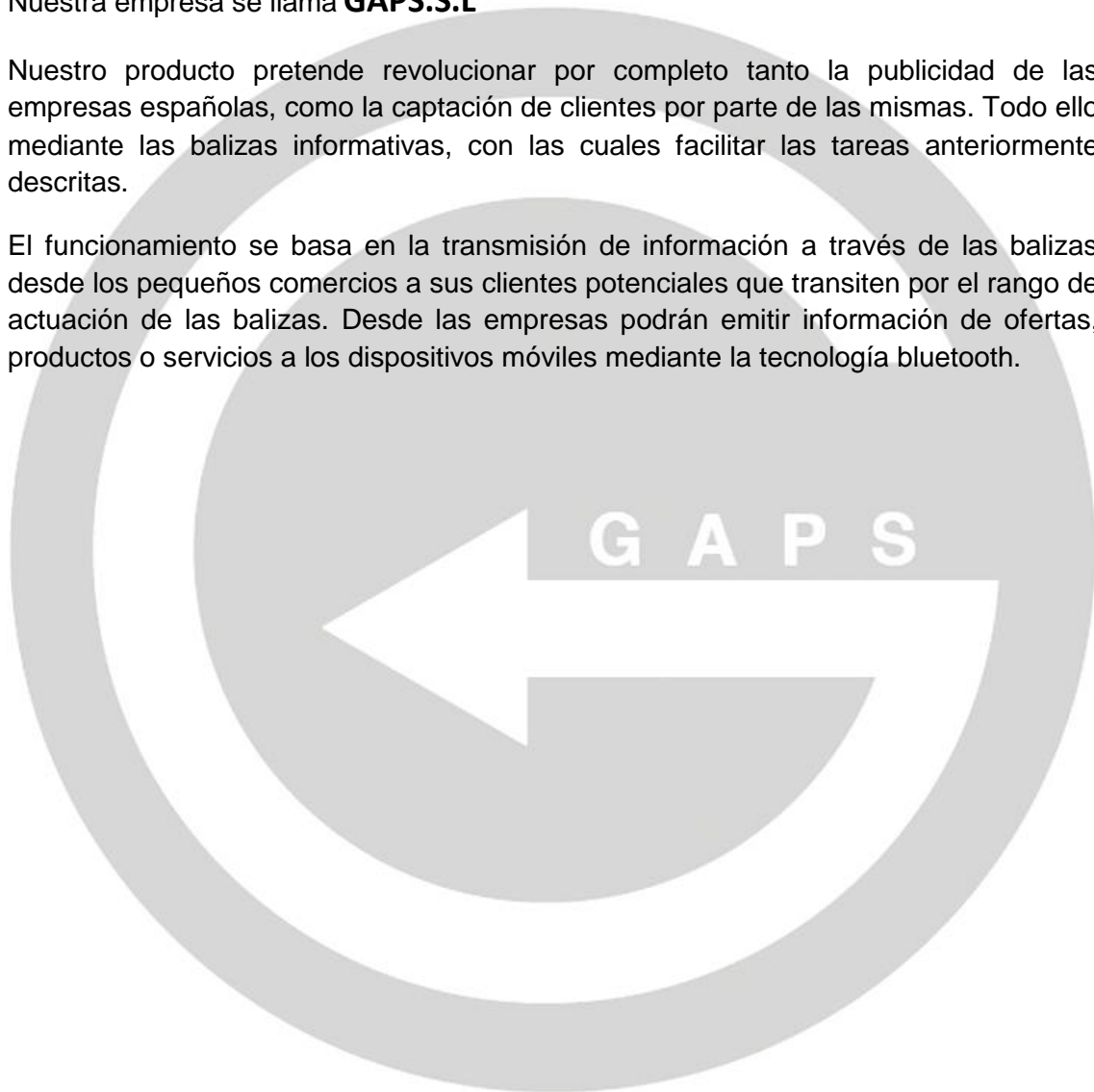


## Presentación del proyecto

Nuestra empresa se llama **GAPS.S.L**

Nuestro producto pretende revolucionar por completo tanto la publicidad de las empresas españolas, como la captación de clientes por parte de las mismas. Todo ello mediante las balizas informativas, con las cuales facilitar las tareas anteriormente descritas.

El funcionamiento se basa en la transmisión de información a través de las balizas desde los pequeños comercios a sus clientes potenciales que transiten por el rango de actuación de las balizas. Desde las empresas podrán emitir información de ofertas, productos o servicios a los dispositivos móviles mediante la tecnología bluetooth.



## Proposición de valor

Nuestro negocio consiste, principalmente, en facilitar a las pequeñas y medianas empresas las campañas publicitarias con un nuevo sistema de merchandising callejero aumentando la capacidad de captación de nuevos clientes, todo ello mediante el dispositivo conocido como baliza o beacons. Esto permite que las empresas que contraten nuestros servicios puedan transmitir información a sus clientes potenciales vía bluetooth en tiempo real, eliminando de esta manera el merchandising callejero y facilitando la captación de los mismos. El sistema es bastante sencillo, la baliza se coloca en la fachada del comercio y lo único que tienen que hacer los clientes potenciales para acceder a la información de sus establecimientos, es activar el bluetooth de su dispositivo bien sea un smartphone o una tablet. Los clientes que permite captar esta nueva forma de publicidad, es ilimitada, pudiendo llegar a cientos de personas a la vez. Una baliza colocada en una calle comercial puede suministrar información constante a montones de personas. Un buen ejemplo puede ser esta céntrica calle madrileña.



La necesidad que resolvemos, es la de ofrecer información en todo momento a los clientes potenciales de las empresas, a las que suministramos nuestro producto.

Lo que nos diferencia principalmente del resto de empresas es: que usamos un producto innovador para hacer llegar la información a la gente. Mediante las balizas informativas (beacons), las pequeñas y medianas empresas interesadas, observarán una notable mejora en la captación de clientes, así como un nuevo canal de comunicación con los mismos.

Nuestro valor es cuantitativo y cualitativo. En el aspecto cuantitativo ofrecemos unos precios muy competitivos. La inversión inicial puede parecer alta, pero si tenemos en cuenta que la publicidad de tu negocio estará siendo ofrecida los 365 días las 24 horas los costes diarios de publicidad se minimizan.

Y en el aspecto cualitativo ofrecemos algo innovador, que aún no se utiliza en España, pero que está teniendo una gran aceptación por parte de los usuarios en los establecimientos estadounidenses.

### **Novedad:**

La necesidad que satisface nuestra idea es algo que siempre ha sido necesario "la información".



La novedad es la forma de acceder a la información y la forma en la que se transmite a la gente existiendo la posibilidad de realizar comprar y acceder a ofertas todo ello desde su Smartphone o tablet los dos instrumentos tecnológicos más empleados por las sociedades desarrolladas.

### **Prestaciones:**

En nuestro caso, las balizas informativas (beacons), prestan ese servicio de transmisión de la información conectando con tu Smartphone o tablet, vía bluetooth. La tecnología bluetooth nos concede la capacidad de conexión a distancia, mejorando la capacidad publicitaria de los establecimientos que las soliciten.

Este sistema puede ayudar a empresas pequeñas a hacer una gran oferta publicitaria sin tener que hacer una gran inversión.

Y no solo ayudará a las pequeñas y medianas empresas a hacer publicidad de sus productos y/o servicios, sino que ayudará a los clientes de estos a encontrar los negocios que hay en su entorno y que ofrecen.

### **Personalización:**

Este producto es sencillo y complejo al mismo tiempo, ya que su uso es bastante sencillo, únicamente tienes que activar el bluetooth de tu dispositivo y este comenzará a recibir notificaciones sobre los diferentes locales que empleen dichos dispositivos. Re direccionando a los interesados ya sea un sitio web, un blog, una página de Facebook, etc.

### **Facilitar el trabajo:**

Facilita el trabajo de modo que puede llegar a muchos clientes potenciales de una forma sencilla ya que la gente accede a la información que el establecimiento facilita sin tener que pararse delante del escaparate, lo cual agiliza y ayuda al cliente final, a buscar el establecimiento que le interesa.

### **Diseño:**

Nuestro producto tiene un diseño innovador, que llamará la atención de los viandantes al pasear por las calles y que hará a más de uno pararse para ver qué es y cómo funciona.

### **Marca/status:**

Al ser una empresa nueva, tenemos que hacer un hueco en el mercado y al principio lo más importante será darnos a conocer para crear una marca reconocida.

También tenemos la ventaja de que no hay que descargarse ninguna aplicación, como ocurre en otras formas de publicidad, como son los códigos QR.

### **Disponibilidad**

Nuestro producto ofrece disponibilidad total, siendo un punto fuerte, frente a otros sistemas publicitarios que son tan concretos.



## Segmentación del mercado

Nuestro cliente objetivo es el que busca darse a conocer de una forma distinta a todo lo que conocemos. Son pequeños y medianos empresarios, que por medio del uso de las balizas pueden difundir la publicidad de su empresa directamente a los smartphone o cualquier dispositivo que disponga de la tecnología bluetooth.

En principio, nos dirigiremos a un **mercado masivo**, donde encontramos a todas las pequeñas y medianas empresas.

Las empresas que estarán más interesadas en este producto, serán sobre todo las empresas del sector servicios, ya que potenciarán su capacidad de captación de clientes.

Aunque existe un gran **mercado segmentado** en distintos sectores como son: la hostelería, el comercio minorista, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, ocio, cultura, espectáculos. Nuestra empresa, en principio, no hará un trato diferenciado sino que ofrecerá el mismo producto a todos por igual. En el futuro, si vemos deficiencias, se harán las actualizaciones precisas al producto para dar el servicio reclamado por el cliente.



Nuestro **nicho de mercado** no está definido claramente pero tras las encuestas realizadas previamente, hemos descubierto que nuestros principales clientes serán los que se encuentran en un rango de edad de entre 25 y 50 años, siendo ellos mismos los dueños de su propio negocio. Esto hace que el trato sea más personalizado por ser plenamente conscientes de las necesidades de su negocio.

Nuestro mercado no estará **diversificado** ya que solo ofrecemos un tipo de producto, con la aplicación única de promocionar el establecimiento.

Los **mercados multilaterales** no los iniciaremos hasta que no hagamos alianzas, como pueden ser franquicias y/o negocios que tengan más de un establecimiento.



## Sociedades clave

Nuestro modelo de negocio lo que quiere es lograr una mayor optimización en la utilización de los recursos que disponemos de tal forma que nos permitan conseguir tanto la satisfacción de los usuarios finales del producto como la de nuestros clientes potenciales. Para ello es necesario establecer claramente cuales son nuestras sociedades clave para lograr estos objetivos.

GAPS subcontratará todos los servicios posibles comenzando con la adquisición de Balizas. Para que el producto funcione sin problemas, contrataremos los servicios de una empresa de informática o de un freelance informático, dispuesto a embarcarse en esta aventura.

Otra alianza importante será una empresa de publicidad con la que poder apoyarnos a la hora de ofertar nuestros servicios. Al ser especialistas en su trabajo, nos darán la posibilidad de conseguir una mayor aceptación del producto por parte de la sociedad.

Estos socios para nuestra empresa son importantes, pueden marcar la diferencia y lo que es más importante, conseguir una mayor fidelización de nuestros futuros clientes, por lo que los clientes optarán por elegirnos a nosotros y no limitarse a los demás sistemas conocidos en la actualidad.



Dentro de nuestras sociedades clave, encontramos a nuestro proveedor principal de balizas que se encuentra en Londres. Es Kontakt.io el cual nos facilitará tanto las balizas, como asesoramiento sobre las mismas. Tenemos que recurrir a un proveedor extranjero, ya que en España no encontramos a nadie que cumpla con nuestros requisitos de personalización.

Otra de nuestras ventajas será la opción de poder trasladarnos a otras ciudades para dar un trato más personalizado, gracias a que nuestras oficinas no serán fijas, mediante acuerdos podremos disponer de nuevas ubicaciones dentro de la geografía española.



# ESCUELA PROFESIONAL JAVERIANA

Alberto Aguilera nº 8 - 28015 - Madrid. Tel: 91-445-73-50 Fax 91-447-44-25  
C.E.: epjaveriana@epjaveriana.com Web: www.epjaveriana.com



## Fuentes de ingreso

GAPS beacons está compuesta por cuatro socios los cuales hacen una aportación inicial de 1.000 € por socio, acumulando un montante de 4.000 € con los cuales poder solventar los gastos de constitución y las primeras inversiones tanto en activos como en servicios independientes a la empresa.

También consideramos necesaria una aportación externa por parte de entidades de crédito privadas, de las cuales necesitaríamos acumular la cantidad de 6.000 €. Para devolución de dicha cantidad consideramos necesarios 14 meses.

Una vez constituida la empresa nos gustaría acceder a las ayudas que posee el estado español para jóvenes emprendedores lo que nos supondría un aumento del capital inicial en 2.000 €.

**Gaps beacons cuenta con varias fuentes de ingreso las cuales pueden repartirse en dos grandes grupos:**

### Ingresos de pago único:

Estos ingresos hacen referencia a los pagos fijos que deberán abonar nuestros clientes por primera vez para poder beneficiarse de nuestros servicios. Todos ellos sin contar el mantenimiento de los mismos.

- Diseño del portal web: 1.000 – 2.000 €.

Este ingreso hace referencia a la realización del diseño y posicionamiento de un portal web personalizado al cliente.

- Diseño del portal en redes sociales: 100 €.

Este ingreso hace referencia a la realización y diseño de un perfil personalizado para cada cliente en las redes sociales.

- Baliza informativa: 40 €.

Este ingreso hace referencia a la venta de balizas a los establecimientos que se quiera beneficiar de estos servicios, sin incluir la aplicación ni el mantenimiento de los mismos.

- Seguro ante extravió o rotura de la baliza: 10 €/mensualidad.

Este ingreso hace referencia a la garantía que proporcionamos a los clientes, ante posibles roturas o extraviós que pudieran sufrir las balizas.



- Ingresos por publicidad dentro de nuestro sistema: el ingreso se calculara en función del número de “spam” que sean enviados por las empresas dentro de nuestra aplicación.

## Ingresos de pagos recurrentes:

Los ingresos de pago recurrentes hacen referencia a los ingresos obtenidos por el mantenimiento y actualización de los servicios, así como los ingresos por el servicio integral, considerados todos ellos ingresos mensuales.

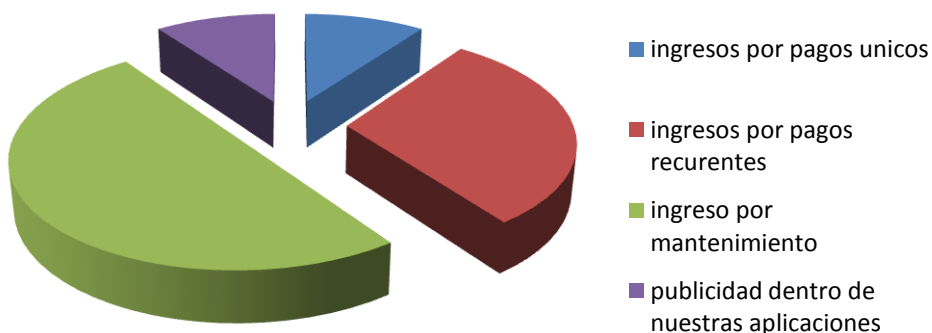
- Servicio de mantenimiento:

Los ingresos por mantenimiento son ingreso variable debido a que se calculara en función del tipo de servicio así como de las prestaciones que incorpora el servicio en cuestión.

Todas estas variables son:

- Mantenimiento de redes sociales: incluye tanto la creación como la gestión del portal en las redes sociales.
- Mantenimiento de portal web: incluye tanto la creación del portal web así como el mantenimiento semanal de la misma.
- Mantenimiento de balizas: incluye los ingresos por el alquiler de las balizas así como el seguro de robo o extravió.

## Fuentes de ingreso GAPS Beacons





## Canales

Gaps beacons posee 3 canales bien diferenciados: los canales de comunicación, los canales de distribución y los canales de venta y caracterizándose por buscar la eficiencia.

### 1. Los canales de comunicación:

- Una Página web propia de nuestra empresa, en la cual se puede encontrar información sobre:
  - Quienes somos.
  - Nuestros Servicios.
  - Nuestro producto.
  - Como solicitar un presupuesto.
  - Localidad.
  - Nuestro contacto.
- Establecimiento propio: En nuestra oficina explicamos de forma detallada el producto, las múltiples aplicaciones que tiene el dispositivo así como una pequeña demostración sobre el funcionamiento del producto.
- Vía telefónica: en la cual se podrán realizar las ventas de productos o servicios, en contacto directo con el cliente, a través del teléfono.



## 2. Los canales de distribución:

Venta directa: con lo que pretendemos eliminar al máximo los intermediarios.

- Realizar las ventas cara a cara con el cliente.
- A través de una empresa logística (Amazon).

## 3. Los Canales de venta:

- Realizar las ventas cara a cara con el cliente (Empresario o representante), comunicando ofertas y favoreciendo la fidelización de los clientes.
- Venta telefónica: se realiza la venta de productos o servicios en contacto directo con el cliente, a través del teléfono.
- Venta online: mediante nuestro portal en la web, puede realizarse el pedido desde cualquier parte del mundo.



## Relaciones con los clientes

En nuestra empresa queremos mantener una buena relación personal con nuestros clientes, ofreciendo la mayor calidad, un precio justo y comunicación constante.



Dispondremos de una **asistencia personal** vía telefónica donde explicaremos a nuestros clientes las ventajas de usar nuestro novedoso sistema de publicidad.

A su vez también, disponemos de personal dedicado a la comunicación con el cliente de forma directa, de manera que podamos obtener un feedback inmediato sobre nuestros productos.

Todo esto lo haremos mediante reuniones en las que demostraremos la efectividad del producto, así como las posibles dudas sobre la utilidad del servicio.

**Autoservicio:** a través nuestra página web el cliente podrá realizar consultas relacionadas con nuestros servicios, y realizar sus pedidos, sin la necesidad de acudir a una tienda física.



La forma de atraer a nuevos clientes será el método CRM (*customer relationship management*) basada en la satisfacción del cliente y mantener una relación muy estrecha con el usuario a quien va dirigido los productos y servicios.

Tratar siempre de resolver las quejas de los consumidores sin necesidad de que estos tengan que comentar varias veces los posibles contratiempos que le puedan surgir.

Pero la forma que más utilizaremos para captar clientela serán las redes sociales, pues crearán un canal directo entre nuestra empresa y los clientes, de modo que podrán ver como trabajamos y múltiples demostraciones que realizamos.



# ESCUELA PROFESIONAL JAVERIANA

Alberto Aguilera nº 8 - 28015 - Madrid. Tel: 91-445-73-50 Fax 91-447-44-25  
C.E.: epjaveriana@epjaveriana.com Web: www.epjaveriana.com



Atención al cliente: ayuda a solucionar dudas y problemas relacionados con nuestros productos o servicios



## Recursos clave

**Recursos físicos:** Los recursos físicos más importantes para nuestra empresa son los siguientes:

-Bienes inmuebles: Tendremos una pequeña oficina en la cual se realizarán labores administrativas y de asesoramiento así como para la distribución de las balizas, también dispondremos de un almacén en el que depositaremos todos los productos.

-Productos terminados: Las balizas serán nuestro producto a vender, todas serán iguales, con la peculiaridad de que cada una podrá programarse para hacer una función diferente en función de las necesidades de nuestros clientes.

-Maquinaria: montar y preparar todas las balizas, requiere una infraestructura simple, lo que pudiera resultar más complejo sería la programación de las mismas, para lo cual contamos con los mejores en el sector.

-Mobiliario de oficina: Nuestra oficina es un sitio pequeño en el que tendremos un par de mesas y un par de ordenadores con los cuales poder realizar las funciones administrativas, de gestión y asesoramiento.



**Recursos Humanos:** Las personas constituyen el recurso más importante en toda organización, ya que son ellas quienes utilizan, diseñan, transforman y perfeccionan los demás recursos.

- Personal informático: En nuestra empresa los informáticos tendrán la labor más importante. Serán los encargados de llevar a cabo la programación de las balizas en función de las necesidades de nuestros clientes.



**Recursos intelectuales:** La empresa consta de 4 componentes principales.

-Sandra

-Pablo

-Antonio

-Gonzalo

Cada uno de nosotros tendrá una determinada función en la empresa, para llevar a cabo la venta y el asesoramiento necesario sobre nuestros productos y servicios.

Los recursos clave los llevará Sandra, de la creatividad se encargará Pablo, los conocimientos de informática y diseño web son para Gonzalo y las habilidades comerciales y organizativas de Antonio.



**Recursos financieros:** Para llevar a cabo nuestra empresa, necesitamos de un capital inicial para poder comenzar a desarrollar el proyecto.

En principio nos basaremos en la aportación que hacemos cada uno de los socios. Con estas aportaciones esperamos cubrir las inversiones iniciales necesarias y los contratiempos que puedan surgir en el día a día, y cuando sea necesario solicitaremos financiación externa.

En caso de necesitar solicitar financiación externa pediremos un préstamo bancario, a devolver en un plazo máximo de 14 meses.

## Actividades clave

En nuestro caso las balizas informativas suponen un producto muy innovador en la sociedad española ya que de momento no se han implantado en ninguno de sus comercios, por lo que consideramos oportuno realizar una investigación previa del producto junto con sus posibilidades de uso. Lo anterior nos supondría gran parte de la inversión inicial. El motivo es, por la necesidad que existe de subcontratar un programador informático para la realización del software.



Una vez desarrollado un sistema operativo eficiente, innovador y seguro. Se procederá a registrar el software y una marca propia para el producto (las balizas informativas), con la que poder comenzar a abrirnos camino en el sector de la publicidad.



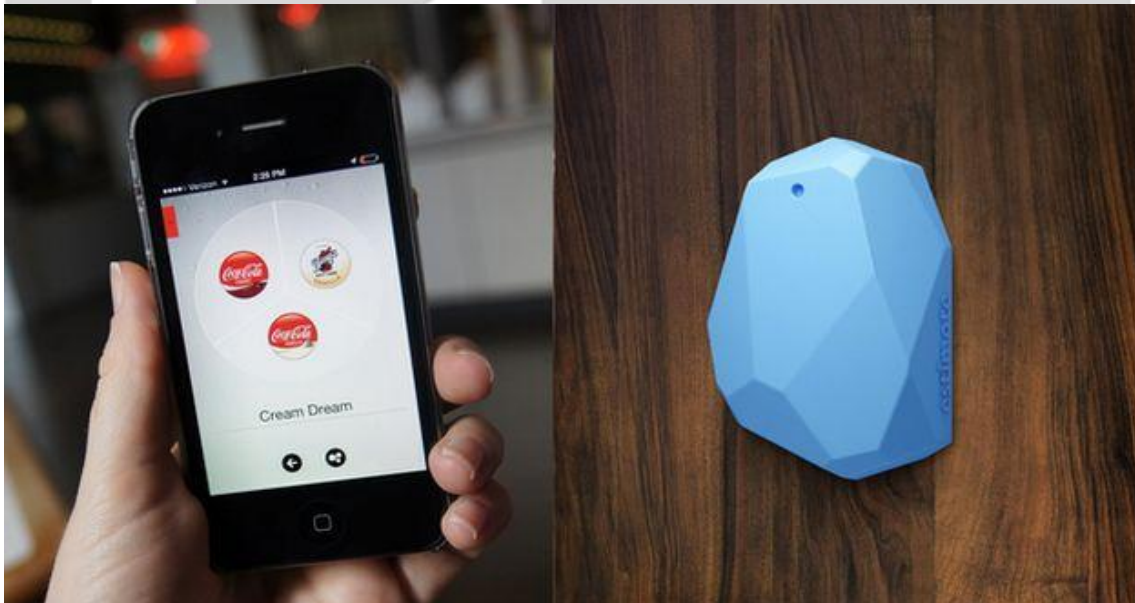
La realización de un portal con el que promocionarnos, interrelacionado con varios perfiles en las redes sociales de especial interés como pueden ser LinkedIn, Facebook y Twitter.



Para comenzar abriéndonos camino en el sector de la publicidad consideramos fundamental la promoción del servicio en las principales asociaciones de comerciantes que existen en este momento, donde poder realizar tanto la demostración de nuestro producto y servicio, como la captación de posibles clientes potenciales.

En el caso de no poderse dar la opción de promocionarse mediante asociaciones comerciales, se buscaran las grandes marcas multinacionales que poseen franquicias a lo largo de todo el territorio español.

G A P S



## Estructura de costes

Nuestros coste se puede repartir en tres grandes grupos:

- el primero hace referencia a todos los costes iniciales de constitución de la empresa,
- el siguiente grupo nos supone todos los costes fijos de adquisición del local y la sala de reuniones.
- en el tercer y último grupo se reflejan todos los costes variables en función de la actividad.

La realización y personalización del software para las balizas tendría un coste inicial de entre 1.000-2.500 €/ por desarrollar el software.

## Costes de constitución

Dentro de los costes fijos incluimos todos los gastos que tendremos que afrontar de manera directa antes de comenzar con nuestra actividad comercial.

### Constitución

Capital inicial: 3.000 €, para la creación de una sociedad limitada es necesario disponer de un capital de 3.000 €.

Gastos de constitución: 672.89 €.

Gastos notariales 150 € .

Costes de registro 100 €.

Gastos potestativos de la gestoría 300 €.

Gastos de registro de marca y patente 122.89 €.

## Costes fijos

Dentro de los costes fijos incluimos todos los gastos que tendremos que afrontar de manera directa antes de comenzar con nuestra actividad comercial.



Arrendamiento de local y sala de reuniones: los gastos anuales por el alquiler del local 2.400 €, los cuales hacen referencia al alquiler anual de una oficina en la cual tendremos un único puesto de trabajo.

El gasto en salas de reuniones será de 70 €, los cuales hacen referencia al alquiler de una sala de reuniones para 10 personas durante media jornada. Estas salas de reuniones se emplearán una vez al mes con la finalidad de fijar objetivos.

Realización de nuestro portal web en internet:

Habrà que contratar un community manager para el mantenimiento y realización de nuestros portales tanto en internet como en las redes sociales.

## Costes variables

Dentro de los costes variables se incluyen todos aquellos costes que varían en función del volumen de negocio que seamos capaces de generar.

Compra de balizas informativas:

- 34.00 €/ unidad

Transporte y distribución de las balizas:

- **Menos** de 40 artículos al mes 0.99 € por artículo vendido.

- **Mas** de 40 artículos al mes 39.00 € al mes.

## estructura de costes

