



El siguiente documento sirve como introducción, guía y modelo de negocio para la presentación de nuestro sistema. El software trata de solventar diferentes problemas y contratiempos que enfrentan los empleados de un camping al aire libre a lo largo de sus jornadas laborales, sobre todo en épocas de temporada alta.

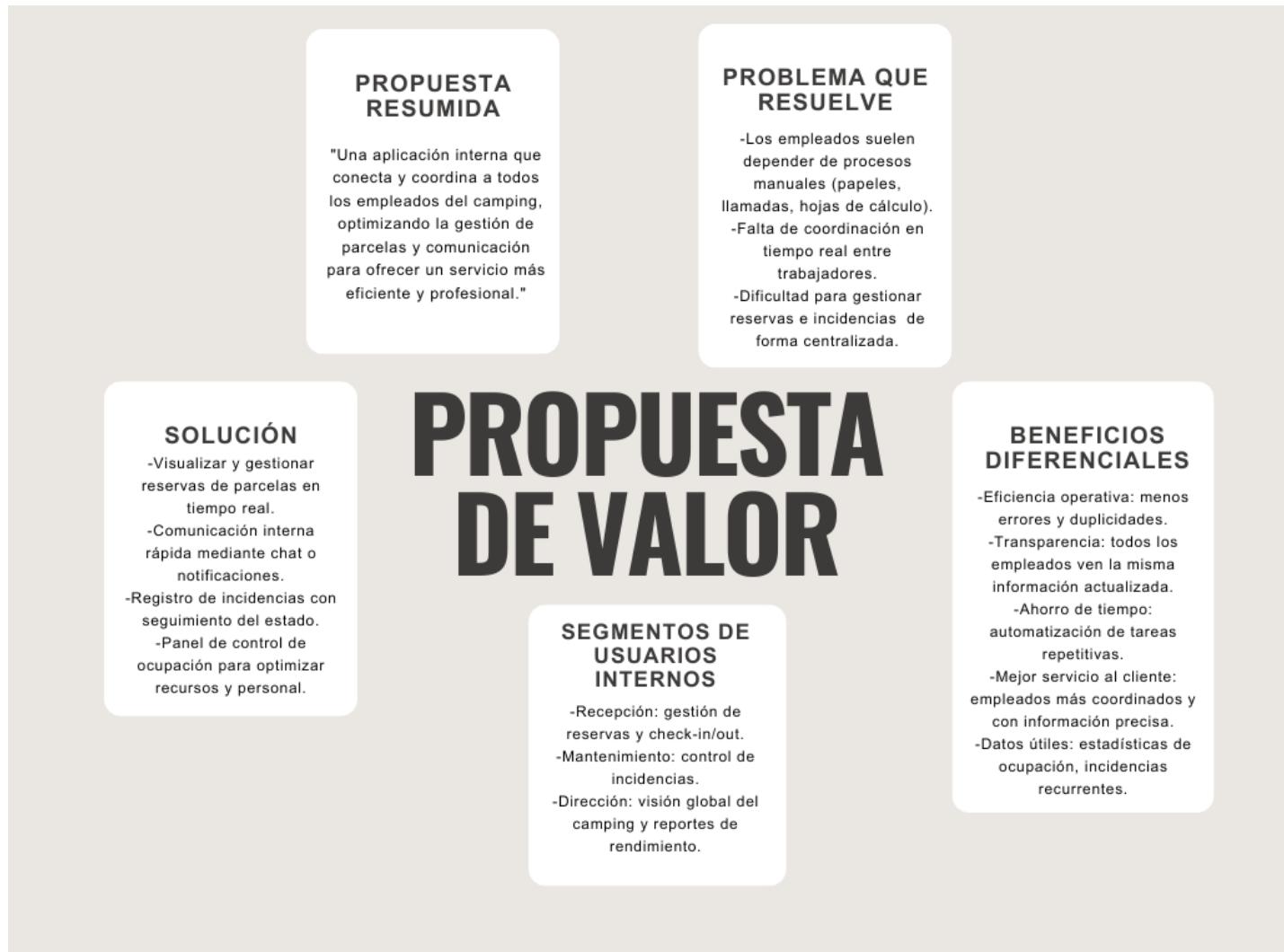
Comenzamos mostrando nuestro mapa de empatía, que nos permite focalizar cuales serán nuestros clientes objetivos y como influirá el uso de la aplicación tanto en su desempeño laboral como en su aspecto emocional, buscando carencias y deseos que puedan tener para tratar de suplirlos de forma óptima. En este vemos cómo los mayores problemas con que tienen que lidiar son fácilmente resolubles con un software de gestión.





Siguiente al mapa de empatía situamos nuestra propuesta de valor, exponiendo como podemos resolver y dar solución a los diferentes problemas observados en nuestros potenciales usuarios. Abogamos por una aplicación de uso sencillo que permita a los trabajadores un desempeño más ágil y una mejor comunicación, buscando su comodidad y tratando de que sientan una sensación de placidez con el uso de nuestro software.

Para ello ofrecemos diferentes características como la visión general de parcelas y sus estados, la gestión de reservas o bases de datos con fichas de clientes.



Gracias a esto, nuestra propuesta ofrece un software integral que permite la gestión completa del sistema de reservas y clientes desde una misma interfaz, facilitando la comunicación de datos y asegurando la integridad de estos.



Una vez expuesta nuestra propuesta, el siguiente paso lógico es llevar a cabo un análisis de competencias, de forma que podremos obtener una idea general del panorama empresarial relacionado con nuestra actividad, y así dirigir la toma de decisiones basada en el estado actual del mercado.

En este aspecto, a nivel autonómico no hemos encontrado empresas que se dediquen al desarrollo de un software similar, lo que nos indica que puede dar lugar a una vía de explotación rentable, ya que el usuario por lo general elige trabajar con proveedores de servicios más cercanos debido a que esta cercanía suele proporcionar una mayor sensación de confianza.

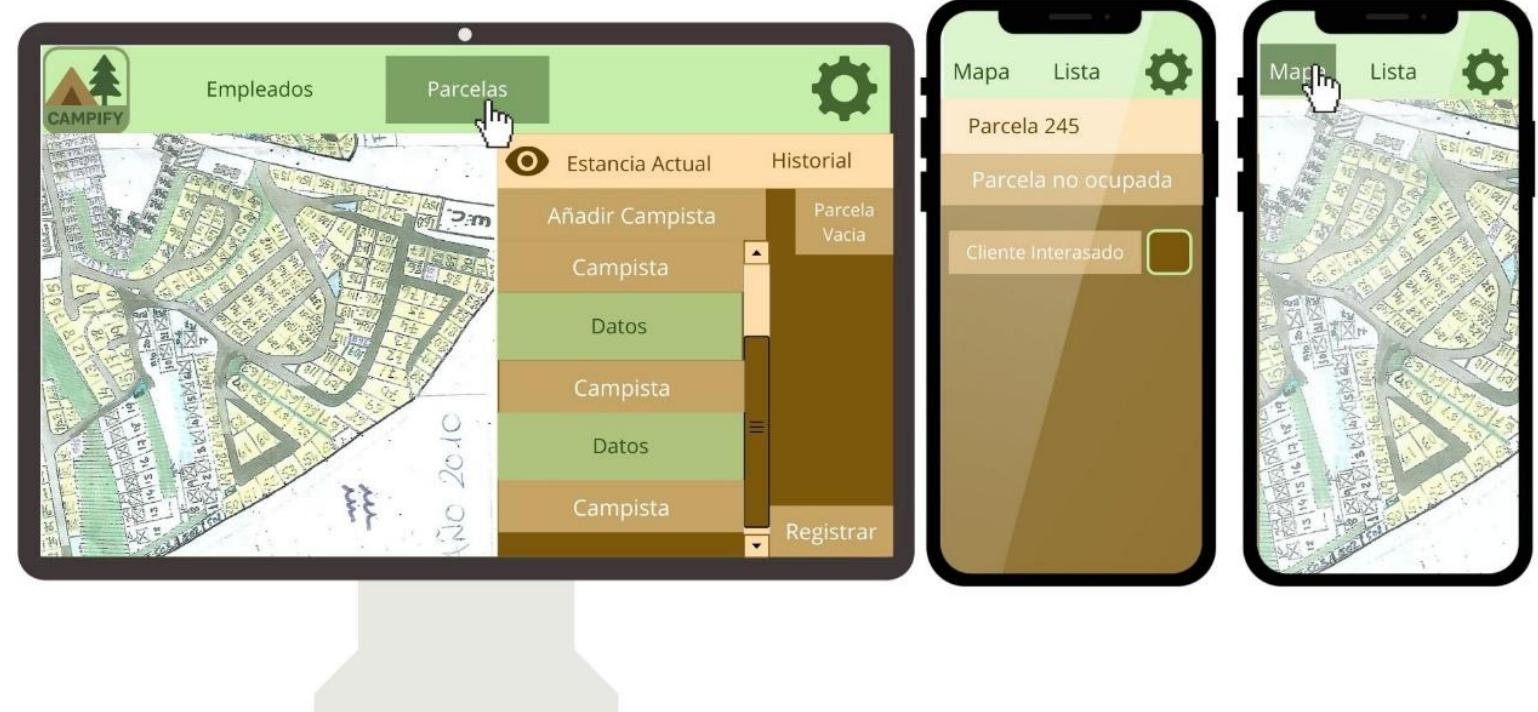
ASPECTO A ANALIZAR	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3
Nombre del competidor	Unicamp	SoftCamp	CloudingCamp
Productos o servicios principales	Software integral para campings, con Unicamp PMS como núcleo; módulos de comercialización (unicamp Resa – sistema de reservas, unicamp Check-in – gestión online de entrada) y channel manager (webcamp). Además, TPV, movilidad (app móvil), BI, fidelización, control de accesos (onecard), firma electrónica, backup, gestión de energía, etc. (ecosistema Unicamp completo)	Software cloud todo-en-uno de gestión hotelera al aire libre. Incluye PMS/CRM (sistema "PEM-1" con SoftCamp PMS), channel manager (SoftCamp Oneway), pasarela de pagos integrada (0% comisión), gestión de tarifas dinámicas, operaciones multisalón/multisede (multi-propiedad), API para desarrolladores y conectividad con +100 canales OTA (Booking, Expedia, Airbnb, etc.).	Plataforma 100% web (SaaS) en la nube para campings y áreas de pernocta. Ofrece gestión de reservas en tiempo real, check-in automatizado, facturación integrada, panel de ocupación, planning de turnos y tareas, informes de ocupación y estadísticas, generación del fichero de viajeros, y módulo de reservas web integrado. Todo accesible desde PC, tablet o móvil.
Volumen aproximado de ventas o actividad	Líder en España. Más de 2.700 campings clientes (de todas las tallas, cadenas y grupos) utilizan Unicamp. Septeo Hospitality (grupo propietario) reporta +3.500 clientes en España y Portugal en total. Facturación no divulgada públicamente.	SoftCamp Europe S.L. es una sociedad española constituida recientemente (abril 2025); no hay datos públicos de ventas ni base instalada significativa en España aún.	CloudingCamp LLP (entidad registrada en Reino Unido) es una empresa emergente de software de campings. Ofrece prueba gratuita de 30 días, pero no publica cifras de clientes o facturación en España.
Segmento de clientes a los que se dirigen	Campings turísticos de cualquier tamaño (campings individuales, cadenas y grupos, incluso tour-operadores que gestionan parcelas). Enfoque exclusivo en el sector camping/al aire libre.	Principalmente campings y alojamientos al aire libre (glamping, bungalows, RV parks, parques de autocaravanas), pero también hoteles rurales, residencias y alojamientos múltiples (Airbnb, resorts pequeños). Orientado a cadenas y explotaciones con varios módulos de alojamiento.	Campings, áreas de pernocta y parques para autocaravanas (Camper Parks). En general establecimientos de turismo al aire libre que requieren gestión en la nube. No está diseñado para grandes cadenas hoteleras; se enfoca en el perfil camping/camper.
Precios y estrategia de precios	No publica tarifas estándar. Tradicionalmente se vende vía licencias/suscripción anual + mantenimiento, ajustado al tamaño del camping. Ha participado en el programa Kit Digital (perfíles desde 1.000€ hasta 5.000€) para subvencionar implementaciones. Se calcula un coste según número de parcelas y módulos contratados (detalle por presupuesto)	No hay precios publicados. Modelo SaaS por suscripción (mensual/anual) según funcionalidades requeridas. Estrategia de software nube multiplataforma: el cliente contrata módulos según sus necesidades (PMS, Channel Manager, etc.). Globodain suelta negociar precios por volumen de OTA conectadas.	Basado en suscripción en la nube. Ofrece planes mensuales o anuales según el alcance deseado; detalle de tarifas por contacto con el proveedor. Incluye 30 días de prueba gratis. Objetivo atraer con prueba gratuita y luego fidelizar con tarifas planas (no se publican precios exactos online).
Canales de distribución	Ventas directas desde su sede en Barcelona y equipo comercial propio; comercialización nacional (España) y Portugal. Participa en ferias sectoriales (ej. Girocamping, SETT). Relación directa con clientes (asesoramiento/formación) y presencia online (web corporativa).	Venta directa a través de Globodain (oficinas en Sevilla) y distribuidores/agencias especializadas. Portal web propio y demostraciones en línea. Integraciones con plataformas de reserva (Booking, Airbnb) que facilitan promoción del software entre campings.	Distribución online exclusiva (sitio web con auto-registro y demo gratuita). Marketing digital (redes sociales, SEO) para captar leads. Ausencia de red de ventas tradicional: se vende en todo el territorio vía contacto web. Presencia en eventos locales de camping es incipiente.
Canales de comunicación y marketing	Sitio web corporativo, redes sociales (LinkedIn, Facebook), newsletter sectorial. Colaboración con medioambientales y turísticos. Cobertura en eventos sectoriales (presencias en blogs de camping, prensa del sector). Publicidad puntual en revistas de camping. Marketing de contenido en el ecosistema Septeo.	Página web corporativa, blog y redes sociales (LinkedIn, Instagram). Asociaciones con OTAs (Booking.com, Airbnb) muestra la marca en sus plataformas. Distribución de contenidos (artículos/guías) y demos en ferias de turismo y camping. Colaboraciones con webs de reservas (Pitchup) e influencers del sector glamping.	Comunicación online: web interactiva con videos/tutoriales, perfiles en Instagram/Facebook ("España en caravana" promovió CloudingCamp). SEO/SEM en Google para "software campings". Asistencia por email y chat en web. Apoyo en ferias locales (presente en alguna edición de Fitur o locaevents sectoriales).
Puntos fuertes	Plataforma madura y especializada en campings; muy amplia funcionalidad (gestión integral: reservas, TPV, acceso, facturación, datos, etc.); amplísima base de usuarios (2.700+ clientes en España); soporte y formación personalizados (servicio al cliente destacado); integración en ecosistema Septeo (amplia red de soluciones); adaptado a normativas (fichero de viajeros, IVA, etc.).	Solución moderna y escalable (cloud computing, uso de IA); plataforma única que integra PMS, channel manager, pagos y BI; más de 100 OTAs conectadas; pasarela de pagos sin comisión; módulos avanzados (gestión de turnos, plano interactivo con IA); versatilidad multi-propiedad. Soporte remoto y actualizaciones constantes.	Totalmente en la nube (accesible desde cualquier dispositivo); interfaz intuitiva y fácil de implementar; incluye automatización de tareas administrativas (generación de informe de viajeros, cumple normativas); prueba gratuita de 30 días para captar clientes; costes reducidos (sin infraestructura local). Actualizaciones continuas vía SaaS.
Puntos débiles	Puede ser complejo de implementar para campings pequeños; coste elevado de licencia y mantenimiento (inversión inicial mayor comparado con soluciones más simples). Algunos campistas perciben la plataforma como pesada o con curva de aprendizaje (a cambio de su amplitud funcional). Dependencia del ecosistema Septeo (cambios en grupo pueden afectar).	Recién llegada al mercado (muy poca antigüedad), base de clientes limitada; menor reconocimiento que competidores tradicionales; aún está ampliando funciones (pocas referencias de clientes reales en España). Al ser muy modular, se requiere personalización/configuración para cada caso.	Compañía de reciente creación, muy poca trayectoria y base de usuarios españoles. Funcionalidades aún en desarrollo (por ejemplo, no tiene plano virtual incluido). No cuenta con soporte presencial local, la atención es online. Ausencia de integración con algunos sistemas antiguos (requiere internet estable).
Nivel de satisfacción y atención al cliente	Alta atención local (equipo propio en España) con soporte técnico telefónico y remoto; ofrecen formación personalizada. En general, la comunidad camping valora positivamente su soporte cercano (presencia en ferias, asistencia rápida). Índices de satisfacción no públicos, pero destacan focus en "gestor de éxitos" y fidelización	Atención principalmente remota (chat y email), desde oficinas de Globodain. Ofrecen demo en línea y documentación. Al ser producto de Globodain, cuentan con soporte técnico especializado en alojamiento turístico (perfíles IT). No se encuentran reseñas públicas suficientes para evaluar la satisfacción real en España.	Atención 100% online; prometen responder consultas en menos de 24h. Servicio al cliente vía plataforma web (tickets/email) en español. Aún no existen rankings de satisfacción; se espera que mejore con el tiempo, pero por ser nuevo puede enfrentar incidencias iniciales (resolución remota). Ausencia de soporte telefónico dedicado.
Estrategias destacadas o innovadoras	Forma parte de Septeo Hospitality, apostando por un ecosistema integrado (IA generativa para reviews y chatbots, reputación online). Ha implementado el "Kit Digital" para subvencionar adopción TIC. Presencia activa en ferias europeas para mantener proximidad con clientes (SETT, Girocamping). Desarrollo continuo de módulos (e-commerce, apps móviles). Alta personalización para cadenas de campings (unicamp Grupos, BI).	Enfocada en innovación tecnológica: usa IA para tareas internas (p.ej. planificación con plazo interactivo inteligente), escalabilidad (auto-scaling) y seguridad avanzada. Ofrece funcionalidades híbridas (combinación de app en local y nube). Estrategia de asociarse con OTAs y plataformas digitales (+100 canales). Tarjeta de pago integrada sin comisiones incentiva adopción. Planes de demo gratuitos para atraer clientes.	Modelo ágil y centrado en la nube: lanzamiento reciente con enfoque "mobile first". Su innovación radica en la automatización integral (archivos de viajeros automáticos, cumplimiento legal) y servicios incluidos (notificaciones y emails automáticos integrados). Estrategia low-cost inicial (prueba gratis) para capturar mercado nicho. Interfaz minimalista enfocada al usuario camping. Rol proactivo en pequeños eventos sectoriales de España, buscando crecer orgánicamente.



En el siguiente apartado mostramos nuestro Producto Mínimo Viable, pudiendo ver de forma mucho más gráfica e intuitiva la interfaz con la que contará nuestro software. Como podemos ver, contamos con 2 interfaces diferentes una para la aplicación móvil (que usarán los empleados) y otra aplicación de escritorio (destinada a la gestión interna de empleados y parcelas).

Al inicio de la aplicación de escritorio se nos presenta un mapa del camping dividido por parcelas para interactuar directamente con la interfaz. En la parte superior vemos 2 pestañas, una para la gestión de empleados y otra para la modificación de información de las parcelas.

Por otro lado, en la aplicación móvil podemos acceder a las parcelas tanto mediante un mapa como mediante una lista desplegable. Esta aplicación permitirá llevar a cabo altas, bajas, reservas y otro tipo de gestiones sobre las parcelas dedicadas al cliente.



Como se puede observar, hemos tratado de que la interfaz de usuario sea limpia y sencilla, para permitir al usuario un manejo ágil y totalmente intuitivo, adaptándose así tanto a usuarios experimentados en el uso de material tecnológico como a usuarios con menos práctica en su manejo.



Una vez expuestos los documentos previos, podemos formular nuestro modelo de negocio basado en la información recogida en cada uno de los anteriores. Este nos permite obtener una idea general de los distintos aspectos que pueda cubrir nuestro proyecto, condensando la información más relevante y proyectándola de una forma visual y sencilla de interpretar.



The image shows a business model canvas for the 'Campify' project, designed to look like a wooden board with torn edges. The canvas is divided into several sections:

- SOCIOS CLAVE:** Lists partners like campings, local governments, tourism professionals, educational centers, support groups, and technological platforms.
- RECURSOS CLAVE:** Details resources including economic resources (XXXX€), human resources (4 members), physical resources (computers, server), and intellectual resources (Java programming).
- CANALES:** Outlines distribution channels: PlayStore / AppleStore, GitHub, social media, and a company website.
- SEGMENTO CLIENTES:** Describes the client segment: employees of campgrounds between 18 and 50 years old, with basic computer knowledge and low pressure at work.
- PROPIEDAD DE VALOR:** States the value proposition: "A internal application that connects and coordinates all employees of the campsite, optimizing the management of plots and communication to offer a more efficient and professional service."
- ACTIVIDADES CLAVE:** Lists key activities: a solid structure to manage plots, promote the app to interested parties, and adjust it to specific needs.
- GASTOS FIJOS:** Details fixed costs: salary for internal staff (4 people) and office rental.
- DISTRIBUCIÓN:** Details distribution: 70% for development, 20% for marketing, and 10% for social networks.
- FUENTES DE INGRESO:** Lists income sources: social value (efficiency improvement), impact indicators (number of interested campgrounds, reduced assignment time), future income (subscription, annual license), institutional support, and indirect income (professional portfolio visibility).
- COSTES DE ESTRUCTURA:** Details structure costs.
- Diseñado para:** Actividad 2.4.2 del proyecto intermodular
- Fecha:** 27-II-2025

Añadimos también los enlaces a las distintas plantillas para una mejor visualización.

- [Producto mínimo viable](#)
- [Mapa de empatía](#)
- [Modelo de negocio](#)

El análisis de beneficios, al haberle realizado en una plantilla Excell, no cuenta con un enlace de visualización como los anteriores.