



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PLAN DE NEGOCIO PARA UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: **FASTPAY SOLUTIONS**

Autor: Carlos Madruga Pérez-Mínguez
Director/a: Antonio Rua Vieites

MADRID | Abril, 2021

- 1. Presentación del proyecto**
 - 1.1. Resumen ejecutivo del proyecto
 - 1.2. Evolución del proyecto
 - 1.3. Ventaja competitiva
- 2. Plan de marketing**
 - 2.1. Análisis de mercado
 - 2.2. Análisis y segmentación de mercado
 - 2.3. Análisis de la competencia
 - 2.4. Definición de producto
 - 2.5. Plan de distribución
 - 2.6. Plan de promoción
 - 2.7. Previsión de ventas
 - 2.8. Umbral de rentabilidad
- 3. Hipótesis de negocio**
- 4. Plan de producción y localización**
 - 4.1. Ubicación. Criterios de elección de oficinas y centros de trabajo
 - 4.2. Proceso de entrega del servicio
 - 4.3. Estrategia de crecimiento
- 5. Plan de organización y RRHH**
 - 5.1. Socios
 - 5.2. Organización
 - 5.3. Plan de contratación
 - 5.4. Política retributiva
 - 5.5. Evolución futura prevista de plantilla
- 6. Área Jurídico-fiscal**
 - 6.1. Forma jurídica
 - 6.2. Obligaciones fiscales y laborales
 - 6.3. Trámites administrativos generales
- 7. Plan Económico-Financiero**
 - 7.1. Inversiones iniciales
 - 7.2. Plan de financiación
 - 7.3. Sistema de cobro a clientes
 - 7.4. Previsión de la cuenta de resultados
 - 7.5. Balance de situación
 - 7.6. Punto de equilibrio
- 8. Calendario y ejecución**
 - 8.1. Planificación actividades creación empresa
- 9. Resumen Ejecutivo**
- 10. Conclusiones**

11. Bibliografía

12. Anexos

1. Presentación del proyecto

1.1. Resumen ejecutivo del proyecto

El proyecto “FastPay”, en adelante “FP”, esta promovido por: Carlos Madruga Pérez-Mínguez, Rocio Madruga Pérez-Mínguez, Maria Madruga Pérez-Mínguez, Mónica Pérez-Mínguez de Diego y Carlos Madruga Rael. Los tres primeros miembros han cursado ADE y Derecho en la Facultad de Comillas ICADE y los dos últimos son los gerentes de una empresa particular desde hace mas de 20 años. Este equipo de promotores aúna tanto veteranía como juventud, al igual que mucha experiencia en el mundo empresarial y diferentes puntos de vista, de modo que las principales características del equipo emprendedor de FP se podrían resumir en: a) Aportan un Capital de 10.000 euros b) Experiencia en el sector empresarial durante más de 20 años c) Puntos de vista modernos c) Motivación por desarrollar una plataforma que ayuda a un sector tan importante para nuestro país, como es la hostelería d) Capacidad de gestión e) Compatibilidad con los actuales puestos de trabajo de cada uno de lo miembros j) Formación universitaria en Economía y derecho de todos los miembros del equipo

La sociedad actual lleva varios años evolucionando a una velocidad acelerada debido al impacto de la tecnología. Esto lo podemos ver reflejado en el sector de la hostelería y en los métodos de pago actuales. Uno de los grandes cambios que hemos realizado y al que no damos importancia es el uso del “BIZUM”¹ para pagar entre clientes y la incorporación de la tarjeta de crédito en los teléfonos móviles, así como en los relojes digitales, aunque estos últimos no tiene tanta transcendencia. Para situarnos, debemos observar los datos que hacen referencia a los pagos a través del teléfono móvil en España. Desde el año 2007 hasta el año 2019 (el año que hemos tomado como referencia debido a que el 2020 está sesgado por el Covid-19) el pago a través de estos dispositivos ha crecido 35.598 millones de euros, siendo la facturación total este último

¹ Enviar y recibir dinero de forma fácil, rápida y segura. (2021). 13 April 2021, <https://bizum.es/>

año de 41.509² millones de euros. Sin embargo, para pagar en los restaurantes no ha cambiado la forma de pago, debido a que seguimos teniendo la necesidad de pagar mediante un intermediario, de modo que nuestro método de pago no puede evolucionar: pagamos en efectivo o con tarjeta a través del TPV. Si es verdad que actualmente los TPV también dan la posibilidad de pagar mediante el móvil, pero ello no elimina la necesidad de usar dicho intermediario para pagar la correspondiente factura. Debido a ello surge esta idea, que busca cambiar esa tendencia de los métodos de pago y proponer una alternativa al alcance de cualquier persona con un teléfono móvil.

Nuestra propuesta de valor se llama FAST PAY, y nuestra misión consistirá en:

- Conseguir que el sector de la hostelería se adapte a los nuevos métodos de pago
- Ofrecer una alternativa de pago a los clientes de dicho sector
- Convertir a FASTPAY en la aplicación de pago de referencia en el sector de la hostelería en nuestro país
- Ofrecer la máxima seguridad en el intercambio económico entre restaurante y cliente
- Dirigirnos a personas con conocimientos tecnológicos actuales que se sepan adaptar a este tipo de cambios

Para conseguir nuestro objetivo ofrecemos una aplicación segura, adaptable a cualquier dispositivo, rápida y simple, especializada en hacer el pago lo más rápido y seguro, sin necesidad de elementos intermediarios (TPV). Para conseguir esto, nos vamos a centrar exclusivamente en un solo sector: la hostelería.

FAST PAY es una aplicación de pago innovadora en donde los clientes y los restaurantes podrán conectarse para pagar las cuentas de manera rápida y segura, sin necesidad de elementos intermediarios. Todo ello con la garantía de que la transacción se hará de manera inmediata, notificando a ambas partes de la realización exitosa de la misma. Destacamos la capacidad de adaptación a cada situación y establecimiento, ofreciendo el servicio necesario para cada uno de

² Tema: Los pagos móviles en España. (2021). 13 April 2021, <https://es.statista.com/temas/3969/los-pagos-moviles-en-espana/>

nuestros clientes, gracias a un servicio al cliente implicado, motivado y con los recursos necesarios para resolver cualquier imprevisto con la transacción.

El mercado principal de FAST PAY son hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, los cuales en España son 7.664.858³ millones de personas (el 16,3% de la población total), con una renta media y con la posibilidad de comer o cenar fuera más de una vez al mes. Por otro lado, el mercado de FASTPAY son todos los restaurantes del territorio nacional que quieran ofrecer a sus clientes una posibilidad de pago alternativa y actual, al igual que reducir sus costes fijos debido a la contratación de un TPV.

La razón principal por la que hemos elegido este segmento de la población se basa en una encuesta realizada⁴, en donde en base a una muestra de 140 personas, hemos podido estudiar y averiguar que, de los participantes de dicha encuesta, los que más daría uso a esta nueva aplicación que venimos presentando serían los que se encuentran en esa franja de edad. Por otro lado, según el Instituto Nacional de Estadística⁵, los mayores de 60 años son el grupo de edad que más gasta en alimentación fuera del hogar, pero, sin embargo, para lo que nos interesa a nosotros, no son un segmento que nos atraiga, debido a que las personas que se encuentran en esa franja de edad son, por lo general, menos capaces para adaptarse a las nuevas tecnologías, de modo que el hecho de pagar con el móvil es algo que no conciben o no son capaces de hacer. Por otro lado, está la población entre los 30 y los 60 años, en donde encontramos una mezcla de ambas situaciones. Por un lado, hay un grupo dentro de ese segmento que si ve con buenos ojos el desarrollo de esta aplicación y afirma que daría uso a este servicio, pero por otro lado encontramos otro grupo dentro de esta misma franja de edad que cuenta con los mismos problemas que los mayores de 60 años. Por ello, en el momento de lanzamiento de la aplicación queremos centrarnos en un segmento de la población que sabemos con seguridad que es capaz de adaptarse a este nuevo servicio y que considera que se trata de una necesidad que todavía no está cubierta.

³ Población por edad (grupos quinquenales), Españoles/Extranjeros, Sexo y Año. (2021). 13 April 2021, de <https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t20/e245/p08/l0/&file=01002.px&L=0>

⁴ Datos sobre la encuesta en los anexos

⁵ Gasto anual en alimentación fuera del hogar en España | Statista. (2021). 13 April 2021, de <https://es.statista.com/estadisticas/572764/gasto-anual-en-alimentacion-fuera-del-hogar-en-espana/>

Aun así, no cerramos las puertas a los demás segmentos de la población, por ello el segundo mercado de FASTPAY es el de aquellas personas que se encuentran entre los 30 y 60 años, pero que tienen la capacidad para adaptarse a los nuevos cambios y que quieren dar uso a FP debido a la simplicidad, seguridad y adaptabilidad que ofrece en cada momento. Entre ambos mercados, FASTPAY se estará dirigiendo al 61,6% de la población española, lo cual resulta ser un porcentaje muy interesante y atractivo para FASTPAY.

FP es un método de pago en donde la mayor diferenciación se conseguirá por la simplicidad y seguridad de nuestro servicio, y por supuesto por la gran capacidad de adaptación de nuestro servicio a cualquier situación. Por otro lado, los establecimientos que sean clientes de FP podrán crear una base de clientes en donde podrán recoger datos sobre sus clientes, averiguando así la tendencia de cada uno de sus clientes y adaptar su negocio a las necesidades que dichos clientes demanden. Dentro de este apartado, para FASTPAY la seguridad y confidencialidad de los datos personales de sus usuarios es una prioridad. Por ello, para que los establecimientos puedan hacer uso de dicha base de datos, necesitarán de manera obligatoria la aceptación por parte de los usuarios. De este modo, los usuarios de FASTPAY, cuando registren su cuenta tendrán la opción de aceptar o rechazar que sus datos⁶ sean utilizados para tales fines. Gracias a los servicios informáticos a los que tendremos acceso, nuestra aplicación tendrá capacidad para almacenar en la nube un número indefinido de datos, de modo que se pondrá a obtener una cantidad de información muy relevante y valiosa para nuestros establecimientos clientes.

Al ser un servicio de pago, para dar la mayor capacidad de adaptación posible, FASTPAY tendrá acuerdo con todos los bancos para poder vincular sus cuentas y/tarjetas con su aplicación, de modo que todos los clientes de dichos bancos tengan la posibilidad de usar nuestro servicio. En una primera toma de contacto con gente del sector bancario, hemos visto una buena posición por su parte para colaborar con esta iniciativa,

⁶ BOE.es - BOE-A-2018-16673 Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (2021). 13 April 2021, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>

ya que al dar esta posibilidad también están ganando, ya que así ofrecen otro servicio alternativo de pago.

FP se conforma de 5 accionistas y 2 empleados contratados a tiempo completo con el objetivo de realizar un servicio rápido y seguro. El equipo directivo se compone por 5 personas graduadas en el ámbito empresarial y de derecho, de los cuales dos de ellos cuentan con una larga experiencia en el mundo empresarial, y los otros 3 cuentan con experiencia en el ámbito de las finanzas y marketing, debido a sus respectivos trabajos actuales en dichos sectores. La gestión del proyecto se le confiará a Carlos Madruga Pérez-Mínguez, el cual llevará el manejo interno del negocio.

La forma legal por adoptar será la de una Sociedad Limitada con sus propios estatutos. Para iniciar la actividad de FASTPAY es necesaria una inversión previa de DIEZ MIL euros. La situación actual post-pandemia, la cual va a desencadenar en una crisis económica⁷, complica el acceso a crédito debido a la desconfianza de los bancos ante el panorama económico que se avecina, por ello, el desembolso inicial necesaria va a ser aportado por los socios que forman parte de FP, bien en forma de capital o de préstamos a la sociedad. Una vez alcanzada una situación económica favorable, FP, con el objetivo de implantar su aplicación en los mayores establecimientos posibles, contempla acudir al mercado bancario para solicitar financiación, del mismo, realizar una ronda de financiación con el objetivo de alcanzar un capital mínimo que permita expandirnos de la forma más adecuada posible

Las previsiones de ingresos y gastos para FP son bastante atractivas debido al poco desembolso que se debe realizar para poner en marcha el proyecto, de modo que se espera tener beneficios a partir de finales del primer año, en el escenario optimista, a mediados del segundo año en el escenario normal, y en el tercer año en el escenario pesimista. Estableciendo un escenario base, el proyecto llegaría a su punto de equilibrio con unos ingresos de 65,400 euros anuales.

⁷ El impacto económico del COVID-19 | Deloitte España. (2021). 13 April 2021, de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/impacto-economico-del-covid19.html>

1.2. Evolución del proyecto: orígenes de la idea y situación actual

Estamos en la bocana del puerto de Campomanes, Altea, frente al mar con una calma marítima y una brisa marina que invitan a cenar en familia y con amigos en una noche de verano. Es tarde, pero el restaurante está completo hasta la última mesa, al igual que todos los establecimientos que se encuentran alrededor del puerto y a lo largo del pueblo de Altea.

Al terminar la cena nos disponemos a pagar la cuenta, como la mayoría del resto de mesas del restaurante. En ese momento nos damos cuenta, que la mayoría de las mesas solicitaban al camarero de turno que acercase el datáfono, el cual se veía colapsado ante el gran número de personas que reclamaban su uso. Cabe mencionar, que el Covid-19 ha provocado un cambio en la tendencia de pago de los consumidores, siendo el uso del móvil y la tarjeta el más utilizado. Esto lo hemos podido ver reflejado en nuestra propia encuesta, en donde antes del COVID, el pago en efectivo representaba el 16,4% de las transacciones, mientras que después de la pandemia ha descendido a 8,6%. De modo que, debido a la gran demanda por el datafono, tuvimos que esperar durante 20 minutos para poder realizar el pago y levantarnos. En ese periodo de tiempo es cuando se nos vino a la mente a los socios de FASTPAY la idea de crear una aplicación por la cual puedas pagar tu cuenta con el móvil sin necesidad de dicho datafono, lo cual haría que se ahorre mucho tiempo a la hora de pagar, al igual que ganarían tiempo con cada mesa, aumentando el nivel de rotación de clientes al día, ya que podría dar de comer o cenar a más de dos turnos con este ahorro de tiempo.

La idea surgió como un comentario sin trascendencia, pero parados a pensarlo unos minutos más tarde, nos dimos cuenta, de que, en la mayoría de los establecimientos de las grandes ciudades, los clientes tienen poco tiempo para comer o cenar, en la mayoría de las ocasiones debido al trabajo, de modo que cuanto menor sea el tiempo que se tarde en dar el servicio y cobrar, mayor será la satisfacción del cliente. A la vuelta al trabajo en septiembre, en Madrid, tres de los cinco socios pudimos vivir en primera persona esa necesidad que tenemos muchos trabajadores, la de comer de manera rápida, sin esperas. De modo que nos centramos definitivamente en nuestra idea de desarrollar un método de pago con el móvil que evitase el uso del datafono o la necesidad de que un camarero o miembro del establecimiento te atienda para ello.

Así, FASTPAY surge como consecuencia de querer resolver un problema que se da en muchas ocasiones y en muchos restaurantes, y es la pérdida de tiempo a la hora de pagar la cuenta correspondiente. Además, con este proyecto queremos ayudar a los establecimientos a sacar más rentabilidad de su negocio, dándoles una mayor capacidad para atender a un mayor número de clientes, debido a un mayor número de rotación de clientes, al igual que queremos ayudar a los clientes, ahorrándoles una gran cantidad de tiempo, y haciendo del pagar, una tarea mucho más rápida, simple y segura.

La situación actual es la elaboración de este plan de negocio con el que pretendemos demostrar que este método de pago tiene futuro y que es viable. En este momento, nuestra visión y misión son:

Visión: Un método de pago fiable, simple y rápido que haga la vida más fácil a la sociedad

Misión: Hacer de FASTPAY el método de pago de referencia en el sector de la restauración en nuestro país.

1.3. Ventaja competitiva

Desde FASTPAY nos hemos dado cuenta de que hay dos necesidades que todavía no están cubiertas en el mundo de la restauración. Por un lado, encontramos el punto de vista del restaurante, el cual, con los métodos actuales, sigue estando en una situación de dependencia con el banco con el que tenga contrato de TPV, de forma que sigue teniendo que pagar unos intereses⁸ que, en muchas ocasiones, son desproporcionados con el nivel del ingreso del restaurante. Además, la mayoría de los restaurantes sería capaces de crear una fidelidad más alta de sus clientes si contasen con una buena base de datos de estos, en donde se pueda diferenciar los gustos y tendencias de los clientes. FASTPAY quiere ocupar ese espacio del mercado y ganar esa ventaja competitiva, y que ofrece a los restaurantes una gran flexibilidad en sus tarifas, y ofrece una base de datos dentro de sus servicios que permitiría a los restaurantes conocer a sus clientes.

Por otro lado, está el punto de vista de los consumidores. En la actualidad vivimos en una situación de constante movimiento, en donde los clientes siempre tienen prisa. En muchos de los servicios otorgados por los restaurantes, el servicio en donde se pierde

⁸ Comparativa de TPVs en España: BBVA, La Caixa, Cajamar, Bankia, Banco Sabadell, Bankinter, Banco Santander, Abanca | Honesting. (2021). 13 April 2021, de <https://www.honesting.es/comparativa-de-tpvs-en-espana-bankinter-banco-sabadell-bankia-bbva-abanca-cajamar/>

mayor parte del tiempo es a la hora de cobrar el cubierto, debido a los procesos intermedios que se dan. Nuestra aplicación con lo que aportaría sería una eliminación de dichos pasos intermedios, de forma que el cobro de cubierto se pueda hacer en un solo paso sin necesidad de que intervenga ningún trabajador del restaurante, ni se necesite el uso de ningún dispositivo, más que el teléfono particular del cliente y un QR.

De modo que nuestra principal ventaja competitiva será centrarnos tanto en los restaurantes, como en sus clientes, para satisfacer un espacio de necesidad que ambas partes demandan, las cuales se pueden resumir en dos palabras clave: Flexibilidad y rapidez.

2. Plan de Marketing

2.1 Análisis de mercado

Al tratarse de una aplicación de pago en restaurantes, vamos a hablar de dos mercados: el mercado de las tarjetas de crédito y el mercado de la restauración.

En cuanto al mercado de las tarjetas de crédito, hay una tendencia clara durante la última década hacia el uso de las tarjetas de crédito, de tal forma que ha provocado que el uso de dinero en efectivo haya caído casi un 50%⁹. Centrándonos en España, el banco de España¹⁰ ofrece unos datos igual de espectaculares en relación con la compra en Terminales de Puntos de Venta (TPV). En 2019, este tipo de transacciones aumentaron un 16,20% respecto al año anterior. En 2020, a pesar de estar tres meses de confinamiento, en donde las operaciones monetarias en general disminuyeron por completo, el índice final del año 2020 resulta ser positivo, habiendo crecido un 4,40% respecto a 2019. Este crecimiento se debe a la reacción de los consumidores por miedo al Covid-19, de modo que se disminuyó el uso del efectivo para realizar los pagos con tarjeta o móvil, debido a la sensación de seguridad que hacia sentir entre los clientes. De esta forma, el 3er y 4 trimestre (los dos trimestres post confinamiento) resultaron tener un crecimiento espectacular en cuanto a pagos en TPV se refiere: un 16% y un 10% respectivamente. El importe total de estas operaciones fue 160.551 millones de euros.

⁹ España registra una caída del 50% en los pagos en efectivo. (2021). 13 April 2021, de <https://financialefood.es/espana-registra-una-caida-del-50-en-los-pagos-en-efectivo/>

¹⁰ Operaciones de compras en terminales de punto de venta, desde el año 2002 al 2020. (2021). 13 de Abril 2021, de BdE.es

En cuanto al sector de la restauración, España cuenta con 260.000 establecimientos¹¹ de bebidas, restaurantes y puestos de comida repartidos por todo el país. En total, este sector vende 37.390 millones de euros al año, aportando al producto interior bruto un 4,7%.¹²

En atención a lo dispuesto en el último censo al que tenemos acceso, en España hay más de 250.000 empresas que se dedican al sector de la restauración¹³, siendo dos terceras partes de ellas empresa de pequeño tamaño, las cuales esta gestionadas por personas físicas con una media inferior a 5 empleados. Sin embargo, la otra parte se trata de cadenas¹⁴ de restauración nacionales e internacionales que son los responsables de la apertura de la mayoría de nuevos establecimientos, gracias al sistema de franquicias, el cual es cada vez más popular. En España, en 2019, hubo más de 7.000 nuevos establecimientos franquiciados de más de 207 marcas. Estas franquicias, en ese mismo año, fueron capaces de facturar mas de 5,000 millones de euros.

En el 2020, debido al confinamiento y al miedo por el Covid-19, el número de locales del sector de la restauración ha caído respecto al año anterior, al igual que la facturación. Un dato destacado sobre el COVID es, que un 19%¹⁵ de la población no volverá acudir a un establecimiento de este sector hasta que no tenga suministrada la vacuna contra dicho virus. De modo, que hasta que no se dé la inmunidad de rebaño, o al menos, hasta que no se vacune a gran parte de a población, el sector no volverá a tener lo mismo números que en 2019.

¹¹ Tema: Restaurantes y bares en España. (2021). 13 April 2021, de <https://es.statista.com/temas/6557/la-restauracion-en-espana/>

¹² España, el país con más bares y restaurantes del mundo, pide convertirlos en Patrimonio de la Humanidad. (2021). 13 April 2021, de <https://www.elmundo.es/viajes/espana/2020/06/19/5eeb49defdddf66b8b4587.html>

¹³ Estadísticas sobre el sector de la restauración en España. (2021). 13 April 2021, de <https://mapalsoftware.com/estadisticas-sobre-sector-de-la-restauracion-espana/>

¹⁴ La comida rápida lidera las aperturas de restauración en España este año. (2021). 13 April 2021, de https://www.elconfidencial.com/empresas/2019-08-02/restauracion-restaurantes-franquicias-hosteleria_2157615/

¹⁵ Como será la nueva normalidad a partir de la crisis del Covid 19 (2021). 13 April 2021, de https://www.ey.com/es_mx/covid-19/cual-sera-la-nueva-normalidad-a-partir-de-la-crisis-del-covid-19

2.2 Análisis y segmentación de clientes

Con la llegada del Covid-19 muchos clientes de restaurantes han visto su seguridad cuestionada por el hecho de tener que compartir ciertos elementos con otros clientes del local. Uno de estos elementos es el datáfono, en el cual la mayoría de los clientes tienen la obligación de teclear para poder realizar el pago, creando un riesgo de contagio más alto del que creemos. Debido a ello, muchos clientes ven una necesidad de crear un nuevo método de pago que evite dichos contactos innecesarios.

Para descubrir esta nueva tendencia de los clientes, hemos realizado una investigación cuantitativa, basada en un diseño no experimental a través de una encuesta, con el objetivo de conocer las nuevas necesidades de los clientes, además del ya mencionado anteriormente, así como conocer el grado de interés y aceptación potencial de nuestra oferta de negocio. EN el primer anexo podrá encontrar las preguntas y respuestas de dicha encuesta, representadas ambas a modo de gráfico.

Como consecuencia de los resultados de la investigación, hemos podido sacar varias conclusiones relevantes:

Conclusión 1:

Posiblemente sea la conclusión más evidente y la más esperada, pero el impacto del Covid-19 en los métodos de pago ha sido de gran importancia, fundamentalmente en el dinero en efectivo. Según los resultados de la encuesta, antes de la pandemia, un 16,4% de los encuestados utilizaba el efectivo como método habitual de pago. Sin embargo, con la llegada de dicha enfermedad, ese porcentaje ha descendido casi 10 puntos, situándose en un 8,6%. Esa diferencia coincide, en parte, con el aumento que ha generado el pago con tarjeta a través del teléfono móvil. Este método de pago (como método más habitual), antes del COVID, se situaba en un 28,6%, mientras que después del COVID se sitúa en un 39,3%. Un aumento de más de 10 puntos en cuestión de unos pocos meses.

De modo que nuestra primera conclusión de la encuesta es que el efecto de COVID ha provocado que la gente está mucho más dispuesta a utilizar el teléfono para realizar los pagos, lo cual es un dato que nos beneficia.

Conclusión 2:

En base a los resultados de la encuesta, podemos comprobar varios datos que son muy relevantes a la hora de crear nuestra aplicación. Por un lado, un 59,3% de los encuestados ya cuenta con su tarjeta integrada en el teléfono móvil, lo que provocaría que la accesibilidad de nuestra aplicación a su tarjeta bancaria sea mucho más sencilla. Por otro lado, a la hora de preguntar sobre la forma de pagar en un restaurante en función del número de comensales, nada más y nada menos que un 88,6% de los encuestados ha contestado que divide la cuenta entre el número de comensales que haya. Este dato parece no aportar nada a primera vista, pero si se entiende junto a otro dato, cobra mucho más sentido. Este dato es sobre cuál es la característica que más demandan en una aplicación de pago. Entre las tres características ofrecidas (rapidez, seguridad y adaptabilidad), un 45,7% de las respuestas valoraban más la adaptabilidad.

De esta forma, la conclusión que sacamos de estos datos es, que nuestra aplicación debe adaptarse de la forma flexible posible para poder garantizar a los usuarios poder dividir la cuenta entre todos los comensales. La forma de desarrollar esta opción sería dando la opción de poder conectarse entre ellos a través de la aplicación para pagar cada uno su importe correspondiente.

Conclusión 3:

Como última conclusión de nuestra encuesta, hemos podido identificar tres grandes grupos de personas entre los encuestados: Empleados, estudiantes y jubilados/prejubilados. Dentro de las respuestas encontramos más subgrupos, pero mucho menos significativos. Lo que estos datos nos muestran es que, FASTPAY no solo se debe centrar en un segmento de la población (jóvenes, por ejemplo) sino que personas de edades muy distintas (desde 20 años hasta 65) tienen la misma necesidad de pagar a través del móvil sin necesidad de intermediarios (TPV).

Otra conclusión que podemos incluir dentro de esta es que de los encuestados el 97,1% eran de nacionalidad española, por lo que nos hace reflexionar sobre cual sería la opinión de los extranjeros que vienen cada año a España, el cual es el país con más turistas del mundo. De modo que es importante saber su tendencia sobre este asunto, ya que sería un nicho de mercado muy atractivo.

La muestra de nuestra encuesta es de un total de 141 personas, en donde el 49,3% son hombres y el 50,7% son mujeres. De todos los encuestados, la variedad de edades es amplia, siendo la edad menor de 19 años y la más mayor de 87 años. Entre ambas edades encontramos respuestas de todas las edades, siendo la edad más repetida la de 22 años, la cual representa el 23% de todos los encuestados.

2.3 Análisis de la competencia

Los competidores directos para nosotros son aquellos que tienen su servicio en España, que como se puede observar la lista es muy pequeña.

Cabe mencionar en este apartado, que en la encuesta que hemos mencionado anteriormente, una de las preguntas hacía referencia a si los encuestados conocían una aplicación que les permitiese no hacer uso del datafono, y un 74,6% ha respondido que no, de modo que es un servicio desconocido por gran parte de la población, de modo que hoy en día la competencia no es muy alta.

Competencia directa en España:

- Watson App¹⁶: Es una empresa emergente española que nace con la intención de ofrecer un servicio muy similar al nuestro, pero enfocado de manera distinta. Su último proyecto se basa en intentar llegar a los hogares de los clientes, ofreciendo servicio a domicilio. Su servicio inicial consistía en poder escoger el menú directamente desde la aplicación y pagar a través de ella de la misma forma. El servicio, como podemos ver, es idéntico al nuestro, pero entendemos que esta aplicación no cuenta con ciertas características que demandaban en nuestra encuesta los clientes: sencillez y adaptabilidad (esta aplicación no da opción a dividir entre número de comensales)

¹⁶ <https://thewatsonapp.com/app>

Competencia fuera de España

- Alipay¹⁷: Se trata de una plataforma de pago a través del móvil que forma parte del gigante asiático Alibaba. La principal amenaza de este competidor es su gran capacidad económica, de modo que su entrada en España podría ser de manera muy agresiva. Esta aplicación, de origen chino, da un servicio que permite a los usuarios de Alibaba hacer pagos con su móvil, sin comisiones ni intermediarios, A su vez, permite hacer transferencias entre sus usuarios, algo que vemos muy atractivo para nuestra propia aplicación.

Por el momento esta aplicación no ha llegado a España, posiblemente por la falta de usuarios de Alibaba en nuestro país. Aún así, la capacidad de esta empresa nos hace pensar que es cuestión de tiempo que desembarque en España, de modo que debemos protegernos para evitar que nos eclipse.

2.4. Definición del producto. Marca. Posicionamiento

La entrada en un mercado que está cambiando tan rápido, en gran medida por el efecto del Coronavirus, se va a sustentar en una adaptabilidad continua por parte de nuestra aplicación, estando al día de todas las demandas de nuestros usuarios.

Nuestra aplicación se va a caracterizar por ser sencilla y adaptable a cualquier situación. Lo primero de todo, al abrir la aplicación lo primero que aparece es la cámara del teléfono abierta para escanear el QR aportado por el restaurante. A continuación, la página principal de la aplicación tendrá simplemente dos “apartados”: Uno por el cual se paga directamente la cuenta al completo, y otro por el cual se divide la cuenta entre el número de comensales, de modo que los usuarios seleccionan de sus contactos aquellas personas con las que van a dividir la cuenta, y la aplicación de manera automática establece el precio determinado de cada uno. Este apartado, al pulsarlo directamente te lleva a tu agenda de contactos, seleccionas los contactos, y a continuación seleccionas: “dividir a partes iguales” en donde el importe escaneado lo divide entre el número de contactos seleccionados, o puede seleccionar “establecer importe individual”, en donde, de manera manual, se establece cuanto tiene que pagar cada uno.

¹⁷ <https://intl.alipay.com/>

Al descargar la aplicación y darte de alta como usuario, la aplicación se vincula, con la aceptación del usuario, con la tarjeta que tenga integrada en su móvil (ApplePay o SamsungPay), y, en caso de no contar con esta opción, el usuario ingresara su tarjeta bancaria, escaneándola con la propia aplicación. De esta forma, a la hora de pagar, simplemente se tiene que escanear el QR, seleccionar la opción que se desee, y finalizar el pago pulsando un solo botón. El total del proceso, según la opción que se elija, será entre 10 y 30 segundos.

2.5 Plan de distribución

Al tratarse de una aplicación móvil, no tenemos la necesidad de tener una ubicación concreta. Otro tema sería la dirección fiscal de la sociedad, de la cual hablaremos en el apartado legal de este modelo de negocio.

De este modo, el canal de distribución de FASTPAY es 100% online, ya que los usuarios se descargarán y utilizarán nuestro servicio de forma online. Por otro lado, desde el punto de vista de los restaurantes, nuestra idea es estar presente en el mayor número de establecimientos posible en territorio nacional.

2.6 Plan de promoción/comunicación

Los objetivos fundamentales que nos hemos puesto en el inicio de este proyecto es darnos a conocer entre la población española, posicionar nuestra marca como una necesidad de la gente y conseguir un beneficio a corto plazo.

a) Plan de lanzamiento:

- Creación de una página web informativa tanto para consumidores como para establecimientos en donde se explique los beneficios y servicios que ofrecemos, así como la posibilidad de descargar la aplicación directamente desde dicha página web.
- Campaña de publicidad intensas en redes sociales a través de “influencers” y anuncios en diversas páginas de web y plataformas online. Atendiendo al presupuesto, se valora la posibilidad de realizar algún anuncio en la radio.
- Lanzamiento de una oferta temporal de tres meses para establecimientos, de modo que la tarifa durante este tiempo se vea reducida un 50%. Es una estrategia

arriesgada, pero es la más agresiva para conseguir que haya un mayor número de establecimientos que ofrezcan nuestro servicio

b) Plan de mantenimiento

- Para conseguir que el nivel de usuarios no decrezca una vez asentada la marca en el mercado, el plan de FASTPAY trata de sacar ofertas temporales en función de las temporadas.
- Para seguir creciendo como marca se pretende realizar distintas campañas publicitarias cada año, de modo que no pierda atracción sobre los usuarios.
- En función de nuestra base de datos de los clientes, se estudiarán las tendencias de los usuarios, para renovar en dirección de dicha tendencia la aplicación y su servicio

2.7 Determinación del precio de venta

La determinación del precio de venta de nuestra aplicación sigue las siguientes políticas: por un lado, los clientes de los establecimientos no tendrán que abonar ningún importe por el uso de la aplicación, de modo que para ellos será gratuito con el fin de conseguir una cuota de mercado de manera rápida. Por otro lado, los establecimientos si tendrán que abonar una tarifa fija por el uso de nuestra plataforma. Esta tarifa, a diferencia del servicio TPV que ofrecen los bancos, es fija y el importe no variará según el número de ventas.

Para promocionar nuestra plataforma entre los establecimientos en nuestra etapa de lanzamiento, sacaremos ofertas en donde se permita a los locales utilizar nuestro servicio de manera gratuita durante un número de meses (siempre y cuando firmen un contrato de fidelidad de una determinada duración).

Los gastos de nuestros servicios son muy escasos, de modo que el precio final de nuestra plataforma queda calculado de manera que resulta ser de 20 euros por establecimiento. El precio de nuestra aplicación es una de nuestras ventajas competitivas comparándolo con lo que se está pagando por el uso del TPV.

Actualmente un restaurante paga una comisión media que oscila entre el 0,1 y el 0,2 por ciento del importe total.

Si hacemos el cálculo basándonos en que el importe medio que paga un comensal es de 25 euros, la comisión que tiene que pagar el local por llevar a cabo la transacción es de 0,005. Si contamos que de media un restaurante cobrará 500 veces dicho importe al mes (como poco), la comisión total al mes será de 25 euros. Además, a esta comisión se le debe añadir otros pagos que debe hacer el establecimiento por el alquiler del TPV, lo cual es algo que se da en la mayoría de los restaurantes o cafeterías (dicho importe varía en función del banco y del contrato que haya firmado con ellos). Por lo que, en conclusión, es evidente que el ahorro que provocaría el uso de nuestra aplicación beneficiaria, a largo plazo, a muchos establecimientos, económicamente hablando.

2.8 Previsión de ventas

La aplicación no necesita de ningún establecimiento ni oficina para desarrollarse, de modo que el gasto a nivel inmobiliario es 0. Los principales gastos de la aplicación son el desarrollo inicial del software, su mantenimiento, y la publicidad que se le quiera dar a dicha aplicación. La aplicación será de uso exclusivo para restaurante y cafeterías en un principio, de modo que las ventas de nuestra aplicación estarán dirigidas a establecimientos de este sector.

Nuestra tarifa, como hemos dicho antes, será fija cada mes, de modo que no variará el ingreso por establecimiento, por lo que, para aumentar nuestros ingresos, debemos contar cada mes con nuevos clientes.

A modo de publicidad dentro de nuestra aplicación, contamos con unos ingresos extra, cuyo importe esta por determinar en función del número de descargar que tenga nuestra aplicación.

2.9 Punto muerto o umbral de rentabilidad

Ver punto 7.6

3. Hipótesis de negocio

Nuestro negocio es conocido como una startup, la cual recibe la definición de *“una empresa emergente, normalmente con un alto componente tecnológico, con grandes*

posibilidades de crecimiento y que, por lo general, respalda una idea innovadora que sobresale de la línea general del mercado”¹⁸

La definición de este tipo de empresas encaja a la perfección con la idea de negocio de FASTPAY, ya que es una idea emergente en España, al 100% digital y con una expectativa de crecimiento muy grande.

La visión de FASTPAY es crear un método de pago que se rápido, seguro y viable, que ayude a mejorar la calidad de vida de los clientes. Para ellos, establecemos las siguientes hipótesis: a) existe una necesidad por parte de los clientes de los establecimientos basada en hacer más simple el pago; b) Hay un gran segmento de clientes que estaría dispuestos a usar nuestra aplicación; c) En España apenas hay competencia en este mercado del pago mediante una aplicación

Para elaborar dichas hipótesis hicimos uso de una encuesta, la cual ya hemos mencionado anteriormente, y la cual pueden consultar en el anexo I. Con dichos resultados podemos afirmar que existe una gran parte de la población que está interesada en un servicio como el que venimos ofreciendo con FASTPAY.

Cabe mencionar, como es lógico, que la llegada de Covid-19 ha provocado que la población esta mucho más concienciada de la importancia que tiene el cuidado personal de la salud, de modo que muchas personas han buscado alternativas a sus acciones cotidianas que podían ser peligrosas, como es el método de pago, ya que el datáfono es un instrumento que esta en contacto con toda aquella persona que realice un pago con tarjeta de crédito, de modo que es una posible vía de contagio de enfermedades.

4. Plan de producción y compras. Localización

4.1 Ubicación

FASTPAY ofrece un servicio online tanto a consumidores como a establecimiento del sector de la restauración. Al ser una plataforma online, basada en una aplicación móvil, la necesidad de una oficina permanente no es necesaria. De este modo, la creación de esta aplicación se hará de manera remota, sin una ubicación exacta. A efectos legales, para la constitución de la sociedad, se utilizará el domicilio particular del creador de este negocio, es decir, el domicilio de Carlos Madruga Pérez-Mínguez.

¹⁸ ¿Qué es una ‘startup’?. (2021). 13 April 2021, <https://www.bbva.com/es/que-es-una-startup-2/>

Gracias al Covid-19, hemos podido comprobar que actualmente no es necesario tener una oficina para desenvolver un trabajo, y que gracias a las nuevas tecnologías desde el domicilio particular de cada empleado se puede realizar las mismas labores que en la propia oficina. Esto favorece a una empresa de nueva creación, como la nuestra, ya que nos ahorra un gran desembolso en inmovilizado.

4.2 Proceso de entrega del servicio

El proceso que va a llevar FASTPAY tiene la intención de ser lo más sencillo posible. La idea principal antes de sacar nuestro servicio es tener un software desarrollado y probado que garantice su buen funcionamiento desde el primer día. Para ello, se trabaja con dos informáticos, que formaran parte de la plantilla de la empresa, para desarrollar y mantener en buen estado el software y la aplicación.

Una vez desarrollado el software y la aplicación, se contactará con las compañías móviles para instalar nuestra aplicación en sus servidores (AppleStore, SamsungStore, GoogleStre, etc). Una vez finalizado este proceso de instalación, se hará una campaña publicitaria entre los establecimientos de Madrid capital para que conozcan el producto y sus beneficios. Al ser una aplicación dichos establecimientos solo necesitaran un ordenador con conexión para poder descargar el software y aplicarlo en su local. De modo que no hay ningún proceso de instalación que necesite de la presencia física de algún técnico de nuestro equipo. Sin embargo, sí que se dará cobertura de manera online para resolver los posibles problemas que pueda ocasionar dicha aplicación.

En el momento en que haya suficientes establecimientos con nuestro servicio instalado, se hará una fuerte campaña publicitaria, en donde se destinará gran parte de nuestra capital, para promocionar nuestra aplicación entre la población general.

Tras este proceso, la aplicación no necesita de ningún procedimiento adicional, simplemente de la descarga de los consumidores en sus teléfonos móviles.

4.3 Estrategia de crecimiento

La estrategia de crecimiento de FASTPAY pasa por ir de menos a más de manera constante. El objetivo a corto plazo es ir cogiendo nombre y fama en la ciudad de Madrid, hasta tal punto de ir evolucionando en nuevas ciudades, creciendo de manera exponencial dentro de nuestro territorio nacional. La idea a corto medio plazo es hacerse

un hueco en el comercio de la ciudad de Madrid, hasta ser suficientemente fuerte como para comenzar el servicio en distintas ciudades de España.

En un principio, la idea de nuestro servicio se mantendrá intacta, siendo rápida y sencilla en todo momento, pero en función de las necesidades de los clientes iremos evolucionando y añadiendo nuevos servicios relacionados con la restauración a nuestra aplicación (como puede ser, por ejemplo, una opción de comida a domicilio).

A largo plazo, se contempla la posibilidad de llevar a cabo nuestro servicio en países extranjeros con cierta similitud al mercado español, como puede Portugal, Italia o Francia. Para poder llevar a cabo dicha expansión, prevemos la necesidad de una refinanciación, de modo que es una opción que la mantenemos a largo plazo y que iremos valorando en función de cómo se desarrolle FASTPAY en nuestro país.

5. Plan de organización y recursos humanos

5.1 Política de Recursos Humanos

FASTPAY, como hemos mencionado en la introducción de este proyecto, estará compuesto por cinco socios y dos empleados, con el objetivo de crear una aplicación segura, adaptable y sencilla que mejore la calidad de vida de la sociedad. Como hemos dicho, estas características son el elemento diferenciador de nuestros servicios, por lo que es importante que nuestros recursos humanos tengan claro nuestro objetivo, compromiso y visión. Para ello, tanto los socios como los empleados que forman parte del equipo necesitan tener unos estudios básicos y una idea del negocio mínima para poder desenvolver un papel determinante dentro de la empresa. El equipo directivo está combinado por dos personas con mucha experiencia en el mundo empresarial, con experiencia en relaciones con clientes y con una visión del mercado más amplia y conocida que el resto de los componentes, los cuales son más jóvenes con ideas más modernas y actuales, los cuales aportan unas ideas alternativas y un espíritu motivador para sacar el proyecto adelante. El equipo directivo deposita su confianza en un gerente, el cual será Carlos Madruga Pérez-Mínguez. El cual desarrollara todo el negocio día a día, y tomará las decisiones diarias, rindiendo cuentas a los demás socios en las respectivas juntas de socios que se agenden.

Nuestro negocio, al no dar la cara al público, no tiene la obligación de tener un horario concreto. Al inicio del proyecto se invertirán muchas horas en el desarrollo del software

por parte de los empleados, mientras que el gerente deberá tomar aquellas decisiones relacionadas con el marketing, publicidad, y contacto con establecimientos para que dicha aplicación tenga una buena salida al mercado. Una vez instalada la aplicación, el tiempo que se invertirá por parte de los empleados será fundamentalmente de apoyo a clientes con problemas de descarga y de mantenimiento de la propia aplicación, de forma que los servidores nunca lleguen a saturarse y no haya una caída de nuestro servicio, lo cual afectaría de manera muy negativa a nuestra reputación. Las horas de trabajo de cada empleado serán repartidas de manera equitativa de forma que cada uno pueda desenvolver su trabajo de manera eficaz y productiva. La formación profesional será un requisito para formar parte de nuestra plantilla, ya que el conocimiento de la informática será fundamental para poder realizar el trabajo de manera eficaz.

5.2 Organización

FASTPAY, como hemos mencionado antes, estará formado por 5 socios y dos empleados. Uno de los socios, Carlos Madruga Pérez-Mínguez, será el director gerente de la sociedad. Como apoyo de este, habrá dos empleados que llevarán a cabo las labores de desarrollo y mantenimiento de la aplicación.

La jornada laboral será de lunes a viernes de 9 de la mañana a 18.00 hora de la tarde. Los fines de semana, uno de los empleados deberá hacer guardia de manera remota para posibles controversias que puedan darse con los clientes. Estas horas de guardia tendrán una remuneración especial y se alteran los fines de semanas entre los empleados. Entre semana, el servicio al cliente no continuará a partir de las 18.00 horas debido a que nuestro presupuesto no nos permite afrontar el coste salarial que ello conllevaría.

Las vacaciones se otorgarán según lo marcado por la legislación¹⁹.

5.3 Plan de contratación

El equipo humano que forma parte de FASTPAY es clave para que el proyecto tenga éxito. Para que este proyecto salga adelante es necesario en todos y cada uno de los miembros una gran motivación e ilusión por este proyecto, al igual que es necesario

¹⁹ Vacaciones anuales retribuidas (2021). 13 de abril 2021, de https://www.mites.gob.es/es/Guia/texto/guia_6/contenidos/guia_6_14_5.htm

un compromiso y un esfuerzo para conseguir que nuestro objetivo sea una realidad. Por ello es fundamental conseguir que cada persona que forme parte de esta idea, la sienta como suya, y ponga todo lo que esta en su mano para que tenga éxito. Toda aquella persona que tenga relaciona con este proyecto debe sentirse una parte fundamental del mismo y valorar su trabajo como esencial para el buen funcionamiento de nuestro servicio. La idea de nuestra sociedad es crear u ambiente de trabajo directo, en donde no haya nadie superior ni inferior, que todos sean considerados igual de importantes para el proyecto, de modo que los empleados tengo un sentido de pertenencia hacia la empresa y los directivos un sentid de compromiso hacia los empleados que sirva como guía para todo el equipo para que la idea prospere. La ida fundamental es que todos los pertenecientes a esta empresa se sientan incluidos en la misión y visión de FASTPAY.

El director gerente de la empresa ha sido acordado por los socios iniciales, y así queda escrito es los estatutos de la empresa. Los dos empleados que formaran parte de la empresa serán contratados por parte del mismo director gerente, quien tomara la decisión y se lo comunicará al resto de socios de la empresa.

La elección de estos empleados es una cuestión clave para el éxito de la empresa, ya que ellos son los que crearán la base del proyecto, de modo que sin su ayuda y colaboración esta idea de negocio no tendría ninguna salida posible al mercado. De modo que la selección por parte del director debe ser precisa y acertada, ya que el éxito de la empresa pasará, en un primer lugar, por una buena selección de estos empleados. Para que esta selección sea la mas acertada posible, primero se hará un recopilatoria del mayor número de currículums posibles. Una vez tengamos una base suficientemente amplia, haremos descarta en función del nivel de estudios y experiencia en algún sector o compañía de nuestro mismo ámbito. Una vez hayamos escogido una serie de candidatos, se procederá a realizar una entrevista con el director gerente, el cual recopilará su opinión y datos destacados de cada uno y valorará, informando al resto de la junta de socios, sus dos preferencias principales.

5.4 Política retributiva

La intención de FASTPAY es contar con el equipo más motiva y más involucrado en el proyecto. Lo cierto es que, al ser una empresa de nueva creación, nuestro presupuesto para retribuciones en un principio no será muy alto, de modo que nuestra

política será de pagar la media que se este dando en el sector²⁰. Sin embargo, con la intención de mantener motivado a los empleados, se dará un bonus en función de si los objetivos y beneficios de la empresa son mayores de los fijados y esperados. Dicho bonus será un porcentaje de dicha mejora de nuestro beneficio, el cual dependerá de diversos factores. A su vez, queremos compensar esa retribución monetaria baja con una retribución no monetaria, entendida esta como ciertos días extra libres al año. Para evitar confrontaciones entre los empleados, al ser un grupo muy reducido, la intención es otorgar a cada uno los mismos incentivos, tanto monetarios como no monetarios. De este modo, evitaríamos que alguno de lo empleados se vea desmotivado al ver que su retribución es inferior a la de sus compañeros que están realizando la misma tarea.

5.5 Evolución futura prevista de la plantilla

Al ser una plataforma online, el momento de mayor trabajo se dará al inicio, antes de lanzar la propia aplicación al mercado, en donde tenemos previsto contratar a dos empleados. De este modo, una vez que esta esté disponible en el mercado, el mayor trabajo que habrá será de mantenimiento, por lo que no se prevé tener la necesidad de contratar a algún empleado más. Sin embargo, al necesitar que los empleados hagan guardia los fines de semana, si el cumula de trabajo aumento durante esos días, si es posible que nos veamos en la necesidad de contrata a algún empleado que pueda ocupar ese puesto de trabajo durante esos días concretos.

Por lo que, la evolución de la plantilla dependerá del cumulo de trabajo que se dé en ciertos momentos temporales.

6. ÁREA JURÍDICO-FISCAL

6.1 Forma jurídica

Tras valorar las distintas posibilidades que se podían adoptar para formar la sociedad, se ha decidido que por las ventajas que presenta, la sociedad que se formará será una de responsabilidad limitada, conocida como sociedad limitada (S.L).

Este tipo de sociedades presentas las siguientes ventajas y desventajas²¹:

²⁰ Sueldos para Junior Software Developer (2021). 13 de abril 2021, de https://www.glassdoor.es/Sueldos/junior-software-developer-sueldo-SRCH_KOO,25.htm

²¹ Sociedad Limitada: características y ventajas (2021). 13 de abril 2021, de <https://www.infoautonomos.com/tipos-de-sociedades/sociedad-limitada-caracteristicas-ventajas/>

Ventajas:

- Por un lado, la responsabilidad de los socios está limitada al capital aportado por cada uno, de modo que no respondería con su propio patrimonio en caso de deudas de la sociedad
- Hay un número limitado de socios, el cual no puede ser superior a 50. En nuestro caso sería un número total de 6, por lo que no es un límite que nos afecte.
- Los socios pueden ser tanto trabajadores como simplemente socios capitalistas (que solo aportan el dinero). Además, esta forma de sociedad nos permitiría agregar nuevos socios en caso de ampliación de capital.
- En las sociedades de responsabilidad limitada, las cuestiones de mayor importancia se pueden votar en junta general de socios, siendo aprobada las decisiones en caso de mayoría.
- Esta forma jurídica nos permite escoger un tipo de administración de la propia sociedad. Las opciones posibles son: Administrador único (solo un administrador toma las decisiones), administradores solidarios (cada uno actúa por su cuenta, pero responden solidariamente), administradores mancomunados (las decisiones se toman de manera conjunta), u consejo de administración (más de 3 administradores). La escogida por FASTPAY es la de administrador único, siendo este Carlos Madruga Pérez-Mínguez.
- Los socios están cubiertos frente a las irregularidades que cometa el administrador único, el cual tiene la responsabilidad directa de la gestión de la sociedad.
- Uno de los puntos fuertes era lo barato que resulta constituir esta sociedad, siendo el gasto de alrededor de 600 euros.
- A diferencia de otras formas jurídicas, los impuestos que se debe pagar como sociedad está fijado en un 25%, mientras que, en otras, como la figura del autónomo, los impuestos ascienden progresivamente junto con los ingresos.
- La imagen de sociedad da más posibilidades de adquirir algún crédito por parte de una entidad bancaria debido a que otorga más confianza.
- En cuanto a temas burocráticos, resulta más sencillo este tipo de figura jurídica.

Desventajas²²:

- El capital social inicial se debe desembolsar íntegramente desde el día de su constitución
- La naturaleza de las transmisiones de las acciones de la sociedad queda limitada a lo establecido en los estatutos de la propia empresa, siendo la regla general que los otros socios de la empresa tengan preferencia sobre dichas acciones
- A pesar de haber menos burocracia la media para finalizar la constitución de este tipo de sociedad esta alrededor de los 40 días
- En muchas ocasiones, a la hora de solicitar financiación a un banco, si estos solicitan aun aval personal de los socios, la protección que esta figura jurídica nos otorga se vería discutida.

6.2 Obligaciones fiscales²³

Las obligaciones fiscales que nos aluden como sociedad de responsabilidad limitada se pueden enumerar de la siguiente manera:

1. Registrar el nombre de dicha sociedad: Para ello acudimos al Registro Mercantil Central, en donde solicitaremos que nos confirmen que el nombre FASTPAY no coincide con ninguna otra entidad y que se puede proceder a su registro. Una vez confirmado ello, tenemos 6 meses reservado dicho nombre, en donde deberemos registrar dicho nombre en el notario. En caso contrario, si transcurre dicho tiempo y no se registra ante notario, el nombre quedará libre nuevamente.
2. Cuenta bancaria a nombre de la empresa: Como hemos dicho anteriormente, una vez solicitada la creación de la empresa, se debe depositar íntegramente el capital social, el cual el mínimo exigido es de 3.000,06 euros. El certificado del banco corroborando dicho ingreso debe presentarse ante notario
3. Estatutos sociales: Uno de los requisitos básicos para la fundación de la empresa es la redacción de unas normas internas que se deben respetar y cumplir de manera estricta. Dichas normas, conocida como estatuto de la empresa, se

²² Autónomo o Sociedad Limitada. Ventajas e inconvenientes de estas formas jurídicas (2019). 13 de abril 2021, de <https://www.finanzarel.com/blog/autonomo-o-sociedad-limitada-ventajas-e-inconvenientes-de-estas-formas-juridicas/>

²³ Obligaciones fiscales (2021), 13 de abril 2021, de <http://www.ipyme.org/es-ES/EjercicioAct/OFiscales/Paginas/Obligaciones-fiscales.aspx>

incorporará a la escritura pública de constitución. Estas “normas” deben incorporar el tipo de sociedad (SL), la denominación de dicha sociedad, su objeto social y/o actividad empresarial de la misma, fecha de cierre de cada ejercicio, su domicilio social, el capital social inicial aportado y las participaciones en las que se divide, incluyendo su valor nominal, y la forma en la que se administrará la empresa.

4. Escritura pública: Es un trámite fundamental para poder inscribir la sociedad en el registro mercantil. Este paso es el más costoso de todo el procedimiento de fundación de una empresa y se debe hacer ante notario. Para llevar a cabo la escritura pública se debe presentar ante el notario: los estatutos, el certificado del registro mercantil centra aprobando el nombre, el certificado del banco con el importe en la cuenta de la sociedad y el documento de identidad de cada socio fundador.
5. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales²⁴: “Este impuesto no grava las operaciones descritas cuando se realizan por empresarios o profesionales en el ejercicio de su actividad empresarial o profesional”. Por lo dictado en el portal del contribuyente de la Comunidad de Madrid, no tendremos que hacer frente a este impuesto siempre y cuando dichas actividades se den dentro de la Comunidad, ya que, si se dieran en otra, si podría darse dicho impuesto.
6. Hacienda: En este trámite se solicitará a hacienda el Número de Identificación Fiscal (N.I.F), como las tarjetas y etiquetas identificativas de la sociedad. Por otro lado, se dará de alta a la empresa en el Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E). Por último, se hará la declaración censal, que es lo que conocemos como IVA.
7. Inscripción en el Registro Mercantil: Se deberá hacer en el Registro donde hemos fijado el domicilio social de la empresa. Hemos dicho en apartados anteriores que será en el domicilio del Administrador Único, por lo que deberá ser en el Registro Mercantil de Madrid

²⁴ Transmisiones patrimoniales onerosas (2021), 13 de abril, de http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1168934251138&language=es&pagename=Contribuyente/Pag e/CONT_Impuesto

8. Obtención del N.I.F definitivo: Una vez se haya aprobado y realizado de manera correcta todos los pasos anteriores, deberemos acudir a Hacienda para que nos canjeen, de manera definitiva, nuestro N.I.F que nos dieron de manera provisional anteriormente, produciendo esto la inscripción de la sociedad en el mercado y la posibilidad de operar con todos los requisitos legales exigidos tanto por la legislación española como por la legislación local de la Comunidad de Madrid.

6.3 Obligaciones laborales²⁵

A pesar de tener un número muy escaso de trabajadores externos, debemos cumplir todas las obligaciones laborales que nos impone la legislación española. En ese sentido, debemos cumplir con una serie de obligaciones, las cuales vamos a enumerar a continuación:

- Inscripción en la Tesorería de la Seguridad Social
- Presentación de los siguientes documentos: impreso de la inscripción de empresas TA-6, documento sobre que patronal dará cobertura de la incapacidad temporal de los trabajadores, una copia de la escritura de constitución de la sociedad, copia del Número de Identificación Fiscal (NIF), fotocopia del Documento de Identidad del administrador único, y copia de la declaración de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas
- Afiliación de cada trabajador y administrador en la Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social
- Dicha afiliación se hará oficial con la presentación del documento de declaración de alta TA 2 y fotocopia de Documento de Identidad de cada trabajador

6.4 Trámites Administrativos Generales

6.4.1 Licencia de Apertura de Actividad

Esta licencia es obligatoria es para todas aquellas empresas que cuenten con un local que se destine para la realización de su actividad, de modo que el ayuntamiento correspondiente debe otorgar el permiso para poder realizarlo, asegurando que no cause

²⁵ Obligaciones laborales (2021), 13 de abril 2021, de <https://gie.es/autonomos/laboral-autonomos/>

molestias a terceros. En nuestro caso, como hemos dicho anteriormente, no vamos a realizar nuestro trabajo desde una oficina central, sino que cada trabajador desarrollará su trabajo de manera remota desde su domicilio particular. De esta forma, la ley no nos obliga a solicitar dicho permiso, ya que nuestra actividad no realiza ninguna venta de cara al público ni causa ninguna molestia a terceros ni vecinos.

6.4.2 Requisitos Habituales

Dentro de los requisitos habituales la mayoría hacen referencia a locales que se adquieren o se arriendan para hacer uso de su actividad económica, debido a nuestra situación, no debemos cumplir ninguno de estos requisitos debido a que, como hemos mencionado en numerosas ocasiones, no contamos con ninguna oficina, ni local o establecimiento de cara al público.

6.4.3 Protección jurídica

FASTPAY nace como una idea de negocio que busca solucionar un problema en los métodos de pago actuales, los cuales están encadenados a unos intermediarios que no son realmente necesarios. Si esta idea tiene éxito, muchos competidores tratarán de hacer suya la idea e incorporarlos a sus propios negocios. Por ello, es importante que nuestra idea y nuestro servicio estén protegidos jurídicamente.

Para proteger debidamente nuestra aplicación móvil y nuestra idea en general debemos llevar a cabo una serie de trámites fundamentales. Lo primero que debemos tener en cuenta es que la ley que nos ampara es la Ley de Protección Intelectual²⁶, en concreto el artículo 95 y siguientes. Por otro lado, uno de los principales trámites que debemos acometer es la inscripción de FASTPAY en el Registro de Propiedad Intelectual²⁷. Encontramos otras vías para defender nuestra idea, como puede ser a través de un notario o directamente a través de Internet (ya sea por Safe Creative o Myfreecopyright).

²⁶ Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. (2021), 13 de abril 2021, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>

²⁷ Protección legal de las “apps”. Propiedad intelectual e industria (2018). 13 de abril 2021, de <https://fiscalblog.es/?p=4491>

De la misma forma, no debemos descuidar la protección de nuestra marca FASTPAY, al cual la debemos registrar en el registro de marcas y patentes. Al ser una aplicación móvil, tiene una atención especial el icono que identifique a nuestra aplicación, que también deberá ser registrado en dicho registro. Del mismo modo, nuestra marca debe clasificarse dentro de las actividades que distingue la Clasificación de Niza, el cual está compuesto por 45 epígrafes. Al ser una aplicación móvil, nuestra marca está clasificada en el epígrafe 9.

Por último, las aplicaciones móviles, al ser de fácil uso, es muy habitual que se produzcan descargar en otros países. Nuestra idea principal de negocio pasa por solo desarrollar nuestra actividad en España, pero si en un futuro el negocio se expande, sería recomendable tener una protección internacional de nuestra marca. Para ello, debemos registrar nuestra marca como una marca comunitaria.

7. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

7.1 Plan de inversiones iniciales

La inversión inicial que necesitaremos para poner en marcha nuestra idea de negocio asciende a 10.000 euros, que se desglosa de la siguiente manera: a) Compra de equipos informáticos b) Caja (soporte de Tesorería) c) Inversión en equipamiento (almacenamiento digital)

Adicionalmente, se prevé que la sociedad genere unos flujos de caja negativos. La forma de financiar dichos flujos negativos será mediante la aportación de los socios en forma de préstamos. Esta cantidad asciende a otros 10.000 euros.

7.2 Plan de financiación

Los planes de financiación de FASTPAY ha sido varias, pero la opción que más no atrae a los socios de la sociedad es la aportación particular de cada socio del dinero necesario para dar salida al negocio. De este modo, hasta que la empresa empiece a generar beneficios, el capital necesario será aportado por los socios, en concepto de préstamo que deberá devolverse en los plazos establecidos en los Estatutos de la Sociedad.

Al tratarse de una idea innovadora y la cual no tiene mucha competencia en España, nos planteamos hacer una ronda de financiación por distintos bancos y fondos de inversión presentes en nuestro país. Sin embargo, valorando la baja aportación inicial necesaria y

la capacidad de cada uno de los socios de hacer frente a dichos préstamos, decidimos llevar a cabo nuestra financiación de la forma que hemos mencionado anteriormente, ahorrándonos así intereses y los posibles requerimientos de los inversores acerca nuestro modelo de negocio.

Por otro lado, una vez la empresa haya alcanzado un nivel considerado de beneficios y haya alcanzado una cuota de mercado de gran magnitud, consideraremos la posibilidad de realizar dicha roda de financiación para obtener el capital necesario para expandir nuestro servicio a otros países.

7.3 Sistema de cobro a clientes y pago a proveedores

7.3.1 Cobro a clientes

Como hemos explicado a lo largo de todo el modelo de negocio, nuestros servicios se dirigen tanto a consumidores del sector de la restauración como a los propios establecimientos de este sector. La cooperación de ambos es necesaria para que esta idea tenga sentido y tenga éxito, pero los que harán que nuestra empresa tenga beneficios son los establecimientos, pues son ellos los que nos abonarán las tarifas mensuales.

El sistema de cobro esta pensado como una mensualidad fija en donde los establecimientos deberán abonarnos el importe fijado a través de una transferencia. Nuestro sistema de cobro no acepta, en un principio, el pago en efectivo.

7.3.2 Cobro a proveedores

Nuestro principal y único proveedor será la empresa subcontratada de almacenamiento en la nube. Esta empresa nos permitirá tener el espacio suficiente para almacenar toda la información de nuestros usuarios, así como la capacidad para soportar el nivel de descargas y operaciones realizadas a través de nuestra aplicación.

La empresa más atractiva para todos los socios de FASTPAY es Amazon Web Services debido a que sus servicios no solo incluyen lo que hemos mencionado anteriormente, sino que aporta una estrategia y una visión sobre nuestro propio negocio que nos puede ayudar a crecer y expandirnos a una mayor velocidad. Una de las características de Amazon Web Services es su flexibilidad y adaptabilidad en los cobros de sus servicios, algo que nos atrae a todos los socios de la sociedad.

Por otro lado, otra de las políticas de Amazon Web Services es la disminución del precio al tiempo que aumente el uso del almacenamiento, al igual que la congelación de la tarifa si el almacenamiento deja de utilizarse durante un periodo de tiempo.

De este modo la empresa seleccionada para proveernos la capacidad suficiente tanto en la nube como de servidores será Amazon Web Services. Gracias a la adaptabilidad de Amazon, el cobro que proponemos es cada 60 días.

7.4 Previsión de la cuenta de resultados

7.4.1 Ventas

Las ventas que esperamos adquirir los vamos a dividir en función del año.

A continuación, se muestran los ingresos que esperamos en el primer año completo, teniendo como media de establecimientos en cartera de 200.

Ingresos mensuales	4.000,00 €
Ingresos trimestrales	12.000,00 €
Ingresos anuales	48.000,00 €*

*En los ingresos anuales debemos tener en cuenta que el primer trimestre lanzaremos una oferta de forma que nuestros clientes disfruten de nuestro servicio de manera gratuita, de forma que el ingreso final del primer año completo sería de 36.000,00 euros.

En el segundo año esperamos que nuestros ingresos aumenten considerablemente debido al aumento de establecimientos que ofrezcan nuestro servicio. De este modo, para realizar la previsión de ventas del segundo año hemos escogido una media de 500 establecimientos:

Ingresos mensuales	10.000,00 €
Ingresos trimestrales	30.000,00 €
Ingresos anuales	120.000,00 €

7.4.2 Otros ingresos

Con motivo de la publicidad digital que cada día es más influyente en la sociedad, hemos considerado la posibilidad de establecer anuncios en nuestra aplicación a cambio de un importe determinado. Realizando un estudio de las cuotas que se están dando en la actualidad, hemos decidido que la forma de pago será en función del número de

impresiones. Esta forma de pago es la más común en las redes sociales, de modo que en función de cuanta gente haya visto tu anuncio, pagarás más o menos. Estudiando el mercado, hemos podido observar que se cobra por dicha publicidad cada vez que el anuncio haya logrado mil impresiones. De esta forma cada anunciante deberá pagar 200 euros por cada mil impresiones.

7.4.3 Escenario de ingresos

Desde FASTPAY se considera que en una situación favorable empezará a hacer beneficios a partir de finales del primer año, debido en gran parte por la baja inversión que se debe hacer desde un principio. Sin embargo, hemos establecido tres escenarios distintos en donde en función del número de clientes que tengamos, los años variaran para obtener dicho beneficio. Estos tres escenarios son:

ESCENARIO NORMAL			
Año	1	2	3
Ingresos	48.000,00 €	120.000,00 €	216.000,00 €
%		150%	80%

ESCENARIO OPTIMISTA			
Año	1	2	3
Ingresos	54.000,00 €	168.000,00 €	360.000,00 €
%		211%	114%

ESCENARIO PESIMISTA			
Año	1	2	3
Ingresos	28.800,00 €	36.000,00 €	72.000,00 €
%		25%	100%

Como se puede comprobar, en todos los escenarios consideramos que habrá algún año en donde haya un salto considerable en cuanto a ingresos se refiere. De este modo, en el escenario normal esperamos que ese salto se de una vez ya entrados en el año 2. En el escenario optimista esperamos que ese salto en ingresos se de a finales del año 1 o principio del 2, y en e escenario pesimista confiamos en que se en el año 3.

7.4.4 Gastos

Los gastos que deberá acometer FASTPAY se van a establecer de la siguiente forma:

Por un lado, tendrá los gastos de personal, que como hemos mencionado serán un total de dos empleados en un principio, ya que el socio director no cobrará hasta que empresa obtenga beneficios. De esta forma el gasto en personal será de 2.100 euros brutos por cada uno, de modo que: GASTO PERSONAL MES: 4,200 EUROS; GASTO PERSONAL ANUAL: 50,400 EUROS.

Por otro lado, están los gastos en marketing, que como hemos mencionado a lo largo de este plan de negocios, resulta ser un factor muy importante para el éxito de FASTPAY. El desembolso inicial que queremos realizar los socios de FP es de 5,000 euros. Sin embargo, dicha cantidad aumentará en función de las distintas campañas que se vayan realizando. El gasto inicial en este concepto nos gustaría a todos los miembros de la junta de socios que fuera mayor, pero el importe de gasto de personal hace que la inversión inicial solo nos deje destinar esa cantidad a marketing.

7.5 Balance de situación

En este apartado vamos a detallar las previsiones durante los tres primeros años. Como se va a poder apreciar es un balance escueto y sencillo, ya que el negocio en sí es muy básico:

	AÑO 0	AÑO 1
ACTIVO	25000	24572
No corriente	5000	4572
Inm. Material		428
Inm. Intangible	5000	5000
Corriente	20000	20000
Banco	20000	20000
clientes		
PASIVO	25000	24572
Cp	5000	4572
Amort		428
Deuda cp		
Proveedores	5000	5000
Lp	0	0
Deuda Lp		
Recursos Propios	20000	20000
Capital	20000	20000
préstamo		
Reservas		

7.6 Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio de pasa por encontrar aquella cifra en donde la sociedad tiene los ingresos suficientes para que la resta de los gastos a dicha cifra de ingresos de cero. De esta forma, teniendo en cuenta los gasto en personal, marketing y mantenimiento de la aplicación, el punto de equilibrio de FASTPAY se situará en 65,400 euros anuales. Para calcular este punto de equilibrio hemos tenido en cuenta el gasto en personal, el gasto en marketing y el gasto en mantenimiento, del cual hemos estimado que será de unos 10,000 euros anuales.

De esta forma, cuando FASTPAY cuente con 272 establecimientos, será cuando consiga dicho punto de equilibrio.

8. CALENDARIO Y EJECUCIÓN

8.1 Planificación actividades creación empresa

Para la creación de esta empresa vamos a seguir un plan de actividades que tiene comienzo en verano de 2020, cuando se gestó la idea de este negocio y empezamos a pensar como sería su estructura y su funcionamiento.

El comienzo real y serio de esa idea empieza con la elaboración de este modelo de negocio, que es, de la misma forma, un trabajo de fin de grado para la asignatura de ADE. Gracias a los planteamientos que se han expuesto, hemos podido clarificar la viabilidad del proyecto y hemos podido detallar de forma específica las actividades a realizar para poner en marcha el proyecto.

En un primer lugar, lo primero sería llegar a un acuerdo definitivo entre los socios y ante notario sobre la cantidad que debemos aportar cada uno para dar comienzo a FASTPAY. Como hemos dicho anteriormente, la cantidad acordado es de 10.000 euros entre todos los socios de manera inicial. Una vez acordado el capital inicial, deberemos seguir los procedimientos que se nos exige legalmente para la creación de la empresa, para que así sea reconocida en el mercado español y, a su vez, tenga protección jurídica. Estos pasos por seguir son los siguientes: 1. Registro en el Registro Mercantil Central, en donde se nos otorga la certificación negativa del nombre, entre otras cosas; 2. Certificado del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, en donde se nos da la calificación como sociedad laboral y los permisos pertinentes para ello; 3. Acudiremos al notario para formalizar la escritura pública, presentando los documentos que hemos mencionado en otros apartados; 4. Certificado de la Consejería de Hacienda de la Comunidad de Madrid, en donde se nos dictará aquellos impuestos que debemos afrontar, como es el impuesto por transmisiones patrimoniales o los actos jurídicos documentados. Cabe mencionar en este punto que las sociedades laborales gozan con carácter general de una bonificación de hasta el 99% en los impuestos que acabamos de mencionar: Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Del mismo modo, hay una exención en los impuestos sobre las cuotas devengadas por operaciones societarias de constitución y aumento de capital, sobre el registro de dichas sociedades laborales en el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, lo que conlleva los impuestos por inscripción de la sociedad en el Registro de Sociedades Laborales, en el Registro Mercantil, la inscripción en la Agencia Tributaria y la obtención del Número de Identificación Fiscal.

Además de este procedimiento, debemos realizar otros procedimientos, que ya hemos mencionado en el apartado jurídico de este modelo de negocio, debemos registrar nuestra idea en el registro de propiedad intelectual para que nuestra aplicación obtenga una protección jurídica y no encuentre a competidores que plagien nuestra idea

de negocio. A su vez, para proteger jurídicamente nuestra marca debemos registrar nuestro nombre y logo en el Registro de Marcas y Patentes.

El siguiente paso sería la adquisición de los equipos informáticos, así como la subcontratación de los servidores y los servicios de almacenamiento en la nube. Los equipos que se adquirirán serán tres ordenadores portátiles de última generación de máxima capacidad con software de Microsoft. Junto a estos ordenadores se adquirirán tres pantallas de ordenador para poder duplicar las pantallas. El coste total de estas adquisiciones sería de 650 euros por ordenador y 80 euros por pantalla, de modo que el desembolso inicial en informática sería de 2190 euros.

A este desembolso hay que añadir la subcontratación de una empresa que nos aporte los servidores y el almacenamiento en la nube. Como ya hemos mencionado en apartados anteriores la empresa principal seleccionada por la junta de socios sería Amazon Web Services, el cual nos daría los servicios que demandados más otros que nos pueden hacer falta en futuras operaciones. El contrato que se firmaría con esta empresa está por definir, debido a que se debe presentar la idea de negocio y nuestras preferencias de pago, que como hemos mencionado, sería cada 60 días.

Tras la adquisición de los dispositivos y la contratación de la empresa proveedora de servidores y almacenamiento, procederemos a realizar nuestra campaña de marketing para darnos a conocer entre la población. Como ya hemos comentado, nuestro primer foco de negocio será la ciudad de Madrid, por ser la ciudad de España con mayor número de establecimientos del sector de la restauración, por el gran flujo de gente, ya que, al ser la capital, la mayor parte de ellos negocios se producen aquí, y por último, por ser la ciudad en donde residimos todos los integrantes de FASTPAY, lo cual hace que sea más fácil resolver los problemas típicos de una empresa de nueva creación.

La principal campaña de marketing que queremos llevar a cabo desde FASTPAY pasa principalmente por las redes sociales, ya que estas tienen un gran impacto en la sociedad actual. De este modo, contactaremos con empresas dedicadas al marketing de redes sociales, las cuales cuentan con una base de "influencers" con una gran atracción por parte de los usuarios de las redes sociales que haría que nuestra marca cogiese fama de manera rápida y eficaz. Cabe mencionar que antes de comenzar esta campaña, nuestro software y nuestra aplicación ya estaría al cien por cien desarrollada y probada, de modo que en cuanto salga en redes sociales los potenciales usuarios ya puedan descargarla. El

coste de esta campaña de marketing dependerá del número de influencers que queramos que hagan campaña de nuestra marca. Nuestra idea es que sean un par de influencers por cada grupo de edad, es decir, entre 18 y 30 años queremos que haya unas cuatro influencers que den a conocer nuestra marca, entre 30 y 45, queremos que haya otras dos influencers y de 45 en adelante otras dos que den voz a nuestra idea. Gracias a esta empresa podemos detectar que influencers son las que tienen ese perfil de seguidores, lo cual haría mucho más eficaz la campaña de publicidad de nuestro proyecto. EL mercado de marketing en redes sociales esta en alza, siendo los precios cada vez mas elevados. Nuestra idea es invertir 5.000 euros en la campaña.

Otra campaña de publicidad que teníamos en mente era realizar un anuncio en la radio, pero hemos decidido entre los socios posponer dicho anuncio para la próxima campaña, para abaratar de esta forma el coste en publicidad del primer año.

Al mismo tiempo, para llegar de la misma forma los establecimientos, haremos un buzoneo por la zona centro de Madrid capital. De esta forma, el director gerente en persona, junto con otro socio colaborador, realizaremos un recorrido por la zona de la calle de Ponzano, Chamberí, calle Miguel Ángel, así como la zona de la almendra central, en donde daremos un folleto a cada establecimiento para que conozcan de primera mano nuestro servicio. El coste de este buzoneo será el coste de imprenta de los folletos. Nuestra idea es no invertir más de 50 euros en la impresión de los folletos.

Tras la campaña de marketing tanto en redes sociales como por las calles de Madrid, el siguiente paso/objetivo de FASTPAY será llegar a cuerdos con cadenas de restauración o franquicias para conseguir proponer ofertas a nuestros usuarios en dichos establecimientos, creando una sinergia que beneficiaría a ambas partes.

Más allá de eso, los siguientes pasos de FASTPAY irán desarrollándose al mismo ritmo que va evolucionando nuestra aplicación y nuestra cuota de mercado.

9. Resumen ejecutivo

Para realizar el resumen ejecutivo de FASTPAY, hemos querido recopilar las preguntas que haría cualquier inversor que despierte cierto interés por nuestro proyecto:

¿Qué necesidad por cubrir habéis detectado?

El mundo y la sociedad evoluciona cada año a un ritmo más acelerado y todos los mercados y sectores se adaptan a ello evolucionando y desarrollando servicios y/o actividades que se adapten a dicha evolución. En nuestro mercado de los métodos de pago, también existe dicha evolución, pero sigue actuando un intermediario que no deja que dicha evolución sea acorde a la sociedad. Dicho intermediario es el Terminal de Punto de Venta (conocido como TPV). Este elemento es necesario para pagar sino se hace en efectivo, es decir, paguemos con tarjeta física, móvil o incluso con un reloj, debemos hacerlo a través del TPV.

Esto produce los siguientes problemas:

- Pérdida de tiempo por parte de los clientes de los establecimientos, ya que para terminar con el pago deben: pedir la cuenta, solicitar el uso del TPV, y finalmente, abonar el precio correspondiente
- Gasto extra para los establecimientos, ya que por cada venta deben pagar una comisión, que suele ser entre el 0,1% y el 0,2% de importe total de cada venta, además de las comisiones correspondientes de cada banco.
- Falta de seguridad para los clientes. Con el COVID hemos podido darnos cuenta de que debemos extremar la precaución en temas de higiene. El TPV es un dispositivo que mantiene contacto con todo aquel cliente que pague con tarjeta, móvil o relojes, siendo evidente que es un potencial medio de contagio, ya que, por lo general, solo hay uno o dos terminales de punto de venta en cada establecimiento.

Por ello, nosotros lanzamos FASTPAY, una aplicación que permite el pago a través del móvil sin necesidad de dicho intermediario.

¿En qué consiste el negocio?

Nuestro negocio es una aplicación móvil en donde, a través de la cámara del dispositivo móvil, se escanea un código QR, que proporciona el establecimiento, y te permite realizar el pago correspondiente directamente, ya sea de manera conjunta o de manera separada. El QR proporcionado por el establecimiento está vinculado con su cuenta corriente, de forma que al realizar el pago a través del móvil el importe va directamente a dicha cuenta.

Los beneficios para los clientes de FASTPAY son los siguientes: seguridad, rapidez, ahorro y adaptabilidad.

- Seguridad: en cuanto a la higiene, gracias a esta APP no tendrás la necesidad de tocar nada que pueda provocar el contagio de alguna enfermedad. En cuanto a la seguridad personal, FASTPAY cumple con toda la normativa respecto a la protección de datos y el uso de estos.
- Rapidez: FASTPAY otorga la ventaja de no depender de ningún dispositivo adicional, ya que el QR aportado por los establecimientos será fijo en cada mesa, al igual que los menús hoy en día. De esta forma con solicitar la cuenta con el importe total se puede abonar el precio.
- Ahorro: Los establecimientos solo tendrán una tarifa fija por el uso de esta aplicación, que será de 20 euros mensuales. Por lo contrario, con el TPV debe asumir unas comisiones por cada venta y por el mantenimiento de este, de forma que pasaría de tener un gasto variable e incierto a uno fijo y seguro.
- Adaptabilidad: Nuestra aplicación se adapta a las necesidades de los clientes, dando la posibilidad de abonar el importe de manera individual o de forma conjunta.

¿Cuáles son las fuentes de ingresos?

El abono mensual de la tarifa mencionada anteriormente es la principal fuente de ingresos de FASTPAY. Se trata de una tarifa fija que no varía en función de las ventas o del importe de cada venta, como si ocurre en el caso del TPV.

Otra fuente de ingresos es la publicidad online que se dará en nuestra aplicación, pero esta será una fuente de ingresos secundaria.

¿Cuándo se llegará al punto muerto o punto de equilibrio?

El punto de equilibrio se logrará cuando se alcance la cifra de 65,400 euros anuales. Para ellos se necesita que 272 establecimientos hagan uso de nuestro servicio.

¿Quiénes son los emprendedores?

Los creadores de este proyecto como cinco socios:

- Socio director: Carlos Madruga Pérez-Mínguez

- Socios monetarios: Carlos Madruga Rael, Mónica Pérez-Mínguez, María Madruga Pérez-Mínguez, Rocío Madruga Pérez-Mínguez

¿Qué experiencia tienen?

El socio director del proyecto es recién graduado en ICADE en Administración y Dirección de empresas y Derecho, habiendo hecho prácticas en cuatro empresas distinta a lo largos de estos cinco años de Universidad: Deloitte, Ernst & Young, HM Hospitales y PAI Partners.

Por otro lado, Carlos Madruga Rael y Mónica Pérez-Mínguez llevan mas de 20 años al frente de su propia empresa, encargándose el primer de ellos del área económica-financiera, y la segunda de ellos del área de Recursos Humanos. Del mismo modo, Rocío Madruga Pérez-Mínguez es técnica de inspección del Banco de España, habiendo aprobado la oposición para ello. Y, por último, María Madruga es trabajadora del sector de la consultaría, formando parte de la plantilla de PwC.

¿Porqué creemos que el negocio funcionará?

Estamos seguros de que este proyecto puede ser rentable y exitoso debido a que estamos dando a nuestros clientes la posibilidad de ahorrar una cantidad considerable de dinero al mes, lo cual es fundamental en esta etapa post-COVID, en donde se espera una grave crisis económica. A su vez, estamos restando tiempos de espera y sumando seguridad a los clientes, algo que está en la mente de la población mundial actualmente.

En conclusión, FASTPAY es **un método de pago fiable, simple y rápido que busca hacer la vida más fácil a la sociedad.**

10. Conclusiones

Tras el estudio del mercado y la realización de este modelo de negocio para asimilar y afrontar la viabilidad de nuestro proyecto, los socios de FASTPAY hemos sacado una serie de conclusiones:

- Nos afirmamos en nuestra idea de que existe una necesidad entre los clientes del sector de la restauración: cada día observamos que los consumidores tienen la

necesidad de hacer las cosas de manera rápida, y una de esas cosas que no se adapta a dicha necesidad es la forma de pago en dichos establecimientos.

- Se puede ayudar de manera considerable al sector de la restauración lanzando un servicio que puede ahorrarles hasta más de un 90% en comisiones.
- Por otro lado, nos hemos dado cuenta de que la publicidad el marketing es una de las claves en la actualidad para que un proyecto tenga éxito: la clave está en que la gente conozca lo que vendes constantemente.
- A su vez, hemos coincidido todos los socios que es fundamental para la creación de la empresa tener una buena organización interna, ya que debido a los grandes procesos burocráticos que hay en España, es necesario llevar un orden para hacerlo de la manera correcta y no gastar más de lo necesario.
- A nivel general, tras el COVID 19 hemos podido comprobar que se aproxima una crisis que, se presume, va a tener un gran impacto en la sociedad española. Por ello, nos motiva lanzar un servicio que puede ayudar a un sector que se ha visto muy perjudicado por la pandemia.
- Por último, a nivel económico, sentimos que el proyecto tiene viabilidad financiera debido a que el importe inicial es francamente escaso, y los gastos en mantenimiento, personal y desarrollo son asumibles con el capital aportado por los socios.

11. Bibliografía

- **Watson App. (2021) *Pagar en restaurantes*. Recuperado de <https://thewatsonapp.com/app>**
- **BOE-A-2018-16673 *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales*. (2018), recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>**
- **Martin Serra A. (2019). *Comparativa de TPVs en España: BBVA, La Caixa, Cajamar, Bankia, Banco Sabadell, Bankinter, Banco Santander, Abanca* |**

- Honesting. Recuperado de <https://www.honesting.es/comparativa-de-tpvs-en-espana-bankinter-banco-sabadell-bankia-bbva-abanca-cajamar/>
- Deloitte España (2021). *El impacto económico del COVID-19* <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/impacto-economico-del-covid19.html>
 - *Enviar y recibir dinero de forma fácil, rápida y segura.* (2021). Recuperado de <https://bizum.es/>
 - Food F. (2021). *España registra una caída del 50% en los pagos en efectivo.* Recuperado de <https://financialfood.es/espana-registra-una-caida-del-50-en-los-pagos-en-efectivo/>
 - El Mundo (2020). *España, el país con más bares y restaurantes del mundo, pide convertirlos en Patrimonio de la Humanidad.* Recuperado de <https://www.elmundo.es/viajes/espana/2020/06/19/5eeb49defdddf66b8b4587.html>
 - López C. (2018). *Estadísticas sobre el sector de la restauración en España.* Recuperado de <https://mapalsoftware.com/estadisticas-sobre-sector-de-la-restauracion-espana/>
 - Statista (2020). *Gasto anual en alimentación fuera del hogar en España* | Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/572764/gasto-anual-en-alimentacion-fuera-del-hogar-en-espana/>
 - El confidencial (2019). *La comida rápida lidera las aperturas de restauración en España este año.* https://www.elconfidencial.com/empresas/2019-08-02/restauracion-restaurantes-franquicias-hosteleria_2157615/
 - Instituto Nacional de Estadística (2021). *Población por edad (grupos quinquenales), Españoles/Extranjeros, Sexo y Año,*

<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t20/e245/p08/10/&file=01002.px&L=0>

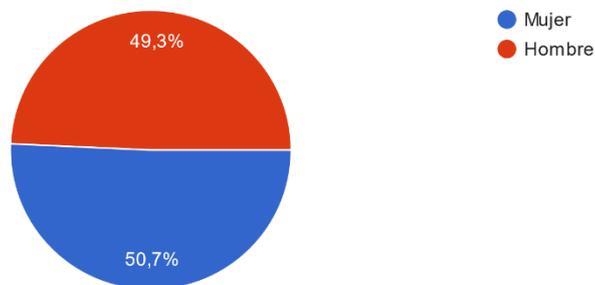
- Statista (2020). *Los pagos móviles en España*. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/3969/los-pagos-moviles-en-espana/>
- Statista (2021). *Restaurantes y bares en España*. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/6557/la-restauracion-en-espana/>
- BBVA (2018) *¿Qué es una ‘startup’?* Recuperado de <https://www.bbva.com/es/que-es-una-startup-2/>
- Malo Valls L. (2018) *Protección legal de las “apps”. Propiedad intelectual e industria (2018)*. Recuperado de <https://fiscalblog.es/?p=4491>
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la *Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia*. (1996) Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>
- GIE autónomos (2020). *Obligaciones laborales*, Recuperado de <https://gie.es/autonomos/laboral-autonomos/>
- Marqués Solla M (2019). *Autónomo o Sociedad Limitada. Ventajas e inconvenientes de estas formas jurídicas*. Recuperado de <https://www.finanzarel.com/blog/autonomo-o-sociedad-limitada-ventajas-e-inconvenientes-de-estas-formas-juridicas/>
- Ministerio de industria, comercio y turismo (2021). *Obligaciones fiscales*. <http://www.ipyme.org/es-ES/EjercicioAct/OFiscales/Paginas/Obligaciones-fiscales.aspx>

- **Glassdoor (2021) *Sueldos para Junior Software Developer*. Recuperado de https://www.glassdoor.es/Sueldos/junior-software-developer-sueldo-SRCH_KO0,25.htm**
- **Infoautónomos (2021) *Sociedad Limitada: características y ventajas*. Recuperado de <https://www.infoautonomos.com/tipos-de-sociedades/sociedad-limitada-caracteristicas-ventajas/>**
- **Ministerio de trabajo (2021). *Vacaciones anuales retribuidas (2021)*. Recuperado de https://www.mites.gob.es/es/Guia/texto/guia_6/contenidos/guia_6_14_5.htm**
- **Alipay (2021) <https://intl.alipay.com/>**

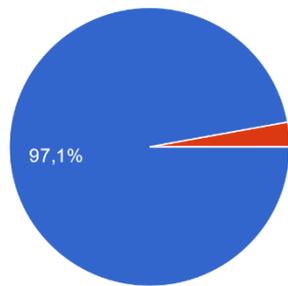
12. Anexos

I. Respuesta de la encuesta

Sexo
140 respuestas

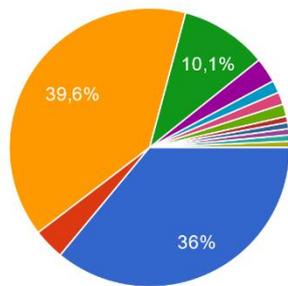


Nacionalidad
140 respuestas



- Española
- Extranjero

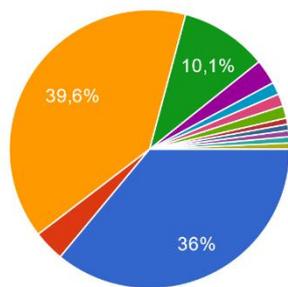
Situación laboral
139 respuestas



- Estudiante
- Desempleado
- Empleado
- Jubilado/prejubilado
- Empresario
- Autónoma
- Ama de casa
- Autónomo

▲ 1/2 ▼

Situación laboral
139 respuestas

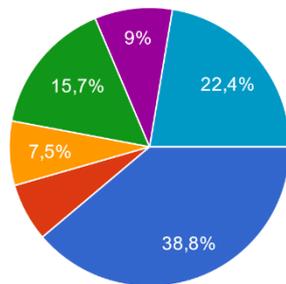


- Ama de casa
- Empresario
- Autónoma
- Estudio y trabajo
- autonomo

▲ 2/2 ▼

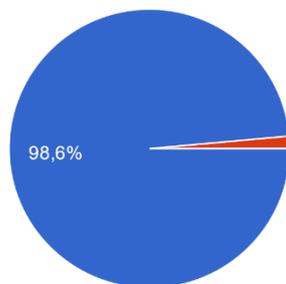
Salario mensual

134 respuestas



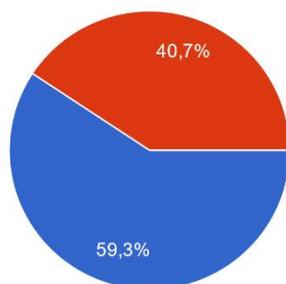
¿Tiene tarjeta de crédito/débito?

139 respuestas



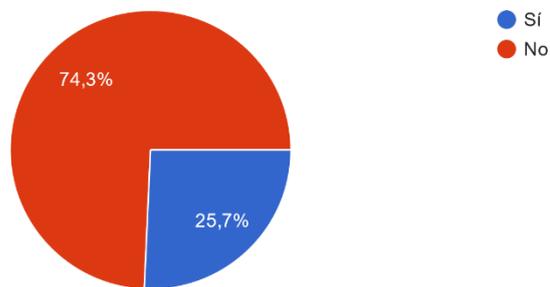
¿Tiene su tarjeta integrada en su teléfono móvil?

140 respuestas



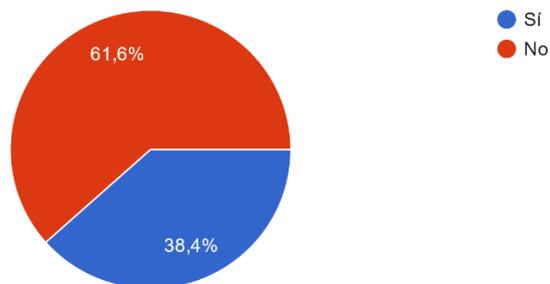
¿Utiliza usted alguna aplicación para pagar en restaurantes?

140 respuestas



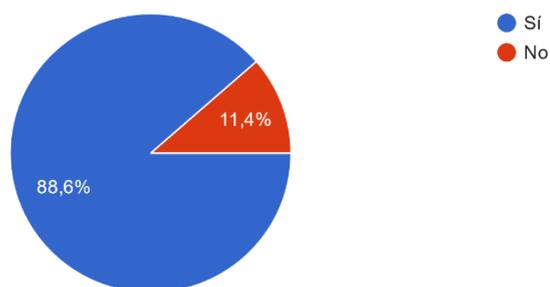
¿Tiene usted alguna aplicación en donde pueda controlar los pagos realizados en restaurantes cada mes?

138 respuestas



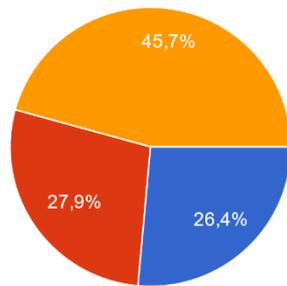
¿Suele dividir la cuenta de un restaurante entre el número de comensales?

140 respuestas



¿Qué valora usted más a la hora de pagar la cuenta en un restaurante?

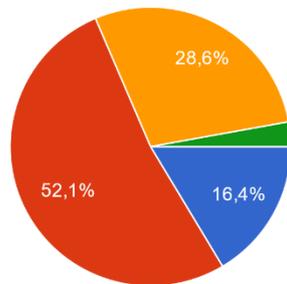
140 respuestas



- Rapidez
- Seguridad
- Adaptabilidad (adaptarse a diferentes formas de pago: en conjunto o separado, por ejemplo)

Antes del Covid, ¿Cuál era su método de pago más habitual en un restaurante?

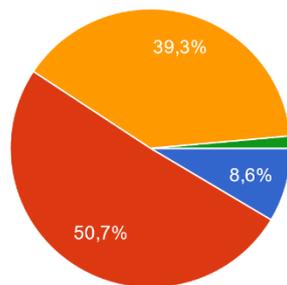
140 respuestas



- Efectivo
- Tarjeta de crédito/débito física
- Pago con tarjeta a través del móvil
- TicketRestaurant o similar

Con la llegada del Covid, ¿Que método utiliza más frecuentemente en un restaurante?

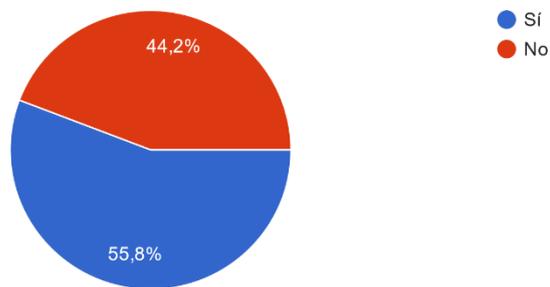
140 respuestas



- Efectivo
- Tarjeta de crédito/débito
- Pago con tarjeta a través del móvil
- TicketRestaurant o similar

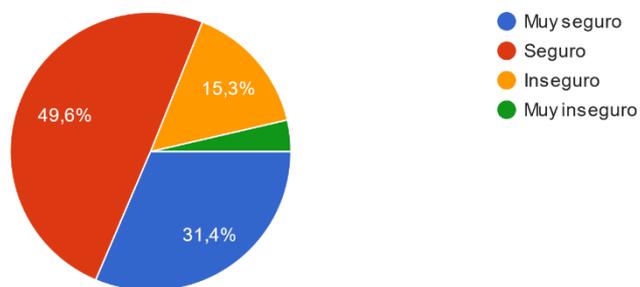
¿Ha pagado alguna vez una cuenta de restaurante a través de su teléfono móvil?

138 respuestas



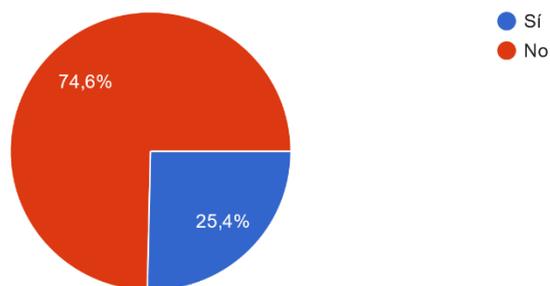
¿Cómo considera de seguro el uso del teléfono móvil para realizar pagos en un restaurante?

137 respuestas



¿Conoce alguna forma de pago, en un restaurante, que evite el uso del datáfono? (excluyendo el efectivo)

138 respuestas



¿Creé usted que le daría uso a una app que evitase el uso del datáfono?

137 respuestas

