



Universidad Politécnica  
de Madrid

**Escuela Técnica Superior de  
Ingenieros Informáticos**



Máster Universitario en Ingeniería Informática

## **Plan de Negocio HostBuddy**

Sergio de Lamadrid, Lucas Martín Gil-Delgado, Aníbal Rivero  
Ríos

Madrid, octubre 2024

# Tabla de contenidos

<b>1</b>	<b>Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>1</b>
1.1	Descripción – Introducción del proyecto.....	1
1.2	Objetivos .....	1
1.3	Resumen financiero .....	1
<b>2</b>	<b>Nuestra empresa .....</b>	<b>1</b>
2.1	Modelo de negocio.....	1
2.2	Estructura y organización.....	1
2.3	Visión y Valores .....	2
2.3.1	Visión:.....	2
2.3.2	Valores:.....	2
<b>3</b>	<b>Análisis de Mercado.....</b>	<b>2</b>
3.1	Descripción del sector.....	3
3.1.1	Análisis de competidores .....	3
3.1.2	Análisis de clientes.....	4
3.1.3	Barreras de entrada .....	5
3.2	DAFO .....	6
3.2.1	Debilidades .....	6
3.2.2	Amenazas.....	6
3.2.3	Fortalezas .....	7
3.2.4	Oportunidades .....	7
3.3	CAME.....	7
<b>4</b>	<b>Nuestro producto .....</b>	<b>8</b>
4.1	Descripción del producto .....	8
4.2	Funcionalidades .....	9
4.3	Público Objetivo.....	10
4.4	Propuesta de Valor .....	10
4.5	Modelo de precios y monetización (Anibal y Lucas) .....	11
4.6	Feedback y mejora continua .....	11
<b>5</b>	<b>Plan Financiero .....</b>	<b>13</b>
5.1	Inversión inicial (dejar para el final) (Anibal y lucas) .....	13
	Fondos Propios .....	13
	Inversores Externos .....	13
5.2	Costes (SERGIO).....	13
5.3	Proyección de ingresos.....	14
5.4	Análisis de flujo de caja .....	15
5.5	Estrategia de Salida (Anibal y lucas) .....	17
<b>6</b>	<b>Plan Operativo .....</b>	<b>17</b>
6.1	Proceso de desarrollo software .....	17

6.1.1	Metodología.....	17
6.1.2	Paquetes de Trabajo:.....	17
6.1.3	Roadmap de Desarrollo: .....	19
6.1.4	Gantt de la aplicación base : .....	20
6.2	Tecnología: .....	20
6.3	Proveedores .....	21
6.3.1.1	Proveedores de Servicios en la Nube .....	21
6.3.1.2	Proveedores de Servicios de Pago.....	21
6.3.1.3	Proveedores de cerraduras digitales y tarjetas RFID.....	22
6.4	Plan de Distribución .....	22
<b>7</b>	<b>Marketing .....</b>	<b>22</b>
7.1	Estrategia de Promoción .....	22
7.2	Identidad de marca y branding .....	24
7.3	Retención y Fidelización .....	24
<b>8</b>	<b>Riesgos .....</b>	<b>25</b>
8.1	Identificación riesgos .....	25
8.1.1	Riesgos de mercado.....	25
8.1.2	Riesgos regulatorios .....	26
8.1.3	Riesgos operativos.....	27
8.1.4	Riesgos tecnológicos (Sergio) .....	28
8.2	Plan de contingencia.....	29
8.2.1	Riesgos de mercado.....	29
8.2.2	Riesgos regulatorios .....	31
8.2.3	Riesgos Operativos .....	33
8.2.4	Riesgos Tecnológicos .....	35
<b>9</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>36</b>

# 1 Resumen Ejecutivo

## 1.1 Descripción – Introducción del proyecto

Proponemos una aplicación móvil que mejora la experiencia de los huéspedes al permitirles gestionar reservas, solicitar servicio de habitaciones, enviar quejas, dejar reseñas y recibir ofertas personalizadas. La app incluye funciones avanzadas como el ingreso y registro de salida sin contacto, control de accesos, seguimiento de gastos y solicitud de servicios adicionales. Además, facilita la organización de eventos con herramientas para presupuestos, selección de menús y planificación de la distribución de mesas.

Esta solución optimiza tanto la experiencia del huésped como los procesos internos del hotel, alineándose con la creciente necesidad de digitalización en la industria de hostelería. Para llevar esta visión a cabo, buscamos una inversión que nos permita desarrollar y escalar la aplicación, así como posibles socios estratégicos que puedan proporcionarnos canales de distribución dentro del sector hotelero.

## 1.2 Objetivos

## 1.3 Resumen financiero

# 2 Nuestra empresa

## 2.1 Modelo de negocio

Somos una empresa pequeña de desarrollo de software especializada en soluciones llave en mano, adaptadas a las necesidades del cliente. Nuestro modelo de negocio se basa en proyectos pequeños y personalizados que vendemos principalmente en el sector de la hostelería. Buscamos cubrir las necesidades de digitalización de los hoteles mediante una aplicación que facilita la gestión de reservas, solicitudes de servicios y organización de eventos. Generamos ingresos a través de:

- **Suscripciones:** Tarifas mensuales o anuales para los hoteles que usen nuestra plataforma.
- **Servicios Premium:** Personalización avanzada y funcionalidades específicas con costes adicionales.
- **Alianzas Estratégicas:** Asociaciones con proveedores para ofrecer ofertas exclusivas a los usuarios y generar un valor añadido.

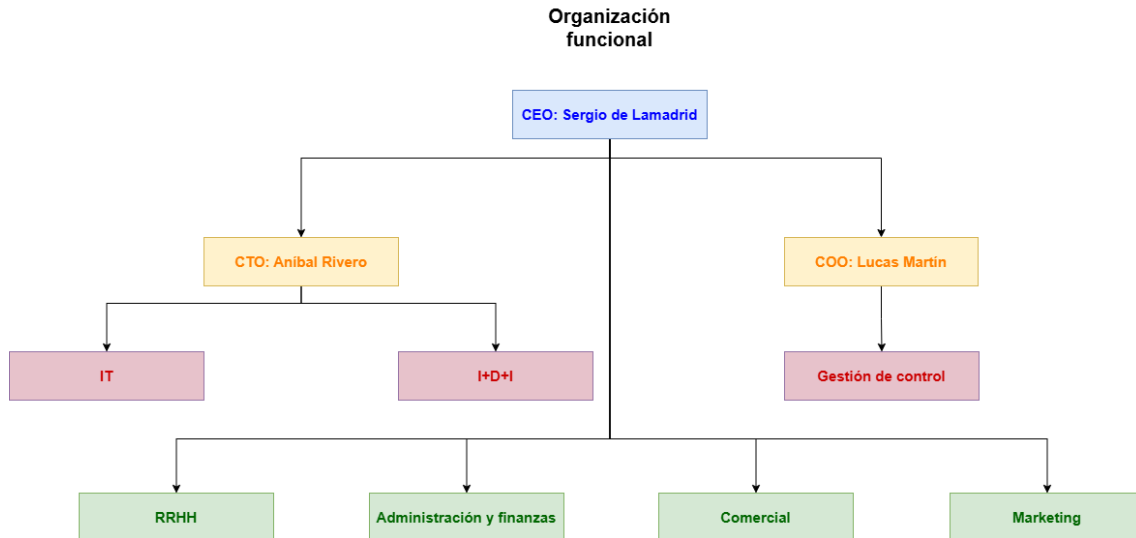
## 2.2 Estructura y organización

La empresa adopta una organización de tipo funcional, donde cada área o departamento tiene una función específica y es liderado por un directivo especializado:

- **Sergio:** CEO y coordinador general. Responsable de la dirección estratégica y liderazgo del equipo.
- **Aníbal:** CTO. Encargado del desarrollo tecnológico y gestión del equipo de desarrollo.

- **Lucas:** COO. Responsable de las operaciones diarias y coordinación con clientes y socios.

La idea es expandir el equipo incorporando profesionales en áreas de marketing, ventas y atención al cliente para fortalecer nuestra presencia en el mercado.



## 2.3 Visión y Valores

### 2.3.1 Visión:

Transformar la industria hotelera mediante la digitalización, mejorando la experiencia del huésped y optimizando la eficiencia operativa de los hoteles.

### 2.3.2 Valores:

Los valores con los que nuestra empresa está comprometida abarcan los siguientes puntos:

- **Innovación:** Impulsamos soluciones tecnológicas avanzadas para superar las expectativas del mercado.
- **Orientación al Cliente:** Priorizar las necesidades de hoteles y huéspedes en todas nuestras decisiones.
- **Calidad:** Compromiso con la excelencia en nuestros productos y servicios.
- **Transparencia:** Actuar con integridad y ética en todas nuestras relaciones comerciales.
- **Colaboración:** Fomentar alianzas estratégicas y un ambiente de trabajo en equipo.

## 3 Análisis de Mercado

Para conocer la viabilidad y las probabilidades de éxito de nuestro proyecto es esencial comenzar con un análisis del mercado donde vamos a desarrollarnos. En este caso, realizaremos un análisis siguiendo el marco de las cinco fuerzas de Porter del sector de la hostelería, en concreto de las herramientas de digitalización y gestión autónoma de sus procesos.

Además, analizaremos las barreras de entrada al sector y elaboraremos un análisis DAFO y CAME, para conocer nuestra posición de ventaja o desventaja tanto a nivel interno como externo y como poder mejorar esta posición.

### **3.1 Descripción del sector**

El sector de la hostelería abarca una amplia gama de diferentes servicios, como pueden ser restaurantes, bares, hoteles, resorts, etc. Nosotros queremos desarrollarnos concretamente en el sector del alojamiento, que en nuestro país contribuye en un 1.5% al PIB. Estos serían hoteles, resorts y otros establecimientos de alojamiento.

Además de ser un sector altamente rentable y en crecimiento, se ha visto en los últimos años muy envuelto en la corriente de la transformación digital con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y la optimización de los procesos operativos.

#### **3.1.1 Análisis de competidores**

Dentro de esta tendencia hacia la digitalización de los alojamientos han aparecido varias soluciones tecnológicas para la gestión de reservas, servicios de habitaciones y check-in/out digital. En este punto vamos a hacer un análisis de nuestros competidores para conocer nuestra posición respecto a ellos y la ventaja competitiva que podríamos tener.

- Oracle

Oracle es una empresa de software que ofrece numerosas soluciones tecnológicas para diferentes sectores. En concreto, en el sector de la hostelería cuenta con la herramienta Oracle Hospitality, esta división de la empresa se centra en ofrecer sistemas de gestión de propiedades (PMS) y soluciones de puntos de ventas (POS) diseñados para hoteles, resorts, casinos y restaurantes. Oracle Hospitality trabaja en 200 países donde gestiona más de 4,8 millones de habitaciones de hotel a través de las siguientes partes fundamentales de su herramienta:

1. Oracle OPERA Cloud Property Management System (PMS): Esta es su solución principal para la gestión hotelera. Es una plataforma en la nube que permite a los hoteles gestionar reservas, controlar inventarios de habitaciones, procesar el check-in/check-out y administrar el perfil de los huéspedes en tiempo real. Al estar en la nube, permite acceder y gestionar la propiedad desde cualquier lugar, con funcionalidades de seguridad avanzadas.
2. Symphony Cloud POS: Su sistema de punto de venta para restaurantes y servicios de alimentos, diseñado específicamente para la industria hotelera. Este sistema permite a los establecimientos gestionar los pedidos de comida y bebida, tanto en restaurante como en servicio de habitaciones, con una integración directa en el sistema PMS y los perfiles de los huéspedes.
3. Oracle Hospitality Integration Platform (OHIP): Además, Oracle ofrece una plataforma de integración que permite a sus clientes integrar sus propios sistemas y aplicaciones en el entorno de Oracle Hospitality.

Para nosotros Oracle representa un competidor con muchísimo poder, ya que cuenta con una herramienta con experiencia y reputación en la industria, bien integrada y con infraestructura en la nube. Aunque también abre oportunidades de negocio para segmentos del mercado con distintas necesidades, como pueden ser los establecimientos más pequeños, donde se va a valorar una solución más económica y fácil de implementar.

- MEWS

MEWS es una empresa de software fundada en el año 2012 en los Países Bajos que ofrece una plataforma de gestión de propiedades enfocada en hoteles,

hostales y alojamientos independientes. En este caso, estaríamos hablando de un competidor no tan gigante y con menos poder que Oracle, pero que, si está trabajando en un segmento del mercado más pequeño, donde podríamos encontrar más oportunidades.

Cuenta con un módulo de reservas y check-in/check-out automatizado, además de un gestor de habitaciones y pagos a tiempo real. También destaca su Marketplace de integraciones y addons que permite conectar la plataforma con más de 600 aplicaciones de terceros.

Aunque MEWS es una herramienta bastante popular, que trabaja en más de 5000 establecimientos, su presencia en el mercado español es casi nula, lo que podemos utilizar como ventaja competitiva. Además, su corta trayectoria y que se encontraría en una fase de maduración, nos permite aprender mucho de su proceso de creación y desarrollo.

- **RoomRaccoon**

RoomRaccoon es otra empresa fundada en los Países Bajos en el año 2014 que además de su PMS, RoomRaccoon cuenta con un gestor de canales integrado que facilita la distribución en múltiples plataformas como Booking, Expedia y Airbnb. Esto asegura que la disponibilidad y las tarifas se actualicen en tiempo real en todos los canales, evitando el riesgo de sobreventas y maximizando la visibilidad.

Además, la herramienta tiene un motor de reservas propio que permite a los hoteles recibir reservas directas a través de su página web. Esto no solo ayuda a reducir la dependencia de plataformas de terceros, sino que también permite obtener más ingresos al evitar comisiones adicionales de estas plataformas de reservas.

Todo esto integrado en una herramienta central que además cuenta con un procesador de pagos propio. Con una interfaz intuitiva, fácil de usar y rápida de implementar.

Si nos enfocamos en el segmento de hoteles pequeños y medianos en España, RoomRaccoon es un importante competidor con muy fuerte poder de negociación al contar con una solución económica y de calidad.

En resumen, de nuestro análisis de competidores, podemos sacar varias cosas en claro. Primero, que no hay un alto número de empresas que ofrezcan este tipo de soluciones, pero tampoco se está dando una situación de monopolio que obstaculice la entrada al mercado. Si es cierto que hay ya varias empresas con mucha trayectoria y con propuestas de mucha calidad, pero que su cuota de mercado y sobre todo en el mercado español, no les atribuye demasiado poder como para que nuestro proyecto no sea más que viable.

### **3.1.2 Análisis de clientes**

Dentro del sector del alojamiento podemos encontrar varios tipos de perfiles que representarían nuestros clientes.

- **Clientes B2B**

Nuestra aplicación está enfocada para ser distribuida a otros negocios del sector del alojamiento. Dentro de estos negocios podemos encontrar la siguiente segmentación:

1. Cadenas hoteleras y grandes resorts: Estas organizaciones manejan un mayor volumen de huéspedes y suelen contar ya con procesos más complejos. Este segmento buscaría soluciones que sean fáciles de integrar con sus sistemas actuales mejorando y optimizando sus procesos y mejorando la experiencia de sus huéspedes al mismo tiempo. Este sector nos puede proporcionar un alto volumen de ingresos, pero a su vez es el que más requerimientos pone sobre la mesa, sobre todo en el punto de la integración. Este segmento tiene un alto poder abriendo muchas oportunidades de hacer negocio,
2. Hoteles pequeños y medianos: Este grupo incluye hoteles independientes y propiedades más pequeñas que, a menudo, buscan soluciones de tecnología accesibles y fáciles de implementar. Este tipo de clientes suelen tener limitaciones presupuestarias y menos personal para manejar sistemas complejos, lo cual los hace más sensibles al precio y a la facilidad de uso. Este segmento no tiene tanto poder, pero buscaría soluciones más personalizadas y adaptadas a sus negocios.
3. Otros alojamientos y propiedades alternativas: Aquí se incluyen hostales, apartamentos turísticos y otros tipos de alojamiento no tradicionales que también pueden beneficiarse de la tecnología para la gestión de reservas, pagos, servicios personalizados y otras funcionalidades específicas.

- Clientes (usuarios finales)

Aunque los hoteles sean los compradores de nuestro producto, van a ser los huéspedes los que representen al grupo de usuarios finales. Sus reseñas y experiencia con nuestra solución van a determinar la percepción del hotel de la misma, y, por ende, la retención y fidelización de los nuestros clientes. Los huéspedes buscan una aplicación fácil de navegar, con un diseño intuitivo y una experiencia de usuario fluida con una interfaz amigable.

### **3.1.3 Barreras de entrada**

Al entrar en el mercado del software para el sector hostelero nuestra empresa puede encontrar varias barreras de entrada. Estas barreras pueden ser de diferentes naturalezas, como tecnológicas, financieras o regulatorias.

- Barreras financieras

Desarrollar una solución completa con su distribución supone una inversión inicial considerable. Para ello podemos considerar un enfoque de desarrollo gradual, es decir, comenzar con una versión reducida que sea viable y hacerla crecer a medida que la empresa crezca.

- Barreras de integración

Sabemos que nuestros clientes ya cuentan con sistemas propios ya establecidos y funcionales, a los que nuestra herramienta debe ser capaz de integrarse de una manera fácil y completa. Para ello podemos enfocarnos en el desarrollo de APIs abiertas y flexibles además de buscar alianzas y socios entre los principales gestores de propiedades del mercado para garantizar la integración.

- Barreras regulatorias, seguridad y privacidad de los datos

La aplicación manejará información sensible de los huéspedes, como datos personales y financieros, lo cual implica cumplir con normativas de privacidad como el GDPR o el PCI DSS. Para superar esta barrera, debemos invertir en protocolos sólidos de seguridad de datos y cumplimiento desde el inicio. También es recomendable contar con asesoría legal en temas de privacidad y protección de datos para garantizar que la aplicación cumple con todas las normativas aplicables.



- Barreras de competencia

El mercado de tecnología para la hostelería ya cuenta con herramientas ya establecidas. Estas empresas tienen una base de clientes establecida, experiencia en el sector, y recursos para continuar innovando. Nosotros vamos a optar por una propuesta de valor diferenciada, ofrecer un gran abanico de funcionalidades con precios competitivos.

Además de estas barreras, también debemos tener en cuenta la resistencia al cambio por parte de nuestros clientes. La adopción de nueva tecnología puede ser difícil en hoteles que ya están acostumbrados a sus procesos actuales o que no ven clara la necesidad de invertir en una nueva plataforma. Para superar esta barrera, es clave demostrar el retorno sobre la inversión (ROI) de la aplicación.

## **3.2 DAFO**

Para terminar con el análisis de mercado vamos a realizar un análisis DAFO, donde vamos a tener una perspectiva de las ventajas y desventajas tanto a nivel externo como interno. Posteriormente, realizaremos un análisis CAME basado en este estudio.

### **3.2.1 Debilidades**

- Experiencia limitada en el sector

Al ser una nueva empresa no contamos con experiencia demostrable en el sector del software para la hostelería, lo que puede complicar tareas como comprender las necesidades específicas de nuestros clientes y del sector.

- Falta de recursos financieros

Como nueva empresa, es probable que nos enfrentemos a limitaciones de presupuesto, lo que puede afectar la capacidad para desarrollar el producto, implementar marketing y soporte, y para expandirnos rápidamente.

- Desconocimiento de marca

De la misma manera, tampoco tenemos reconocimiento en el mercado, lo que puede provocar que nuestros clientes prefieran opciones ya consolidadas en el mercado con una reputación probada.

### **3.2.2 Amenazas**

- Competencia en el mercado

Hemos analizado con anterioridad a nuestros competidores y visto su poder en el mercado, y aunque es cierto que nos dejan espacio para desarrollarnos, debemos estar atentos a cualquier cambio que nos pueda afectar.

- Cambios regulatorios

La aplicación maneja información sensible de los huéspedes, lo cual implica cumplir con normativas como GDPR y CCPA. Cualquier cambio en estas regulaciones podría representar costos adicionales y afectaría la operación de la empresa.

- Resistencia al cambio en el sector

Una de nuestras principales amenazas es la resistencia al cambio de nuestros clientes. Estos ya tienen sus sistemas de gestión implementados, y por

desconfianza o la percepción de nuevos costes o fallos de integración pueden rechazar realizar cambios en sus procesos.

- Dependencia de la economía y del turismo

Nuestro sector está muy sujeto al consumo y se puede ver muy amenazado por recesiones. Cualquier cambio negativo en la industria turística, como una recesión o crisis global, podría afectar directamente a los hoteles y su presupuesto para invertir en tecnología nueva.

### **3.2.3 Fortalezas**

- Innovación de nuestra herramienta

Nuestra solución tiene una propuesta de valor innovadora y sólida, ofrece múltiples funcionalidades que van a resultar muy atractivas para nuestros clientes.

- Adaptabilidad y flexibilidad

Al ser una startup pequeña y nueva, tenemos la ventaja de poder adaptarnos rápidamente a las necesidades del mercado.

- Fácil integración de nuestra herramienta

Vamos a realizar el desarrollo de nuestra herramienta con el objetivo de ser capaz de integrarse con los sistemas de gestión de propiedades que ya tienen nuestros clientes. Esto nos va a abrir muchas más posibilidades de éxito al eliminar la barrera de la falta de integración.

### **3.2.4 Oportunidades**

- Digitalización del sector hostelero

El sector de la hostelería está en constante crecimiento y envuelto en la corriente de la transformación digital para mejorar la experiencia de sus clientes y la optimización de sus procesos. Es por ello por lo que herramientas de gestión como la nuestra son muy viables y con muchas posibilidades de éxito.

- Mercado potencial en hoteles pequeños y medianos

Durante el análisis de nuestros competidores hemos visto que el segmento del mercado compuesto por hoteles de menor tamaño y establecimientos similares no está muy avanzado en materia de transformación digital. Esto nos brinda muchas oportunidades de negocio si somos capaces de adaptarnos a las necesidades concretas de este segmento de mercado.

## **3.3 CAME**

Una vez realizado el análisis DAFO, vamos a ver cómo tratar los resultados obtenidos mediante un análisis CAME.

Primero, para corregir nuestras debilidades, sobre todo a nivel financiero y de experiencia en el sector, nuestro objetivo va a ser conseguir aliados, socios e inversores. Debemos buscar alianzas estratégicas o asesoría de expertos en el sector hotelero para fortalecer el conocimiento del equipo.

De la misma manera, buscaremos inversores externos que nos ayuden a arrancar con el proyecto. Para ello, tenemos múltiples opciones, como las sociedades de capital riesgo o incluso subvenciones.

En cuanto al problema del desconocimiento de nuestra marca, lo que vamos a hacer es un buen trabajo de marketing y publicidad, demostrar las capacidades de nuestra herramienta será la mejor forma de corregir esta debilidad.

Para afrontar nuestras amenazas, vamos a desarrollar un completo plan de contingencia para los riesgos que hemos identificado y así estar preparados para cualquier amenaza que se pueda dar a nivel regulatorio o económico. Contaremos con una intensa asesoría legal y nos enfocaremos en tipos de alojamiento alternativos que sean menos vulnerables a crisis económicas o turísticas.

Para afrontar la competitividad del mercado o la resistencia al cambio en el sector, volvemos a encontrarnos con la misma solución que antes, ser capaces de demostrar el valor de nuestra herramienta, destacar sus beneficios y elegir bien el segmento del mercado donde vamos a trabajar.

Para mantener nuestras fortalezas, vamos a seguir innovando y añadiendo más funcionalidades que tengan un impacto positivo en la experiencia del usuario aprovechando la flexibilidad y capacidad de adaptación que una empresa pequeña como la nuestra tiene. Al fin y al cabo, es nuestra propuesta de valor nuestra mejor fortaleza y queremos que lo siga siendo.

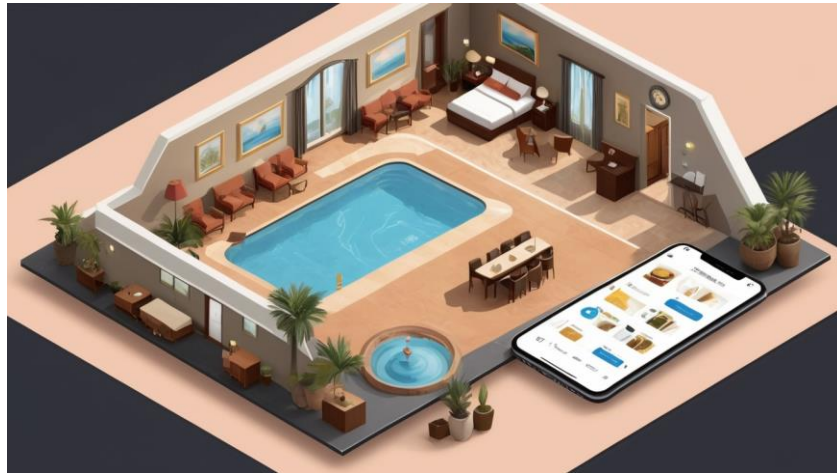
Para aprovechar nuestras oportunidades de negocio, vamos a aprovechar la tendencia de digitalización del sector hostelero diseñando una campaña de marketing que eduque a los hoteles sobre la importancia de la digitalización y cómo esta aplicación puede ayudarles a mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Además, vamos a focalizar los esfuerzos de ventas y marketing en los hoteles independientes, pequeños y medianos, que buscan soluciones accesibles y sencillas para mejorar sus operaciones.

## **4 Nuestro producto**

### **4.1 Descripción del producto**

Nuestra aplicación móvil está diseñada para transformar y simplificar la experiencia de los huéspedes, a la vez que optimiza la eficiencia operativa de los hoteles. Desde un único dispositivo, los clientes pueden gestionar sus reservas, realizar el ingreso y registro de salida sin contacto, solicitar servicios de habitación, organizar eventos y recibir ofertas personalizadas, todo de forma rápida y cómoda.

La aplicación incorpora funcionalidades avanzadas como el acceso mediante llave digital, comunicación directa con el personal del hotel, seguimiento de gastos en tiempo real y opciones para dejar retroalimentación y reseñas.



## 4.2 Funcionalidades

Nuestra aplicación incorpora una serie de funcionalidades diseñadas para cubrir los aspectos más importantes de la experiencia del huésped y la optimización operativa del hotel, estas incluyen:

- **Gestión de Reservas y Comunicación:** La aplicación permite a los huéspedes realizar reservas de habitaciones y servicios adicionales de forma sencilla, con opciones de ingreso y registro de salida sin contacto para reducir esperas. Incluye un chat directo con el personal del hotel, lo que facilita resolver dudas, gestionar solicitudes y atender quejas de manera rápida y eficiente.

- **Control de Accesos:** Se implementa la opción de utilizar una llave digital que brinda acceso seguro a las habitaciones y áreas comunes del hotel mediante el dispositivo móvil, eliminando la necesidad de tarjetas físicas y mejorando la comodidad del huésped.

- **Solicitudes de Servicios:** Los clientes pueden solicitar servicio de habitaciones, reservas en restaurantes internos, spa y otros servicios ofrecidos por el hotel. La aplicación facilita la gestión y seguimiento de estas solicitudes.

- **Transparencia de Gastos:** Proporciona una visualización en tiempo real de todos los consumos y servicios utilizados por el huésped durante su estancia. Esto permite al cliente tener un control total sobre sus gastos y evita sorpresas al momento del registro de salida, promoviendo la transparencia y confianza con el Hotel.

- **Organización de Eventos y Banquetes:** Ofrece herramientas para la planificación y gestión de eventos dentro del hotel, como generación de presupuestos personalizados, selección de menús y planificación logística,

incluyendo la distribución de mesas y lista de asistentes. Esto facilita la comparación entre distintas opciones de hoteles, proporcionando una base inicial de organización. Para ajustes específicos y detalles adicionales, siempre existe la posibilidad de coordinación directa con el personal del hotel.

- **Ofertas y Promociones Personalizadas:** Envía ofertas y promociones exclusivas basadas en las preferencias y comportamiento previo del huésped, incentivando reservas futuras y aumentando la fidelización de clientes.

- **Retroalimentación y Reseñas:** Permite a los huéspedes dejar evaluaciones y reseñas sobre su experiencia, proporcionando al hotel información para mejorar sus servicios y aumentar la satisfacción del cliente.

- **Integración con Sistemas del Hotel:** Se integra con los sistemas internos del hotel para garantizar actualizaciones en tiempo real sobre disponibilidad, horarios y servicios, de esta manera mejorando la eficiencia operativa y la experiencia del usuario.

### 4.3 Público Objetivo

Nuestro público objetivo son hoteles y establecimientos de hospedaje que buscan mejorar la experiencia de sus huéspedes y optimizar sus operaciones mediante soluciones tecnológicas. Nos dirigimos a establecimientos que desean digitalizar procesos clave para mejorar la satisfacción de sus clientes, aumentar la eficiencia operativa y ofrecer una experiencia moderna y personalizada.

### 4.4 Propuesta de Valor

Ofrecemos una aplicación móvil útil y personalizable que mejora considerablemente la interacción entre el hotel y sus huéspedes. Nuestra propuesta de valor se basa en los siguientes aspectos:

#### Para los Hoteles:

- **Satisfacción del cliente mejorada:** Con una plataforma fácil de usar, los hoteles pueden ofrecer a sus huéspedes una experiencia más cómoda y personalizada, lo que se traduce en opiniones positivas y mayor fidelidad.
- **Operaciones más eficientes:** Digitalizamos procesos como el registro de entrada y salida y las solicitudes de servicios, reduciendo la carga de trabajo del personal y agilizando el funcionamiento diario.

- **Aumento de ingresos:** Al facilitar la promoción de servicios adicionales y ofertas personalizadas, los hoteles pueden incrementar sus ventas y aprovechar mejor cada estancia.
- **Conocimiento del cliente:** Entender mejor las preferencias de los huéspedes permite adaptar los servicios para satisfacer sus necesidades específicas.

#### **Para los Huéspedes:**

- **Comodidad total:** Pueden gestionar todo desde su móvil: reservas, registro de entrada, pedir comida, lo que necesiten, sin tener que llamar o bajar a recepción.
- **Control de gastos:** Ven en tiempo real cuánto llevan gastado, evitando sorpresas al final de la estancia.
- **Organización sencilla de eventos:** La app ayuda a comparar opciones y organizar detalles si quieren planificar un evento, con la opción de coordinar aspectos específicos directamente con el hotel.

Al combinar estas ventajas, ayudamos a los hoteles a diferenciarse en un mercado competitivo, mejorar su reputación y aumentar sus ingresos mediante la satisfacción y fidelización de sus clientes.

## **4.5 Modelo de precios y monetización (Anibal y Lucas)**

WIP. Contarlo muy por encima. Contar hoja de ingresos sin tipos de clientes

## **4.6 Feedback y mejora continua**

Para garantizar que nuestra aplicación evolucione según las necesidades reales de los hoteles, implementaremos un sistema para recopilar, analizar y actuar sobre la retroalimentación recibida. A continuación, detallamos el proceso:

### **Recopilación de Información**

Lo primero que debemos hacer es conseguir la información necesaria directamente de los hoteles. Esto lo hacemos a través de los siguientes métodos:

- **Encuestas Periódicas:** Enviaremos encuestas automatizadas cada 6 meses para recoger opiniones detalladas sobre varios aspectos de nuestro servicio. Esto puede incluir funcionalidades, experiencia de usuario, soporte técnico, etc. Estas encuestas incluirían preguntas abiertas y puntuaciones sobre satisfacción general y sugerencias específicas.
- **Llamadas y reuniones personalizadas:** Las llamadas periódicas se acordarán según la preferencia del cliente; estas pueden ser mensuales, trimestrales o tal cual según sea necesario. Durante estas reuniones, se discutirá el uso actual del servicio, problemas que se hayan identificado y posibles mejoras.

- **Contacto directo:** Por supuesto que los clientes tendrán un correo y línea telefónica exclusiva para hablar con nuestro equipo directamente si lo ven necesario.
- **Pruebas Beta:** Ciertos clientes podrían participar en pruebas betas donde tendrán acceso a funcionalidades nuevas antes de su lanzamiento. Estas pruebas nos permitirían recibir comentarios tempranos y ajustar la funcionalidad antes de implementarlo como actualización general

### **Análisis e implementación de la retroalimentación**

Una vez recibida la información, la evaluamos en función de su frecuencia, relevancia y viabilidad. Esto nos ayuda a priorizar qué cambios abordar primero (si decidimos realizarlos). Una vez desarrollados internamente, implementamos los cambios inicialmente en un grupo selecto de clientes, permitiendo pruebas controladas y recogiendo feedback adicional antes de su despliegue general.

### **Seguimiento**

Tras el lanzamiento de la nueva funcionalidad o mejora, realizaríamos un seguimiento con principalmente los clientes involucrados en la retroalimentación inicial para asegurarnos de que cumple con sus expectativas.

## 5 Plan Financiero

### 5.1 Inversión inicial (dejar para el final) (Anibal y lucas)

Para financiar el desarrollo y la implementación de HostBuddy durante el primer año, se ha estimado una inversión inicial de unos **€60.000 €**.

Esta inversión se cubrirá mediante dos fuentes principales: aportaciones propias de los fundadores e inversiones estratégicas de terceros. Además de aportar capital, los inversores externos representan una oportunidad clave para expandir nuestras conexiones en el mercado hotelero, lo que podría acelerar nuestra entrada y consolidación en el sector.

#### Fuentes de Financiación:

##### Fondos Propios

- Como fundadores de HostBuddy hemos decidido invertir una cantidad significativa de recursos propios, para demostrar nuestro compromiso y confianza en el proyecto desde su etapa inicial. Esta inversión refleja la dedicación al éxito y la sostenibilidad del negocio.
- Cada uno de los tres fundadores vamos a aportar **€10,000**, sumando un total de **€30,000**.

##### Inversores Externos

- Estamos buscando la participación de tres inversores externos estratégicos. Más allá del aporte financiero, su experiencia y conexiones en el mercado hotelero son valiosas para posicionar a HostBuddy en un entorno competitivo y establecer alianzas clave.
- Cada inversor contribuiría con **€10,000**, totalizando **€30,000**.
- A cambio de su inversión y su aportación a Hostbuddy, cada inversor recibirá un **5% de participación accionarial**, lo que representa un **15%** de la empresa en su conjunto.

### 5.2 Costes (SERGIO)



<b>CAPEX</b>		
	<b>Coste Unitario</b>	<b>Coste Total</b>
<b>Equipos</b>		
<i>Ordenadores portátiles</i>	€ 1.500,00	€ 4.500,00
<i>Monitores</i>	€ 200,00	€ 600,00
<i>Accesorios (teclado, auriculares, ratón...)</i>	€ 100,00	€ 300,00
<i>Teléfono móvil</i>	€ 500,00	€ 1.000,00
<b>Licencias de Software</b>		
<i>Entornos de Desarrollo</i>	€ 600,00	€ 2400,00
<i>App Diseño (Suite Adobe/Canva Pro)</i>	€ 240,00	€ 960,00
<i>Jira Team</i>	€ 300,00	€ 1200,00
<i>Github Enterprise</i>	€ 48,00	€ 192,00
<b>Legal</b>		
<i>Constitución empresa</i>	€ 400,00	€ 400,00
<i>Capital social mínimo (S.L)</i>	€ 3.000,00	€ 3.000,00
<i>Registro marca (OEPM)</i>	€ 150,00	€ 150,00
<b>Otros</b>		
<i>Mobiliario coworking (sillas, mesas...)</i>	€ 300,00	€ 900,00
	<b>TOTAL</b>	<b>€ 15.602,00</b>

<b>OPEX</b>		
	<b>Coste Mensual</b>	<b>Coste Anual</b>
<b>Infraestructura Cloud</b>		
<i>Servidores</i>	€ 200,00	€ 2.400,00
<i>Bases de datos</i>	€ 100,00	€ 1.200,00
<b>Coworking</b>	€ 1.200,00	€ 14.400,00
<b>Legal</b>		
<i>Seguro responsabilidad civil</i>	€ 35,00	€ 420,00
<i>Asesoría legal</i>	€ 100,00	€ 1.200,00
<b>Personal</b>	€ 2000,00	€ 12000,00
<b>Publicidad</b>	€ 300,00	€ 3.600,00
	<b>TOTAL</b>	<b>€ 35.220,00</b>

## 5.3 Proyección de ingresos

### Ingresos Fijos

Servicios		Tipos de Clientes					
		Precio servicio	A	B	C		
1	Check in-out	5.000,00 €	x	x	x		
2	Reservas	3.000,00 €	x	x	x		
3	Servicios (Como Room Service)	3.500,00 €	x	x			
4	Eventos	8.000,00 €	x				
5	Cerraduras Digitales	6.000,00 €	x				
6	Feedback-Reseñas	2.000,00 €	x	x		Coste añadido por técnico	Porcentaje tipo de cliente
Total (Infraestructura Nueva)			29.500 €	15.500 €	10.000 €	2.000 €	30,00%
Total (Adaptación Infraestructura)			31.500 €	17.500 €	12.000 €	4.000 €	70,00%
Porcentaje tipo de cliente			15,00%	55,00%	30,00%		

### Ingresos Variables

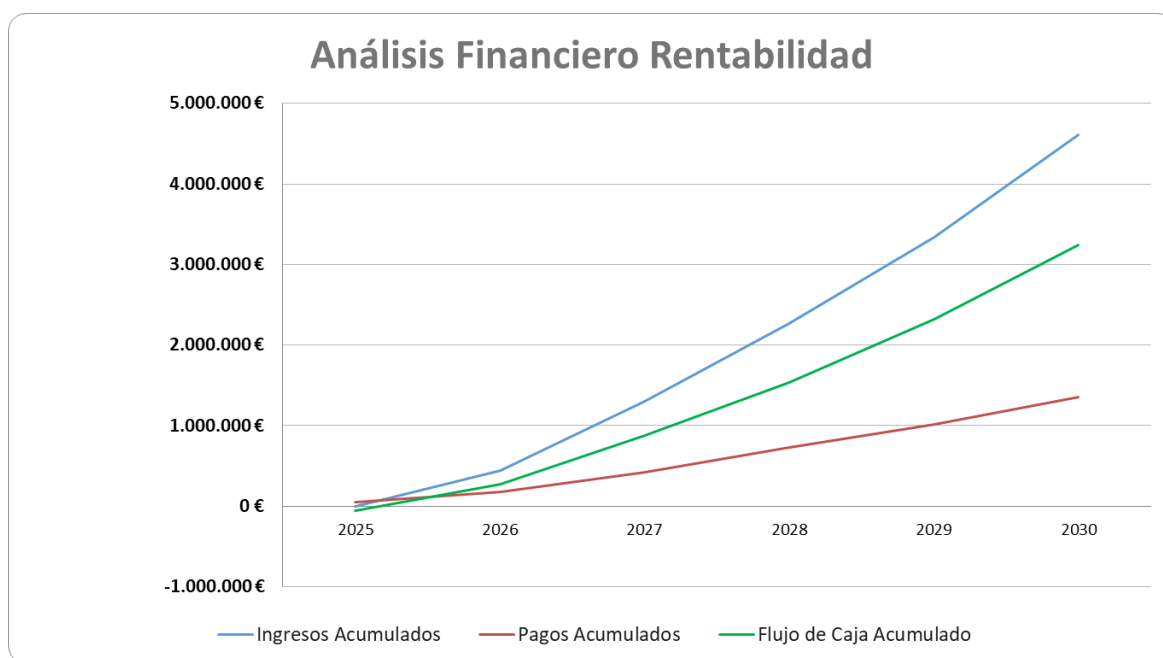
Suscripción		Porcentaje clientes
Servicio anual de soporte	500 €	90,00%

## 5.4 Análisis de flujo de caja

AÑO	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Proyección número total de clientes	0	25	50	55	60	70
Ingresos de Clientes A	0 €	115.875 €	231.750 €	254.925 €	278.100 €	324.450 €
Ingresos de Clientes B	0 €	232.375 €	464.750 €	511.225 €	557.700 €	650.650 €
Ingresos de Clientes C	0 €	85.500 €	126.000 €	138.600 €	151.200 €	176.400 €

Ingresos por soporte	0 €	11.250 €	33.750 €	58.500 €	85.500 €	117.000 €
Gastos de CAPEX	15.602 €	4.752 €	4.752 €	39.252 €	4.752 €	4.752 €
Gastos de OPEX	35.220 €	120.220 €	240.440 €	264.484 €	288.528 €	336.616 €
Ingresos Neto	0 €	445.000 €	856.250 €	963.250 €	1.072.500 €	1.268.500 €
Ingresos Acumulados	0 €	445.000 €	1.301.300 €	2.264.605 €	3.337.165 €	4.605.735 €
Pagos Netos	50.822 €	124.972 €	245.192 €	303.736 €	293.280 €	341.368 €
Pagos Acumulados	50.822 €	175.794 €	420.986 €	724.722 €	1.018.002 €	1.359.370 €
Flujo de Caja Acumulado	-50.822 €	269.206 €	880.314 €	1.539.883 €	2.319.163 €	3.246.365 €

La herramienta va a empezar a ser explotada en el año 2026 con 25 clientes estimados, aumentando progresivamente a 70 en el 2030, dando unos ingresos estimados de 445.000€ en el primer año provenientes de los tres segmentos de clientes (A, B y C) y el soporte que ofrecemos. Los gastos de CAPEX oscilan entre 4.752 € y 39.252 €, con un pico significativo en 2028 ya que en ese año tenemos pensado renovar los equipos. El gasto en OPEX crece de 35.220 € (2025) a 336.616 € (2030), reflejando el aumento en las operaciones.



## 5.5 Estrategia de Salida (Anibal y lucas)

Nuestra estrategia de salida está diseñada para maximizar el retorno de la inversión tanto para los fundadores como para los inversores que han confiado en HostBuddy desde sus primeras etapas. Planeamos consolidar la empresa como una solución líder en la digitalización hotelera y, hacia el año 2030, buscar una oportunidad de venta estratégica.

Nuestro objetivo es vender HostBuddy por una cantidad equivalente al doble de las ganancias netas del último año de operación. Basándonos en nuestras proyecciones de crecimiento y rentabilidad, estimamos que este monto será de aproximadamente **dos millones de euros**.

Para los accionistas, esta estrategia representa un retorno de inversión altamente atractivo, ya que una venta en estas condiciones supondría aproximadamente un **x10** sobre su inversión inicial.

## 6 Plan Operativo

### 6.1 Proceso de desarrollo software

A lo largo de este punto se redacta una explicación detallada sobre el proceso que nuestro equipo seguirá para desarrollar correctamente la aplicación que se pondrá a disposición de los hoteles que colaboren con nosotros.

#### 6.1.1 Metodología

Para este proyecto, hemos seleccionado la metodología de desarrollo en cascada debido a su claridad, estructura ordenada y enfoque secuencial, lo cual nos permite gestionar de manera eficiente cada fase del proceso de desarrollo. Esta metodología asegura que cada etapa esté completamente terminada antes de pasar a la siguiente, lo que minimiza riesgos y mejora el control del proyecto que al ser un proyecto con un número escaso inicial de personas es lo ideal.

#### 6.1.2 Paquetes de Trabajo:

Dado que la aplicación base de todos los hoteles será la misma y buscamos tener la base ya creada antes de contactar con el primer hotel las fases esenciales que guiarán el desarrollo del software una vez se firme el contrato con un hotel y que se llevarán a cabo utilizando la metodología cascada son las siguientes (de la 1 a la 4 son las que se llevarán a cabo en el desarrollo de la aplicación base y que se reutilizarán para cada hotel, además, de añadirse la 5 y la 6):

1. **Análisis de Requisitos:** En esta primera fase, se va a recopilar y documentar todos los requisitos del proyecto acordados con cada hotel, tanto funcionales como no funcionales. Se busca asegurar que los hoteles comprendan completamente sus necesidades y expectativas, y que estas sean claramente reflejadas en el plan del proyecto.
2. **Diseño:** En esta fase se elabora la arquitectura específica del sistema, se seleccionan las tecnologías a utilizar, y se detallan los componentes del software y hardware necesarios. El diseño también incluye la planificación de la base de datos, interfaces de usuario y el flujo de información que se establecerá con los hoteles.

3. **Implementación del Software:** En la fase de implementación se desarrollará el software necesario para dejar lista la aplicación y se habla con los proveedores de servidores para posteriormente dejar desarrollada la infraestructura necesaria.
4. **Pruebas:** Tras la implementación, se realiza un exhaustivo proceso de pruebas para verificar que el software cumple con los requisitos establecidos y funciona correctamente, asegurando al cliente (los hoteles) que el software es completamente funcional. Las pruebas incluyen pruebas unitarias, de integración, de rendimiento y de aceptación del usuario.
5. **Despliegue:** Una vez que el sistema ha pasado todas las pruebas, se lleva a cabo el despliegue en el entorno de producción. Durante esta fase, el software se instala y se pone a disposición de los usuarios finales, es decir, tanto de los hoteles como de los clientes de los hoteles, asegurando que todo el sistema funcione como se espera en un entorno real.
6. **Mantenimiento:** Después del despliegue, comienza la fase de mantenimiento, que incluye la corrección de errores, actualizaciones y mejoras continuas del sistema, así como la adaptación a posibles cambios en el entorno o en los requisitos de los hoteles.

### 6.1.3 Roadmap de Desarrollo:

- **Mes 1**
  - Diseño de la arquitectura del sistema.
  - Selección de tecnologías y herramientas de desarrollo.
  - Diseño de la base de datos y modelos de datos.
  - Creación de prototipos y wireframes de las interfaces de usuario.
- **Mes 2**
  - Diseño del flujo de información y procesos generales de la aplicación.
  - Planificación de integraciones futuras con sistemas externos (pasarelas de pago, servicios en la nube).
  - Preparación de documentación técnica para la fase de implementación.

**Entrega:** Documento de Diseño del Sistema completo y validado para la versión genérica.

- **Mes 3**
  - Inicio del desarrollo del backend
- **Mes 4-6**
  - Módulo de gestión de reservas y disponibilidad de habitaciones.
  - Sistema de registro de entrada y salida sin contacto.
  - Servicio de habitaciones y solicitudes especiales.
  - Visualización de gastos y seguimiento en tiempo real para huéspedes.
  - Organización de eventos y gestión de banquetes.
  - Comunicación directa entre huéspedes y personal.
  - Integración básica con pasarela de pago
- **Mes 7-8**
  - **Desarrollo del frontend:**
    - Implementación de las interfaces de usuario para dispositivos móviles (iOS y Android).
    - Implementación de la interfaz de usuario para la página web
    - Integración de las pantallas con las APIs del backend.
    - Desarrollo de la interfaz generica de administración para el personal del hotel.

**Entrega:** Versión alfa del software genérico lista para pruebas internas.

- **Mes 9:**
  - Pruebas unitarias de cada módulo.
  - Pruebas de integración entre frontend y backend.
  - Pruebas de usabilidad con usuarios internos

#### **Mes 10:**

- Pruebas de rendimiento y carga para asegurar la escalabilidad.
- Pruebas de seguridad y cumplimiento normativo.

**Entrega:** Versión Beta Validada con resultados de pruebas documentados y lista para ajustes finales.

#### **Mes 11-12:**

- Corrección de errores.

**Entrega:** Versión candidata a lanzamiento del software genérico.

#### 6.1.4 Gantt de la aplicación base :

Proceso	Trimestre 01				Trimestre 02				Trimestre 03			
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Creación de Prototipos y Diseño de base de datos												
Flujo de datos y procesos												
Documentación técnica del diseño												
Desarrollo del backend y de los módulos												
Desarrollo frontend												
Pruebas Iniciales												
Pruebas de carga y seguridad												
Creación de Documentación												
Correcciones y ajustes												

## 6.2 Tecnología:

Una vez definido el proceso de desarrollo software es prioritario definir las tecnologías con las que vamos a trabajar. Para cada uno de los componentes de nuestra herramienta debemos seleccionar tecnologías que aseguren rendimiento, escalabilidad, seguridad y una buena experiencia de usuario.

- Interfaz de Usuario (FrontEnd)

Para el desarrollo de la interfaz de usuario web vamos a utilizar HTML5 y CSS3 para la estructura y el diseño básico, a la que añadiremos un framework de Javascript como puede ser React.js o Angular, para crear una interfaz web interactiva, dinámica y responsiva.

- Lógica de Negocio y API (BackEnd)

Para el desarrollo de APIs REST rápidas y escalables utilizaremos Node.js con Express.js. Este back deberá conectar con la interfaz de usuario y con una base de datos relacional, para la que utilizaremos PostgreSQL, o en su caso, las versiones cloud como Amazon RDS. Además, el backend de nuestra aplicación deberá contar con una capa de seguridad que será implementada con OAuth2 o JWT para la autenticación de usuarios, y bcrypt para el cifrado de contraseñas.

- Aplicación móvil

En el caso de la aplicación móvil, tenemos bastante claro que queremos hacer un desarrollo multiplataforma, que nos va a ahorrar tiempo y coste de desarrollo. Para ello, utilizaremos React Native para el desarrollo de la aplicación en iOS y Android.

- Infraestructura y DevOps

Queremos que la gran parte de nuestra arquitectura esté alojada en una infraestructura cloud, para lo que elegiremos principalmente la infraestructura de AWS. Allí utilizaremos ECS como máquinas de cómputo, y S3 o RDS para el almacenamiento de datos. Nuestro objetivo será beneficiarnos de sus economías de escala para abaratar nuestros costes y asegurar la escalabilidad y disponibilidad.

Todos los servicios serán empaquetados y desplegados en contenedores, por lo que utilizaremos Docker, y Kubernetes para gestionar y escalar múltiples contenedores.

Para el control de versiones utilizaremos GitHub, una herramienta que está muy bien integrada con su solución de CI/CD Github Actions, que utilizaremos para automatizar pruebas, despliegues y actualizaciones.

- Otras herramientas

Para la gestión del proyecto y la colaboración de los desarrolladores utilizaremos Jira para la gestión de tareas, y Slack para la comunicación del equipo.

## **6.3 Proveedores**

Debemos entender que en el contexto del desarrollo de una aplicación software nos vamos a encontrar con una serie de agente que van a ser esenciales para el desarrollo, la funcionalidad y la operación continua de la plataforma. Además, habrá que tener en cuenta los agentes relacionados con la logística de accesos, así como pueden ser las cerraduras y llaves digitales.

### **6.3.1.1 Proveedores de Servicios en la Nube**

Los proveedores de infraestructura en la nube, como Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure o Google Cloud Platform (GCP), son esenciales para alojar y escalar la aplicación en tiempo real. La nube permite almacenar datos de manera segura, facilita la escalabilidad y proporciona la infraestructura necesaria para gestionar altos volúmenes de tráfico.

Al utilizar una infraestructura en la nube, la aplicación puede escalar fácilmente en función de la demanda y gestionar grandes volúmenes de datos de manera eficiente. Además, al depender de proveedores con una reputación establecida, la solución puede ofrecer mayores niveles de seguridad y confiabilidad, lo cual es crucial para ganar la confianza de los hoteles y sus huéspedes.

### **6.3.1.2 Proveedores de Servicios de Pago**

Nuestra solución necesitará trabajar con proveedores de servicios de pago para permitir a los usuarios realizar transacciones como el pago de reservas, compras o el check-out. Esto va a mejorar la experiencia del cliente al permitir transacciones y pagos rápidos y seguros dentro de la misma aplicación. Para ello, deberemos trabajar con pasarelas de pago como pueden ser Stripe, PayPal o Square, que se llevarían una comisión por cada una de las transacciones. Estas herramientas de pago suelen tener tarifas bastante estándar y además



facilitan mucho su implementación, sin tener demasiado poder de negociación ya que existen varias opciones que se adaptan a nuestras necesidades. Además, siempre sería posible desarrollar en un futuro nuestra propia pasarela de pago, aunque por el momento esa línea queda fuera del ámbito del proyecto.

#### **6.3.1.3 Proveedores de cerraduras digitales y tarjetas RFID**

Para la integración de cerraduras digitales y tarjetas RFID en nuestra aplicación, colaboraremos con proveedores especializados como Assa Abloy, Dormakaba y SALTO Systems, líderes en soluciones de control de acceso para la industria hotelera. Estas tecnologías permitirán a los usuarios gestionar el acceso a habitaciones y áreas restringidas directamente desde nuestra aplicación, ya sea mediante tarjetas RFID o códigos digitales enviados a sus dispositivos móviles. Este enfoque mejora la experiencia del huésped al facilitar el check-in y check-out sin contacto y elimina la necesidad de llaves físicas, incrementando la seguridad y eficiencia operativa.

### **6.4 Plan de Distribución**

Una vez que el software ha sido desarrollado empezará la fase de distribución a través de los diferentes canales que tenemos. Estimamos que gran parte de nuestros clientes llegarán a nosotros a través de los canales de promoción y publicidad que hemos diseñado, poniéndose en contacto con nosotros. Pero será también necesario contar con varios agentes comerciales que se encargaran de ir a los diferentes hoteles y alojamientos para realizar ventas. Estos comerciales tendrán como objetivo mostrar el valor de nuestra herramienta a nuestros clientes y como esta puede mejorar la experiencia del cliente y reducir costes para los alojamientos.

Independientemente del canal por el que un cliente se haya puesto en contacto con nosotros se le asignará un enlace y empezará una fase de análisis donde se recogerán todas las características del alojamiento y de sus sistemas existentes para establecer un plan de acción para integrar nuestra herramienta con sus sistemas.

Una vez establecido el plan de acción para cada cliente, se pasará a la fase de implementación, donde finalmente se instalará nuestra herramienta en el alojamiento. Esta fase podría ir en paralelo con la anterior para ahorrar tiempo y esfuerzo, aunque siempre deberemos asegurar una implementación exitosa.

## **7 Marketing**

### **7.1 Estrategia de Promoción**

Nuestra estrategia de promoción combina presencia en eventos del sector, campañas digitales y colaboraciones clave. A continuación, desarrollamos cómo estas distintas acciones nos permitirán captar el interés de hoteles y huéspedes a través de varios canales.

- **Participación en Ferias y Eventos del Sector:** Asistiremos a ferias y conferencias especializadas en hostelería y tecnología para presentar nuestro producto y establecer contactos con potenciales clientes y socios. Ejemplos:
  - [Fitur](#): uno de los eventos más importantes del sector turístico a nivel mundial. Allí, instalaremos un stand interactivo donde los visitantes podrán probar nuestra aplicación en dispositivos móviles y experimentar sus funcionalidades en tiempo real.

- **Visitas Directas a Hoteles:** Programaremos reuniones con gerentes y equipos directivos de hoteles para realizar demostraciones personalizadas de nuestra aplicación, adaptadas a las necesidades y características de cada establecimiento.
- **Anuncios en Booking y TripAdvisor:** Intentaremos conseguir colaboraciones con portales de reservas como Booking o TripAdvisor para mostrar anuncios dirigidos a los hoteles que usan estas plataformas. Estos anuncios pueden resaltar cómo nuestra aplicación puede integrarse con su sistema y mejorar la experiencia del huésped.
- **Anuncios LinkedIn In-Feed para Profesionales de la Hostelería:** Estos anuncios estarían más enfocados a personas que trabajen en el sector de la hostelería. Usaremos anuncios que aparezcan en el feed de LinkedIn para gerentes de hoteles, directores de operaciones y otros roles decisores. Los anuncios destacarán cómo nuestra aplicación facilita el día a día en la gestión hotelera.

## 7.2 Identidad de marca y branding

Nuestra marca reflejará innovación, confiabilidad y enfoque en el cliente. Queremos ser reconocidos como una empresa que ofrece soluciones tecnológicas avanzadas pero accesibles, que facilitan la vida tanto a los hoteles como a sus huéspedes.

- **Nombre y Logotipo:** Hemos elegido la palabra "HostBuddy" para nuestra aplicación porque refleja nuestro objetivo de ser un compañero confiable y útil para los huéspedes durante su estancia en el hotel. La combinación de "Host" (anfitrión) y "Buddy" (amigo) transmite la idea de una experiencia hospitalaria, cercana y personalizada, asegurando que cada cliente se sienta bienvenido y atendido en todo momento. Todo ello se ve reflejado en el logotipo de la marca que se presenta a continuación:



- **Mensaje de Marca:** Como queremos transmitir al huésped una sensación de cercanía hemos optado por el siguiente eslogan: "HostBuddy: Tu anfitrión digital a un click".

## 7.3 Retención y Fidelización

La retención de clientes es fundamental para nuestro modelo de negocio. Implementaremos estrategias para asegurar la satisfacción continua de los hoteles y fomentar relaciones a largo plazo.

- **Soporte al Cliente de Calidad:** Ofreceremos asistencia técnica y soporte al cliente rápido y eficaz, mediante canales como chat en vivo, correo electrónico y teléfono.
- **Actualizaciones y Mejoras Continuas:** Mantendremos la aplicación actualizada con nuevas funcionalidades basadas en las necesidades y feedback de los clientes.
- **Programas de Fidelización:** Crearemos programas que recompensen a los clientes leales, ofreciendo beneficios como descuentos en servicios adicionales, acceso anticipado a nuevas características y tarifas preferenciales para proyectos futuros o expansiones de la aplicación.
- **Encuestas de Satisfacción:** Realizaremos encuestas periódicas para medir la satisfacción del cliente y detectar áreas de mejora.

- **Comunicación Regular:** Mantendremos una comunicación constante con nuestros clientes, informándoles sobre novedades, consejos de uso y mejores prácticas para maximizar el valor de nuestra solución.

## 8 Riesgos

### 8.1 Identificación riesgos

#### 8.1.1 Riesgos de mercado

##### **Recesión económica o crisis financiera**

Una recesión económica o una crisis financiera a nivel nacional o global puede llevar a una reducción significativa en el gasto de los consumidores en turismo y viajes. Dado que HostBuddy se enfoca en ofrecer soluciones tecnológicas para hoteles y establecimientos de hospedaje, nuestra empresa depende directamente de la salud financiera del sector hotelero.

En tiempos de recesión, los hoteles pueden experimentar disminuciones en sus tasas de ocupación y en sus ingresos, lo que los lleva a recortar gastos y aplazar inversiones en nuevas tecnologías. Esto significa que podrían ser menos propensos a adoptar soluciones como la nuestra, afectando negativamente nuestras oportunidades de ventas y crecimiento. Además, los hoteles existentes que ya utilizan nuestra aplicación podrían buscar renegociar contratos, reducir servicios o incluso cancelar sus suscripciones para disminuir costos operativos.

##### **Cambios en las tendencias de consumo**

Las preferencias de los consumidores en cuanto a alojamiento pueden cambiar con el tiempo. Un aumento en la preferencia por alquileres vacacionales, apartamentos turísticos o plataformas como Airbnb puede reducir la demanda de alojamientos hoteleros tradicionales. Si los viajeros optan por alternativas al hotel, el mercado objetivo de HostBuddy se reduce.

Este cambio también implica que los hoteles podrían enfrentar mayor competencia y menor ocupación, lo que a su vez afectaría su capacidad y disposición para invertir en soluciones tecnológicas como nuestra aplicación.

##### **Entrada de nuevos competidores o consolidación del mercado**

El mercado de soluciones tecnológicas para la industria hotelera es atractivo y está en crecimiento, lo que puede atraer a nuevas startups innovadoras o a empresas tecnológicas establecidas que deseen expandir su oferta de servicios. La entrada de nuevos competidores con soluciones similares o superiores a las nuestras aumentaría la competencia y podría dificultar nuestra posición en el mercado.

Empresas más grandes pueden aprovechar sus recursos financieros, experiencia y redes de clientes existentes para ofrecer productos competitivos, potencialmente a precios más bajos o con funcionalidades adicionales. Asimismo, la consolidación del mercado, donde empresas competidoras se

fusionan o son adquiridas por corporaciones más grandes, puede fortalecer a nuestros competidores y hacer más difícil diferenciarnos y captar clientes.

### **8.1.2 Riesgos regulatorios**

#### **Cambios en las leyes de protección de datos**

Nuestra aplicación maneja información sensible de los huéspedes, incluyendo datos personales como nombres, direcciones, información de contacto y posiblemente detalles de pago. Modificaciones en regulaciones como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) en Europa, la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) en España, o leyes similares en otros países donde operemos, pueden imponer nuevos requisitos estrictos sobre cómo se recopilan, almacenan, procesan y transfieren los datos personales.

Estos cambios pueden aumentar los costos de cumplimiento, ya que podríamos necesitar invertir en actualizaciones de seguridad, auditorías, formación del personal y asesoría legal para asegurarnos de cumplir con las nuevas normativas. El incumplimiento podría resultar en sanciones financieras significativas, daños a la reputación de la empresa y pérdida de confianza por parte de los hoteles y los usuarios finales. Además, podríamos enfrentar prohibiciones para operar en ciertos mercados si no cumplimos con los estándares regulatorios exigidos.

#### **Normativas sobre seguridad y control de accesos**

La implementación de controles de acceso digitales en hoteles, como cerraduras inteligentes y llaves electrónicas integradas en nuestra aplicación, está sujeta a regulaciones que buscan garantizar la seguridad física de los huéspedes y la privacidad de sus datos. Las autoridades pueden establecer requisitos específicos sobre las características técnicas, estándares de seguridad y certificaciones necesarias para estos sistemas.

Si las regulaciones cambian o se endurecen, podríamos enfrentar restricciones en el uso de ciertas tecnologías o vernos obligados a obtener certificaciones adicionales, lo que podría retrasar la implementación de nuestras funcionalidades

o aumentar los costos operativos. El incumplimiento de estas normativas podría llevar a sanciones legales, demandas por parte de usuarios afectados y daños a la reputación de la empresa. Además, podríamos perder la confianza de los hoteles, que buscan garantizar la seguridad y cumplimiento legal en sus operaciones.

### **8.1.3 Riesgos operativos**

#### **Deficiencias en el soporte técnico**

El éxito de HostBuddy depende en gran medida de ofrecer un servicio confiable y un soporte técnico eficiente a nuestros clientes, los hoteles. Sin un sistema de soporte eficaz y escalable, los problemas técnicos que surjan en el uso de la aplicación podrían no resolverse de manera oportuna, afectando la satisfacción del cliente y la reputación de nuestra empresa.

La ausencia de una centralita de llamadas o un Help Desk bien estructurado complicaría la atención a incidencias, generando demoras en la respuesta y resolución de problemas. Esto podría llevar a frustración por parte de los hoteles, pérdida de confianza y potencialmente a la cancelación del servicio. Además, sin un sistema de soporte de múltiples niveles (N1, N2, N3), no podríamos gestionar eficientemente incidencias de diferente complejidad, lo que afectaría la calidad del servicio ofrecido y podría generar mayores tiempos de inactividad o fallos no resueltos.

#### **Dependencia de proveedores externos críticos**

Nuestra aplicación depende de proveedores externos para servicios esenciales como infraestructura en la nube (por ejemplo, AWS, Azure), pasarelas de pago (Stripe, PayPal) y proveedores de cerraduras digitales para la funcionalidad de control de accesos. Si alguno de estos proveedores experimenta interrupciones en sus servicios, cambios en sus términos de servicio, problemas de seguridad o aumentos significativos en sus precios, nuestra operación podría verse seriamente afectada.

Interrupciones en los servicios de estos proveedores pueden causar caídas en nuestra aplicación, afectando la experiencia del usuario final y la confianza en nuestro producto. Problemas de seguridad en sus sistemas podrían comprometer también la seguridad de nuestra aplicación y los datos de los usuarios. Además, aumentos en los costos de sus servicios pueden impactar negativamente nuestra rentabilidad o forzarnos a aumentar nuestros precios, lo que podría resultar en la pérdida de clientes o en dificultades para captar nuevos hoteles.

#### **8.1.4 Riesgos tecnológicos (Sergio)**

##### **Problemas de disponibilidad y rendimiento**

Como cualquier software, y en concreto un software con dependencias cloud, unos de los principales riesgos tecnológicos es la falta de disponibilidad del servicio. Esta disponibilidad puede verse afectada por interrupciones por fallos técnicos, mantenimiento del sistema o por ataques de denegación de servicio. No poder asegurar una disponibilidad constante puede afectar negativamente la experiencia del usuario final y la reputación de la herramienta.

Por otro lado, debemos mantener un rendimiento de la herramienta alto para evitar latencias en funcionalidades como el control de accesos. Este rendimiento va a depender principalmente del diseño de la arquitectura del sistema, de sus componentes y de la conectividad entre ellos.

##### **Falta de integración con los sistemas existentes**

Uno de los aspectos fundamentales del desarrollo de nuestra herramienta es la capacidad de ser integrada con los sistemas que ya tengan implementados nuestro cliente. Si no somos capaces de integrarnos correctamente con los softwares de gestión (PMS, CRM) de los hoteles o la falta de compatibilidad con estos puede limitar la adopción.

Podemos encontrarnos con verdaderos problemas a la hora de integrarnos con los sistemas existentes en los hoteles, lo que retrasará la distribución de nuestra herramienta, aumentando costes y restando satisfacción del hotel.

## 8.2 Plan de contingencia

### 8.2.1 Riesgos de mercado

#### Recesión económica o crisis financiera

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
<b>Alto</b>	Recesión profunda con impacto severo en el turismo y cierre de hoteles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar y reducir gastos operativos internos.</li> <li>- Diversificar la oferta hacia otros sectores menos afectados.</li> <li>- Negociar planes de pago flexibles con clientes clave para mantener relaciones a largo plazo.</li> </ul>
<b>Medio</b>	Disminución moderada en la ocupación hotelera y reducción de inversiones en tecnología.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer descuentos o paquetes promocionales para retener y atraer clientes.</li> <li>- Adaptar nuestros servicios para enfocarnos en soluciones que ayuden a los hoteles a reducir costos.</li> <li>- Fortalecer el valor agregado de nuestra aplicación, destacando cómo puede ayudar en tiempos difíciles.</li> </ul>
<b>Bajo</b>	Señales iniciales de desaceleración económica sin impacto significativo inmediato.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorear de cerca las tendencias económicas y del sector turístico.</li> <li>- Continuar con las estrategias de ventas y marketing actuales, pero con mayor enfoque en la propuesta de valor y retorno de inversión.</li> <li>- Preparar planes de comunicación para tranquilizar a los clientes sobre nuestra estabilidad y apoyo continuo.</li> </ul>



### Cambios en las tendencias de consumo

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
Alto	Cambio significativo hacia alojamientos alternativos con una disminución marcada en la ocupación hotelera.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expandir nuestro mercado objetivo para incluir otros tipos de alojamientos, como apartamentos turísticos y hostales.</li> <li>- Desarrollar nuevas funcionalidades que ayuden a los hoteles a competir mejor, como experiencias personalizadas o integraciones con plataformas de viajes.</li> </ul>
Medio	Tendencia creciente hacia alojamientos alternativos, pero los hoteles mantienen una cuota de mercado considerable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigar y entender las nuevas preferencias de los consumidores.</li> <li>- Implementar estrategias de marketing que destaquen las ventajas de los hoteles y cómo nuestra aplicación mejora la experiencia del huésped.</li> </ul>
Bajo	Cambios mínimos en las preferencias de los consumidores, con predominio de los hoteles tradicionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuar monitoreando las tendencias de consumo.</li> <li>- Mantener y reforzar relaciones con clientes actuales.</li> <li>- Seguir innovando en la aplicación para adelantarnos a posibles cambios futuros en el mercado.</li> </ul>

### Entrada de nuevos competidores o consolidación del mercado

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
Alto	Entrada de competidores fuertes con productos superiores o consolidación de grandes empresas tecnológicas en nuestro mercado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Considerar alianzas estratégicas o colaboraciones con otras empresas para fortalecer nuestra posición.</li> <li>- Revisar y ajustar nuestra estrategia de precios para mantener competitividad.</li> </ul>
Medio	Aumento moderado de competencia con productos similares.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destacar nuestro valor añadido y ventajas competitivas en campañas de marketing.</li> </ul>
Bajo	Pocos cambios en el panorama competitivo actual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuar monitoreando el mercado y la competencia.</li> <li>- Seguir fortaleciendo nuestra marca y reputación.</li> <li>- Evaluar feedback de clientes para mejorar continuamente nuestra aplicación.</li> </ul>

## 8.2.2 Riesgos regulatorios

### Cambios en las leyes de protección de datos

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
Alto	Implementación de nuevas regulaciones estrictas con cambios significativos en los requisitos de protección de datos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una auditoría completa de nuestros sistemas y procesos para identificar brechas de cumplimiento.</li> <li>- Contratar asesoría legal especializada en protección de datos para adaptar nuestras políticas y prácticas.</li> <li>- Asignar todos los recursos necesarios para una rápida actualización de nuestro sistema</li> <li>- Comunicar proactivamente a nuestros clientes sobre los cambios y nuestras acciones para asegurar el cumplimiento.</li> </ul>
Medio	Actualizaciones moderadas en las regulaciones existentes que requieren ajustes en nuestros procesos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar y actualizar nuestras políticas de privacidad y términos de servicio.</li> <li>- Capacitar al personal sobre los nuevos requisitos y mejores prácticas en manejo de datos.</li> <li>- Realizar mejoras incrementales en la seguridad de nuestros sistemas.</li> <li>- Mantener comunicación con los clientes sobre las mejoras en protección de datos.</li> </ul>
Bajo	Cambios menores o interpretaciones nuevas de las regulaciones actuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitorear activamente los cambios legislativos y las directrices de las autoridades competentes.</li> <li>- Asegurar que nuestros procesos actuales cumplen con las mejores prácticas.</li> <li>- Continuar formando al personal en materia de protección de datos.</li> <li>- Mantener actualizada la documentación y políticas internas.</li> </ul>

## Normativas sobre seguridad y control de accesos

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
Alto	Introducción de nuevas normativas estrictas que prohíben o limitan el uso de ciertas tecnologías de control de acceso.	- Revisar y rediseñar nuestras funcionalidades para cumplir con las nuevas regulaciones.
		- Colaborar con proveedores y expertos para desarrollar soluciones alternativas que sean legales y seguras.
		- Obtener las certificaciones necesarias lo antes posible.
Medio	Actualizaciones en las regulaciones que requieren ajustes técnicos y certificaciones adicionales.	- Informar a los clientes sobre los cambios y cómo estamos adaptando nuestra aplicación para cumplir con la ley.
		- Iniciar el proceso de certificación para cumplir con los nuevos estándares.
		- Actualizar nuestras tecnologías de control de acceso para alinearlas con los requisitos legales.
Bajo	Cambios menores en las regulaciones o recomendaciones de buenas prácticas.	- Capacitar al equipo técnico en las nuevas normativas y buenas prácticas.
		- Mantener a los clientes informados sobre las mejoras y certificaciones obtenidas.
		- Monitorear las actualizaciones legislativas y estándares de la industria.
		- Asegurar que nuestros sistemas cumplen con las mejores prácticas actuales.
		- Programar auditorías periódicas de seguridad y cumplimiento.
		- Continuar colaborando con proveedores que cumplen con las normativas vigentes.

### 8.2.3 Riesgos Operativos

#### Deficiencias en el soporte técnico

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
<b>Alto</b>	Fallas recurrentes en el soporte técnico, con numerosas quejas de clientes y pérdida de contratos.	<p>Incorporar técnicos y especialistas en soporte para cubrir la demanda y ofrecer una atención más eficiente.</p> <p>Informar a los hoteles sobre las medidas tomadas para mejorar el soporte y restaurar su confianza en nuestro servicio.</p>
<b>Medio</b>	Demoras ocasionales en la resolución de incidencias y algunas quejas de clientes.	<p>Ofrecer formación regular en atención al cliente, manejo de incidencias y actualizaciones tecnológicas.</p> <p>Establecer canales para que los hoteles puedan brindar retroalimentación sobre el soporte recibido y utilizar esta información para mejoras continuas.</p>
<b>Bajo</b>	Operación normal con soporte técnico funcionando adecuadamente, pero con potencial de mejora.	<p>Revisar los flujos de trabajo actuales para identificar cuellos de botella, áreas de mejora y satisfacción del cliente para mantener altos estándares de servicio.</p> <p>Revisar y actualizar periódicamente los procedimientos de soporte para adaptarlos a nuevas necesidades o tecnologías.</p> <p>Desarrollar y documentar procedimientos estandarizados para la gestión de incidencias y asegurar que todo el personal esté capacitado.</p> <p>Definir roles y responsabilidades claras para cada nivel de soporte y capacitar al personal en la gestión de incidencias según su complejidad.</p>

## Dependencia de proveedores externos críticos

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
Alto	Interrupciones prolongadas o fallas críticas en los servicios de proveedores clave, o aumentos significativos de costos.	Iniciar conversaciones para resolver problemas, renegociar términos o buscar soluciones temporales.
		Informar a los hoteles sobre la situación y las medidas que estamos tomando para garantizar la continuidad del servicio.
		Evaluar el impacto a largo plazo y considerar ajustes en el modelo de negocio para reducir la dependencia crítica.
Medio	Problemas ocasionales con proveedores, como interrupciones breves o ajustes moderados en costos.	Establecer sistemas de alerta para detectar problemas con proveedores en tiempo real.
		Iniciar pruebas y evaluaciones de otros proveedores para tener opciones disponibles.
		Analizar el uso de servicios para identificar oportunidades de reducir costos sin afectar la calidad.
Bajo	Operación normal con proveedores funcionando adecuadamente.	Mantenerse al tanto de nuevas opciones en el mercado que puedan ofrecer ventajas competitivas.
		Identificar y preparar proveedores de respaldo para servicios críticos
		Realizar evaluaciones periódicas para garantizar que los proveedores cumplen con nuestros estándares de calidad y seguridad.

## 8.2.4 Riesgos Tecnológicos

### Problemas de disponibilidad y rendimiento

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
<b>Alto</b>	Latencia demasiado alta incompatible con un servicio decente.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisar y optimizar las consultas a la base de datos o las funciones críticas. Implementar índices o eliminar redundancias en las operaciones que consumen más tiempo.</li><li>• Incrementar la capacidad del servidor (más memoria, CPU) o distribuir la carga mediante balanceadores y más instancias del sistema.</li></ul>
<b>Medio</b>	Latencia moderada, con altibajos en la velocidad del servicio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar y optimizar los procesos que generan cuellos de botella, como priorizar tareas asíncronas y simplificar operaciones complejas.</li><li>• Ajustar el tamaño del pool de conexiones, el tiempo de espera y los parámetros de la red para equilibrar carga y rendimiento.</li></ul>
<b>Bajo</b>	Latencia baja, imperceptible o asumible.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar pruebas regulares para asegurarse de que el sistema puede manejar cargas futuras sin comprometer la latencia.</li><li>• Diseñar planes de escalabilidad y mantener infraestructura flexible para adaptarse a aumentos en el tráfico sin degradar el rendimiento.</li></ul>

### Falta de integración con los sistemas existentes

Nivel	Situación	Acciones a Tomar
<b>Alto</b>	Incapacidad total de integrarnos con los sistemas existentes.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar las principales razones de incompatibilidad (versiones, estándares no soportados, restricciones en API) y desarrollar adaptadores o middleware para superar las barreras.</li><li>• Evaluar la arquitectura del software para implementar un enfoque modular o de microservicios que facilite la integración con distintos sistemas.</li></ul>
<b>Medio</b>	Integración parcial, con funcionalidades habilitadas limitadas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enfocarse en habilitar las funcionalidades críticas para el cliente mientras se trabaja en expandir la cobertura de integración.</li><li>• Ajustar la API o los mecanismos de integración para adaptarse mejor a los sistemas del cliente, incluyendo mejoras en la documentación y configuraciones personalizables.</li></ul>
<b>Bajo</b>	Integración total con todas las funcionalidades habilitadas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Configurar monitoreo continuo para identificar posibles problemas, actualizaciones necesarias o mejoras en el rendimiento.</li><li>• Implementar herramientas o scripts que simplifiquen y automaticen la integración en futuros despliegues.</li></ul>

## 9 Bibliografía

<https://es.statista.com/estadisticas/1079100/contribucion-de-los-sectores-de-la-restauracion-y-del-alojamiento-turistico-al-pib-en-espana/>

<https://www.oracle.com/es/hospitality/>

<https://www.mews.com/es/>

<https://roomracoon.es/>