las zonas habilitadas.
- Prohibido perros sueltos. Respetar a los demás.
- No estacionar coches en la zona de aparcamiento para autocaravanas. Prohibido lavar vehículos.
- La conexión eléctrica esta destinada a la recarga de baterías y pequeños electrodomésticos, consumo máximo 1.000W.
- No está permitido el uso de elementos exteriores: toldos, avances, mesas, sillas, cocinas, grupos electrógenos, bombonas, etc..
- Existe un límite de aforo.
- El incumplimiento de cualquiera de estas normas, o cualquier comportamiento incívico puede dar lugar a la expulsión del área.

#### Tarifa;

Las tarifas de uso de vigentes en cada momento pueden consultarse en la página web y en la propia oficina de la estación habilitada para la gestión del servicio.

##### Abono Diario:

Pernocta (de 18:00.a 10:00 h.) 6 Euros

Solo Servicios: 3 Euros

Electricidad: 2 Euros

##### Abono más días:

Pernocta: Gratis 24h.

Siguientes días: 6 Euros

Vaciado/carga de aguas: 3 Euros

Electricidad: 2 Euros

Lavado de vehículos: 3 Euros

Pago por adelantado en el momento del registro de entrada en el Área.

Se admiten animales de compañía domésticos. No están permitidos remolques de animales.

La gasolinera, supermercado, taller mecánico y demás compras se encontrarán muy cerca del Área de Servicio.

Resumen de pasos a seguir para darse de Alta en el Área de Servicios de Autocaravanas;

Aceptación de las condiciones del servicio.

Alta como usuario en el Área.

Firma del contrato.

Pago de la cuota correspondiente al tramo horario contratado.

Compromiso del uso correcto de las instalaciones.

(\*) Se valora la posibilidad de desarrollar una Ordenanza Municipal que aborde el uso y obligaciones derivadas de la actividad del negocio y capaz de abrir expedientes sancionadores en caso de incidente.

Sanciones por incumplimiento;

La empresa gestora del servicio impondrá una sanción de 100 € en los supuestos de deterioro de la utilización de los distintos servicios, siempre que sean imputables al usuario.

Facturación,

Por cada servicio cobrado se entregará un recibo, numerado correlativamente, al usuario, que quedará registrado en la base de datos para facilitar el control contable.

Obligaciones del usuario;

- ✚ La tarjeta de usuario es personal e intransferible .
- ✚ Las instalaciones serán de uso exclusivo de las personas que sean pasajeros de la caravana, no podrán ser utilizada por personas ajenas.
- ✚ El usuario se compromete a usar las instalaciones con la diligencia debida, y a utilizarla exclusivamente conforme a lo establecido en las ordenanzas municipales.
- ✚ El usuario asume la custodia de su autocaravana desde la entrada de la misma hasta su retirada, por lo que deberá hacer un uso diligente de la misma, tomar las medidas oportunas para evitar su robo, pérdida o deterioro y asegurarse de su correcto estacionamiento.
- ✚ El usuario será responsable en todo momento de las obligaciones que se determinen por cualquier Autoridad u Organismo, ya sea Estatal, Autonómico o Local, para la

utilización del Área de Servicios, incluida la necesidad que pueda derivarse de tener que usar cualquier clase de complementos para la utilización de Autocaravanas. Se prohíbe cualquier utilización de la autocaravana contraria a la prevista en las normas de circulación

- ✚ Queda prohibida la manipulación y/o desmontaje de la maquinaria que da servicio en el Área.
- ✚ El usuario es el único responsable de las lesiones causadas a sí mismo o a terceros así como de los daños a bienes propios o de terceros provocados tanto por el uso normal como indebido de las instalaciones.

## 5. Producción y Recursos Humanos

### 5.1 Legislación aplicable.

#### Normativa

Detalle de la normativa que habrá de observarse;

- ✚ Normativa Municipal de Circulación del Ayuntamiento de Castro Urdiales.
- ✚ La Movilidad en Autocaravana. Contexto actual y propuesta de actuación. DGT.
- ✚ Real Decreto 2822/1998, de 23 de diciembre, se aprueba el reglamento general de vehículos.
- ✚ Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre, se aprueba el reglamento general de circulación.
- ✚ Real Decreto 317/2003 de 14 de marzo, por el que se regula la organización y funcionamiento del Consejo Superior de Tráfico y Seguridad de la Circulación Vial.
- ✚ Ley 40/2002, de 14 de Noviembre, reguladora del Contrato de aparcamiento de vehículos.
- ✚ Ley de Cantabria 5/1999 de 24 de marzo, de ordenación de Turismo de Cantabria.
- ✚ Ley de Protección de Datos, Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre.
- ✚ Ley de Prevención de Riesgos Laborales. Ley 31/1995, de 8 de Noviembre, Seguridad e Higiene en el Trabajo.

En cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, informa que los datos personales que se proporcionan deben ser incluidos en los ficheros automatizados de datos de carácter personal titularidad de la empresa de alquiler, cuya finalidad es la realización de tareas propias de la gestión de empresa en el ámbito de sus competencias. Si se desea se pueden ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose a cualquier punto de actividad empresarial.

## 5.2 Recursos Humanos

El proyecto no necesita que las personas que vayan a llevarlo a cabo tengan formación o experiencia específica previa en el mundo de las Autocaravanas. Si bien, se recomienda que la persona que se embarque en este negocio se intente informar sobre este sector. Debe contar también con habilidades sociales, dotes comerciales y atención al público.

Las tareas a desempeñar serán las siguientes:

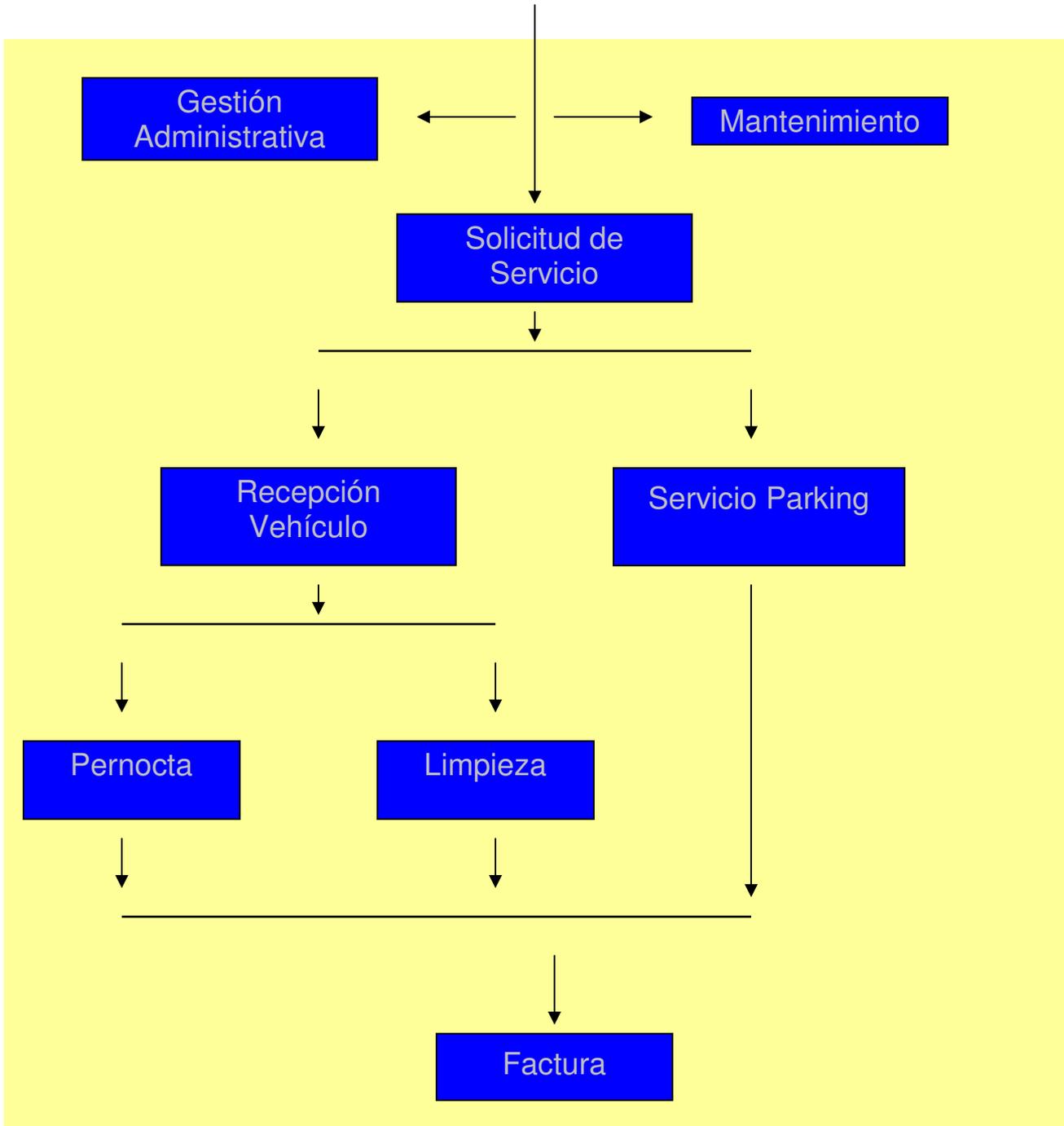
- ✚ Gestión y dirección del negocio (Emprendedor).
- ✚ Captación de nuevos clientes.
- ✚ Información y asesoramiento a clientes sobre rutas de interés, mapas y planos, etc.
- ✚ Impedir la contratación de la actividad a aquellas personas que por circunstancias no estén en condiciones para llevarla a cabo.
- ✚ Explotación del negocio en horario establecido.
- ✚ Toma de datos de cliente solicitando documento oficial (dni, carnet conducir, pasaporte).
- ✚ Contrato (recibo) correlativo indicando la duración, normas y obligaciones y sanciones por incumplimiento o desperfectos de material.
- ✚ Revisión y mantenimiento de las instalaciones.

Para las tareas mas complejas (fiscal, laboral y contabilidad general) se puede recurrir a servicios externos, contratando los servicios de una asesoría.

Es notable el contraste de la actitud de las corporaciones locales que plantean ofertar áreas para autocaravanas en el catálogo de servicios locales frente a la de algunos municipios que ceden a la presión de los empresarios de camping.

### 5.3 Proceso Productivo

## Área de Servicio de Autocaravanas



## 6. Análisis Económico Financiero

### 6.1 Datos económicos relativos al proyecto

En este apartado se realiza una estimación de las ventas que se prevén tener durante el primer año referido al grado de ocupación en el Área de Servicio, se realiza mes a mes, teniendo en cuenta los puentes y periodos vacacionales para este año, como es imposible determinar a día de hoy los puentes que va a haber dentro de 2 ó 3 años cuando hagamos el análisis vamos a considerar que los puentes están situados en el mismo mes que durante el primer año.

Para realizar estas estimaciones vamos a situar tres escenarios distintos: optimista, normal y pesimista, el situarnos en tres escenarios distintos va a permitir estar preparados para cada una de estas situaciones, al finalizar el periodo veremos cuál ha sido el escenario más habitual.

El escenario de este primer año plasmado es el NORMAL.

En base al estudio realizado y a los presupuestos recogidos en el mismo, cuantificamos la inversión necesaria desglosada convenientemente:

## Presupuesto Proyecto

<b>PRESUPUESTO INICIAL</b>			
	<b>Uds</b>	<b>Precio ud.</b>	<b>Importe</b>
<b>Caseta garaje Garove 12m2</b>	1	1.095,00	1.095,00
<b>Panel Informativo Turístico</b>	1	150,00	150,00
<b>Panel Informativo Normas</b>	1	150,00	150,00
<b>Mesa</b>	1	35,00	35,00
<b>Silla</b>	3	12,00	36,00
<b>Ordenador Portatil</b>	1	550,00	550,00
<b>Impresora</b>	1	95,00	95,00
<b>Material oficina</b>	1	50,00	50,00
<b>Area Muelle</b>	1	4.767,28	4.767,28
<b>Barrera de Parking</b>	1	1.500,40	1.500,40
<b>Camaras Videovigilancia/Mnto</b>	2	2.048,10	4.096,19
<b>Aparcabicis</b>	1	180,29	180,29
<b>Arboles Naturales</b>	25	76,42	1.910,50
<b>Cercado Metálico para 3.000 m2</b>	1	3.460,60	3.460,60
<b>Seguro RC Parking</b>	1	1.500,00	1.500,00
<b>3 Trabajadores</b>	1	4.983,83	4.983,83
<b>Gastos publicidad</b>	1	100,00	100,00
<b>INVERSION TOTAL</b>			<b>24.660,09</b>

## 6.2 Plan de Inversiones

<b>INVERSIONES</b>	<b>Previo inicio</b>
<b>Inmovilizado Material</b>	
Terrenos y bienes naturales	
Construcciones	1.095,00 €
Maquinaria	
Utillaje y herramienta	
Otras instalaciones	15.915,26 €
Mobiliario	371,00 €
Equipos para proceso de información	645,00 €
Elementos de transporte	
<b>Inmovilizado Intangible</b>	
Gastos de investigación y desarrollo	
Aplicaciones informáticas	
Propiedad industrial	
Derechos de traspaso	
Depósitos y fianzas	
<b>Circulante</b>	
Existencias	50,00 €
Provisión de fondos (efectivo)	3.000,00 €

<b>GASTOS DE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>Previo inicio</b>
<b>Inmovilizado Material</b>	
Constitución	300,00 €
Puesta en marcha	100,00 €

	<b>Previo inicio</b>
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>21.476,26 €</b>

## 6.3 Plan de Financiación

<b>FINANCIACIÓN</b>	<b>Previo inicio</b>
Capital aportado por los socios	3.000,00 €
Subvenciones	
Pólizas de crédito	18.476,26 €
Prestamo/crédito a largo plazo	
Préstamos personales	
Otra	
<b>TOTAL</b>	<b>21.476,26 €</b>

## 6.4 Cuenta de Resultados

<b>RESULTADOS</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Ventas Netas</b>	105.734	111.021	122.123
<b>Subvenciones</b>	0	0	0
<b>Costes Variables</b>	0	0	0
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>105.734</b>	<b>111.021</b>	<b>122.123</b>
<b>Retribución del autónomo</b>	0	0	0
<b>Seguros de autónomos (RETA)</b>	0	0	0
<b>Sueldos y salarios</b>	44.598	44.598	44.598
<b>Seguridad social a cargo de la empr.</b>	15.208	15.208	15.208
<b>Servicios exteriores</b>	0	0	0
<b>Servicios profesionales</b>	0	0	0
<b>Alquileres y cánones</b>	0	0	0
<b>Suministros</b>	4.800	4.800	4.800
<b>Publicidad y propaganda</b>	1.200	1.200	1.200
<b>Mantenimiento y reparación</b>	0	0	0
<b>Gastos diversos</b>	600	600	600
<b>Tributos</b>	0	0	0
<b>Seguros</b>	1.500	1.500	1.500
<b>Gastos de establecimiento</b>	400	0	0
<b>Dotación amortizaciones</b>	1.899	1.899	1.899
<b>RESULTADO DE EXPLOTACION</b>	<b>35.529</b>	<b>41.215</b>	<b>52.317</b>
<b>Gastos financieros</b>	0	0	0
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>35.529</b>	<b>41.215</b>	<b>52.317</b>
<b>Impuestos (IRPF o I.Sociedades)</b>	8.882	10.304	13.079
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>26.646</b>	<b>30.911</b>	<b>39.238</b>

## 6.5 Cash Flow

TESORERIA EJERCICIO 1													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Cobro de clientes	8.381	6.873	9.077	8.700	8.207	8.004	11.687	11.687	7.482	7.859	7.830	9.947	105.734
Financiación						0							0
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>8.580</b>	<b>6.708</b>	<b>9.828</b>	<b>9.360</b>	<b>8.268</b>	<b>8.112</b>	<b>14.508</b>	<b>14.508</b>	<b>7.176</b>	<b>7.644</b>	<b>7.800</b>	<b>11.388</b>	<b>113.880</b>
Proveedores y gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sueldos y salarios del personal	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	3.717	44.598
Seguridad Social a cargo de la empr.	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267	15.208
Servicios profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquileres y cánones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suministros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4.800
Publicidad y propaganda	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Mantenimiento y reparación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos diversos	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Tributos	0												0
Seguros	1.500												1.500
Cuotas de los préstamos a largo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones apertura préstamos	0												0
Devolución deudas a corto												18.476	18.476
IRPF (Módulos / pagos fraccionados)	0	0	2.221	0	0	2.221	0	0	2.221	0	0	2.221	8.882
Gastos establecimiento						0							0
Pago de las inversiones						0							0
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>7.034</b>	<b>5.534</b>	<b>7.754</b>	<b>5.534</b>	<b>5.534</b>	<b>7.754</b>	<b>5.534</b>	<b>5.534</b>	<b>7.754</b>	<b>5.534</b>	<b>5.534</b>	<b>26.231</b>	<b>95.264</b>
<b>Diferencia COBROS-PAGOS</b>	<b>1.347</b>	<b>1.339</b>	<b>1.323</b>	<b>3.166</b>	<b>2.673</b>	<b>250</b>	<b>6.153</b>	<b>6.153</b>	<b>-272</b>	<b>2.325</b>	<b>2.296</b>	<b>-16.284</b>	<b>10.470</b>
<b>SALDO ANTERIOR</b>	<b>3.000</b>	<b>4.347</b>	<b>5.686</b>	<b>7.009</b>	<b>10.175</b>	<b>12.848</b>	<b>13.098</b>	<b>19.251</b>	<b>25.404</b>	<b>25.132</b>	<b>27.457</b>	<b>29.753</b>	<b>3.000</b>
<b>SALDO FINAL DISPONIBLE</b>	<b>4.347</b>	<b>5.686</b>	<b>7.009</b>	<b>10.175</b>	<b>12.848</b>	<b>13.098</b>	<b>19.251</b>	<b>25.404</b>	<b>25.132</b>	<b>27.457</b>	<b>29.753</b>	<b>13.470</b>	<b>13.470</b>

<b>PREVISION TESORERIA</b>				
	<b>Previo al inicio</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Cobro de clientes</b>		105.734	111.021	122.123
<b>Financiación</b>	21.476	0	0	0
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>21.476</b>	<b>105.734</b>	<b>111.021</b>	<b>122.123</b>
<b>Proveedores y gastos variables</b>		0	0	0
<b>Sueldos y salarios del personal</b>		44.598	44.598	44.598
<b>Seguridad Social a cargo de la empr.</b>		15.208	15.208	15.208
<b>Retribución del autónomo</b>		0	0	0
<b>Seguros de autónomos (RETA)</b>		0	0	0
<b>Servicios exteriores</b>		0	0	0
<b>Servicios profesionales</b>		0	0	0
<b>Alquileres y cánones</b>		0	0	0
<b>Suministros</b>		4.800	4.800	4.800
<b>Publicidad y propaganda</b>		1.200	1.200	1.200
<b>Mantenimiento y reparación</b>		0	0	0
<b>Gastos diversos</b>		600	600	600
<b>Tributos</b>		0	0	0
<b>Seguros</b>		1.500	1.500	1.500
<b>Cuotas de los préstamos a largo</b>		0	0	0
<b>Comisiones apertura préstamos</b>		0		
<b>Devolución deudas a corto</b>		18.476		
<b>IRPF (Módulos / pagos fraccionados)</b>		8.882	10.304	13.079
<b>Dividendos (pagos al autónomo)</b>			13.323	15.456
<b>Gastos de establecimiento</b>	400	0	0	0
<b>Pago de las inversiones</b>	18.076	0	0	0
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>18.476</b>	<b>95.264</b>	<b>91.533</b>	<b>96.441</b>
<b>Diferencia COBROS-PAGOS</b>	<b>3.000</b>	<b>10.470</b>	<b>19.488</b>	<b>25.682</b>
<b>SALDO ANTERIOR</b>	<b>0</b>	<b>3.000</b>	<b>13.470</b>	<b>32.957</b>
<b>SALDO FINAL DISPONIBLE</b>	<b>3.000</b>	<b>13.470</b>	<b>32.957</b>	<b>58.639</b>

## 6.6 Balance

### BALANCE

ACTIVO	Inicial	Fin Año 1	Fin Año 2	Fin Año 3
Inmovilizado Intangible	0	0	0	0
Inmovilizado Material	18.026	18.026	18.026	18.026
Inversiones financieras a largo	0	0	0	0
Amortizaciones		-1.899	-3.799	-5.698
<b>Activo no Corriente</b>	<b>18.026</b>	<b>16.127</b>	<b>14.228</b>	<b>12.328</b>
Existencias	50	50	50	50
Clientes		0	0	0
Efectivo	3.000	13.470	32.957	58.639
<b>Activo Corriente</b>	<b>3.050</b>	<b>13.520</b>	<b>33.007</b>	<b>58.689</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>21.076</b>	<b>29.646</b>	<b>47.235</b>	<b>71.017</b>

PASIVO	Inicial	Fin Año 1	Fin Año 2	Fin Año 3
Capital	3.000	3.000	3.000	3.000
Subvenciones	0	0	0	0
Reservas			13.323	28.779
Resultados	-400	26.646	30.911	39.238
<b>Patrimonio Neto</b>	<b>2.600</b>	<b>29.646</b>	<b>47.235</b>	<b>71.017</b>
Deudas a largo plazo	0	0	0	0
<b>Pasivo No corriente</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Deudas a corto plazo	18.476	0	0	0
Otros acreedores	0	0	0	0
Proveedores		0	0	0
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>18.476</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>21.076</b>	<b>29.646</b>	<b>47.235</b>	<b>71.017</b>

## 6.7 Análisis de Ratios

### RATIOS FINANCIEROS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rentabilidad financiera	888%	1030%	1308%
Apalancamiento Financiero	8,11	1,00	1,00
Endeudamiento	0,62	0,00	0,00
Solvencia	-	-	-

## RATIOS ECONOMICOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rentabilidad económica	119,8%	87,3%	73,7%
Fondo de Maniobra	13.519,59	33.007,22	58.688,90
Margen sobre ventas	33,6%	37,1%	42,8%
Rotación sobre ventas	3,57	2,35	1,72

## 7. Análisis DAFO

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa adecuación de la oferta turística las tendencias de la demanda</li> <li>• Capacidad financiera limitada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de personas que demandan el servicio</li> <li>• Escasez de ofertas que dispone la zona</li> <li>• Combinación de la práctica Autocaravana con recursos naturales y culturales</li> </ul>
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de cuidado con el entorno</li> <li>• Recesión económica a nivel mundial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensión de la temporada turística</li> <li>• Dinamización de las zonas rurales</li> <li>• Destino bien posicionado</li> <li>• Difusión del patrimonio histórico, gastronómico, potenciación del comercio local</li> </ul>

## 8. Negocios Paralelos al Área de Servicio

### Servicio Dormitorio de Autocaravanas

Se habilitará espacios dónde aparcar caravanas por temporadas largas.

Para el uso de espacio por larga temporada, se deberá dar de alta en el servicio.

A cada caravana, se le asignará un número.

Al usuario se le entregará un resguardo contrato con el nº asignado a su caravana, que deberá presentar a la retirada de la caravana.

El usuario debe abonar el importe del servicio en el momento en que deja la caravana en depósito, y si ésta permanece mayor tiempo del previsto en la base, deberá abonar la cantidad restante, resultante de aplicar la tarifa por el tiempo total.

Si el usuario excede en 30 días la recogida de su caravana de la base, se entiende está en situación de abandono y pasará a ser propiedad de la empresa gestora.

No obstante, se le dará al usuario la oportunidad de recuperarla, previo pago de una sanción de 500 €..

#### TARIFAS ALQUILER ESPACIOS

Hora	1,00 €
Jornada (hasta 13 horas)	10,00 €
Día (de 13 a 24 horas)	15,00 €
Semana	35,00 €
Mes	90,00 €
Más de 1 mes	70,00 €