

PLAN DE EMPRESA

VirtualWallet®



PABLO HORMIGO GONZÁLEZ

ALVARO CABELLO BENITO

JUAN JOSÉ LÓPEZ VEGA

PABLO HERRÁN CASTRILLO

ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA EMPRENDEDORA Y EL PROYECTO.....	3
1.1. PRESENTACIÓN DE LA IDEA	3
1.2. PROYECTO DE LA EMPRESA.....	4
1.2.1. BRAINSTORMING	4
1.2.2. CÓDIGO CNAE DEL SECTOR DE LA EMPRESA.....	6
1.3. BUSSINES MODEL CANVAS.....	7
1.1.1. PROPUESTA DE VALOR	7
1.1.2. SEGMENTO DE CLIENTES.....	8
1.1.3. CANALES	8
1.1.4. RELACION CLIENTES.....	8
1.1.5. FUENTE DE INGRESO	8
1.1.6. RECURSOS CLAVE.....	8
1.1.7. ACTIVIDADES CLAVE.....	8
1.1.8. SOCIOS CLAVE	8
1.1.9. ESTRUCTURA DE COSTES.....	8
2. PRESENTACION DE LOS PROMOTORES.....	9
3. CULTURA EMPRESARIAL.....	10
3.1. MISIÓN DE LA EMPRESA	10
3.2. VISIÓN DE LA EMPRESA	10
3.3. VALORES DE LA EMPRESA	10
4. RESPONSABILIDAD SOCIAL	11
4.1. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL.....	11
4.2. DIMENSIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA Y DE GESTIÓN.....	11
4.3. DIMENSIÓN SOCIAL.....	11
5.1. TIPO DE MERCADO EN EL QUE OPERA LA EMPRESA.....	12
5.2.1. MICROENTORNO	12
5.2.2. MACROENTORNO	13
5.3. ANÁLISIS DE LOS CONSUMIDORES O CLIENTES	14
5.3.1. MAPA DE EMPATÍA	14
5.3.2. ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES	15
5.3.3. PERFIL CLIENTE OBJETIVO	18
5.4. ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	18
5.4.1. COMPETIDORES DIRECTOS	18
5.4.2. COMPETIDORES INDIRECTOS.....	18
5.4.3. COMPETIDORES DENTRO DEL MERCADO	19
5.5. ANALISIS DE LOS PROVEEDORES	19
BIBLIOGRAFÍA	20

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA EMPRENDEDORA Y EL PROYECTO

1.1. PRESENTACIÓN DE LA IDEA

El modelo de negocio propuesto consiste en la digitalización de la cartera convencional. Aporta ventajas en el ámbito físico, permitiéndonos portar todos los documentos oficiales y tarjetas en un dispositivo móvil. Las ventajas frente a la cartera física son numerosas, desde la posibilidad de ahorrar espacio en nuestro bolsillo a la posibilidad de renovar un documento oficial desde nuestra aplicación o evitar el contacto físico con tarjetas y dinero en estos tiempos de pandemia que vivimos.

Las principales necesidades que vamos a cubrir son:

- No llevar cartera física.
- Posibilidad de no perder los documentos.
- Poder renovar cualquier documento.

El nombre de la aplicación y de la empresa es “VirtualWallet”. Esta presenta una opción de coste 0 para los usuarios que incluye los documentos principales que todo ciudadano debe llevar encima obligatoriamente.

Por otro lado, “VirtualWallet+” es un servicio de suscripción que aporta funcionalidades extra a la aplicación como por ejemplo incluir tarjetas bancarias para poder realizar tus pagos desde el móvil.

El precio de la aplicación para su venta al Estado es de 4 millones de €, además de un porcentaje del 10% de las ventas del servicio “VirtualWallet+”.

Logotipo de la empresa:



1.2. PROYECTO DE LA EMPRESA

1.2.1. BRAINSTORMING

Para llegar a la idea del proyecto, lo primero que hicimos fue realizar una lluvia de ideas y a partir de ahí fuimos seleccionando las mejores hasta que decidimos que “VirtualWallet” era la mejor para llevar a cabo.

Estos son algunos de los pasos que seguimos:

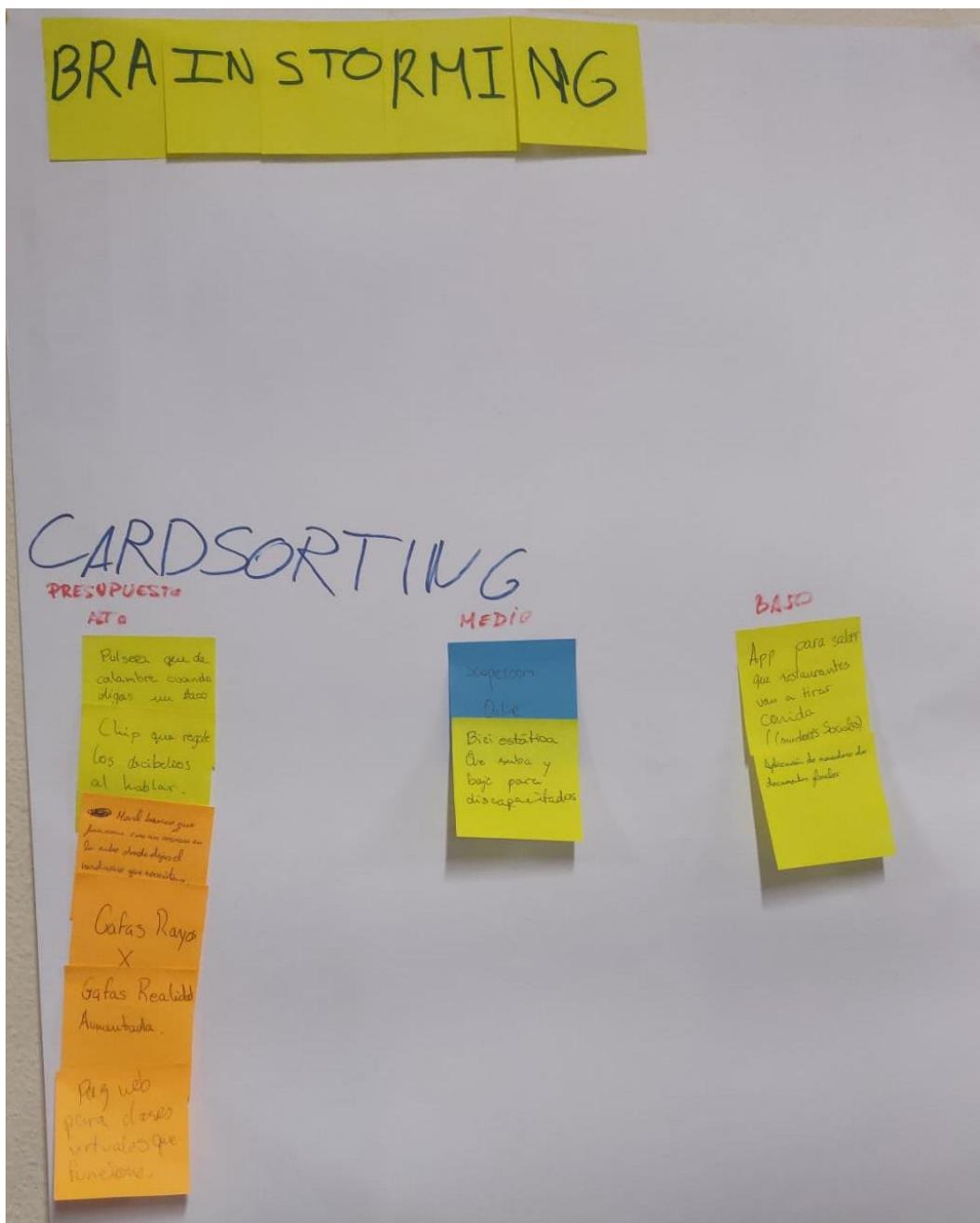
- Lluvia de ideas o Brainstorming:



En este apartado, añadimos en cada post-it una idea y las colocamos en un mural.

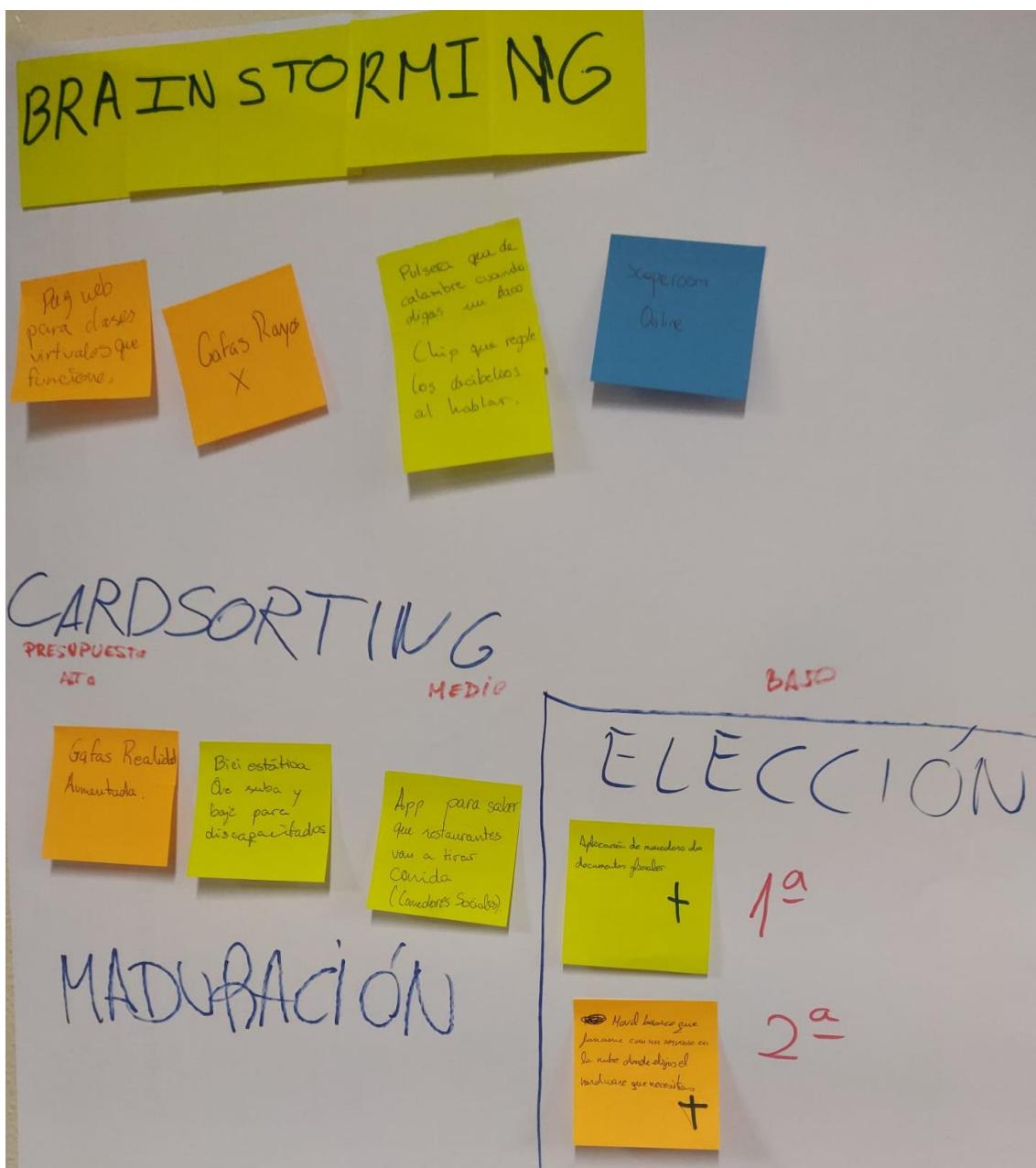
Había ideas muy innovadoras como la del teléfono con un hardware muy limitado para ahorrar en gastos y con un servicio de contratación para elegir el nivel de prestaciones deseado para tu dispositivo, o la de las gafas de Rayos-X.

b) Cardsorting:



En la siguiente fase, colocamos todas las ideas según distintos criterios para ir descartando opciones y pasar a la última etapa con solo unas pocas para poder seleccionar la idea ganadora.

c) Elección por distintos criterios:

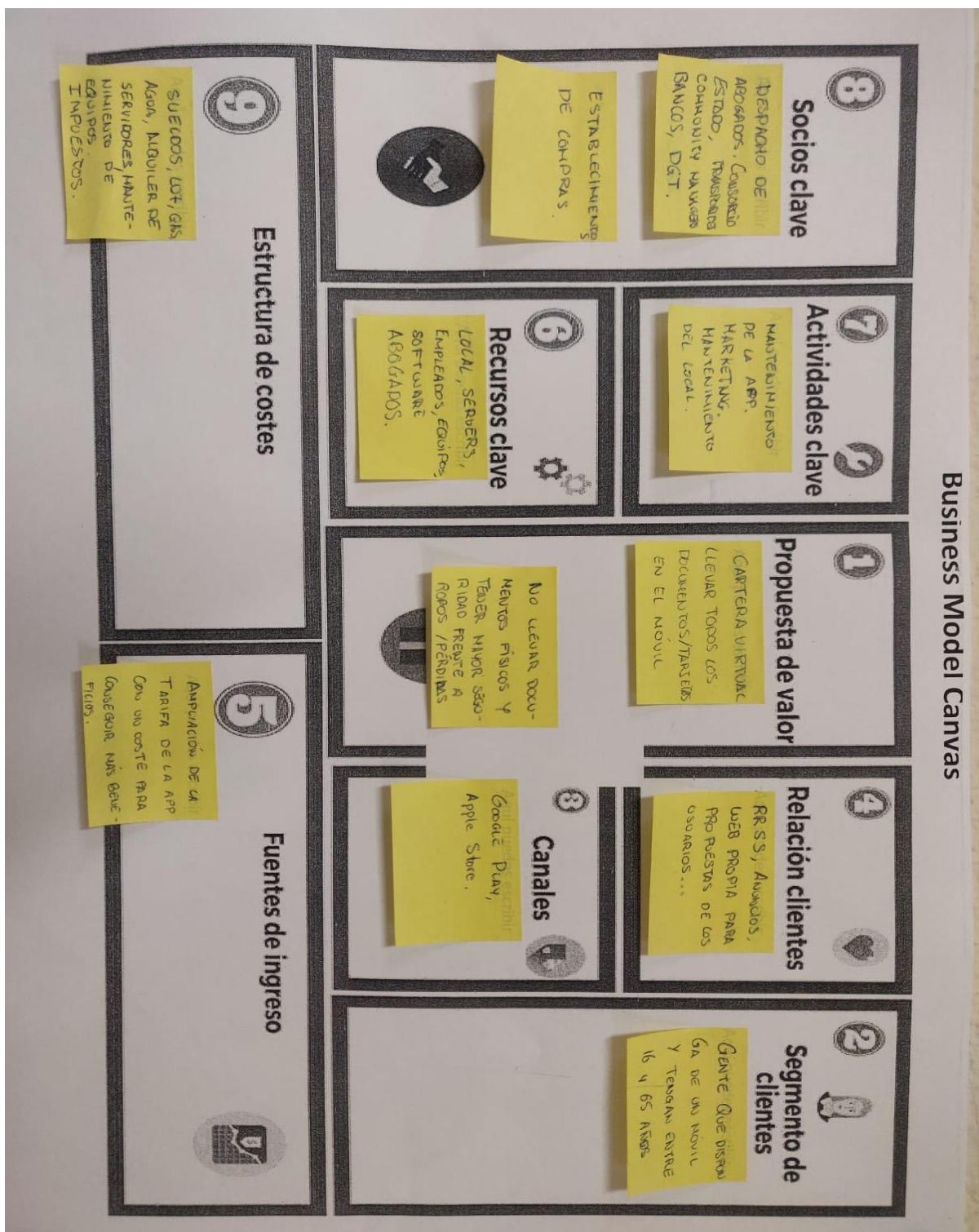


Por último en este ciclo, elegimos nuestra idea propuesta en este documento.

1.2.2. CÓDIGO CNAE DEL SECTOR DE LA EMPRESA

El código CNAE del sector de la empresa coincide con el 6201.

Business Model Canvas



1.1.1. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta consiste en la digitalización de la cartera física para portar documentos oficiales y tarjetas.

Aporta integridad y seguridad en tu documentación.

1.1.2. SEGMENTO DE CLIENTES

La aplicación está destinada a personas de entre 16 y 65 años de edad que tengan a su disposición un smartphone.

1.1.3. CANALES

La aplicación podrá adquirir a partir de “Google Play” para dispositivos Android o de la “Apple Store” para dispositivos Apple.

1.1.4. RELACION CLIENTES

La relación de la empresa con los clientes se realizará a través de anuncios, Redes Sociales o una web de la empresa para propuestas y comentarios de los usuarios.

1.1.5. FUENTE DE INGRESO

Se pretende obtener beneficios por una parte del Estado para financiar la parte gratuita de la aplicación y por otra del servicio de suscripción de la aplicación.

1.1.6. RECURSOS CLAVE

Se necesitarán:

- Servidores.
- Oficina (compra o alquiler).
- Empleados.
- Equipos informáticos.
- Software.
- Abogados.

1.1.7. ACTIVIDADES CLAVE

- Mantenimiento de la aplicación.
- Marketing.
- Mantenimiento de las oficinas.

1.1.8. SOCIOS CLAVE

- Despacho de abogados.
- Consorcio de transportes.
- Community Manager.
- Administraciones Públicas.
- Bancos.
- DGT.

1.1.9. ESTRUCTURA DE COSTES

- Sueldos de los empleados.
- Luz.
- Gas.
- Agua.
- Alquiler de servidores.
- Mantenimiento de equipos.
- Impuestos.

2. PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES

Pablo Hormigo: Estudió durante 5 años un Grado en Ingeniería Telemática en la Universidad Politécnica de Madrid con una pausa para estudiar un Grado Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma y Web, en el que se encuentra hoy en día. Pablo se define como una persona creativa y con una gran capacidad para trabajar en equipo.

Juan José López: Actualmente cursa un Grado Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma y Web. Posee un Certificado de Profesionalidad por el SEPE (Desarrollo de aplicaciones con tecnologías Web). Estudió durante 3 años el doble grado de Ingeniería de Materiales e ingeniería de organización Industrial decidiendo abandonar este mundo por el de la informática. Él se define como una persona con grandes dotes comunicativas, responsable y muy flexible.

Pablo Herrán: Hoy en día estudia un Grado Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma y Web. Estudió durante 5 años el Grado de Ingeniería Informática. Pablo es una persona asertiva, lo que le ayuda a tener gran habilidad comunicativa.

Álvaro Cabello: Actualmente está cursando su segundo año de un Grado Superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma y Web. Según Álvaro, se considera una persona con liderazgo, capaz de influir y motivar a los demás, pero siempre trabajando en equipo y siendo flexible con las ideas y propuestas de los demás.

Los cuatro en conjunto estamos realizando el plan de empresa de VirtualWallet, idea que estamos desarrollando desde cero para la asignatura de Empresa e Iniciativa Emprendedora, donde cada miembro del grupo aporta las ideas necesarias para llegar a realizar una buena idea de negocio.

3. CULTURA EMPRESARIAL

3.1. MISIÓN DE LA EMPRESA

La principal utilidad de VirtualWallet hacia sus clientes es ofrecerles un método alternativo de gestión de su documentación personal y oficial, añadiéndole seguridad, comodidad y simplicidad acorde con la era de la digitalización actual y la circunstancia de la pandemia.

El objetivo principal de VirtualWallet es conseguir que toda la documentación de una persona pueda estar en su smartphone de forma segura y eficaz.

3.2. VISIÓN DE LA EMPRESA

La visión de la empresa es conseguir a largo plazo una sociedad en la cual la acreditación personal esté totalmente digitalizada, sin las desventajas que supone cualquier documento físico.

3.3. VALORES DE LA EMPRESA

En VirtualWallet estamos comprometidos con el medio ambiente, por lo tanto, apostamos por un futuro sin plásticos. Gracias a la digitalización de la cartera, no sería necesario producir tarjetas físicas que, una vez caducadas, por ejemplo, serían desechadas contaminando así nuestros mares y océanos ya que se estima que unos 12,7 millones de toneladas son arrojadas a estas aguas según la fundación “AQUAE”.

Estamos comprometidos con la ley y con la comodidad de nuestros clientes. Gracias a VirtualWallet, podrás tener siempre en tu móvil el DNI o el carné de conducir, documentos muy importantes, que siempre pueden ser requeridos por la autoridad y que muchas personas no llevan encima en ciertas circunstancias por miedo a perderlo o porque simplemente piensan que no lo van a necesitar.

Actualmente estamos viviendo una pandemia provocada por el COVID-19, en todos los establecimientos se nos recomienda pagar con tarjeta para evitar así el contacto físico. Gracias a la tecnología actual, tenemos ante nosotros pagar con el NFC de nuestros móviles, así mismo, nos gustaría también poder usar nuestro bono transportes o el DNI, sin necesidad de tener que llevarlo encima y así evitar el contacto físico.

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad social de VirtualWallet se apoya en 3 pilares fundamentales.

4.1. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

Nuestro papel en este ámbito es sencillo, la digitalización de la documentación permitirá frenar el consumo de plástico y papel y, por consiguiente, luchar contra problemas graves de nuestra sociedad como son el cambio climático y la deforestación.

4.2. DIMENSIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA Y DE GESTIÓN

VirtualWallet es un servicio gratuito para los documentos oficiales de los usuarios que adquieran nuestros servicios debido a la relación de confianza que pretendemos tener con las entidades que gestionan dicha documentación, nuestra principal preocupación es que las personas puedan tener digitalizada su identidad de manera segura y a coste 0.

4.3. DIMENSIÓN SOCIAL

Una de las ideas más recurrentes que hemos expuesto sobre nuestra empresa es la seguridad. La incertidumbre que produce la documentación tradicional a la hora de por ejemplo, robos o extravíos, es una molestia que siempre nos ha acompañado a lo largo de nuestra vida. Con VirtualWallet eliminaremos totalmente este peligro ya que todo estará almacenado en grandes bases de datos a disposición total del usuario.

No obstante, se nos presenta uno de los principales problemas que nos ha traído esta era de la información, la filtración de datos. Sería demasiado fácil para un delincuente digital atravesar la seguridad de una sola aplicación quedándose con todos los datos de un usuario, de no ser porque VirtualWallet pretende que la información de cada documento la aloje la organización propietaria, es decir, nosotros no vamos a almacenar los datos del DNI, sólo seremos el intermediario que accederá digitalmente a esa información. Además, toda consulta quedará registrada para maximizar la seguridad.

Otro aspecto en el que VirtualWallet está comprometido con la sociedad es con la salud de los ciudadanos. Debido a la situación pandémica actual, estamos arriesgando demasiado cada vez que sacamos una tarjeta o un documento a lo largo de nuestro día, haciendo así que en cualquier descuido podamos estar expuestos al virus. VirtualWallet pretende reducir esta exposición a un único dispositivo, el teléfono móvil personal.

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1. TIPO DE MERCADO EN EL QUE OPERA LA EMPRESA

En términos de naturaleza de producto, VirtualWallet se dedica al mercado de servicios, y lo hace de forma global con el claro objetivo final de llegar al mayor número de personas posible. El mercado de los servicios digitales es un mercado en auge en el mundo y la época en que vivimos y VirtualWallet encaja perfectamente en este crecimiento pues lo que ofrece no tiene competencia directa.

5.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO Y DEL MACROENTORNO

5.2.1. MICROENTORNO

Conformado por los agentes y ámbitos más cercanos a la empresa y por lo tanto los que interactúan con ella de forma constante.

5.2.1.1. Proveedores

- Red de servidores: destinada a alojar la información de los clientes.
- Administraciones Públicas: aquellas que nos suministran el canal por el cual los clientes acceden a su información.

5.2.1.2. Intermediarios

Plataforma de descarga de aplicaciones móviles para los principales Sistemas Operativos de smartphones (AppStore y GooglePlay).

5.2.1.3. Competidores

Por el momento no existen ningún competidor directo que ofrezca un servicio igual al nuestro en lo que a completitud se refiere. No obstante, existen aplicaciones de banco que permiten los pagos móviles, que podría llegar a suponer un bajo nivel de competencia. La competencia ofrecida por estas apps bancarias sería una competencia de industria, no ocasionando demasiado problema ya que no compite directamente con VirtualWallet.

5.2.2. MACROENTORNO

Referido a todos los factores externos a la empresa e inherentes a la sociedad que nos afectan de forma directa o indirecta.

5.2.2.1. Factores Demográficos

Una población envejecida y no adaptada a la digitalización puede ser un impedimento para nuestro desarrollo, no obstante, contamos con que nuestro objetivo son los usuarios jóvenes y de mediana edad, así que, una gran presencia de estos nos ayudará a crecer.

5.2.2.2. Factores Económicos

Una sociedad desarrollada como es la española, es el perfecto “caldo de cultivo” para el crecimiento de VirtualWallet. Dado que cuanto mayor sea el nivel de vida de un estado, más servicios podrá ofrecer a sus ciudadanos y mayores necesidades tendrán los mismos.

5.2.2.3. Factores Jurídicos

La legislación actual puede llegar a ser una amenaza ya que la actual ley de protección de datos es muy restrictiva a la hora de acceder y tratar con la información personal de los clientes.

5.2.2.4. Factores Tecnológicos

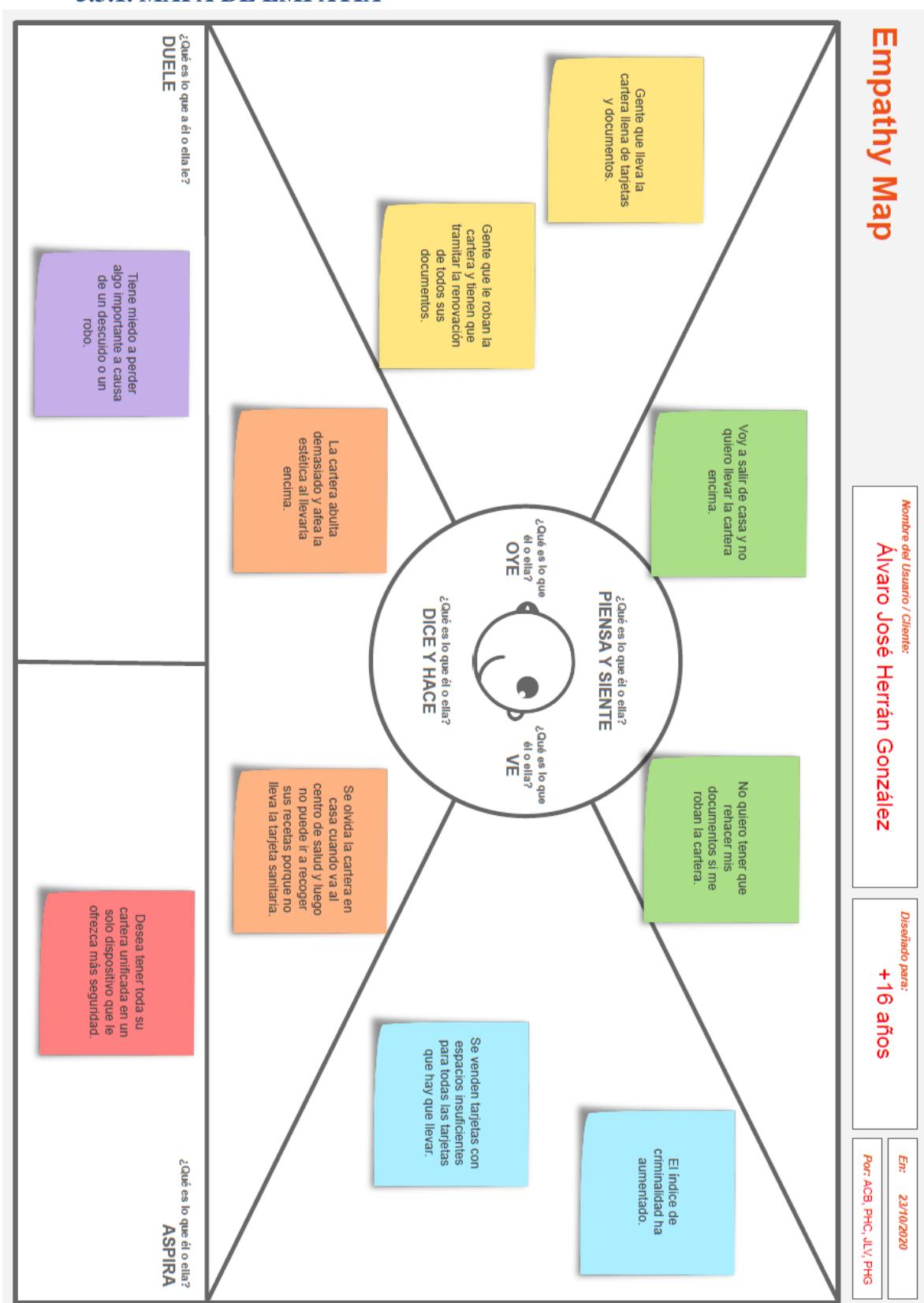
Un mercado tecnológico modernizado como es el actual con una enorme cantidad de tecnologías de desarrollo como las que hay son una gran oportunidad para desarrollar nuestro proyecto.

5.2.2.5. Factores Socioculturales

La sociedad española actual está acostumbrada al uso de las apps que gestionen información y que les haga la vida más fácil, además somos conscientes del pensamiento popular que hay en contra de las grandes cantidades de documentación, creemos fervientemente que nuestra iniciativa tendrá una buena reacción en nuestros posibles clientes.

5.3. ANÁLISIS DE LOS CONSUMIDORES O CLIENTES

5.3.1. MAPA DE EMPATÍA

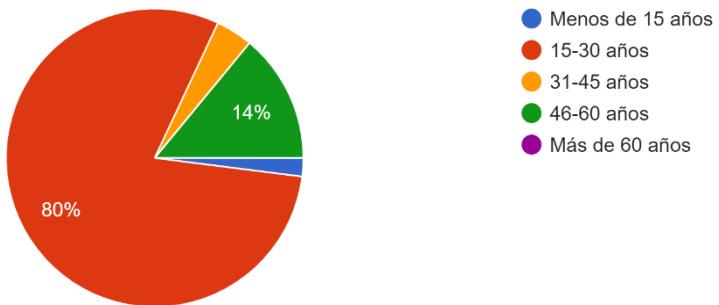


Este mapa de empatía nos ayudó a conocer a nuestro cliente objetivo, las necesidades que tenía y como las satisfacía nuestro producto.

5.3.2. ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

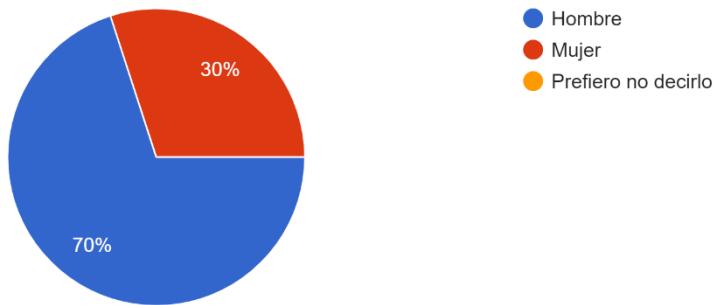
¿Qué edad tienes?

50 respuestas



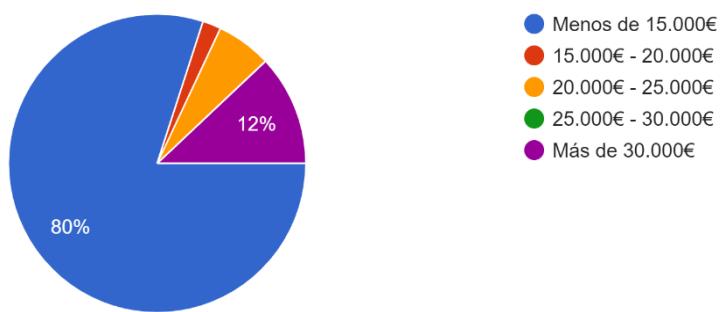
Indica tu género

50 respuestas

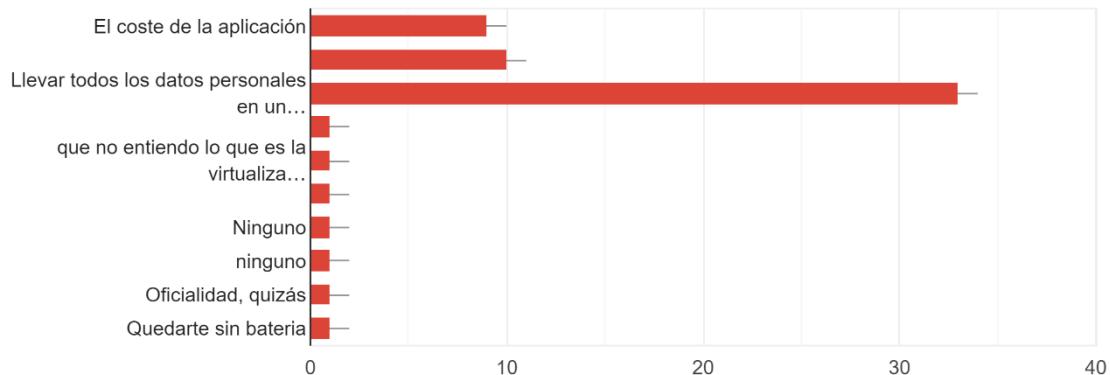


Indica tus ingresos anuales

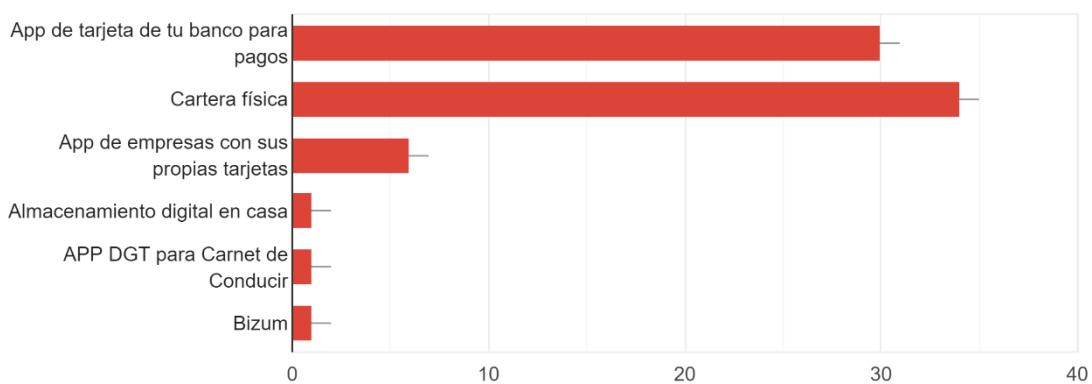
50 respuestas



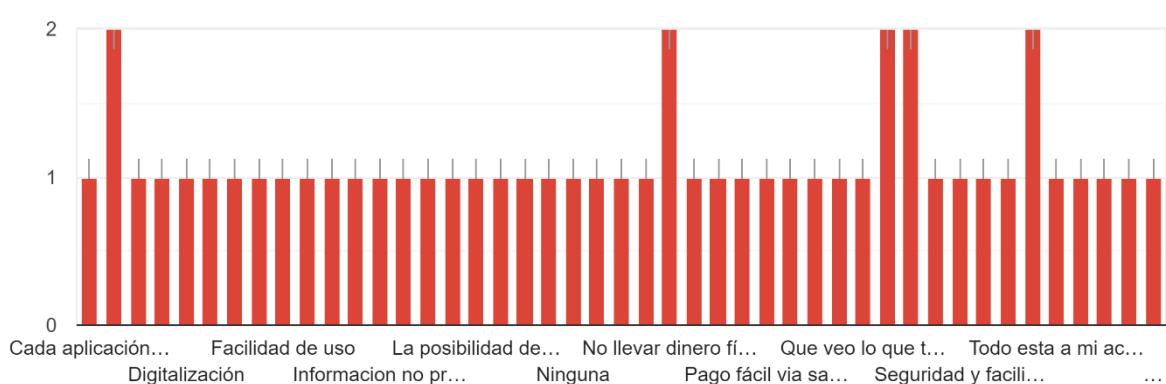
Estamos pensando en lanzar una app para poder llevar todos tus documentos de forma digital en tu teléfono móvil. ¿Qué problemas ves posibles para esta iniciativa? Seleccione una o varias respuestas
50 respuestas



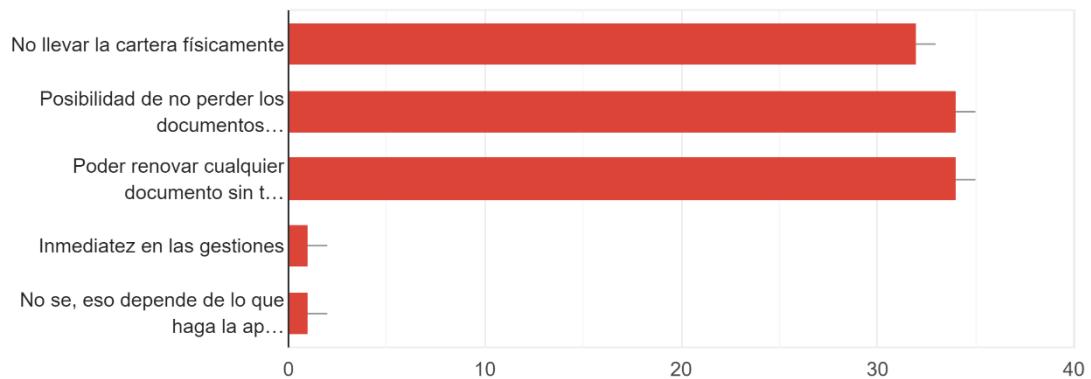
¿Qué usas como alternativa actualmente? Seleccione una o varias respuestas
50 respuestas



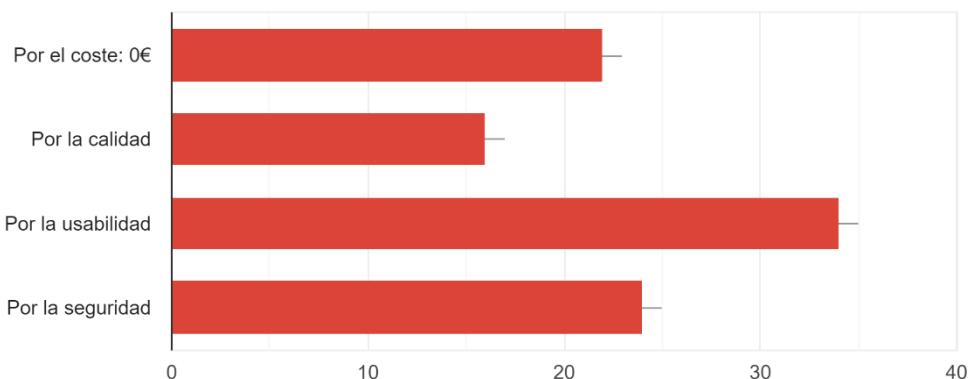
¿Qué beneficios tiene el producto que usas actualmente? (Respuesta anterior)
50 respuestas



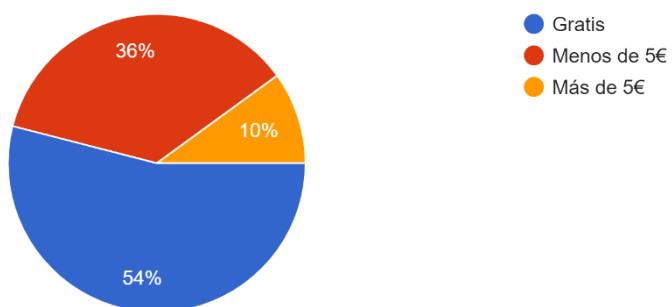
¿Qué necesidad cubre el uso de nuestro producto? Seleccione una o varias respuestas
50 respuestas



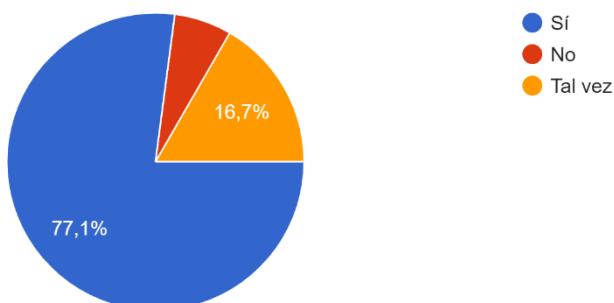
¿Por qué usarías nuestra aplicación? Seleccione una o varias respuestas
50 respuestas



¿Pagarias por este producto? ¿Cuánto?
50 respuestas



¿Te gustaría que realizáramos otra entrevista cuando dispongamos del producto?
48 respuestas



5.3.3. PERFIL CLIENTE OBJETIVO

- **Cliente objetivo:** Nuestro cliente objetivo es una persona joven por lo general, con pocos ingresos o ninguno y que sea afín al progreso tecnológico.

- **Cliente potencial:** Un posible cliente potencial son las personas de mediana edad, no tan adaptadas a usar aplicaciones, pero que a lo mejor en un futuro pueden llegar a modernizarse.

- Segmentación del mercado:

- Criterios geográficos: Nos enfocaremos en personas de áreas urbanas como Madrid que tengan necesidad de hacer grandes desplazamientos durante su día a día y por consecuencia digitalizar abono transporte, tarjetas, etc.
- Criterios demográficos: Según nuestros datos nuestro cliente objetivo estaría más orientado a los varones de entre 15 y 30 años.
- Criterios personales: Dados los datos obtenidos, nuestros clientes potenciales tendrían unos ingresos anuales inferiores a 15.000€.
- Criterios psicológicos: La gran mayoría de los encuestados son personas que buscan un servicio seguro donde puedan confiar sus datos, que valoran una gran usabilidad y calidad.

5.4. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

5.4.1. COMPETIDORES DIRECTOS

A día de hoy no hemos identificado ningún competidor directo en la industria tecnológica que esté ofertando el mismo producto o similar que el que estamos haciendo nosotros.

5.4.2. COMPETIDORES INDIRECTOS

Un competidor indirecto, aunque no esté en nuestro mismo sector pueden ser las empresas que crean carteras para gestionar mejor los documentos y tarjetas ya que si un cliente potencial llega a adquirir una de ellas no tendrá la necesidad de usar nuestra app.

Un ejemplo de competidores indirectos sería:

- Inditex: con sus grandes marcas de ropa, entre ellas se encuentra la fabricación de carteras físicas convencionales.

5.4.3. COMPETIDORES DENTRO DEL MERCADO

Las apps bancarias pueden llegar a ser un competidor ya que cubren una de las necesidades que nosotros queremos solucionar, aunque si deciden usar nuestros servicios también pueden ser un poderoso aliado para nuestros intereses.

Algún ejemplo seria:

- Google Pay: Asigna una cantidad ilimitada de tarjetas bancarias en tu dispositivo móvil para poder pagar con ellas sin necesidad de usar las tarjetas físicas.
- Apple Pay: Funciona de la misma manera que la anterior.

5.4.4. COMPETIDORES POTENCIALES

Un posible competidor potencial que hemos pensado es una gran empresa como puede ser Google o Amazon que pueda interesarle nuestra idea y desarrollar por su cuenta su propio VirtualWallet o servicio que haga lo mismo que el nuestro, pese a esto hemos considerado que esta opción es bastante improbable.

5.5. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

Nuestro principal proveedor es la empresa destinada a alojar los servidores que vamos a utilizar para nuestra aplicación. Por lo tanto, deberá ser una empresa que nos proporcione un servicio de calidad y sostenible en el tiempo. Dicha empresa deberá tener un especial cuidado con el tratamiento de los datos para evitar filtraciones y ataques a los datos personales de los usuarios de VirtualWallet.

Por otro lado, buscamos el apoyo de las entidades gubernamentales para la integración de la aplicación con los sistemas informáticos del estado. Entre las principales entidades, nos gustaría contar con la presencia de la Casa de Moneda y Timbre, la DGT, la Seguridad Social y otras situadas en este nivel estatal.

BIBLIOGRAFÍA

- www.Economipedia.com
- Empresa e iniciativa emprendedora 360°, Editex.
- Google Forms.
- Wikipedia.
- <https://www.fundacionaque.org/mar-de-plastico-el-80-de-la-basura-en-el-mar-es-plastico/>.