# Estudio de Mercado y Plan de Marketing

# Datos identificativos del proyecto

# Nombre y apellidos del alumno o alumna

Alexey Suzdalenko

# Breve descripción del proyecto

(Tiene como finalidad recordar al tutor o tutora las referencias básicas del proyecto: idea de negocio, nombre de la empresa ...)

El proyecto consiste en la creación de una empresa denominada Instinct S.L., dedicada a ofrecer servicios de transformación digital a empresas y comercios en Cantabria. Nuestro principal enfoque es ayudar a las organizaciones a adaptarse a la nueva normativa de facturación digital obligatoria impuesta por la Ley de Crea y Crece.

Con el aumento de la digitalización como requisito legal, nuestra empresa brinda soluciones personalizadas para facilitar esta transición, asegurando que las empresas puedan cumplir con la normativa de manera eficiente y sin complicaciones. Esto incluye asesoramiento, implementación de software de facturación digital y soporte técnico continuo.

Instinct S.L. se posiciona como un aliado estratégico para empresas de todos los sectores en Cantabria que buscan cumplir con los nuevos requisitos legales y aprovechar las ventajas de la digitalización.





# 1. Diagnóstico de la situación inicial

# Caracterización general del sector de actividad

# Código y literal de CNAE correspondiente a la actividad 6202 Actividades de consultoría informática

Interesa conocer cómo está evolucionando el sector. En esta fase tomaremos como referencia el mercado global, puesto que nuestra empresa probablemente tendrá un carácter local, no debemos ir más allá del ámbito nacional. En concreto habrá que caracterizarlo en cuanto a: tamaño, tasa de crecimiento, tipología de empresas, momento del ciclo de vida del mercado, tipo de competencia, existencia de empresas líderes o de barreras de entrada y cualquier otro dato de interés.

El sector de la transformación digital en España se encuentra en una fase de crecimiento acelerado, impulsado por la creciente digitalización de empresas y el cumplimiento de normativas como la Ley de Crea y Crece, que exige facturación digital. Representa una parte significativa de la economía, con un impacto del 22,6% del PIB en 2022.

**Tamaño y Crecimiento:** El sector tecnológico español generó más de 124.000 millones de euros en 2023, creciendo un 12,8% respecto al año anterior.

**Tipología de Empresas:** Está compuesto por grandes corporaciones, pymes, y startups especializadas, con las pymes representando el 99,8% del tejido empresarial.

Ciclo de Vida del Mercado: El mercado está en la etapa de expansión, con oportunidades derivadas de la demanda de digitalización y financiación pública.

**Competencia:** Existe una alta competencia entre grandes empresas tecnológicas y pequeñas empresas locales, favoreciendo la colaboración.

Empresas Líderes: Destacan compañías como CIC Consulting Informático, Atos Worldgrid , NTT DATA; Mig Adversing .

Barreras de Entrada: Incluyen la inversión en tecnología, formación especializada y cumplimiento de regulaciones.



# **Consumidores**

Definir el segmento de mercado al que se dirige la empresa, su «target group» y las razones que motivan el consumo.

Identificación de quiénes intervienen el proceso de compra: Prescriptores, influenciadores, etc.

### Consumidores de empresa INSTINCT S.L.

La empresa se dirige a **pymes, comercios locales (bares, tiendas) y autónomos** de Cantabria que necesitan adaptarse a la facturación digital por la Ley de Crea y Crece. Este segmento busca cumplir con la normativa, mejorar su eficiencia y mantenerse competitivo en un mercado digitalizado.

**El autónomo:** Necesita cumplir con la Ley de Crea y Crece y gestionar sus facturas electrónicas de forma sencilla.

Ejemplo: Un fontanero que necesita enviar facturas digitales a sus clientes y al gobierno.

El dueño del bar o comercio: Quiere adaptarse a la normativa y optimizar la gestión de su negocio.

Ejemplo: El propietario de un bar que debe enviar facturas electrónicas para proveedores y servicios.

La gestoría: Que maneja las cuentas, los pagos de IRPF y otras obligaciones fiscales del autónomo o la pyme, y requiere un sistema fácil para registrar y enviar las facturas de sus clientes. Ejemplo: La persona en la gestoría que registra todas las facturas y se asegura de que cumplan la normativa.

### Usuarios finales:

La persona que usa el sistema día a día, como el dueño de un local comercio, bar o negocio particular, el personal administrativo en la gestoría que gestiona los impuesto o facturas de autónomos y empresas.



# La demanda

Se trata de cuantificar la demanda en términos globales (unidades consumidas y/o cifra de ventas) por nuestro mercado de referencia <sup>1</sup>. Se trata de tomarle el pulso al consumo. Es importante determinar tanto el mercado real como el potencial, la diferencia entre ambas magnitudes nos informa del hueco de mercado disponible.

Es posible que no dispongas de toda la información para tu ámbito de actuación geográfica, en ese caso puedes extrapolar los datos obtenidos de ámbitos territoriales más amplios. Siempre es importante conocer qué está sucediendo en el entorno general, que puede estar marcando una tendencia que tarde o temprano nos afectará.

La demanda del mercado de transformación digital en Cantabria está impulsada por la obligatoriedad de la facturación electrónica y presencia en internet de todo tipo de negocio, hay un refran que esplica esta situacion, "¡Si no estas en Internet – no existes!" con un mercado real compuesto por las pymes, comercios y autónomos actualmente digitalizados, y un mercado potencial que incluye a todas las empresas que deben adaptarse a la normativa.

A nivel nacional, el sector TI crece a un ritmo anual del 12,8%, reflejando una tendencia al alza en la adopción de soluciones digitales.

Extrapolando estos datos, en Cantabria existe un **hueco de mercado significativo** entre las empresas que ya han implementado la facturación digital y aquellas que necesitan hacerlo en el corto plazo, creando oportunidades de negocio claras.

# Proveedores e Intermediarios

Señala las características más relevantes de estos agentes del mercado para tu negocio según lo que hemos comentado en la Unidad de Trabajo.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> El mercado de referencia es el conjunto de individuos que consumen el producto, el mercado real o actual.



Los proveedores clave para el negocio incluyen empresas de software de facturación digital, plataformas de servicios en la nube, y proveedores de hardware (ordenadores, impresoras). Es fundamental que sean confiables, ofrezcan soporte técnico y soluciones adaptables a las normativas legales.

Los intermediarios podrían incluir asociaciones empresariales, cámaras de comercio, y asesores fiscales, que actúan como canales de recomendación y distribución, conectando la empresa con clientes potenciales. Su rol es crucial para generar confianza y facilitar el acceso al mercado objetivo.

# Competencia

Es posible que pienses que tener competencia es una desventaja, pero si sabes sacarle provecho, tener competencia te librará de cometer muchos errores. Identifica tu competencia, estudiála para aprender de ella, para identificar sus puntos débiles y superarla. Resume en este apartado la información que puedas localizar sobre tu competencia directa: Nombre, ubicación, servicios prestados, precios, tamaño, ventajas competitivas, debilidades, etc..

En el ámbito de la transformación digital en Cantabria, la competencia directa incluye empresas tecnológicas y consultoras locales que ofrecen servicios similares:

# CIC Consulting Informático:

Ubicación: Santander.

Servicios: Consultoría tecnológica y soluciones informáticas

personalizadas.

Ventaja: Amplia experiencia y equipo consolidado.

Debilidad: Enfoque en empresas medianas y grandes, menos atención a

pequeñas empresas.

# Mig Adversing:

Ubicación: Santander, Madrid.

Servicios: Desarrollos de software personalizados.



Ventaja: Amplia experiencia y los dueños de la empresa son

programadores.

Debilidad: Puntos débiles no encontrados.

Netkia:

Ubicación: Torrelavega.

Servicio: Desarrollo de software, consultoría informática.

Ventajas: Amplia experiencia y un equipo solido de procesionales. Debilidad: No otorgan el valor que tienen a los talentos jóvenes y

desarrolladores juniors.

# Conclusiones: diagnóstico de la situación inicial

El mercado de transformación digital en Cantabria presenta un **gran potencial**, impulsado por la obligatoriedad de la facturación digital y el creciente interés en la modernización empresarial. Aunque existe una competencia sólida, especialmente de empresas locales consolidadas y startups innovadoras, el enfoque en soluciones personalizadas y asequibles para pymes y autónomos constituye un **hueco de mercado** aprovechable.

La demanda está en aumento, con un mercado real que incluye empresas ya digitalizadas y un mercado potencial formado por aquellas que necesitan adaptarse. Los proveedores clave ofrecen herramientas tecnológicas adaptadas, mientras que los intermediarios como cámaras de comercio y asesores fiscales son aliados estratégicos para conectar con los clientes.

En resumen, la empresa tiene una oportunidad clara para posicionarse como un referente local, ofreciendo servicios especializados que combinen cumplimiento legal, soporte técnico accesible y atención personalizada.



# Referencias al material consultado para la realización del apartado

No te olvides de incluir las fuentes de información que has utilizado como notas al final de documento. Si se trata de documentos publicados en Internet, por favor incluye el enlace.

# INE (Instituto Nacional de Estadística):

Datos sobre el crecimiento del sector TIC en España: www.ine.es

Asociación Española de Agencias de Desarrollo Regional (Foro ADR) y ENISA:

Información sobre startups innovadoras en Cantabria: www.sodercan.es

### Cantabria Económica:

Datos sobre empleo y empresas tecnológicas en Cantabria: cantabriaeconomica.com



# Definición de la misión y establecimiento de objetivos

# Misión

La misión de **Instinct S.L.** es ayudar a las empresas de Cantabria a adaptarse a los desafíos de la transformación digital, proporcionando soluciones prácticas, personalizadas y accesibles. Nos comprometemos a ofrecer un servicio útil, ético y de calidad, que no solo beneficie a nuestros clientes, sino que también nos permita realizar un trabajo significativo y necesario que contribuya al bienestar de la sociedad y que nos haga sentir orgullosos.

# **Objetivos**

# Corto Plazo:

Adaptar al menos 30 empresas locales a la facturación digital durante el primer año.

# Medio Plazo:

Incrementar la facturación anual en un 20% durante los primeros tres años.

Ser reconocidos como un referente local en soluciones de transformación digital.

## Largo Plazo:

Ampliar la cartera de servicios, incorporando nuevas tecnologías como inteligencia artificial o automatización.

Expandir la base de clientes a nivel regional, manteniendo un enfoque personalizado y cercano.





# 3. Estrategias de Marketing Mix

# El producto

Descripción de los tres niveles de diseño del producto:

### Básico

**Real**: Diseño, calidad, marca, logo, envase, etiquetado. Si lo que ofreces es un servicio, sustituye los apartados referidos al envase por todo lo que tiene que ver con la presentación del servicio: decoración, uniformes, etc..

Aumentado: Servicios de apoyo y ventajas asociadas al consumo

• Etapa del ciclo de vida en la que se encuentra el producto y estrategia a seguir.

## Niveles de Diseño del Producto

### Producto Básico:

El servicio fundamental es ayudar a empresas y comercios a implementar soluciones de transformación digital, principalmente la facturación electrónica, asegurando el cumplimiento de la **Ley de Crea y Crece**.

## Producto Real:

**Diseño:** Servicio personalizado y adaptado a las necesidades específicas de cada cliente.

Calidad: Altos estándares en consultoría y soporte técnico, garantizando soluciones efectivas y duraderas.

Marca: La marca Instinct S.L. transmite confianza, proximidad y especialización en transformación digital.

### Presentación:

Decoración del espacio de trabajo o reuniones virtuales con elementos visuales claros y atractivos.

Personal que representa la marca con un trato profesional, cercano y accesible.

### Producto Aumentado:

Servicios de apoyo: Formación a los clientes para que usen las herramientas digitales de manera autónoma.

**Ventajas asociadas:** Soporte técnico continuo y asesoramiento gratuito sobre nuevas normativas.

**Garantías:** Compromiso de acompañamiento hasta que la empresa cliente opere de forma completamente digital.



# El precio

Aunque de momento no tienes información respecto a tus costes si que puedes fijarte una estrategia a seguir (revisa el documento sobre los distintos métodos de establecimiento de precios). Investiga los precios de la competencia para tenerlos como referencia. Justifica tu respuesta.

En Cantabria, las empresas de servicios de consultoría tecnológica o transformación digital suelen cobrar entre 25€ y 60€ por hora dependiendo del nivel de especialización y del cliente objetivo (pymes o grandes empresas).

- Startups y pequeñas consultoras: Tienden a ubicarse en el rango más bajo (25€-40€/hora).
- **Grandes empresas o consultoras consolidadas**: Pueden llegar a cobrar 60€ o más por hora debido a su experiencia y reputación.

Dado que mi negocio está comenzando, mi estrategia competitiva sería ofrecer tarifas dentro del rango bajo-medio para atraer clientes iniciales, sin comprometer tu sostenibilidad económica.

• Sugerencia de precio inicial: 20-27€/hora.

Esto te posicionará como una opción accesible para pymes y autónomos, destacando tu relación calidad-precio y generando confianza en el mercado

# Distribución

Selecciona los canales de distribución y el tipo de distribución que vas a realizar (intensiva, selectiva o exclusiva). Es importante también que definas la localización, especialmente si se trata de un servicio. Si te animas puedes incluir un mapa con la ubicación de tu empresa. Razona todas tus decisiones.



Al tratarse de un servicio de transformación digital, los canales de distribución serán principalmente **digitales** y **directos**:

Página web corporativa: Como punto central de contacto y promoción, ofreciendo información detallada sobre servicios, precios, y contacto. Redes sociales: Utilización de plataformas como LinkedIn, Facebook, e Instagram para promocionar servicios y captar clientes locales. Colaboraciones con intermediarios locales:

- Cámaras de comercio.
- Asociaciones empresariales.
- Asesores fiscales y contables que puedan recomendar el servicio.

**Eventos y ferias locales**: Participación en jornadas y eventos empresariales en Cantabria para conectar directamente con clientes.

**Distribución selectiva**: Se elige llegar a un público objetivo específico (pymes, comercios y autónomos locales), concentrando los esfuerzos en Cantabria para maximizar recursos y garantizar un servicio personalizado y accesible.

### Localización

**Ubicación física (opcional)**: Un pequeño despacho en Santander o en el Parque Científico y Tecnológico de Cantabria (PCTCAN), lo que refuerza la imagen de innovación y profesionalidad.

**Ubicación digital:** Presencia sólida en plataformas digitales que permita contactar con clientes desde cualquier punto de Cantabria.

### Razón de las Decisiones

**Digitalización de clientes potenciales**: La mayoría de las empresas que necesitan transformación digital buscan información y servicios en línea. **Optimización de recursos**: Una distribución digital y directa reduce costes y facilita llegar al público objetivo.

**Proximidad local:** Estar enfocado en Cantabria permite personalizar la oferta y competir con empresas nacionales que no tienen presencia directa en la región.



# Comunicación

Revisa las dos presentaciones que se incluyen este epígrafe de la unidad de trabajo.

Tienes que : Identificar la audiencia objetivo, los objetivos de la campaña, el mensaje, los medios o canales y las herramientas.

A la hora de seleccionar los medios ten en cuenta tanto tu ámbito geográfico como las costumbres de tus clientes.



# Audiencia Objetivo

**Pymes, comercios locales y autónomos** en Cantabria, con necesidad de adaptarse a la facturación digital.

Perfil: Dueños de negocios o gerentes, principalmente con un nivel básico de conocimiento tecnológico, pero conscientes de la importancia de cumplir con la normativa.

# Objetivos de la Campaña

Dar a conocer los servicios de la empresa como solución a la facturación digital obligatoria.

Construir confianza en la marca mediante un enfoque personalizado y accesible.

Generar clientes iniciales a través de referencias y recomendaciones

# Mensaje

**Slogan**: "Digitaliza tu negocio, simplifica tu presente y el futuro." Transmitir que la empresa es un aliado confiable y cercano para facilitar la transición digital de manera simple y eficiente.

# Medios o Canales

**Boca a boca**: Aprovechar recomendaciones directas de clientes satisfechos y relaciones en la comunidad empresarial local.

Redes Sociales: Presencia en plataformas como Facebook y LinkedIn para captar la atención de pymes y comercios, usando publicaciones educativas y casos de éxito.

**Email Marketing**: Campañas dirigidas a bases de datos de asociaciones locales, cámaras de comercio y ferias empresariales.

### Contactos directos:

Visitas a comercios y pymes locales.

Participación en eventos empresariales o jornadas de networking organizadas en Cantabria.

En Cantabria, **el boca a boca y el contacto directo** funcionan porque las empresas locales valoran las relaciones personales y la confianza. Complementar esto con una presencia digital ayuda a captar a un público más amplio y reforzar la credibilidad del negocio.

# 4. Presupuesto

Tendrás que investigar un poco más para resolver este apartado. Internet te puede resultar de gran ayuda.



# Gastos de Infraestructura

Espacio de trabajo:

Alquiler de un pequeño despacho en Santander o coworking (PCTCAN): 300-500€/mes.

Alternativa: Trabajo desde casa para reducir costes.

### Equipamiento:

Ordenador, impresora, y otros equipos básicos: 1.500-2.000€ (pago único).

## Software:

Licencias de programas de facturación digital y herramientas de gestión (CRM, contabilidad): 50-100€/mes.

## Otros Gastos Operativos

Seguro de responsabilidad civil profesional: 200-300€/año.

Asesoría fiscal y contable: 50-100€/mes.

Formación: Cursos para mantenerte actualizado en normativa y tecnología: 100-200€/año.

## Resumen del Presupuesto Inicial

Costes iniciales (primer mes):

Infraestructura, equipos y software: 2.500-3.000€.

Marketing y promoción: 700-1.500€.

Costes recurrentes mensuales:

Alquiler y software: 400-600€/mes.

Marketing y otros operativos: 200-400€/mes.

Total inicial estimado: 3.200-4.500€ (incluidos los primeros meses de

operación).

Teniendo en cuenta que en el mes hay unas 173 horas laborales, y necesito cubrir unos 4.500 €/mes,

4500 € / 173 = 26 €/hora aproximadamente tendría que cobrar o hay que valorar cobrar menos a la hora y trabajando mas de 8 horas al dia.

Todos los cálculos son aproximados.

