

6. Estrategia de Marketing

6.1 Estrategia de producto

6.1.1 Niveles de producto

- **Producto Básico (La necesidad de fondo):** No vendemos simplemente un código informático; cubrimos una necesidad empresarial crítica. La necesidad básica que satisface HostelFlow es la **gestión del estrés y la eficiencia operativa**. Permitimos al dueño del bar recuperar el control de su negocio, evitando errores en los cobros y reduciendo los tiempos de espera, lo que se traduce en tranquilidad mental y rentabilidad.
- **Producto Formal (Atributos tangibles):** Son las características específicas que el cliente percibe y compra:
 - **Características técnicas:** Software TPV multiplataforma con sincronización en tiempo real (Barra-Cocina-Terraza) y modo *offline* para no detener las ventas si cae internet.
 - **Diseño (Usabilidad):** Una interfaz gráfica minimalista ("Zero-Training"), diseñada específicamente para que un camarero nuevo pueda usarla en 5 minutos sin formación previa. El uso de colores intuitivos diferencia estados de mesa (ocupada, pagada, reservada).
 - **Calidad:** Alta estabilidad del sistema para soportar picos de trabajo intenso sin bloqueos.
 - **Marca:** El producto se comercializa bajo el nombre "HostelFlow", transmitiendo dinamismo.
- **Producto Ampliado (Valor añadido):** Son las ventajas adicionales que nos diferencian de la competencia nacional y justifican la elección de un proveedor local:
 - **Servicio Postventa de Proximidad:** Al estar ubicados en Gandia, ofrecemos respuesta presencial ante incidencias críticas, algo que las "centralitas" de la competencia no pueden ofrecer.
 - **Instalación y Puesta en Marcha:** Incluimos la carga inicial de la carta y menú del restaurante para que el cliente reciba el producto "llave en mano".
 - **Garantía de Adaptación:** Compromiso de ajustar flujos de trabajo específicos si el local tiene operativas especiales.

6.1.2. Tipo de producto y Ciclo de Vida

- **Tipo de producto y Clasificación:**
 - **Según su tangibilidad:** Se trata de un **Producto Híbrido (Bien + Servicio)**. Por una parte, suministramos bienes tangibles (**hardware TPV**, impresoras, cajones) necesarios para el funcionamiento. Por otra, ofrecemos el **servicio** de software, instalación, mantenimiento y soporte técnico, que es donde reside el valor diferencial y la continuidad del negocio.
 - **Según su finalidad:** Es un **Bien Industrial**, ya que nuestro cliente no es el consumidor final, sino otras empresas (B2B) que utilizan nuestra herramienta para producir su propio servicio de restauración.
- **Momento del ciclo de vida del producto:**
 - **Situación:** Somos una empresa nueva lanzando un producto novedoso en el mercado local. Las ventas comenzarán creciendo lentamente mientras damos a conocer la marca.
 - **Estrategia:** En esta fase, nuestro producto es una "incógnita" para el mercado. Por tanto, debemos realizar una inversión de esfuerzo alta en promoción informativa para explicar las ventajas de nuestro sistema frente a las cajas registradoras tradicionales o TPVs obsoletos. No buscamos beneficios inmediatos masivos, sino captar a los primeros clientes (*early adopters*) que validen nuestra solución.

6.1.3. Marca del producto

La marca es el nombre y diseño que identifica nuestro producto frente a los de la competencia. Para **HostelFlow**, hemos diseñado una estrategia de marca que transmita profesionalidad y agilidad, compuesta por los siguientes elementos:

- **Tipo de Estrategia:** Utilizaremos una estrategia de **Marca Única**. Tanto la empresa como el producto (el software) se comercializarán bajo el mismo nombre. Esto es fundamental en nuestra fase de inicio para concentrar todos los esfuerzos de marketing en un solo nombre y facilitar que los clientes nos reconozcan y recuerden rápidamente.
- **Nombre (Naming):** Hemos elegido el nombre "**HostelFlow**".
 - Cumple con los requisitos de ser fácil de pronunciar y memorizar.
 - **Significado:** La combinación de "Hostel" (Hostelería) y "Flow" (Fluidez) comunica directamente la promesa básica del producto: eliminar los atascos y conseguir un flujo de trabajo continuo y sin interrupciones.
- **Logotipo y Grafismo:** El diseño visual busca diferenciarnos de la estética anticuada de los TPV tradicionales:
 - **Isotipo (Imagen):** Un diseño minimalista que fusiona el concepto de **velocidad** (líneas dinámicas) con una **copa** (símbolo del sector

restauración). Aquí un pequeño concepto:



-
- **Colores corporativos:** Hemos seleccionado una combinación estratégica:
 - **Azul Tecnológico:** Para transmitir confianza, seguridad y estabilidad en el software.
 - **Naranja Suave:** Para evocar el dinamismo, la cercanía y la calidez propia del sector hostelería.
- **Eslogan:** "*Más rápido, menos errores, mejores clientes.*" Utilizamos esta frase corta y directa para resumir las características principales del producto y fijarlas en la mente del consumidor. No vendemos "software", vendemos la solución a sus tres problemas principales: la lentitud, los fallos de caja y la insatisfacción del cliente.

6.2. Estrategia de Precio

6.2.1. Precio del producto

Para fijar el precio de **HostelFlow**, se ha realizado un análisis equilibrado entre la estructura de costes internos y los precios de mercado detectados en la zona de Gandia.

- **Análisis de Costes:** El coste variable unitario por instalación es de **370 €** (incluyendo el kit de hardware de 350 € y desplazamientos). Para cubrir los costes fijos mensuales de **585 €** y alcanzar el umbral de rentabilidad con aproximadamente 1.5 ventas al mes, el precio base debe situarse significativamente por encima del coste variable.
- **Análisis de la Competencia:** En Gandia, los kits completos oscilan desde los **400 €** (básicos) hasta superar los **1.000 €**. Competidores como **Glop** utilizan un modelo de suscripción desde **19,90 €/mes**.
- **Precio Fijado:** Se establece un precio de venta inicial de **750 €** por el "Pack de Bienvenida" (Hardware + Instalación + Licencia inicial).

6.2.2. Modalidad de precio aplicada

Dada la naturaleza híbrida del producto (bien industrial y servicio de software), se aplicarán las siguientes modalidades:

- **Precio de Paquete (Bundling):** Se ofrecerá un precio cerrado de **750 €** que incluye el terminal físico, la configuración de la carta y la puesta en marcha "llave en mano". Esto simplifica la decisión de compra para el hostelero.
- **Precio de Penetración:** Al ser una empresa nueva y un producto en fase de "incógnita", el precio de 750 € se sitúa en un rango medio-bajo frente a las soluciones personalizadas de la competencia (que superan los 1.000 €), facilitando la captación de los primeros *early adopters*.
- **Modelo de Cuota de Mantenimiento (Servicio):** Tras la instalación inicial, se aplicará una cuota mensual por el soporte postventa de proximidad y las actualizaciones de software, asegurando ingresos recurrentes para cubrir los gastos fijos como la cuota de autónomo y el alquiler del coworking.