

considerando un crecimiento del volumen de negocio cada año que generará un incremento de la facturación anual. El aumento de los ingresos anuales también se verá influido por la inflación. Además, se realizarán proyecciones de los ingresos esperados en un escenario pesimista y en uno optimista.

Todos los ingresos se han establecido para precios sin IVA. Como se ha comentado, se van a valorar tres situaciones posibles: realista, pesimista y optimista.

4.1 Escenario realista

En el escenario realista, se trabaja con los datos esperados para los 5 primeros años tras realizar las proyecciones financieras. Se establecen los resultados considerando las situaciones más comunes y en condiciones de negocio normales. Los ingresos establecidos en este escenario se consideran moderados.

Los ingresos anuales realistas esperados por la línea de servicio para los 5 primeros años se recogen en la siguiente tabla:

LÍNEA DE NEGOCIO	2023	2024	2025	2026	2027
Alquiler bicicletas	83.000	87.000	89.000	90.500	93.800
Taller	37.000	39.000	39.500	42.700	44.000
Rutas	14.000	16.000	17.500	18.800	19.400
Venta accesorios	8.000	9.000	9.800	10.900	11.500
TOTAL	142.000	151.000	155.800	162.900	168.700

Se puede apreciar que el alquiler es el negocio con el que más se espera facturar y que se prevé el incremento de la actividad cada año.

4.2 Escenario pesimista

Se considerará un escenario pesimista en el caso de que el negocio no siga las estimaciones esperadas y el volumen de facturación sea inferior al previsto. En esta

situación, se realizan las proyecciones con una demanda inferior a la esperada y un nivel de prestación de servicio más bajo.

En la tabla, se observan los ingresos que se podrían producir en este escenario:

LÍNEA DE NEGOCIO	2023	2024	2025	2026	2027
Alquiler bicicletas	82.000	85.000	87.000	89.500	92.000
Taller	35.000	37.000	38.500	39.900	42.000
Rutas	12.000	14.000	15.500	16.800	17.400
Venta accesorios	6.000	7.000	7.800	8.900	9.500
TOTAL	135.000	143.000	148.800	155.100	160.900

Se puede ver que, a pesar de que los ingresos disminuyen respecto al escenario realista, se sigue esperando que la facturación se incremente anualmente.

4.3 Escenario optimista

Los ingresos esperados en una situación óptima del negocio son:

LÍNEA DE NEGOCIO	2023	2024	2025	2026	2027
Alquiler bicicletas	85.000	87.000	89.000	91.500	95.000
Taller	37.000	39.000	40.500	42.900	46.000
Rutas	16.000	18.000	19.500	21.800	23.400
Venta accesorios	8.000	9.500	11.800	12.900	15.500
TOTAL	146.000	153.500	160.800	169.100	179.900

Puede resultar que el negocio funcione mejor de lo esperado y que la demanda sea superior a la estimada en un principio. Por ello, se realiza una proyección optimista de los resultados, considerando una rápida captación de clientes, una elevada fidelidad y un mayor crecimiento del sector y del uso de la bicicleta en la zona de influencia de CYCLEÓN.

Como se observa, el incremento del volumen de negocio en todas las líneas de servicio de considerable respecto a los otros escenarios.

Los diferentes escenarios se han calculado en base a una estimación de ventas, alquileres y servicios prestados. Teniendo como referentes negocios similares en la zona.

5. CANALES

5.1 Vías de comunicación:

Se dispone de dos vías de comunicación:

- **VÍA DIRECTA:** La comunicación con el cliente como CYCLEÓN, es importante para poder llegar al máximo público posible, por ello, nos publicitamos de diferentes formas, como las campañas de publicidad que realizaremos por la ciudad de León, como reparto de folletos, anuncios de radio y rutas por la ciudad entre otras formas para darnos a conocer. También dispondremos de rutas guiadas desde los pueblos de la provincia, realizando campañas publicitarias los días festivos de dichos pueblos. El tiempo dedicado a la publicidad será mucho mayor al inicio de la actividad, mediante la preparación de ofertas, el diseño de contenidos web, el envío de correos electrónicos, la visita de clientes, etc. Cuando la empresa se consolide en el mercado, el volumen de trabajo que dedicaremos a la comercialización disminuirá, aunque siempre tendremos que dedicar tiempo y recursos a este respecto.
- **VÍA INDIRECTA:** Por medio de intermediarios dedicados al sector turístico, como las agencias de viajes, las instituciones públicas, las empresas, etc. Mediante esta vía no realizaremos ningún tipo de negocio, ya que implica a intermediarios, con los cuales no vemos opción de beneficio actualmente.

5.2 Vías de distribución:

Sobre la distribución de nuestro servicio, tenemos la posibilidad de que contacten con nosotros directamente personándose en nuestra tienda, por teléfono, o desde la comodidad de su casa, a través de nuestra página web, correo electrónico o redes sociales, en las que estaremos atentos a sus preguntas y reservas en nuestro horario laboral.

6. RELACIONES CON EL CLIENTE

Con respecto a las relaciones con el cliente nos vamos a dirigir tanto a los aficionados del mundo del ciclismo como a los menos expertos. En el primer grupo podemos diferenciar distintos tipos de ciclistas:

- **El ciclista urbano** utiliza la bicicleta como medio de transporte principal, normalmente para trayectos de distintas distancias, y suelen ser rutas que van de la casa al trabajo o al colegio.
- **El ciclista recreativo** realiza este deporte por salud sin fijarse metas deportivas solo con el objetivo de mantener un estilo de vida más saludable.
- **El ciclista aficionado** tiene metas un poco más específicas, normalmente este tipo de cliente se preocupa por entrenar, mejorar sus tiempos y tener un mejor desarrollo sobre la bicicleta.

Ahora que ya conocemos los tipos de ciclistas y el propósito que tiene cada uno podemos elegir de qué manera vamos a llegar a cada uno de ellos.

6.1 Página web

Nuestro principal contacto con el cliente será a través de la página web. La página web es un elemento clave de la estrategia de comunicación. Se explicará en dicha web de forma detallada las características de nuestros servicios, la forma de acceder a ellos, un plano donde poder ver la situación de nuestra tienda, su grado de ocupación y si hay bicicletas disponibles. Contará con un apartado para hacer llegar las quejas y sugerencias y también tendrá un apartado donde los anunciantes podrán conocer las tarifas y tener un presupuesto online. Podrán también registrarse con su correo electrónico para que le lleguen promociones y ofertas de nuestros servicios y tener acceso a ellos de forma más directa.

A los clientes previamente registrados se les hará un seguimiento y se les enviará un descuento de 15% en las semanas que tengan una actividad menos habitual. Estas