



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ICADE

# **PLAN DE NEGOCIO DE UNA START-UP: Bill-Save**

Autor: Ignacio Gallastegui Martín-  
Mendiluce

Director: Juan Antonio Gil Serra

MADRID | Junio 2023



## **RESUMEN**

La superación del método tradicional de almacenamiento y gestión de tickets y facturas físicas en papel constituye un reto al que se enfrenten actualmente las Pymes y los autónomos, jugando un papel fundamental en este proceso la digitalización del proceso empresarial y la sostenibilidad. Con la intención de cubrir las demandas del mercado actual y aprovechar el auge de la industria de los SaaS, surge Bill-Save. Una aplicación que nace como un SaaS, que utiliza tecnología OCR, inteligencia artificial, machine learning y cloud computing. Bill-Save propone que, en el momento de producirse el pago, se remita automáticamente el ticket o factura a la aplicación y, por lo tanto, tenga lugar su almacenamiento digital. En definitiva, Bill-Save busca mejorar la eficiencia del proceso de gestión y almacenamiento de tickets y facturas para las Pymes y los autónomos.

**Palabras Claves:** Bill-Save, SaaS, sostenibilidad, digitalización, tickets, facturas

## **ABSTRACT**

Overcoming the traditional method of storing and managing paper receipts and invoices is a challenge currently facing SMEs and the self-employed, with the digitisation of the business process and sustainability playing a fundamental role in this process. With the intention of meeting the demands of the current market and taking advantage of the boom in the SaaS industry, Bill-Save is born. An application born as a SaaS, which uses OCR technology, artificial intelligence, machine learning and cloud computing. Bill-Save proposes that, at the time of payment, the ticket or invoice is automatically sent to the application and, therefore, its digital storage takes place. All in all, Bill-Save aims to improve the efficiency of the process of managing and storing receipts and invoices for SMEs and the self-employed.

**Keywords:** Bill-Save, SaaS, sustainability, digitalisation, tickets, invoices, invoicing

## Índice

1.	INTRODUCCIÓN .....	7
1.1.	Justificación del interés del proyecto .....	7
1.2.	Objetivos .....	9
1.3.	Metodología .....	9
1.4.	Estructura del trabajo .....	11
2.	DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	11
2.1.	Descripción de la idea .....	11
2.2.	Descripción de la aplicación, diferenciación y valor añadido .....	14
2.3.	Impacto social y medioambiental.....	17
2.4.	Business Model Canvas .....	18
3.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	22
3.1.	ANÁLISIS EXTERNO.....	22
3.1.1.	Análisis del entorno general: PESTEL .....	22
3.1.2.	Análisis del sector.....	32
3.2.	ANÁLISIS INTERNO.....	37
3.2.1.	Análisis DAFO .....	37
4.	PLAN DE MARKETING: MARKETING MIX .....	40
4.1.1.	Producto .....	41
4.1.2.	Precio .....	42
4.1.3.	Distribución .....	44
4.1.4.	Promoción.....	46
4.1.5.	Previsión de ventas .....	51
5.	PLAN DE OPERACIONES Y RECURSOS HUMANOS .....	53
6.	CONCLUSIONES .....	55
7.	BIBLIOGRAFÍA .....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cuenta de pérdidas y ganancias Bill-Save .....	20
Figura 2: Business Model Canvas para Bill-Save.....	22
Figura 3: IPC General .....	26
Figura 4: Nivel de intensidad digital en empresas .....	29
Figura 5: Resumen análisis PESTEL .....	31
Figura 6: Sistema de gestión de gastos según el tamaño de la empresa .....	33
Figura 7: Valor mercado SaaS .....	34
Figura 8: Tabla comparativa de competidores .....	36
Figura 9: Resumen DAFO .....	40
Figura 10: Marketing Mix.....	41
Figura 11: Tipos de suscripciones.....	43
Figura 12: Número de usuarios de internet a nivel mundial .....	45
Figura 13: Número de usuarios de internet en España (2023).....	45
Figura 14: Elementos de una estrategia de marketing digital. ....	47
Figura 15: contenido preferido en redes sociales.....	49
Figura 16: Principales plataformas de redes sociales utilizadas por los especialistas en marketing a nivel mundial .....	49
Figura 17: Previsión de ventas.....	52

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Justificación del interés del proyecto

La idea de plantearme la creación de una *startup* surge de una conversación con un *investment advisory* del sector inmobiliario, quien opera como *freelance* en España y Portugal. La conversación giraba en torno a las dificultades y/o necesidades de las Pymes y autónomos en España, y cómo las exigencias burocráticas constituyen un óbice para la agilidad del tráfico mercantil, y, en particular, con lo que respecta al almacenamiento y la ineficaz gestión de los tickets y facturas en papel. Teniendo en cuenta que hemos pasado de una economía industrial y analógica a una economía de servicios y tecnológica, rápidamente llegamos a la conclusión que la manera de solucionar estas exigencias burocráticas sería a través de la tecnología. Por lo tanto, en la ecuación ya teníamos una incógnita muy importante, esto es, la tecnología.

Según avanzaba la conversación, comentábamos que, a pesar de que existían aplicaciones y/o plataformas que permitían el almacenamiento digital de los tickets y facturas, éstas requerían de un soporte físico (esto es, de los tickets y facturas en papel). En este sentido y realizando un posterior estudio del mercado, en términos generales encontrábamos aplicaciones enfocadas a particulares (i.e., *Phototicket*) y, por otro lado, plataformas que utilizan las grandes empresas para digitalizar y organizar sus gastos (i.e., *Captio*). Por lo tanto, nos encontrábamos con un público objetivo cuyas necesidades no estaban cubiertas en el mercado, siendo este público objetivo las Pymes y los autónomos. Además, se trata de un público objeto muy interesante, ya que en España aproximadamente el 98,9 por ciento de las empresas son Pymes y el 75,58 por ciento de las empresas operan en el sector servicios<sup>1</sup>. Al porcentaje de Pymes en España, le debemos añadir los 2.027.994 de autónomos persona física existentes en el último trimestre de 2022<sup>2</sup>. Por lo tanto, contábamos con la segunda incógnita de la ecuación, esto es, las Pymes y autónomos.

Debido a que la idea era que la factura o el ticket se genere y envíe simplemente al efectuar el pago, eliminando por tanto todos los pasos intermedios, llegamos a la conclusión de

---

<sup>1</sup> Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, “Cifras Pyme”, 2023.

<sup>2</sup> Ministerio de Trabajo y Economía Social, “Trabajadoras y Trabajadores Autónomos, Personas Físicas, en alta en la Seguridad Social. Resumen de Resultados 30 de septiembre de 2022”, 2022.

que teníamos que conectar a nuestros usuarios con el comercio. Por lo tanto, el comercio se convertiría de esta manera en un cliente indirecto porque para ser esto posible tienen que implementar también nuestro sistema. Es decir, el comercio constituiría la tercera incógnita de nuestra ecuación.

Dicho esto, nuestra idea era desarrollar todo lo anterior, pero introduciendo un elemento clave, la sostenibilidad. La gran preocupación de las Pymes y autónomos por la responsabilidad ambiental, y el endurecimiento de las medidas para su control<sup>3</sup>, se convertían en aliados para desarrollar nuestra idea. Además, la tendencia de las empresas de realizar inversiones socialmente sostenibles (i.e., los criterios ESG<sup>4</sup>) facilitaría a la hora de conseguir financiación para desarrollar la idea. Uno de los principales pilares de la *startup* es conseguir que desaparezca el papel de los tickets y facturas, contribuyendo de esta manera a la conservación del medioambiente evitando la tala de árboles. En definitiva, con tan sólo una conversación ya habíamos extraído nuestra cuarta incógnita: sostenibilidad.

En definitiva, Bill-Save (que nace como un *Software as a Service*) está compuesta por cuatro incógnitas: (i) tecnología; (ii) Pymes y autónomos; (iii) el comercio; y (iv) sostenibilidad. Comillas Emprende constituiría el vehículo para estudiar la viabilidad de la idea y, en su caso, materializarla. La oportunidad que nos ofrece Comillas Emprende nos permitía asumir un coste de oportunidad muy bajo, ya que -al contrario que sucede cuando acabas la universidad- no teníamos que renunciar a un salario y/o puesto de trabajo. Es decir, se trataba de una oportunidad irrechazable. Con respecto a la viabilidad de la idea, lo que más nos preocupaba -en un principio- era la originalidad de esta, sin embargo, hoy en día pesa más la ejecución -y, por ende, la estrategia- que la idea en sí misma.

Por último, para desarrollar esta idea necesitaríamos un equipo. El equipo que formaríamos para participar en Comillas Emprende ya estaba definido antes de plantearnos la posibilidad de participar en el concurso. En este sentido, la intención de desarrollar esta idea ya la había comentado con personas de mi grupo de amigos, y estábamos decididos a intentarlo. Así es como nos juntamos los cinco amigos que





---

<sup>3</sup> BBVA, “¿Qué es la sostenibilidad ambiental y qué responsabilidad tienen las empresas?”, 2022.

<sup>4</sup> McKinsey & Company, “Cinco maneras en que ESG crea valor”, 2019.



formaríamos el equipo de Bill-Save. El equipo está formado por tres estudiantes de 5º curso de Derecho y ADE (E-3) de ICADE, y un estudiante de 5º curso del doble grado de Ingeniería Industrial y ADE de ICAI.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mario Cavestany, <u>Chief Technology Officer</u></li> <li>• Mario se encargará de todo lo que tiene que ver con la supervisión del <u>Front-End</u> y <u>Back-End</u>, además de la búsqueda de nuevas actualizaciones y mejoras</li> <li>• Mario es ingeniero industrial y ha tenido previa experiencia en NTT DATA</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diego Escudeo, <u>Chief Executive Officer</u></li> <li>• Diego se centrará en el desarrollo de negocio y durante esta primera etapa se encargará del área de ventas</li> <li>• Diego ha fundado otra <u>Start-Up</u> de ropa y se quiere dedicar al mundo de la hostelería y restauración</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ignacio Gallastegui, <u>Chief Legal Officer</u></li> <li>• Ignacio supervisará todo el área legal de la <u>Start-Up</u>, asegurándose de que todas nuestras actividades cumplen con la legislación vigente</li> <li>• Ignacio ha tenido previa experiencia en despachos muy prestigiosos como <u>Freshfields</u> o <u>Linklaters</u></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicolás Sánchez de Lamadrid, <u>Chief Financial Officer</u></li> <li>• Nicolás se encargará de toda la parte financiera de la <u>Start-Up</u>, financiación inicial, inversión y estrategias de obtención de rentabilidad</li> <li>• Nicolás ha tenido previa experiencia en el mundo de la banca de inversión y del <u>Private equity</u></li> </ul>

## 1.2. Objetivos

El principal objetivo del presente trabajo es desarrollar el plan de negocio (*business plan*) de Bill-Save, analizar el sector de los SaaS y determinar nuestro potencial posicionamiento en dicho mercado. Por lo tanto, el primer paso es diseñar un *Business Plan* real para nuestra idea de emprendimiento. Los objetivos irán de lo general a lo particular, siendo estos los siguientes:

- Describir el modelo de negocio y, en consecuencia, describir la idea de negocio, la aplicación de Bill-Save y su diferenciación.
- Determinar la viabilidad del negocio, es decir, tratar de analizar si realmente nos encontramos ante una necesidad no cubierta por el mercado (esto es, el valor añadido).
- Entender el contexto actual del sector, analizando a la competencia y las tendencias del mercado. Por lo tanto, realizar un análisis estratégico del sector.
- Diseñar un plan de marketing.

## 1.3. Metodología

En este apartado enumeraremos las fuentes de investigación que utilizaremos para

recopilar los datos fundamentales que nos permitirá alcanzar los objetivos propuestos. En este sentido, para que el proyecto pueda trascender del plano teórico y conocer la viabilidad de este es imprescindible utilizar diversos instrumentos que exijan combinar diferentes datos e información. Para ello, utilizaremos herramientas como el *Business Model Canvas*, análisis DAFO, entre otras. También, elaboraremos un plan de marketing a través del Marketing Mix.

Durante el proceso de emprendimiento hemos llevado a cabo diversas reuniones entre los miembros del grupo. Asimismo, llevamos a cabo investigaciones semanales para identificar los elementos clave de nuestra empresa. Yael Hernández Oaknín, nuestra tutora del concurso nos ha ayudado durante este proceso. También, contamos con el apoyo de varios especialistas del sector en cuanto a la investigación y desarrollo de nuestra idea. Estas personas nos han ayudado a definir y concretar nuestro servicio, y modelo de negocio de manera precisa. Hemos trabajado con profesionales como:

- **Manu Marín Coe-Archer:** Director Gerente de Altria Corpo & Invest Services SL y tiene más de 20 años de experiencia en finanzas, estrategia y tecnología. Se especializa en financiación empresarial. Trabajó anteriormente para Visa.
- **Cristina Ricaurte:** cuenta con 15 años de experiencia en el ámbito y es una figura destacada en el mundo de las iniciativas y operaciones de transformación en la nube, así como en la asesoría al cliente de SAP. Trabajó anteriormente para SunGard y Accenture.
- **Alejandro Rodríguez Barea:** tiene 6 años de experiencia en el negocio y se especializa en la prevención de plataformas y tecnología en SAP.
- **Pablo Sánchez Jiménez:** cuenta con una trayectoria de 13 años en el ámbito bancario y ocupa el cargo de Director de Planificación y Desarrollo de Negocios en Medio de Pago.
- **Alberto López Nestar:** tiene una trayectoria de más de diez años como Director General de Tecnología, Proyectos e Innovación en Iberpay.
- **Juan Boquera:** se especializa en aplicaciones de AI en Social y Google Ads, con más de 25 años de experiencia en el sector tecnológico empresarial.

Hemos puesto énfasis en trabajar con profesionales de la industria bancaria y tecnológica, especialmente del *software*. Estas reuniones con los profesionales mencionados, en las

que hemos compartido conocimientos y experiencias, han sido fundamentales para el desarrollo de nuestro proyecto, además de las investigaciones y el trabajo pertinente.

#### **1.4. Estructura del trabajo**

Para conseguir una organización adecuada de la información, el presente trabajo se estructura en seis apartados. La estructuración del trabajo responde a la intención de ir de lo más general a lo particular, lo cual considero que es la forma más acertada para que pueda ser entendido de la mejor manera posible.

El primer apartado es la introducción que, a su vez, se encuentra dividido en cuatro subapartados: (i) justificación del interés del proyecto; (ii) objetivos; (iii) metodología; y (iv) estructura del trabajo.

El segundo apartado es la descripción del modelo de negocio, que abarca (i) descripción de la idea; (ii) descripción de la aplicación, diferenciación y valor añadido; (iii) impacto social y medioambiental; y (iv) *Business Model Canvas*.

El tercer apartado es el análisis estratégico, que se divide en dos partes. La primera es el análisis externo, en el que se utiliza el modelo PESTEL para analizar el entorno macroeconómico. La segunda es el análisis interno, donde nos centraremos en analizar en lo que haremos como *startup*.

El cuarto apartado se desarrolla el plan de marketing que incluye el Marketing Mix y la previsión de ventas.

El quinto apartado constituye el plan de operaciones y de recursos humanos.

Finalmente, en el sexto y último apartado se exponen las conclusiones que permiten extraer la elaboración del presente trabajo.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

### **2.1. Descripción de la idea**

Desde un primer momento, nuestra intención iba más allá de participar meramente en el concurso, queríamos estudiar la viabilidad real de la idea y, en el mejor de los escenarios, desarrollarla. Además, nuestro propósito no se reduce a la potencial rentabilidad

económica del proyecto, sino que tenemos un afán de contribuir para solucionar los problemas medioambientales y hacer la vida más sencilla a nuestros usuarios.

Como indicábamos anteriormente, ya teníamos definidas las incógnitas de nuestra ecuación, es decir, ya conocíamos los pilares de nuestra *startup*. En este contexto, Bill-Save surge como un SaaS (*Software as a Service* o Software como servicio) para Pymes y autónomos, cuyo principal propósito es poner fin al almacenamiento e ineficaz gestión de las facturas en papel de los gastos de empresa. Esta mejora y simplificación del almacenamiento y gestión de las facturas se articularía a través de la tecnología, de tal manera que se digitalizaría todo el proceso, logrando una gestión y operatividad más eficiente.

Si bien ya teníamos los principales elementos de la *startup* definidos, los primeros debates girarían en torno a la tecnología y quienes serían nuestros clientes. Con respecto a la tecnología, la *startup* se apoyará en la inteligencia artificial (en adelante AI) AI, machine learning (en adelante, ML) y cloud computing (en adelante, CM), desarrollando una aplicación que nos permita integrarnos con los *Enterprise Resource Planning* (en adelante, los ERPs), el lugar de desarrollar la idea vía soporte software (esto es, una plataforma tecnológica)<sup>5</sup>. Para ello, necesitaríamos contratar a un equipo de desarrolladores de aplicaciones.

Por otro lado, teníamos que concretar si nuestro cliente serían las entidades de crédito (es decir, los bancos), o directamente las empresas, autónomos y el comercio. En el caso de que los bancos fueran nuestros clientes, la idea era ofrecer una aplicación a las principales entidades de crédito (i.e., el Santander, BBVA, CaixaBank, etc.) y que fueran los bancos quienes ofreciesen la aplicación a las empresas y autónomos. En este caso la forma de generar ingresos sería a través de una cuota fija que cobraríamos al banco más una cuota variable. Sin embargo, acabamos por descartar esta posibilidad puesto que nos tendríamos que enfrentar a un sector muy regulado y cuya penetración sería muy completa (en un principio nos apoyamos en la idea de *Bizum*, sin embargo, fueron las entidades bancarias -impulsado por el Banco Santander- quienes la crearon y no un tercero ajeno al sector). Por lo tanto, finalmente decidimos que nuestros clientes serían las Pymes y los

---

<sup>5</sup> La decisión de optar por una aplicación en lugar de por una plataforma tecnológica la tomamos asesorados por Alejandro Rodríguez, Technical Presales of Platform and Technology de SAP.

autónomos. No obstante, si bien nuestros clientes directos son las Pymes y autónomos, nuestro cliente indirecto serán los comercios, ya que también tendrán que utilizar nuestro sistema para que la idea funcione.

En definitiva, la idea consiste en una aplicación que en el momento de producirse el pago permita el envío automático y el posterior almacenamiento automático de la factura. Esta remisión automática se ejecutaría sin la necesidad de tener que sacar una foto a la factura correspondiente, eliminando de esta manera la impresión de esta y, por lo tanto, eliminando el papel del proceso. Una vez se ha almacenado la factura en el sistema, los usuarios podrán ordenar y categorizar las diferentes facturas según el gasto que representen y, por lo tanto, mejorar la operatividad contable a la hora de cuantificar los gastos y determinar cuales pueden ser deducibles fiscalmente.

Dicho esto, entendemos que nos encontramos ante una necesidad no cubierta por el mercado y, aunque su implementación puede ser complicada al principio, entendemos que tanto las empresas como los autónomos van a mejorar su proceso de gestión de facturas y operatividad contable/fiscal. En este sentido, a efectos de llevar a cabo una correcta implementación se deberán seguir los siguientes pasos:

- Registro y configuración de la cuenta. En primer lugar, nuestros clientes deberán descargarse Bill-Save, crear una cuenta y configurarla de acuerdo con las necesidades específicas del cliente. Para ello, deberán facilitar información básica de la empresa (i.e., denominación social, domicilio social, datos fiscales, etc.).
- Transmisión de datos. Bill-Save ofrece la posibilidad de importar a la propia aplicación los datos fiscales/contables que los clientes tengan almacenados en otros sistemas o herramientas que utilice para el almacenamiento y gestión de facturas. De esta manera conseguimos que los datos se transmitan automáticamente sin la necesidad de tener que pasarlos manualmente a la aplicación y, por lo tanto, conseguimos que la transición a Bill-Save sea armonizada.
- Configuración de modelos. En función de las características y necesidades del cliente, Bill-Save ofrece un modelo con diferentes funcionalidades. En este sentido, se trata de un modelo de facturación que ofrece diferentes rangos de precios en función de las prestaciones que se contraten.

- Integración con otros sistemas. Bill-Save permite integrar la aplicación con otros sistemas y herramientas de contabilidad utilizadas por los clientes, pudiendo -por lo tanto- integrar nuestro sistema con los ERPs de las empresas.
- Implementación gradual. La implementación de Bill-Save puede realizarse de manera gradual, comenzando con un módulo de facturación standard y luego expandiéndose a otros módulos más avanzados, de tal manera que facilita la integración de la aplicación.

## **2.2. Descripción de la aplicación, diferenciación y valor añadido**

Bill-Save es una aplicación que nace como un SaaS para operar en el sector servicios de software, cuya finalidad es optimizar el almacenamiento, gestión y envío automático de estas a través de la tecnología eliminando la factura física en papel. La aplicación está principalmente pensada para dos tipos de clientes: (i) las Pymes, dentro de las cuales diferenciamos las Pymes medianas y las microempresas (categoría similar a los autónomos); y (ii) los autónomos. En el caso de las Pymes, el objetivo es que Bill-Save se integre con los ERPs o sistemas de gestión contable de la empresa (i.e., SAP, IBM, NetIQ, Microsoft Dynamics, Oracle, Sage), mientras que, en el caso de los autónomos, únicamente tendrán que descargarse la aplicación para mejorar su operatividad contable.

¿Qué ofrece Bill-Save? Persigue facilitar todo el proceso de gestión, almacenamiento y envío de las facturas de las Pymes y autónomos.

El proceso de gestión de las facturas en papel puede ser un proceso muy tedioso, aburrido e ineficaz para las Pymes y autónomos. Además, es muy común que al recopilar todas las facturas en papel puedan perderse las mismas y, por lo tanto, no ser capaz de llevar un *tracking* real de los gastos. Bill-Save permite unificar y automatizar el proceso de generación, almacenamiento y envío de las facturas a través de la tecnología. Para el caso de las Pymes, Bill-Save puede utilizarse como una herramienta para integrarse con los ERPs, sin que desaparezcan estos departamentos, pero sí reduciendo los costes empresariales de gestión y optimizando el proceso. La aplicación funciona mediante la lectura inteligente de las facturas al momento de realizarse el pago. Es decir, el usuario al descargarse la aplicación puede introducir las tarjetas con las que quiere realizar el pago (como sucede con Waylet) y, al efectuar el pago, la aplicación generará una factura

automática. Por lo tanto, la lectura inteligente permite (i) extraer los datos de la factura; (ii) categorizar los tipos de gastos dentro de la aplicación; (iii) vincular el gasto con el asiento contable correspondiente; y (iv) reducir el riesgo de fraude al verificar los datos de la factura.

Sin embargo, para que esto sea posible, es decir, que al efectuar el pago se genere automáticamente una factura, es necesario que tanto el comercio como el cliente implementen nuestro servicio (que es el punto más complejo de la idea). Para ello, es necesario utilizar un sistema de reconocimiento óptimo de caracteres (por sus siglas en inglés, OCR) que *“combina hardware y software con la capacidad de reconocer las letras, destacarlas y convertirlas en palabras y en oraciones, facilitando la edición del texto original y dejando atrás la entrada de datos de manera manual”*<sup>6</sup>.

Otra de las características de la aplicación es que los usuarios podrán llevar a cabo un seguimiento de los gastos. En este sentido, la aplicación cuenta con unas herramientas de análisis que permite generar unos informes que reflejan los gastos en los que han incurrido los empleados de la empresa o los propios autónomos. Este sistema permite (i) controlar los gastos de la empresa; (ii) verificar que se cumplen los presupuestos y las políticas financieras de la empresa; y (iv) actuar como medio para que los trabajadores justifiquen los gastos y, por lo tanto, facilitar el reembolso de los gastos en los que hayan incurrido.

Respecto a la AI, se utilizará para mejorar la experiencia del usuario y optimizar los procesos de la plataforma (i.e., automatizar tareas repetitivas y mejorar la precisión de los procesos de facturación y contabilidad). En cuanto al ML, se empleará para analizar grandes cantidades de datos y optimizar el proceso de decisiones (i.e., analizar los patrones de gastos de los suscriptores, ofrecer recomendaciones para mejorar la eficiencia financiera). Finalmente, el CM nos ofrece una plataforma de gestión empresarial en la nube, pudiendo los usuarios acceder a la plataforma desde cualquier lugar y en cualquier momento.<sup>7</sup>

Una vez hemos analizado las características de la aplicación, a continuación, expondremos las ventajas y diferenciación de esta. En primer lugar, según hemos ido

---

<sup>6</sup> Camerfirma, “OCR: ¿Qué es, para qué sirve y cómo afecta la firma electrónica?”, 2022.

<sup>7</sup> Goodnight, J., “Inteligencia artificial. Qué es la IA y Por qué importa”, SAS, 2022.

comentando, Bill-Save -como SaaS- permite optimizar la eficiencia y la productividad. En este sentido, debemos tener en cuenta que como Bill-Save no constituye una infraestructura interna, y su funcionamiento se articula a través de la nube (Cloud de Google), su instalación es rápida y sencilla. Con respecto a la sencillez del sistema, Bill-Save cuenta con un sistema centralizado y todos los clientes tienen acceso a única estructura centralizada. Junto con este sistema centralizado, Bill-Save cuenta con las tecnologías más eficientes y disruptivas del mercado (CM, ML, AI), lo que hace que su uso sea mucho más fácil y cómodo para los usuarios.

Bill-Save permite no sólo ahorrar recursos económicos, sino que también permite reducir el tiempo dedicado a la gestión de los gastos empresariales, puesto que mediante el uso exclusivo de la aplicación muchos de los usuarios podrán prescindir de la externalización de los servicios, y aquellas empresas de más tamaño que cuenten con ERPs podrán generar sinergias con nuestro sistema OCR. Además, para instalar Bill-Save no es necesario hacer una inversión muy grande, sino que únicamente se tiene que pagar una suscripción cuyo importe no incrementa con las actualizaciones o mejoras del sistema. En relación con esto último, los usuarios Bill-Save como proveedor se encargará de implementar las actualizaciones correspondientes, y los usuarios no tendrán que tomar ninguna medida al respecto. Además, Bill-Save ofrece diferentes suscripciones según el cliente, pudiendo diferenciar dos tipos de suscripciones: (i) una suscripción básica; y (ii) una suscripción avanzada.

Descrita la aplicación y su diferenciación, conviene destacar el valor añadido que aportará Bill-Save:

- Valor añadido para las Pymes y autónomos: eliminar la acumulación e ineficaz gestión de las facturas en papel de gastos de empresa, digitalizando todo el proceso y ofreciendo una mejor gestión y operatividad con la tecnología más avanzada. En este sentido, nos enfocaremos en la experiencia del usuario, creando una aplicación atractiva e intuitiva, que sea fácil de usar y que su funcionamiento sea prácticamente instantáneo. Por lo tanto, a través de Bill-Save los clientes serán capaces de mejorar su operatividad contable y que la gestión de los gastos empresariales sea más eficaz. Además, a efectos de deducción fiscal, ofrecemos agilizar el proceso de digitalización por el que apuesta (i) el Real Decreto



1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación (en adelante, Real Decreto 1619/2012); (ii) Ley 18/2022, de 28 de septiembre, de creación y crecimiento de empresas (en adelante, la Ley Crea y Crece); y (iii) la Directiva 2014/55/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de abril de 2014, relativa a la facturación electrónica en la contratación pública (en adelante, Directiva 2014/55/UE).<sup>8</sup>

- Valor añadido para el comercio: simplificar todo el proceso de emisión de facturas, pudiendo llevar a cabo un control efectivo de los ingresos y, sobre todo, ganan eficiencia y tiempo (es decir, ahorran recursos) al no tener que utilizar capital humano para gestionar la emisión de facturas. Además, mejoran el servicio que ofrecen a los clientes, ya que mejoran la relación con estos al proporcionarles una experiencia vanguardista y fácil de utilizar.
- Valor añadido para el Estado: al no ser posible manipular las facturas se reduce la posibilidad de cometer un fraude fiscal, otorga mayor seguridad al tráfico jurídico y favorece el cumplimiento de las políticas fiscales<sup>9</sup>. También se consigue un sistema más eficaz, ya que al no permitirse manipular las facturas e implantar un sistema automatizado se reduce la posibilidad de cometer un error humano.
- Valor añadido para el medioambiente: eliminar la presencia del papel en las facturas y, por lo tanto, evitar la deforestación. Además, la desaparición del papel deriva en un ahorro energético, ya que no será necesaria la impresión y el transporte del papel.

### **2.3. Impacto social y medioambiental**

Según hemos comentado en la introducción del presente trabajo, uno de los propósitos que persigue Bill-Save es lograr generar un impacto positivo en la sociedad y, sobre todo, contribuir con el medioambiente. La sostenibilidad en Bill-Save es una filosofía de vida (forma parte de la cultura corporativa), y no está enfocada en tomar únicamente decisiones aisladas (como el ahorro de papel), sino que queremos priorizar en todo momento la sostenibilidad de tal manera que las decisiones se tomen para proteger y mejorar el medioambiente y, consecuentemente, la sociedad en su conjunto.

---

<sup>8</sup> Valls, C., “Facturación electrónica: ¿por qué es importante y por qué deberías familiarizarte con ella?”, *Holded*, 2023.

<sup>9</sup> *Ib.*

En primer lugar, se expone la parte social:

Bill-Save continuará con la tendencia actual de concienciar a la sociedad de que las acciones del ser humano tienen un impacto en el medioambiente. Con la penetración de Bill-Save en el mercado se permitirá a las Pymes y autónomos apostar por un modelo de negocio más sostenible. Además, les permitirá atraer más inversiones, ya que como indica la Comisión Nacional del Mercado de Valores<sup>10</sup> las inversiones sostenibles en España alcanzan los 60.800 millones de euros.

En cuanto a la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) de *Bill-Save* se compromete a que por cada tonelada de papel ahorrado se plantarán árboles, y ofrece la posibilidad de que los clientes contribuyan al medioambiente mediante el apadrinamiento de árboles y bosques. Con la implementación de esta última medida, conseguiremos (i) reducir las toneladas de CO2 almacenado; (ii) conservar la biodiversidad, creando refugios para animales en los bosques; (iii) mejorar la salud de la población generando más oxígeno; y (iv) generar puestos de trabajo<sup>11</sup>

En segundo lugar, se expone la parte medioambiental:

Con Bill-Save no sólo obtendremos rentabilidad, sino que también contribuiremos con el medioambiente. La producción de papel está estrechamente relacionada con la tala de árboles, y se estima que al año se destruyen 7,3 millones de hectáreas de superficie forestal. Además, con la eliminación del papel en el proceso de gestión de las facturas, estaríamos reduciendo los residuos que generamos cada día, que en España los residuos de papel representan el 18 por ciento del total<sup>12</sup>. Además, según un estudio de la Fundación Seres, se estima que “*cada millón de facturas impresas implica la utilización de diez toneladas de madera*”. También, la industria pastero-papelera figura como una de las industrias más contaminantes del aire y del agua, así como la producción de gases nocivos causantes de cambio climático<sup>13</sup>.

## 2.4. Business Model Canvas

---

<sup>10</sup> Cambón, M.I., y Ispuerto, A., “Características de las IIC españolas sostenibles en 2020”, Comisión Nacional del Mercado de Valores, 2022.

<sup>11</sup> Gesforma, “Bosques corporativos y plantación de árboles para empresas”, CO2gestión, 2021.

<sup>12</sup> National Geographic España, “¿Por qué es importante reciclar papel?”, 2020.

<sup>13</sup> La Vanguardia, “Cero papel en las empresas: un gesto por el medioambiente”, 2018.

“El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos”<sup>14</sup>. En este sentido, con el propósito de definir el modelo de negocio de Bill-Save utilizaremos la herramienta *Business Model Canvas*, donde se exponen nueve factores diferentes que guardan una estrecha relación entre sí y, que de manera conjunta constituyen elementos esenciales para la determinación del tipo de negocio. Con el presente análisis buscamos abarcar los siguientes aspectos: (i) propuesta de valor, relación con los clientes, segmentos de clientes y canales; (ii) aliados clave (socios clave, actividades clave y recursos clave); (iii) y viabilidad (estructura de costes y fuente de ingresos).

Propuesta de valor: el servicio de Bill-Save resuelve un problema real y cubre una necesidad existente.

- Propuesta de valor: mejorar la eficacia del almacenamiento y gestión de tickets y facturas, sin necesidad del soporte físico en papel, permitiendo el envío automático de los tickets y facturas a la aplicación, consiguiendo mejorar la operatividad contable y una gestión más eficaz en la deducción fiscal de los gastos empresariales. A continuación, exponemos lo que ofrecemos al cliente:
  - (i) Innecesario almacenamiento de facturas y tickets en papel.
  - (ii) Lentitud al solicitar las facturas de empresa en los comercios.
  - (iii) Ineficacia a la hora de tramitar facturas de empresa con el ERP o contable por gastos de los trabajadores.
  - (iv) Uso excesivo e innecesario de papel.
  - (v) Dificultades/ineficiencias del comercio para enviar y almacenar facturas para autónomos y empresas.
  - (vi) Desconexión entre las aplicaciones/ sistemas de gestión de facturas y el comercio.
  
- Relación con clientes: trato personalizado según el tipo de cliente que se trate. Dividimos a los clientes/usuarios en cuatro grupos: (i) autónomos y; (ii) Pymes.

---

<sup>14</sup> Peiró, R. y López, J.F., “Modelo de negocio”, *Economipedia*, 2020.

Además, el comercio sería nuestro cliente indirecto.

- Canales: el principal canal de distribución será online, utilizando la estrategia principalmente del marketing online.
- Segmentos de mercado: el *target* de Bill-Save son (i) los autónomos; y (ii) Pymes.

Aliados clave: el servicio de Bill-Save es factible tanto a nivel técnico/tecnológico como operativo.

- Actividades clave: el desarrollo de un *software*, de un sistema OCR que permita la conexión del comercio con los usuarios. Para poder digitalizar todo el proceso de la gestión de facturas es esencial que tanto el comercio como los clientes cuenten con nuestro sistema.
- Socios clave: se identifican dos socios clave para Bill-Save: (i) el comercio. Este es el punto más importante y complejo, ya que necesitamos que el comercio esté interesado en tener nuestro sistema para que Bill-Save pueda funcionar; y (ii) empresas de *software* con las que podamos colaborar.
- Recursos clave: identificamos los siguientes recursos clave: (i) tecnología *software*/sistema OCR; (ii) capital; (iii) desarrolladores de software; y (iv) *partnerships* con comercios y grandes clientes.

Viabilidad: el servicio de Bill-Save se describe en un modelo de negocio financieramente rentable, tal y como se muestra en la cuenta de pérdidas y ganancias proyectada a continuación:

**Figura 1: Cuenta de pérdidas y ganancias Bill-Save**

Cuenta de pérdidas y ganancias					
	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	34.575 €	202.950 €	487.500 €	1.293.000 €	2.835.000 €
% Crecimiento		487%	140%	165%	119%
Coste de ventas	-5.000 €	-11.050 €	-26.600 €	-37.800 €	-53.500 €
Resultado bruto	29.575 €	191.900 €	460.900 €	1.255.200 €	2.781.500 €
% Margen	86%	95%	95%	97%	98%
Costes Operativos	-326.000 €	-477.000 €	-396.875 €	-872.200 €	-1.502.250 €
EBITDA	-296.425 €	-285.100 €	64.025 €	383.000 €	1.279.250 €
% Margen	n.a.	n.a.	13%	30%	45%
Amortización	-14.000 €	-14.000 €	-42.000 €	-76.000 €	-166.000 €
EBIT	-310.425 €	-299.100 €	22.025 €	307.000 €	1.113.250 €

Intereses	-	-	-	-	-
EBT	-310.425 €	-299.100 €	22.025 €	307.000 €	1.113.250 €
Impuestos	46.564 €	44.865 €	-3.304 €	-46.050 €	-166.988 €
	15%	15%	15%	15%	15%
Beneficio Neto	-263.861 €	-254.235 €	18.721 €	260.950 €	946.263 €

*Fuente: Chief Financial Officer Bill-Save (Nicolás Sánchez)*

- Estructura de costes: debemos diferenciar principalmente dos tipos de costes:
  - (i) Costes de ventas: incluye las cantidades a pagar al proveedor de almacenamiento y el coste de mantener la infraestructura que garantiza la operatividad de la aplicación; y
  - (ii) Costes operativos: gastos de I+D+I, salarios, marketing, amortización del inmovilizado material, alquileres, gastos administrativos y.
  
- Fuentes de ingresos: nuestras principales fuentes de ingresos son las suscripciones, ya que somos una empresa de software como servicio (SaaS) enfocada en el ámbito empresarial B2B. Los clientes pagarán una tarifa mensual para acceder a nuestros servicios. En este sentido, encontramos las siguientes suscripciones:
  - (i) Suscripción básica.
  - (ii) Suscripción avanzada.

**Figura 2: Business Model Canvas para Bill-Save**

<p><b>8. Aliados clave</b> ¿Qué partners necesitarás para tener ventaja competitiva?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio</li> <li>• Empresas de software</li> </ul>	<p><b>6. Actividades clave</b> ¿Cuáles son las actividades que deberás realizar para entregar tu propuesta de valor?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del software</li> <li>• Desarrollar sistema OCR</li> <li>• Contratación de personal para desarrollo de tecnología</li> </ul>	<p><b>2. Propuesta de valor</b> ¿Cómo harás la vida de tus clientes más feliz?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Almacenaje de tickets y facturas</li> <li>2. Lentitud a la hora de solicitar facturas de empresa en establecimientos</li> <li>3. Ineficacia a la hora de tramitar facturas de empresa con el contable o gerente asociado al empleado/trabajador</li> <li>4. Uso excesivo e innecesario de papel</li> <li>5. Ineficiencia para el comercio de almacenaje y envío de facturas personales y empresariales</li> <li>6. Desconexión entre clientes y el comercio.</li> </ol>	<p><b>4. Relación con los clientes</b> ¿Cómo vas a interactuar con tus clientes?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De manera online y física.</li> </ul>	<p><b>1. Clientes y segmento</b> ¿Quiénes serán tus clientes? Describe a tu audiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pymes</li> <li>• Autónomos</li> </ul>
<p><b>9. Estructura de costos</b> ¿Qué gastos tendrás y a qué se destinarán?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coste de ventas</li> <li>• Costes operativos</li> </ul>		<p><b>5. Ingresos</b> ¿De dónde provendrán tus ingresos? Cuánto dinero obtendrás y en qué periodo de tiempo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de suscripciones: (i) suscripción básica; y (ii) suscripción avanzada</li> </ul>		
<p><b>7. Recursos clave</b> ¿Qué recursos necesitarás para llevar a cabo tu trabajo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital</li> <li>• Desarrolladores de software</li> <li>• Tecnología software/sistema OCR</li> <li>• Partnership con comercios y grandes clientes</li> </ul>		<p><b>3. Canales</b> ¿Cómo llegará tu producto o servicio a tu cliente?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing digital</li> <li>• 'Boca a Boca'</li> </ul>		

*Fuente: Equipo Bill-Save*

### 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Con el propósito de realizar un análisis estratégico para Bill-Save, dividimos este apartado en dos subapartados: (i) análisis externo; y (ii) análisis interno, esto es, lo que haremos como *startup*.

#### 3.1. ANÁLISIS EXTERNO

Como comentábamos en la introducción del presente trabajo, partimos de lo general hacia lo particular y, por lo tanto, comenzaremos realizando un análisis externo, es decir, un análisis del entorno macroeconómico. Para ello, utilizaremos la herramienta PESTEL.

##### 3.1.1. Análisis del entorno general: PESTEL

El análisis de los factores macroeconómicos que pueden tener un impacto en nuestra organización se conseguirá con la utilización de un modelo de análisis estratégico como PESTEL. Por lo tanto, se llevará a cabo un análisis general del entorno, mediante el análisis de un conjunto de factores externos que pueden afectar a la *startup*. En primer

lugar, debemos determinar que el análisis de estos factores externos se realizará respecto de España, lugar en el que está previsto que opere -al menos inicialmente- la empresa. En este sentido, el análisis PESTEL se divide en (i) factores políticos; (ii) factores económicos; (iii) factores sociales; (iv) factores tecnológicos; (v) factores ambientales; y (vi) factores legales.

- **P: Factores políticos**

En primer lugar, trataremos de realizar un análisis de los diferentes factores políticos que pueden afectar a la vida de Bill-Save. Según comentábamos anteriormente, este análisis tomará como referencia el territorio de España y, por lo tanto, las políticas impulsadas por el Gobierno de España.

En este sentido, debemos resaltar el detrimento del prestigio de la democracia española que ha sufrido en estos últimos 15 años. Según un estudio realizado por el Observatorio Mesías de Calidad Institucional, el sistema democrático español se ha deteriorado gravemente en los últimos años, y, en la clasificación mundial de Buen Gobierno, España se sitúa en el puesto 26, y es el número 16 entre los 27 países de la Unión Europea (en adelante, UE). Se trata de un dato muy significativo, puesto que este Índice de Buen Gobierno evalúa las siguientes variables: (i) control de la corrupción; (ii) eficiencia de Gobierno; (iii) estabilidad política; (iv) calidad regulatoria; (v) Estado de Derecho; y (vi) Rendición de Cuentas. Respecto las últimas tres variables España ha retrocedido en el *ranking*, siendo especialmente relevante la variable de calidad regulatoria, ya que nuestra *startup* desarrollará su actividad en un sector muy regulado.<sup>15</sup>

Dentro de los factores políticos (aunque realmente son político-económicos), debemos hacer hincapié en la política fiscal. A este respecto, al ser una *startup* (esto es, una empresa emergente) nos podremos acoger a los beneficios fiscales y laborales que ofrece la nueva Ley de Fomento del Ecosistema de Empresas Emergentes<sup>16</sup>, (en adelante, la Ley de startups). Al acogernos a este nuevo régimen, además de poder simplificar los trámites de constitución societaria, veremos reducido el tipo impositivo del Impuesto de

---

<sup>15</sup> González, M., “El prestigio de la democracia española se ha deteriorado gravemente en los últimos 15 años”, La Vanguardia, 2022.

<sup>16</sup> Ley 28/2022, de 21 de diciembre, de fomento del ecosistema de las empresas emergentes.

Sociedades, pasando del 25 por ciento general a un 15 por ciento en los primeros cuatro ejercicios con base imponible positiva. Asimismo, la cantidad máxima que se puede deducir por invertir en nuevas o recientes empresas se incrementa de 60.000 a 100.000 EUR por año, y el porcentaje de deducción aumenta del 30 por ciento al 50 por ciento. Por otro lado, para atraer y retener talento, la Ley de startups, no sólo flexibiliza los requisitos para obtener el visado y la residencia de trabajadores “remotos y nómadas digitales”, sino que podrán acceder de manera más sencilla al Impuesto sobre la Renta de No residentes (IRNR) teniendo que pagar un 15 por ciento de impuesto sobre sus ingresos (en lugar del 24 por ciento del régimen anterior). En definitiva, este nuevo régimen nos permite soportar una menor presión fiscal, y poder ofrecer condiciones laborales a desarrolladores de *software* de otros países punteros en tecnología.

En este contexto, son de gran importancia los hitos legislativos. No obstante, por su estrecha vinculación con los factores legales -apartado en el que desarrollaremos estos factores-, en el presente apartado nos limitaremos a enumerar las leyes que deberán observarse. Por lo tanto, nuestra actividad estará condicionada por (i) la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (en adelante, Ley de Protección de Datos); (ii) Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE ( en adelante, Reglamento general de protección de datos); (iii) la -ya mencionada- Ley de startups; (iv) el Real Decreto 1619/2012 (v) la Ley Crea y Crece; (vi) la Directiva 2014/55/UE; (vii) Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto de Sociedades (en adelante, la LIS); (viii) Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias; y (ix) Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Por último, también encuadramos las subvenciones en los factores políticos. En este sentido, podremos intentar conseguir financiación de la Administración Pública, la cual ha desplegado medidas de financiación a través del FondICO Next Tech, que tiene previsto alcanzar los 4.000 millones de euros en inversiones, y la línea de Empresa



Nacional de Innovación (ENISA).<sup>17</sup>

- **E: Factores económicos**

En el presente apartado, analizaremos los factores económicos en España que pueden afectar a la industria de servicios de *software*. En primer lugar, debemos señalar que la tasa de variación anual del Índice de Precios al Consumo (en adelante, IPC) en marzo de 2023 ha sido de 3,3 por ciento, 2,7 puntos inferior con respecto al mes de febrero. La variación mensual del IPC ha sido del 0,4 por ciento, siendo la inflación acumulada en 2023 del 1,1 por ciento. Esta subida del IPC puede afectar de diferentes maneras a la industria. Por un lado, puede traducirse en un encarecimiento de los costes en los que se incurre para prestar el servicio y, por lo tanto, en un incremento del precio de los servicios de *software*. Además, este incremento del IPC puede derivar en una pérdida de poder adquisitivo de los ciudadanos, pudiéndose -por lo tanto- contraer la demanda.<sup>18</sup>

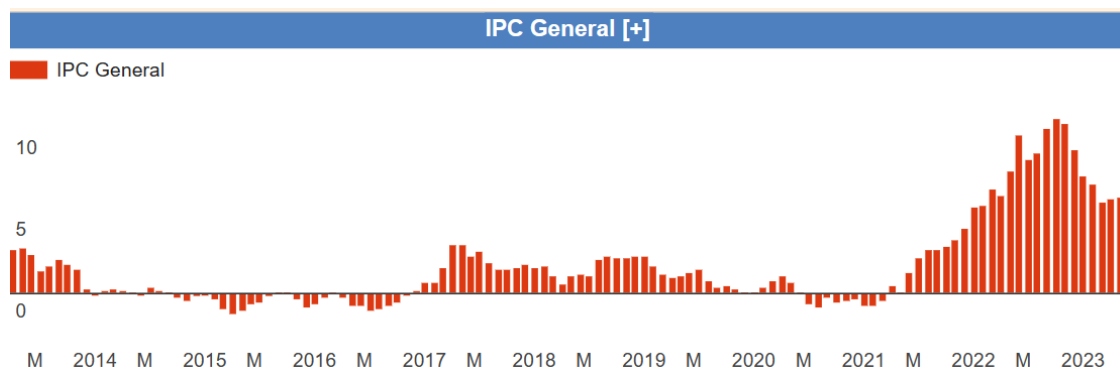
Por otro lado, la desaceleración económica global supone que el crecimiento en España este 2023 será menor, sin embargo, podrá verse impulsado por la inercia positiva de 2022 y por los fondos europeos, lo que podría impedir una recesión. Asimismo, para tratar de reducir la inflación es necesario adoptar políticas monetarias restrictivas para poder hacer frente a la pérdida de poder adquisitivo, sin embargo, la política fiscal en España se caracteriza por ser una política expansiva, tendiendo a incrementar el déficit público. En relación con esto último, el endeudamiento público supera en España el 115 por ciento del PIB.

---

<sup>17</sup> Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, “El Gobierno aprueba el proyecto de Ley de Startups que sitúa a España a la vanguardia en atracción de inversión, talento y emprendimiento”, 2021.

<sup>18</sup> Expansión, “Baja el IPC en marzo en España”, 2023.

**Figura 3: IPC General**



*Fuente: El Expansión*

En relación con las reglas fiscales, estas se encuentran estrechamente condicionadas por la manera de implementar los fondos *Next Generation EU* (en adelante, NGEU), siendo España uno de los países que más rápido ha estructurado sus Planes de Recuperación y Resiliencia y de recibir fondos. Sin embargo, respecto al gasto ejecutado, España está encontrando dificultades en que las empresas y ciudades puedan disponer de manera efectiva de dichos fondos.<sup>19</sup>

- **S: Factores sociales**

En primer lugar, abordaremos los factores demográficos. Según un estudio del Instituto Nacional de Estadística (en adelante, INE), la población española crecerá en cuatro millones de habitantes en los próximos y más de cinco millones de habitantes hasta 2072, siempre y cuando se cumplan las tendencias demográficas actuales. Siguiendo estas proyecciones, el número de habitantes en España aumentaría en 4.236.335 en los próximos 15 años, superando los 51 millones de personas en 2037. Asimismo, en 2072 la población española alcanzaría los 52,9 millones, es decir, experimentando un aumento de 5,45 millones de habitantes.<sup>20</sup>

Sin embargo, el número de defunciones aumenta progresiva e ininterrumpidamente, siendo de manera permanente superior al número de nacimientos en España, lo que genera consecuentemente un saldo negativo vegetativo durante el periodo proyectado. A este

<sup>19</sup> Molina, I. y Tamames, J., “España en el mundo 2023: perspectivas y desafíos”, Elcano Policy Paper, 2023.

<sup>20</sup> Instituto Nacional de Estadística, “Proyecciones de Población 2022-2027”, 2022.

saldo vegetativo, habría que sumarle el saldo positivo migratorio, lo que causaría un crecimiento de la población española durante este periodo. Es decir, nos encontramos ante un crecimiento población provocado exclusivamente por la migración internacional. Como consecuencia de lo anterior, el número de nacimientos en España se irá reduciendo paulatinamente, llegando a representar únicamente el 63,5 por ciento de la población española dentro de 50 años. Si se mantiene esta tendencia demográfica, el grupo de edad más numeroso actualmente -esto es, personas entre 55 y 64 años-, lo seguirá siendo en 2037. Además, tendría lugar un rejuvenecimiento poblacional en los últimos años de la proyección.<sup>21</sup>

Por otro lado, analizaremos las tendencias actuales de consumo. Según el Global Consumer Insights Survey publicado por PWC, los consumidores quieren que la experiencia de compra en la tienda física mejore y se complemente mediante las tecnologías digitales. Además, señala el informe que el precio y las promociones constituyen la principal razón por la que compran un producto y/o servicio. En definitiva, los canales físicos y online no son excluyentes, y los consumidores no se limitan a elegir entre la compra física y la compra online, sino que esperan que ambas se complementen potenciando su experiencia.<sup>22</sup>

- **T: Factores tecnológicos**

Respecto al escenario de la política tecnológica, España ha consolidado su posicionamiento en la “Gobernanza tecnológica global”. Entre las iniciativas de proyección internacional llevadas a cabo por España, destacamos la de la Agencia Digital España 2025, que sitúa a “España como el polo de infraestructuras digitales de interconexión transfronterizas de referencia del sur de Europa, así como el *hub* del sector audiovisual”. En este sentido, está previsto que España siga ascendiendo posiciones en el ranking en el que figuran los miembros con mayor madurez digital, habiendo pasado del puesto número 11 en 2020, al número nueve en 2021 y al puesto número siete en 2022. No obstante, en el plano de la innovación España ocupa el puesto número 16 según el

---

<sup>21</sup> Ib.

<sup>22</sup> Fernández Humanada, R., “Los consumidores recortan gastos no esenciales y apuestan por promociones y productos no esenciales para combatir la inflación”, 2023.

European Innovation Scoreboard 2022, debiendo, por lo tanto, mejorar en este aspecto. Finalmente, para lograr impulsar el sector tecnológico, España debe incorporar una política exterior tecnológica.<sup>23</sup>

El índice DESI (Digital Economy and Society Index), elaborado por la Comisión Europea, constituye un índice compuesto que analiza indicadores importantes en materia de rendimiento digital y realiza una evaluación de la competitividad digital de los Estados miembros de la UE. Los principales indicadores del índice DESI se componen de cuatro dimensiones: (i) conectividad; (ii) capital humano; (iii) integración de la tecnología digital; y (iv) servicios públicos digitales. En 2022 España ocupó el puesto número 7 de los 27 Estados miembros de la UE, sumando los siguientes puntos: (i) 69,8 puntos en conectividad, contando con redes de muy alta capacidad, conexiones de banda ancha de alta velocidad y redes de fibra óptica. Sin embargo, se acentúa la brecha digital existente entre las zonas rurales y urbanas; (ii) 51,3 puntos en capital humano, a pesar de que un tercio de la población española no tiene competencias digitales básicas, en los últimos años ha incrementado el número de especialistas y graduados en el ámbito tecnológico; (iii) 38,6 puntos respecto a la integración de la tecnología digital por parte de las empresas. En este sentido, el programa España 2026 tiene previsto implementar una serie de medidas y acciones para potenciar la integración digital, entre los que podemos destacar el Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025 y la Estrategia Nacional de AI. A este respecto, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia tiene como propósito potenciar las medidas de digitalización de las empresas, en particular en el caso de las Pymes, a las que se destina el 25 por ciento del presupuesto total para el ámbito digital; y (iv) 83,5 puntos en la prestación de servicios públicos digitales, como consecuencia de la implementación de una estrategia digital en la Administración General del Estado, lo que favorece la interconectividad online entre la administración, los ciudadanos y las empresas.<sup>24</sup>

Además, como muestra el siguiente gráfico, podemos observar como un 68 por ciento de las empresas cuentan con al menos un nivel básico de intensidad digital.<sup>25</sup>

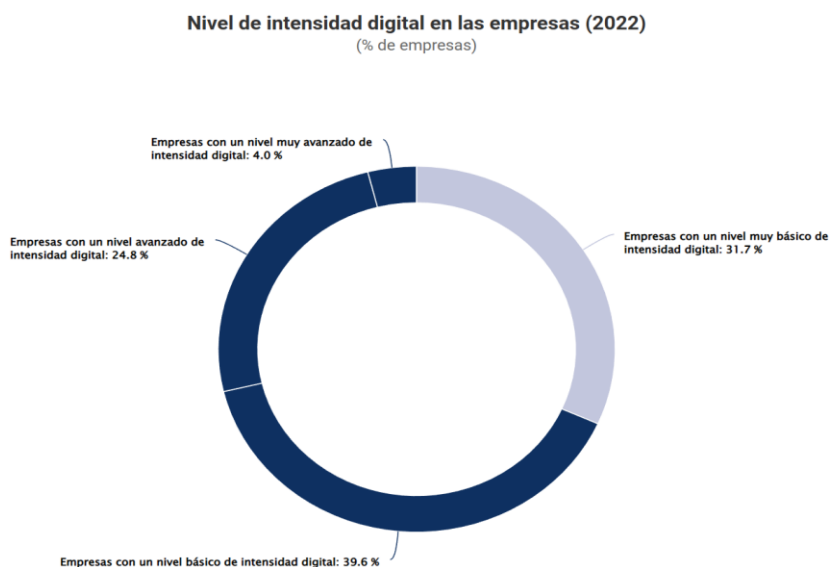
---

<sup>23</sup> Ib.

<sup>24</sup> Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. “Indicadores. Conoce todos los datos clave sobre el avance de la digitalización en España”, 2023.

<sup>25</sup> Ib.

**Figura 4: Nivel de intensidad digital en empresas**



Fuente: Eurostat

- **E: Factores ecológicos y ambientales**

Dentro de los factores ecológico-ambientales podemos destacar diferentes aspectos. En primer lugar, la actual tendencia de las energías renovables en España en el ámbito empresarial. Según la Asociación de Empresas de Fabricantes y Distribuidores, el 58 por ciento de la energía que utilizan las empresas de gran consumo y sectores afines procede de fuentes renovables. En particular, las empresas tecnológicas están siendo incentivadas para emplear fuentes de energía verde (es decir, energía limpia) y reducir las emisiones de CO<sub>2</sub><sup>26</sup>. Además, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2021-2030 fija las líneas generales que deben seguir las empresas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, el tránsito hacia las energías renovables y la mejora de la eficiencia energética. En particular, los objetivos de eficiencia energética 2030 son los siguientes: (i) una reducción de -al menos- un 40 por ciento en las emisiones de gases de efecto invernadero; (ii) un 32 por ciento de cuota de energía renovable; y (iii) una mejora de 32,5 por ciento de la eficiencia energética<sup>27</sup>.

Por otro lado, las preocupaciones climáticas han protagonizado el cambio de los modelos

<sup>26</sup> El Independiente, “Cerca del 60% de la energía que utilizan las empresas de gran consumo procede de fuentes renovables, según AECOC”, 2021.

<sup>27</sup> Ministerio para la Transformación Ecológica y el Reto Demográfico, “Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030”, 2020.

económicos y comerciales tradicionales (esto es, la economía lineal) a una economía circular que se caracteriza por priorizar los insumos de renovables, maximizar el uso de los productos y recuperar subproductos y residuos. En este contexto, las empresas tecnológicas están adoptando medidas encaminadas a la producción y consumo sostenible, la reutilización y diseño de productos con menor impacto ambiental.<sup>28</sup>

También, debemos destacar que el respeto y la conservación del medio ambiente son aspectos claves en España. Con lo que respecta a las empresas tecnológicas, estas deben cumplir un amplio marco normativo de leyes ambientales (i.e., Ley de Responsabilidad Medioambiental, Ley de Aguas, Ley de calidad del aire y protección de la atmósfera, etc.). En particular, las empresas tecnológicas han incrementado su compromiso en relación con los recursos hídricos, ya que constituye un recurso clave que se utiliza para refrigerar los centros de datos.<sup>29</sup>

Finalmente, señalar la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante, RSC) como la tendencia actual de dirigir las empresas valorando el impacto que generan sus actividades. A pesar del carácter voluntario en la implementación de un plan RSC, según la Guía HAYS 2021, el 71 por ciento de las empresas españolas tienen previsto implementar un plan RSC en los próximos años.<sup>30</sup>

- **L: Factores legales**

Con lo que respecta a los requisitos legales, nos centraremos en los requisitos que se exigen para la emisión de las facturas electrónicas. En primer lugar, para las facturas electrónicas se exigen los mismos requisitos que para las facturas en papel, los cuales se establecen en el artículo 6 del Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación. Junto a estos requisitos, según venimos señalando, tanto el emisor de la factura como el receptor deberán disponer de un software para validar y almacenar la factura de forma digital.

Las facturas electrónicas en particular se encuentran reguladas por el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan

---

<sup>28</sup> PWC, “El auge de la economía circular. Planificar hoy las transiciones energéticas del mañana”, 2022.

<sup>29</sup> Novo, C., “Las empresas tecnológicas se comprometen a devolver al medioambiente más agua de la que consumen”, iagua, 2021.

<sup>30</sup> Banco Santander, “Empresas con Responsabilidad Social Corporativa”, 2021.

las obligaciones de facturación, y establece como requisitos específicos los siguientes: (i) el software o programa informático que cree o reciba la factura debe facilitar la legibilidad de la factura; y (ii) garantizar la autenticidad e integridad de la factura, para la cual se permite diferentes formas (i.e., firma electrónica avanzada, intercambio de datos EDI, etc.).

Además, con el propósito de digitalizar las relaciones empresariales, reducir los costes transaccionales, combatir la morosidad y el fraude comercial, y favorecer la transparencia del tráfico mercantil, la Ley Crea y Crece amplía la obligación de expedir y remitir facturas electrónicas a todos los empresarios y profesionales en sus relaciones comerciales. Con lo que respecta al cumplimiento de esta obligación, la ley hace referencia a un reglamento futuro que definirá los requisitos mínimos de interoperabilidad entre los proveedores de soluciones tecnológicas para facturas electrónicas. Este reglamento establecerá también los requisitos técnicos e informativos que deberán cumplir las facturas electrónicas, así como los sistemas que las procesan, con el fin de controlar la fecha de pago y determinar los plazos de pago promedio de las empresas. Sin embargo, debido a las dificultades que puede acarrear la implementación de dicho reglamento, lo dispuesto en la ley proyectada será de obligado cumplimiento exclusivamente (i) para los empresarios y profesionales con una facturación anual superior a ocho millones de euros, transcurrido un año desde que se haya aprobado el reglamento de desarrollo; y (ii) para el resto de los empresarios y profesionales, transcurridos dos años desde la aprobación del reglamento. Todo ello, sin perjuicio de que los sistemas y programas informáticos o electrónicos que articulen los procesos de emisión y almacenamiento de las facturas digitales tendrán que observar los requisitos establecidos en el artículo 29.2.j) de la Ley General Tributaria.<sup>31</sup>

**Figura 5: Resumen análisis PESTEL**

Factores	Puntos clave	Impacto		
		Positivo	Neutro	Negativo
<i>Políticos</i>	- Inestabilidad política.			<b>✖</b>

<sup>31</sup> Grant Thornton, “Obligación factura electrónica a empresarios y profesionales”, 2022.

Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inflación e incremento de precios.</li> <li>- Política fiscal expansiva.</li> </ul>			✘
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento población española</li> <li>- Cierta rejuvenecimiento población española</li> <li>- Compatibilidad consumo físico y online</li> </ul>	+		
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencia Digital España 2025.</li> <li>- Índice DESI.</li> <li>- Programa España 2026.</li> <li>- Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025 y la Estrategia Nacional de AI.</li> </ul>	+		
Ecológicos y ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PNIEC 2021-20230.</li> <li>- Economía Circular.</li> <li>- Responsabilidad Social Corporativa.</li> </ul>	+		
Legales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre.</li> <li>- Real Decreto 1619/2012.</li> <li>- Ley Crea y Crece.</li> <li>- Impulso de la facturación electrónica.</li> </ul>	+		

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.1.2. Análisis del sector

Con carácter previo a analizar la situación actual del mercado, es fundamental entender como las empresas están gestionando los gastos empresariales de sus trabajadores. De acuerdo con un estudio realizado por *American Express*, en el que se preguntó a 1.000 Pyme en el Reino Unido acerca de los principales desafíos para maximizar la eficiencia y la productividad empresarial, concluyeron (i) que el 20 por ciento de los directores empresariales dedica más de cinco horas a la semana a la gestión de los gastos; y (ii) se constató que el 35 por ciento de las empresas aún utiliza hojas de cálculo de Excel para llevar a cabo dicha gestión.<sup>32</sup>

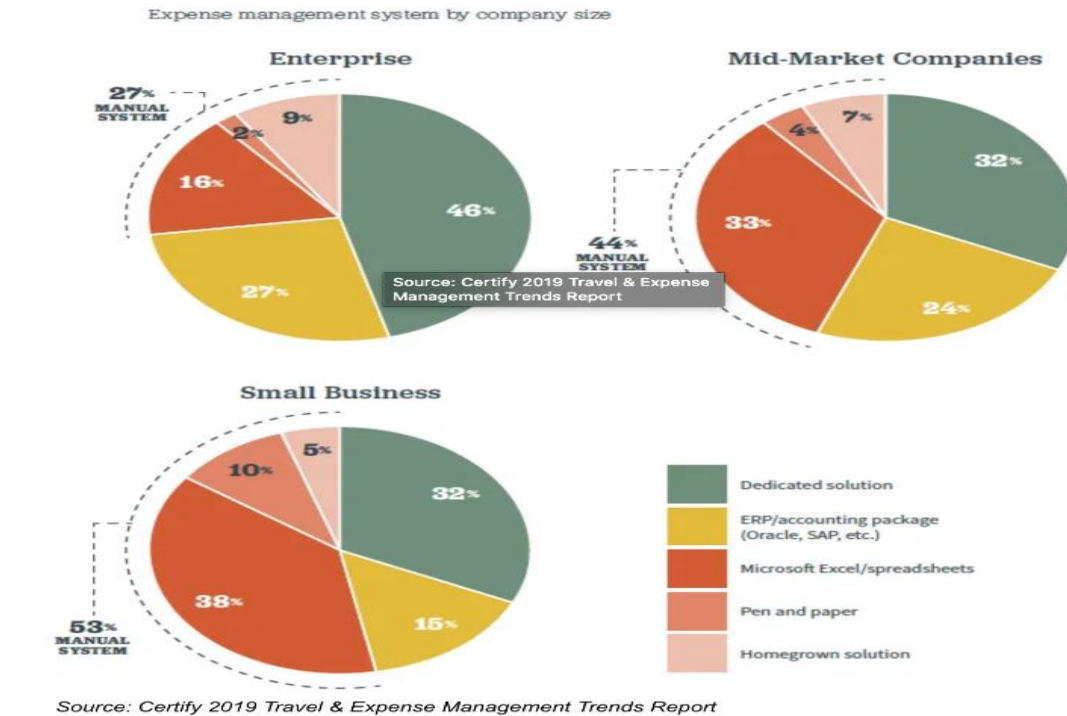
Asimismo, se llevó a cabo otro estudio por *Business Travel News*, donde se encuestó a 585 profesionales financieros acerca de sus métodos de gestión de gastos.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Perrota, A., “43 Percent of Companies Rely on Manual T&E Systems”, *Business Travel News*, 2019.

<sup>33</sup> *Ib.*



**Figura 6: Sistema de gestión de gastos según el tamaño de la empresa**



*Fuente: Certify 2019 Travel & Expense Management Trends Report*

En las empresas de gran tamaño, con más de 1000 trabajadores, un 27 por ciento de estas empresas siguen gestionando sus gastos empresariales de forma manual. Por otro lado, las empresas de tamaño mediano, esto es, empresas que tienen entre 101 y 999 trabajadores, el 44 por ciento de ellas llevan a cabo -también- la gestión manual de sus gastos. Por último, en las pequeñas empresas, es decir, aquellas con menos de 100 trabajadores, más del 50 por ciento de los gastos empresariales se gestionan manualmente.<sup>34</sup>

No obstante, teniendo en cuenta el frenético avance de la tecnología, los datos puedes haber experimentado variaciones desde el estudio -anteriormente expuesto- realizado en 2019. Hasta el 30 de enero de 2023, un estudio realizado por *Center Survey* estableció que las empresas continúan recurriendo a la gestión manual de los gastos empresariales, aunque su uso está disminuyendo. Según el estudio proyectado, el 33 por ciento de las

<sup>34</sup> Baker, M.B., “Center Survey Shows Manual Expense Reporting Still Prevalent but Shrinking”, Business Travel News, 2023.

empresas siguen recurriendo a la gestión manual de los gastos empresariales utilizando hojas de cálculo o documentos en papel.

Considerando que un 33 por ciento de las empresas todavía emplea la contabilidad manual, podemos dilucidar la considerable cantidad de tiempo y, por ende, eficiencia que están perdiendo. Según un estudio realizado por *Onepoint-admin*, se estima que los trabajadores dedican de media cuatro horas y media a la semana a declarar incorrectamente sus gastos. Como consecuencia de esta incorrección, el departamento de Recursos Humanos dedica el 35 por ciento de su tiempo se a corregir errores relacionados con la nómina.<sup>35</sup>

Dicho esto, podemos afirmar que el mercado actual tiende hacia la digitalización empresarial. En este contexto, tanto empresas como autónomos tienen naturalmente como propósito maximizar la eficiencia, y, por lo tanto, intentan digitalizar cualquier parte de su negocio.

Nos dirigimos a un mercado muy amplio abarcando todo el entramado empresarial en España, desde pequeñas empresas hasta multinacionales. Este mercado tiene la necesidad de reducir costes y aumentar la productividad mediante la implementación de soluciones como la que presentamos. Bill-Save es un SaaS que abarcaría toda una cadena de valor al conectar comercios o proveedores con trabajadores o autónomos, así como con los correspondientes sistemas ERP o de gestión contable empresarial.

Siguiendo lo expuesto en apartados anteriores, Bill-Save nace como una tecnología SaaS con un amplio margen de mejora y un potencial de crecimiento exponencial. Según un estudio realizado por *Gartner* en agosto de 2021, este mercado alcanzó un valor de \$172 mil millones en 2022, con más de 30.000 empresas proveedoras de servicios SaaS a nivel mundial.<sup>36</sup>

**Figura 7: Valor mercado SaaS**

	2020	2021	2022

<sup>35</sup> Onepoint- Admin., “*Three Ways Time Keeping Automation Solves Payroll Inflation*”; 2019.

<sup>36</sup> Stamford, Conn., “*Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Reach Nearly \$600 Billion in 2023*”, 2022.

Cloud Business Process Services (BPaaS)	46.066	51.027	55.538
Cloud Application Infrastructure Services (PaaS)	58.917	80.002	100.636
Cloud Application Services (SaaS)	120.686	145.509	171.915
Cloud Management and Security Services	22.664	25.987	29.736
Cloud System Infrastructure Services (IaaS)	64.286	91.543	121.620
Desktop as a Service (DaaS)	1.235	2.079	2.710
<b>Total Market</b>	<b>313.853</b>	<b>396.147</b>	<b>482.155</b>

*Fuente: Gartner (agosto 2021)*

En definitiva, analizando los datos proyectados podemos concluir que en el año 2015 el mercado *SaaS* estaba valorado en \$31.5 mil millones, lo que significa que hasta 2022 ha experimentado un crecimiento exponencial, representando un aumento del 500 por ciento en solo siete años.

Asimismo, según un estudio realizado por la Global Business Travel Association, se tarda 20 minutos en realizar un informe de gastos, siendo 58 dólares el coste medio de dicho informe de gastos, y el 19 por ciento de los informes de gastos contienen errores, para cuya corrección se estima un coste medio de 52 dólares tardando 18 minutos en corregir un informe de gastos<sup>37</sup>.

En lo que respecta a la competencia, se trata de un mercado muy saturado. Sin embargo, en la siguiente tabla, podemos observar los servicios que Bill-Save ofrece con respecto a la competencia. Bill-Save busca diferenciarse de la competencia unificando todo el proceso de gestión de facturas, y principalmente con la remisión automática de la factura

<sup>37</sup> Global Business Travel Association. GBTA. "How much do expense reports really cost a company?", 2022.

a la aplicación una vez se ha efectuado el pago. Además, Bill-Save realizará una gran inversión en posicionamiento de la marca, logrando penetrar el mercado, conectando al comercio con los usuarios de la aplicación.

**Figura 8: Tabla comparativa de competidores**

	<i>Fotos, envío por email, necesidad de subir las facturas a la aplicación.</i>	<i>Creación de informes de gastos y reembolsos.</i>	<i>Integrar las tarjetas bancarias en la aplicación para efectuar el pago.</i>	<i>Integración con ERPS y sistemas de gestión contable</i>	<i>Envío automático de la factura a la aplicación al efectuar el pago.</i>
Bill-Save					
Captio					
Pleo					
Tickelia					
SAP Concur					
Circula					
Jenji					
Expensify					
Expensya					
Expensepoint					
PayHawk					
DATABASIS Time and Expense					
Haslle					
Dynamic Point-EasyExp 365					
Zoho Expense					
Yokoy					
Mobileexpense					
Rydo					
Fyle					
WebExpense					
Spendesk					

*Fuente: Elaboración propia*

## **3.2. ANÁLISIS INTERNO**

En el presente apartado analizaremos la posición actual de Bill-Save en relación con los potenciales competidores, con la finalidad de conocer la realidad de la *startup*. Para ello, realizaremos un análisis DAFO.

### **3.2.1. Análisis DAFO**

A través del análisis DAFO realizaremos un análisis interno dentro del cual analizaremos las fortalezas y debilidades de Bill-Save, y, por otro lado, un análisis externo dentro del cual estudiaremos las oportunidades y amenazas.

#### 1) Debilidades de Bill-Save

En primer lugar, entrar en un sector muy regulado. Al llevar a cabo la gestión y el almacenamiento de los tickets y facturas y, en su caso, la deducción fiscal de los gastos empresariales, existen numerosos preceptos normativos -véase los apartados anteriores- que imponen rígidos requisitos formales y materiales.

En segundo lugar, la posible falta de reconocimiento. Al tratarse de cuatro estudiantes puede ser complicado darse a conocer en el mercado e impulsar nuestra idea. Además, al haber decidido no dirigirnos directamente a los Bancos podemos encontrar trabas a la hora de posicionarnos en el mercado.

Por otro lado, se trata de un mercado muy competitivo. El mercado de *software* de gestión empresarial es altamente competitivo, y Bill-Save deberá enfrentarse a proveedores previamente establecidos y reconocidos por el mercado (i.e., Holded, DevoluIVA, etc.).

Además, existe una fuerte dependencia de la conectividad a Internet, ya que Bill-Save como OCR consiste en un *software* que se basa en la conectividad a internet para poder acceder a la aplicación. Por otro lado, la necesidad de contratar a un programador para desarrollar la aplicación podría verse como una debilidad, sin embargo, no supondría un alto coste económico.

Por último, la necesidad de que tanto Pymes, autónomos y el comercio tengan que descargarse nuestra aplicación para poder hacer efectiva nuestra idea añade cierta

complejidad.

## 2) Fortalezas

Por un lado, resaltar la innovación y tecnología como puntos de valor para reducir costes y tiempo de trabajo a nuestros clientes. A pesar de tratarse de un sector muy competitivo, Bill-Save ofrece un servicio innovador al eliminar la necesidad de expedir los tickets y facturas en papel. Al eliminar la necesidad del papel, conseguimos satisfacer las necesidades actuales del mercado de lograr una economía sostenible y, por lo tanto, podemos identificar como otra fortaleza nuestro compromiso con el medio ambiente. De los dos factores anteriores analizados, concluimos que Bill-Save responde a la tendencia actual del mercado de digitalizar todo el proceso empresarial siendo -por lo tanto- una fortaleza.

Por otro lado, el empleo de tecnología OCR que permite escanear y cargar documentos, junto con el uso de ML y AI que permite leer y cotejar la información con las normas contables, además del uso de CM para almacenar la información, nos permiten apoyarnos en la tecnología la cual constituye nuestro *main driver* para ahorrar costes operativos a las empresas. En definitiva, la tecnología constituye una de nuestras fortalezas.

Además, la posibilidad de integrarse con los ERPs o sistemas de gestión contable de las empresas nos permite acceder a datos más actualizados, mejorar la eficiencia operativa, una mayor precisión y fiabilidad de los datos suministrados, garantizar la personalización y adaptabilidad del sistema y, en definitiva, constituye un valor añadido para nuestros clientes.

Por último, hay que destacar como fortaleza el equipo multidisciplinar de jóvenes emprendedores. Un equipo que cuenta con experiencia previa en el sector tecnológico, legal, hostelería y restauración, y de banca de inversión y private equity.

## 3) Amenazas

Una de las principales amenazas para Bill-Save radica en la situación económica actual. En este sentido, la actual desaceleración económica puede transmitir incertidumbre e

inseguridad al mercado, de tal manera que las empresas pueden reducir sus gastos e inversiones en empresas de *software* y tecnología. Además, la subida de los tipos de interés encarece nuestra posibilidad de apalancamiento para financiar la empresa, y puede resultar más complicado obtener financiación (ya sea mediante rondas de financiación, aportaciones de los socios, etc.). Asimismo, la inestabilidad política en España supone una amenaza para Bill-Save, ya que los cambios de gobierno suelen protagonizar modificaciones en la legislación, lo que dificulta realizar proyecciones a futuro y exige una amplia capacidad de adaptación.

Por otro lado, nos encontramos ante un mercado saturado con lo que respecta a la competencia. Existe un gran número de empresas que ofrecen servicios *software* para gestionar los gastos empresariales, lo que puede dificultar nuestra penetración en el mercado. Sin embargo, como hemos ido comentado, no ofrecen el mismo valor añadido a los clientes. Asimismo, la aparición de nuevas *startups* tecnológicas puede suponer una amenaza.

Por último, existen riesgos relacionados con la ciberseguridad. La seguridad de los datos es una preocupación del mercado actual y al encontrarse datos confidenciales almacenados en la nube puede existir riesgo de fugas y ciberataques.

#### 4) Oportunidades

La industria SaaS está experimentando un crecimiento exponencial, siendo la digitalización de los procesos empresariales tendencial actual en el mercado. Como señalábamos en apartados anteriores, el mercado SaaS en tan sólo siete años ha crecido un 500 por cien, lo que evidencia que las empresas demandan estos servicios, constituyendo una oportunidad para Bill-Save.

Asimismo, la tendencia actual del mercado hacia una economía sostenible representa una oportunidad para nuestra startup. La sostenibilidad como valor añadido y el compromiso de Bill-Save con el medio ambiente satisface las necesidades del mercado y, por lo tanto, constituye una oportunidad para nosotros.

**Figura 9: Resumen DAFO**

<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p style="text-align: center;">Sector muy regulado</p> <p style="text-align: center;">Falta de reconocimiento</p> <p style="text-align: center;">Mercado muy competitivo</p> <p style="text-align: center;">Dependencia conectividad a internet y ciberataques</p> <p style="text-align: center;">Pymes, Autónomos y comercio utilicen Bill-Save</p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p style="text-align: center;">Innovación y tecnología</p> <p style="text-align: center;">Sostenibilidad</p> <p style="text-align: center;">Tecnología OCR, ML, AI, CM</p> <p style="text-align: center;">Integración ERPs, sistemas contables</p> <p style="text-align: center;">Equipo multidisciplinar</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p style="text-align: center;">Situación económica actual</p> <p style="text-align: center;">Mercado saturado</p> <p style="text-align: center;">Riesgos ciberseguridad</p>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p style="text-align: center;">Industria SaaS crecimiento exponencial</p> <p style="text-align: center;">Mercado &gt; economía sostenible</p> <p style="text-align: center;">Proceso de digitalización empresarial</p>

*Fuente: Elaboración propia*

#### **4. PLAN DE MARKETING: MARKETING MIX**

En el presente apartado expondremos el Marketing Mix, el cual se compone de cuatro subapartados, y la previsión de ventas para Bill-Save. En primer lugar, se desarrolla el producto que se trata de un servicio de *software* que ofrecemos a través de una aplicación. En segundo lugar, analizaremos el precio al cual ofrecemos la prestación de nuestros servicios. En tercer lugar, desarrollaremos los canales a través de los cuales articularemos la distribución de nuestro servicio *software*. Por último, expondremos la promoción que llevará a cabo Bill-Save, la cual comprende todas las actuaciones que desarrollará la empresa para que los potenciales clientes conozcan los servicios ofertados por esta,



consiguiendo -por lo tanto- una penetración del mercado óptima.

*Figura 10: Marketing Mix*



*Fuente: Roberto Espinosa*

#### **4.1.1. Producto**

El primer nivel lo conforma el **producto principal**, esto es, la necesidad básica -o beneficio- del cliente que cubre la empresa. En Bill-Save, la posibilidad de que Pymes y autónomos hagan uso de una aplicación que les permita gestionar y almacenar sus tickets y facturas digitalmente sin necesidad de tener el ticket o factura en papel.

El siguiente nivel es el **producto real**, es decir, los atributos que incrementan el valor de Bill-Save, ofreciendo valor añadido a los clientes y, por lo tanto, consiguen que los clientes quieran utilizar nuestros servicios.

Los principales atributos de la aplicación Bill-Save son la utilización de un sistema OCR, ML, AI y CM. Asimismo, a través de la aplicación los clientes podrán realizar cualquier pago remitiendo de manera automática el ticket o la factura a la propia aplicación.

Por último, analizamos el producto aumentado, el cual hace referencia a las ventajas adicionales que Bill-Save ofrece a nuestros clientes por la utilización de la aplicación. En

este sentido, al mejorar la eficiencia en la gestión y almacenamiento de los tickets y facturas, los clientes consiguen mejorar la productividad, ahorrar costes y tiempo en la gestión contable, mayor control para fijar los gastos fiscalmente deducibles, y, en definitiva, consiguen establecer un sistema uniforme, centralizado y homogéneo que, en su caso, podrá integrarse con los ERPs.

#### 4.1.2. Precio

En relación con el precio, tenemos que diferenciar dos periodos en los que implementaremos estrategias de precios diferentes. Por un lado, un primer periodo de lanzamiento de la aplicación y, por otro lado, un segundo periodo en el que Bill-Save ya este posicionada en el mercado.

Al lanzar la aplicación, utilizaremos la política de precios *freemium*. En un principio descargarse la aplicación y crearse una cuenta personal no tendrá ningún coste para los usuarios. Con esto conseguiremos que la aplicación llegue al máximo de personas posibles y que sea más atractivo nuestro servicio. Se trata de una versión gratuita con las funciones limitadas pero que permiten a los usuarios conocer -en parte- las funcionalidades de la aplicación. Junto con esta versión gratuita, ofreceremos una versión *Premium* con todas las funciones que ofrecerá el plan avanzado que luego explicaremos.<sup>38</sup>

No obstante, una vez se ha producido el lanzamiento de la aplicación, y Bill-Save ya se ha posicionado en el mercado, implementaremos la estrategia de precios basados en la competencia<sup>39</sup>. Para ello, ofreceremos dos modalidades de suscripciones con distintos costes, en función de los servicios que se quieran contratar. Con la finalidad de determinar el precio de los dos tipos de suscripciones, hemos realizado un estudio de los diferentes planes de precios que ofrecen las empresas competidoras del sector. En este sentido, tenemos que tener en cuenta que son generalmente tres: (i) planes básicos, cuyo precios oscila entre los 100-150 euros mensuales, y están generalmente dirigidos a Pymes y autónomos; (ii) planes intermedios, con un precio entre los 150-200 euros mensuales, y son planes para medianas empresas y empresas que requieren de una mayor automatización; y (iii) planes *premium*, con un precio superior a los 200 euros al mes,

---

<sup>38</sup> Universidad Europea, ¿Qué es la fijación de precios?, 2022.

<sup>39</sup>Ib.

pensado para empresas de gran tamaño con mayor número de transacciones, y que suelen integrarse con los sistemas ERPs o CRM de las empresas.

Por lo tanto, nosotros diferenciaremos entre un plan básico y un plan avanzado. A continuación, exponemos en la siguiente tabla los diferentes precios, servicios y condiciones que ofrecen el plan básico y avanzado, respectivamente.

**Figura 11: Tipos de suscripciones**

Básico	Avanzado
159€	249€
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología de OCR, ML, AI, CM</li> <li>• Conciliación con ERP, CRM o sistemas contables</li> <li>• Remisión automática factura a la aplicación</li> <li>• Gestión y almacenamiento automático factura</li> <li>• Lectura de factura y asiento contable</li> <li>• Generación de informes anuales</li> <li>• Autónomos</li> <li>• Microempresas</li> <li>• Límite de trabajadores &lt; 10</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología de OCR, ML, AI, CM</li> <li>• Conciliación con ERP, CRM o sistemas contables</li> <li>• Remisión automática factura a la aplicación</li> <li>• Gestión y almacenamiento automático factura</li> <li>• Lectura de factura y asiento</li> <li>• Generación de informes mensuales, trimestrales y anuales</li> <li>• Pequeñas empresas 10-50 trabajadores</li> <li>• Medianas empresas 50-250 trabajadores</li> <li>• Límite de trabajadores &lt; 250</li> <li>• Conciliación con otras aplicaciones</li> <li>• Integración con correo electrónico</li> </ul>

*Fuente: Elaboración equipo Bill-Save*

### 4.1.3. Distribución

Uno de los factores más importantes del Marketing Mix es la distribución. Por medio de la distribución articulamos los canales a través de los cuales hacemos llegar nuestros servicios al público objetivo. Para ello, utilizaremos dos tipos de canales de distribución: (i) distribución online; y (ii) distribución física.

Según un estudio sobre los principales canales de descubrimiento de nuevas marcas en España en el tercer trimestre de 2022, un poco más de un tercio de los usuarios de internet en España dijeron que descubrieron nuevas marcas a través de recomendaciones del ‘boca a boca’ de amigos o familiares. Alrededor del 34 por ciento de los encuestados descubrieron nuevas marcas a través de los motores de búsqueda. Mientras tanto, aproximadamente el 30 por ciento de los usuarios descubrieron nuevas marcas, productos y servicios a través de los anuncios en televisión.<sup>40</sup>

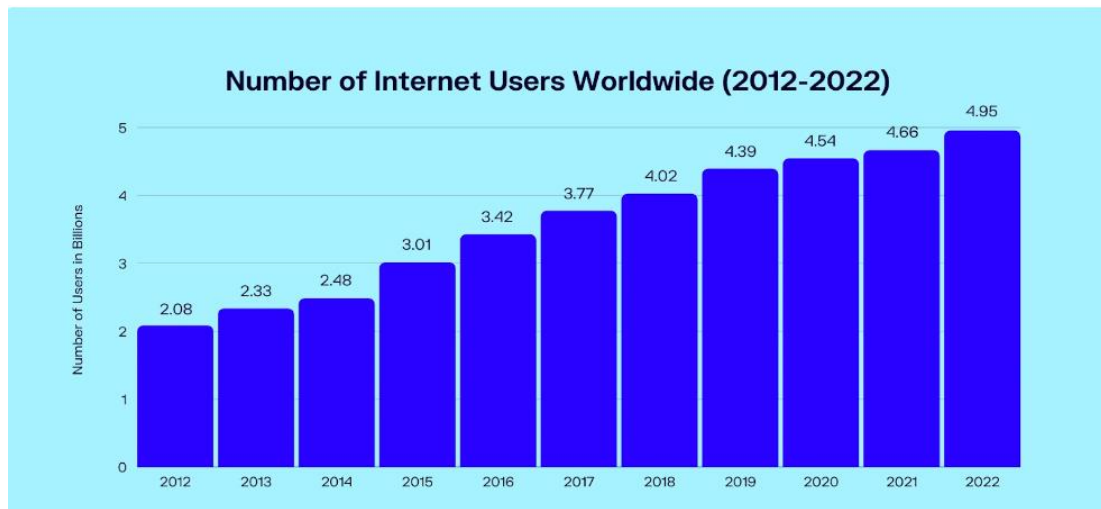
En primer lugar, analizaremos los canales de distribución online. En este sentido, nos centraremos en el marketing digital, centrada en la distribución online de contenido, siendo nuestro propósito hacer llegar a nuestro público objetivo información de utilidad para que puedan conocer nuestra empresa. Los canales de distribución online son fundamentales para lograr el éxito en el mundo empresarial moderno, ya que -como muestra la siguiente gráfica- en 2022 el número de usuarios de internet ascendió a 4,95 billones, teniendo España 45,12 millones de usuarios en internet.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Majidi, M., “Main channels of new brand Discovery Spain Q3 2022”, 2023.

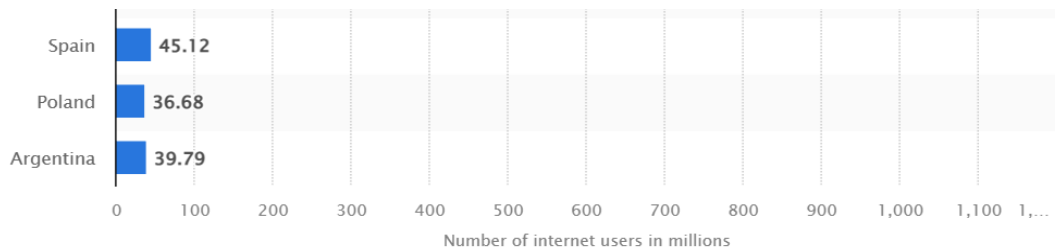
<sup>41</sup> Holcome, J., “¿Cómo crear una estrategia de marketing digital?”, 2023.

**Figura 12: Número de usuarios de internet a nivel mundial**



*Fuente: DataReportal*

**Figura 13: Número de usuarios de internet en España (2023)**



*Fuente: Statista*

En este sentido, utilizaremos las redes sociales para promocionar nuestra aplicación. En particular, utilizaremos la red profesional de LinkedIn, ya que consideramos que es la red social idónea para promocionar nuestros servicios. Para ello, crearemos un perfil, tratando de conseguir una red de contactos lo más amplio posible. La idea principal es participar en foros tecnológicos y de digitalización empresarial, además de generar posts de manera recurrente para darnos a conocer. En definitiva, es una forma no tradicional de crear una red de *networking*.

Además, otro de los canales de distribución online será la página web de Bill-Save. Para ello, contrataremos a un diseñador para que cree la página web y, de esta manera, podremos llegar a los usuarios que utilizan los métodos tradicionales de búsqueda. A través de la página web desarrollaremos una estrategia de contenido para asegurarnos que

la información y contenido de la página web generan valor para nuestros clientes. En relación con el coste de esta acción, como necesitamos una página web corporativa y establecer pasarelas de pago en esta, el precio medio para crear esta página web ronda los 2.000 euros. Ahora bien, debemos tener en cuenta que la web necesita mantenimiento, actualización y que esté supervisada por un desarrollador, por lo tanto, esto tiene un coste adicional de unos 1.000 euros al año.<sup>42</sup>

Otro de los canales de distribución online será la publicidad en línea. Es decir, el uso de anuncios en plataformas como LinkedIn, lo que nos permite llegar de manera más precisa y directa a nuestro público objetivo. Finalmente, utilizaremos el email marketing, para lo cual crearemos una lista de correos electrónicos a los que mandaremos correos electrónicos promocionando nuestros servicios.

La creación de un código QR para la distribución de la aplicación de Bill-Save será muy útil tanto para la distribución online como para la distribución física. Los usuarios podrán acceder fácilmente a la descarga de la aplicación Bill-Save con este código QR. Además, el código QR se mostrará en la página principal de la página web para que todas las personas que entren en la página web se sientan atraídos a descargar la aplicación y puedan comprenderla fácilmente.<sup>43</sup>

Por otro lado, con lo que respecta a los canales de distribución física, nos centraremos en dar a conocer nuestra empresa a través del ‘boca a boca’. Para ello, utilizaremos nuestra red de contactos (la personal y la generada en LinkedIn), para establecer reuniones y, una vez les hayamos explicado nuestra idea, puedan darnos a conocer. Asimismo, trataremos de establecer colaboraciones con empresas y universidades, para poder participar en eventos y conferencias en las que podamos presentar nuestra empresa.

#### **4.1.4. Promoción**

Será fundamental centrar nuestros esfuerzos en el desarrollo de un plan de marketing y publicidad efectivos para dar a conocer nuestros servicios y, en particular, durante los primeros años de penetración del mercado. El objetivo principal es ofrecer un servicio

---

<sup>42</sup> Bustos, G., “¿Cuál es el precio de crear una página web en 2023?”, 2023.

<sup>43</sup> Herrera, L., “Aprende a usar el código QR en tu estrategia y conoce 3 herramientas gratuitas para generarlo”, Rockcontent, 2022.

diferente y atraer a la mayor cantidad de clientes y usuarios posibles. En consecuencia, una parte importante del esfuerzo se destina a realizar esta función.

La estrategia publicitaria de Bill-Save se centra en el marketing digital, dentro de la cual se llevarán a cabo diferentes campañas de marketing. En este sentido, llevaremos a cabo las siguientes acciones (i) optimizaciones por motores de búsqueda (por sus siglas en inglés, SEO); (ii) marketing en redes sociales; (iii) publicidad de pago; (iv) email marketing; y (v) página web de *Bill-Save*.<sup>44</sup>

**Figura 14: Elementos de una estrategia de marketing digital.**



*Fuente: Kinsta*

Teniendo en cuenta las tendencias publicitarias actuales, las redes sociales constituyen nuestra principal campaña publicitaria. En particular, -como indicábamos en el apartado anterior- LinkedIn. Según un informe del Content Marketing Institute, el 96 por ciento de los especialistas en marketing de empresas tecnológicas hacen uso de las redes sociales, las cuales constituyen la práctica principal de marketing de contenidos.<sup>45</sup>

Respecto las cuentas de las redes sociales, el equipo de Bill-Save se encargará inicialmente de la gestión y administración de estas para que, de esta manera, se transmita

<sup>44</sup> Ib.

<sup>45</sup> Forero, T., “Guía de Social Media para empresas de tecnología: cómo aumentar tu engagement con los usuarios”, 2020.

al mercado de manera clara y sencilla las intenciones de la empresa. Una vez se haya producido la penetración de Bill-Save en el mercado, contrataremos a un experto en Marketing Digital y gestión de redes sociales, para lo cual contará con una plataforma de comunicación para el desarrollo de Bill-Save (i.e., SEMrush, Hootsuite, Sprout Social...). Esto se debe a que la optimización en la gestión de las redes sociales constituye una parte fundamental del marketing de contenidos, y una parte de la estrategia global de marketing online. Además, según un estudio realizado, únicamente el dos por ciento de los usuarios interactúan de forma activa con el contenido de las aplicaciones de las cuentas a las que siguen, resultando no sólo irrelevante el número de seguidores, sino que también resultan ineficaces los recursos invertidos para la gestión y administración de las redes sociales.<sup>46</sup>

Debemos hacer referencia al contenido que publicaran nuestras redes sociales. Según un estudio realizado por Rendforest, el vídeo es el tipo de contenido que prefieren los consumidores y, dentro de los vídeos, los vídeos anuncios constituyen la forma número 1 para descubrir nuevas marcas, el 94 por ciento de las personas miran vídeos explicativos, el 58 por ciento de las empresas B2B hacen uso de animaciones de logos en sus videos, y el 93 por ciento de los usuarios ven vídeos instructivos en YouTube.<sup>47</sup> Por lo tanto, crearemos vídeos anuncios y explicativos de nuestra idea en nuestro perfil de LinkedIn. Para ello, necesitaremos contratar a un *Filmmaker* para que grabe y edite el vídeo publicitario, lo que tendrá un coste aproximado de 1.500 euros.

---

<sup>46</sup> Lazaridis, A., “Mejores herramientas de gestión de redes sociales en 2023- Con interfaz en español”; 2022.

<sup>47</sup> Renderforest, 44 Estadísticas de Vídeo Marketing 2020”, 2018.



**Figura 15: contenido preferido en redes sociales**



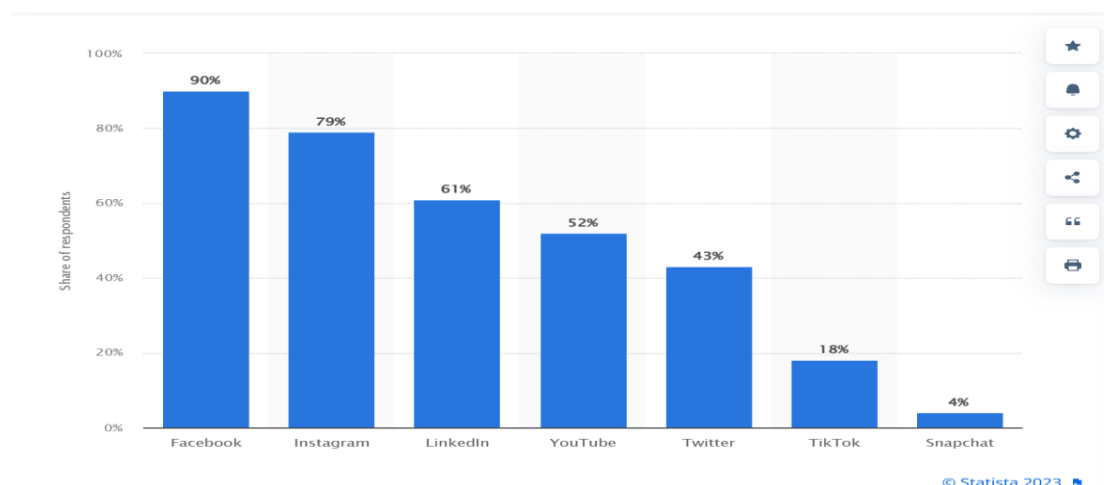
*Fuente: Renderforest*

Para promocionar nuestra empresa, utilizaremos principalmente LinkedIn. En este sentido, LinkedIn es una red social a nivel profesional, en donde predominan las empresas B2B o de servicios entre empresas. Por ello, LinkedIn es una de las redes sociales más eficaces para promocionar contenido sobre los diferentes sectores profesionales. Además, se caracteriza por su contenido muy especializado y por la capacidad de segmentación de los usuarios.<sup>48</sup>

**Figura 16: Principales plataformas de redes sociales utilizadas por los especialistas en marketing**

<sup>48</sup> ESIC, “Redes sociales para empresas: ¿cuáles son las mejores para tu negocio?”; Marketing y Comunicación, 2018.

### *a nivel mundial*



*Fuente: Statista*

Por otro lado, utilizaremos la optimización para motores de búsqueda, que nos permitirá mejorar nuestro posicionamiento en los motores de búsqueda más populares como Google. La implementación de esta campaña de marketing se debe a que los SEO son la base del marketing orgánico y es fundamental para tener éxito en el marketing a largo plazo. Para ello, utilizaremos palabras clave que se identifiquen con Bill-Save y hashtags las publicaciones que hagamos en las cuentas de redes sociales o blogs. Además, utilizaremos plataformas como WordPress, y herramientas plugins SEO, principalmente Yoast SEO.<sup>49</sup> Respecto al coste de esta acción, la utilización de la herramienta Yoast SEO tiene una versión gratuita, sin embargo, el precio promedio por los servicios SEO y SEM son de 1.000 a 5.000 euros.<sup>50</sup>

Otra de las campañas publicitarias que utilizaremos dentro del marketing digital es el email marketing. El correo electrónico sigue siendo una parte importante de la vida diaria en línea, a pesar del crecimiento y la importancia de las aplicaciones móvil. En 2020, había cuatro mil millones de usuarios de correo electrónico en todo el mundo, y se espera que en 2025 lleguen a 4,6 mil millones. Los ingresos del marketing por correo electrónico se prevén que superen los 10 mil millones de dólares en 2023. El retorno promedio de la

<sup>49</sup> ITNweslat, “Estrategias de marketing digital para startups tecnológicas”, 2023.

<sup>50</sup> Semalt, ¿Cuál es el precio promedio de los servicios SEO y SEM?, 2018.

inversión (ROI) del marketing por correo electrónico es difícil de comparar con otros canales. Aproximadamente la mitad de los profesionales del marketing que participaron en una encuesta realizada a fines de 2022 dijeron que sus campañas de marketing por correo electrónico habían experimentado una tasa de mejora del doble en el ROI, lo que demuestra por qué el correo electrónico ha mantenido su popularidad durante décadas. Además, no sólo tiene un RIO muy elevado, sino que el coste de una campaña de email marketing oscila entre los 10 y 50 euros mensuales, lo que supone que por cada euro invertido obtienes un retorno de 42 euros<sup>51</sup>

Asimismo, otra de las campañas publicitarias a destacar es el desarrollo de una página web de Bill-Save. Lo importante de la página web es el posicionamiento que obtengas en los rankings de Google y la posición en la que salgas en los resultados de búsqueda. Para ello, utilizaremos los SEO o, en su caso, buscar resultados orgánicos pagados.<sup>52</sup>

Finalmente, hacemos referencia a la publicidad de pago. Podemos identificar tres tipos: (i) anuncios en páginas web; (ii) publicidad de pago por clic (PPC, por sus siglas en inglés); y (iii) publicidad de pago por clic en Google Ads. En nuestro caso, comenzaremos con anuncios publicitarios en redes sociales (i.e., Instagram), en buscadores (i.e., Google), las páginas web, en Youtube etc. En cuanto al coste, dependerá de si utilizamos (i) coste por clic ( $CPC = \text{coste total} / \text{número de clics}$ ), que dependerá de la red social -en LinkedIn el coste medio es de 3,20 dólares- en la que esté el anuncio, siendo en España el coste promedio de 0,91 euros por clic<sup>53</sup>; (ii) coste por cada mil impresiones ( $CPM = \text{coste} / \text{impresiones} * 1000$ ), por lo tanto, dependerá del valor que le demos al CPM<sup>54</sup>; y (iii) coste por acción ( $CPA = \text{presupuesto total} / \text{número de conversiones}$ ), dependerá de lo que te has gastado en la campaña publicitaria y del número de ventas (suscripciones en nuestro caso).

#### **4.1.5. Previsión de ventas**

La variable que cuantificaremos para determinar la previsión de ventas es el número de suscriptores. Si observamos la cuenta de pérdidas y ganancias -véase la Figura 1-, podemos determinar que los ingresos experimenten un gran crecimiento a partir del año

---

<sup>51</sup> Dencheva, V., “E-mail marketing worldwide – statistics & facts”, 2023.

<sup>52</sup> Carpenter-Arévalo, M., “¿Cómo hacer que tu empresa salga primero en la búsqueda?”, 2016.

<sup>53</sup> Garmendia, G., “El CPC por países y por CCAA”, 2016.

<sup>54</sup> Peiró, R., “Coste por mil impresiones (CPM)”, Economipedia, 2017.

2024. Naturalmente estos ingresos están estrechamente relacionados con los suscriptores (esto es, las ventas) de la aplicación. La previsión es que en 2028 alcancemos los 15 suscriptores. La intención es evitar que los suscriptores se den de baja o, en su casa, opten por modificar su suscripción hacia una peor (esto es, mantener el *Revenue Churn* en el mínimo posible). Asimismo, no sólo debemos centrarnos en ganar nuevos clientes, sino que también debemos esforzarnos en retener a los existentes (es decir, mantener el *Net Revenue Retention* al 100%).

En relación al número de suscriptores, las proyecciones realizadas por el Chif Financial Officer de Bill-Save, estiman que (i) en 2024 alcanzaremos las 175 suscripciones; (ii) en 2025 sumaremos 1.050 suscripciones; (iii) 2.500 suscripciones en 2026; (iv) 7.000 suscriptores en 2027; y (v) 15.000 suscriptores en 2028.

**Figura 17: Previsión de ventas**

<b>Breakdown de ingresos</b>					
	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Ingresos suscripción 1	15.900 €	103.350 €	238.500 €	795.000 €	1.590.000 €
Número suscripciones	100	650	1500	5000	10000
% Crecimiento		550%	131%	233%	100%
% Churn		10%	10%	10%	10%
Precio:	159 €				
Ingresos suscripción 2	18.675 €	99.600 €	249.000 €	498.000 €	1.245.000 €
Número suscripciones	75	400	1000	2000	5000
% Crecimiento		433%	150%	100%	150%
% Churn		10%	10%	10%	10%
Precio:	249 €				
<b>Total Ingresos</b>	<b>34.575 €</b>	<b>202.950 €</b>	<b>487.500 €</b>	<b>1.293.000 €</b>	<b>2.835.000 €</b>

*Fuente: Chif Financial Officer Bill-Save (Nicolás Sánchez)*

Naturalmente el número de ‘suscripciones 1’ será mayor que el número de ‘suscripciones 2’, ya que ofrecen servicios a menor coste y entendemos que resulta más fácil captar a los autónomos y microempresas.

Sin embargo, la previsión de ventas no incluye las suscripciones que obtendremos en los primeros meses de lanzamiento de la aplicación con la estrategia de precios freemium. Durante los primeros meses con la mencionada estrategia, estimamos que conseguiremos

más de 150 suscripciones de la versión gratuita, de las cuales más del 50 por ciento optarán por hacerse con el servicio *Premium*.

## **5. PLAN DE OPERACIONES Y RECURSOS HUMANOS**

En primer lugar, trataremos el plan de operaciones de Bill-Save. Con lo que respecta al desarrollo de la aplicación, el primer paso es contratar a un desarrollador/programador para que diseñe y desarrolle la aplicación. La idea principal es desarrollar un ‘primer draft’ de la aplicación que no esté completamente terminada pero que cuente con las prestaciones principales para poder presentar la aplicación a los potenciales inversores. El coste de contratar al desarrollador de la aplicación, según Rodríguez Barea (Platform & Technology Presales Specialist) estaría entorno a los 125.000 euros y tardaría alrededor de siete meses. Además, según Rodríguez Barea, para almacenar toda la información del sistema debemos contratar los servicios de la nube de Google, que aproximadamente cuesta \$0.17 por cada GB.

Una vez contamos con los inversores, el desarrollador/programador acabará de desarrollar la aplicación. No obstante, al no contar con un programador en el equipo, tendremos que destinar recursos económicos para financiar el desarrollo de la aplicación. Asimismo, junto con el desarrollo de la aplicación, el desarrollador/programador se encargará de implementar el sistema *software* que utilizaremos, esto es, sistema OCR, con ML, AI y CL. Todo este proceso estará supervisado por Mario Cavestany en calidad de Chief Technology Officer.

Con lo que respecta a las diferentes funciones a desempeñar en la *startup*, inicialmente las distribuiremos de la siguiente manera: (i) la gestión financiera (proyección de ingresos, gastos, etc.) la llevará a cabo Nicolás Sánchez en calidad de Chief Financial Officer; (ii) la estrategia de comercialización y ventas las diseñaremos entre todos pero dirigidos por Diego Escudero en calidad de Chief Executive Officer,

Por otro lado, en relación con las infraestructuras de Bill-Save, en un primer momento no contaremos con oficinas, y alternativamente trabajaría cada uno desde sus respectivas casas. Para los casos en los que el equipo deba reunirse con clientes, debemos tomar decisiones importantes o la plantilla empiece a crecer, alquilaríamos oficinas en algún co-

working de Madrid.

En segundo lugar, desarrollaremos la parte de Recursos Humanos. Como comentábamos en la introducción, el equipo de Bill-Save estará formado por cinco integrantes que desempeñaran diferentes funciones. El departamento de tecnología estará liderado por Mario Cavestany, que se encargará de las funciones de Investigación y Desarrollo de la empresa, supervisar el proceso de desarrollo de la aplicación, y de incorporar las innovaciones tecnológicas que puedan surgir. El desarrollo de negocio estará coordinado por Diego Escudero, que se encargará de estudiar el mercado, analizar las necesidades de nuestros clientes y definir las estrategias de lanzamiento de nuestra aplicación. Por otro lado, la gestión financiera la llevará a cabo Nicolás Sánchez en calidad de Chief Financial Officer. Finalmente, el departamento legal estará liderado por Ignacio Gallastegui, que se encargará de que la *startup* cumpla con la legislación vigente.

En relación con los salarios, al encontrarnos en una etapa muy preliminar, ninguno de los integrantes del equipo recibiría salario alguno, y los potenciales beneficios se reinvertirían en la empresa. Asimismo, no existiría un departamento de Recursos Humanos, y las funciones de este serían llevadas a cabo por los integrantes de forma conjunta. Por lo tanto, la única contratación que realizaríamos sería la del desarrollador/programador.

## 6. CONCLUSIONES

El estudio realizado en el presente trabajo permite extraer una serie de conclusiones que se exponen a continuación de manera ordenada:

- (i) Bill-Save nace como una empresa de software como servicio (SaaS) enfocada en el ámbito empresarial B2B para Pymes y autónomos en España, que tiene como principal objetivo eliminar la acumulación e ineficaz gestión de los tickets y facturas en papel de gastos de empresas, digitalizando todo el proceso, ofreciendo una mejor gestión y operatividad apoyándose en la AI, ML, y CM.
- (ii) Bill-Save propone que, a través de un sistema OCR, en el momento de realizarse el pago se produzca la remisión automática del ticket o factura a la aplicación, sin necesidad de escanear la factura en papel para almacenarla en la aplicación. Sin embargo, para lograr el éxito de este sistema, es necesario que el comercio haga uso de nuestra aplicación (siendo el punto más complejo de la idea).
- (iii) Bill-Save aportará valor añadido a las Pymes y autónomos, mejorando su operatividad contable y consiguiendo una gestión más eficaz de los gastos empresariales. Respecto al comercio, lograrán simplificar el proceso de emisión de facturas, consiguiendo llevar a cabo un control efectivo de los ingresos y optimizar los recursos utilizados. Además, ofrece valor añadido para el Estado al impedir la manipulación de las facturas, y al medioambiente al conseguir eliminar la presencia del papel en las facturas.
- (iv) En cuanto al análisis del sector, nos encontramos con un mercado saturado pero que está experimentando un crecimiento exponencial. Las exigencias legislativas actuales, el crecimiento de la industria de los SaaS, las tendencias de la digitalización del proceso empresarial y la sostenibilidad favorecen el escenario para el desarrollo de Bill-Save.
- (v) La estrategia de marketing a implementar será el marketing digital. Esto nos permite llegar a la totalidad de nuestro público objetivo de una manera más rápida y económica. Dentro de la estrategia del marketing online, implementaremos diversas acciones como la presencia en redes sociales (LinkedIn), email marketing, anuncios publicitarios (CPC, CPM, CPA), optimización para motores de búsqueda (SEO), etc.
- (vi) Finalmente, respecto al plan de operaciones, para el desarrollo de la aplicación es

necesario contratar a un programador/desarrollador de aplicaciones. En cuanto las funciones a desempeñar, inicialmente, los socios fundadores de Bill-Save, en calidad de coordinadores del respectivo departamento, asumiremos todas las funciones de estos.



## 7. BIBLIOGRAFÍA

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, “Cifras Pyme”, 2023 (disponible en [Cifras PYME. Datos febrero 2023 \(industria.gob.es\)](https://www.cifraspyme.gob.es/); última consulta: 06/04/2023).

Ministerio de Trabajo y Economía Social, “Trabajadoras y Trabajadores Autónomos, Personas Físicas, en alta en la Seguridad Social. Resumen de Resultados 30 de septiembre de 2022”, 2022. (disponible en [Microsoft Word - portada Informe de Perfiles marzo 2021 .docx \(mites.gob.es\)](https://www.mites.gob.es/); última consulta: 06/04/2023).

BBVA, “¿Qué es la sostenibilidad ambiental y qué responsabilidad tienen las empresas?”, 2022. (disponible en [La sostenibilidad ambiental y la responsabilidad de las empresas \(bbva.com\)](https://www.bbva.com/); última consulta 06/04/2023).

Camerfirma, “OCR: ¿Qué es, para qué sirve y cómo afecta la firma electrónica?”, 2022 (disponible en [OCR: ¿Qué es, para qué sirve y cómo afecta a la firma electrónica? \(camerfirma.com\)](https://www.camerfirma.com/); última consulta 08/04/2023).

Cambón, M.I., y Ispierto, A., “Características de las IIC españolas sostenibles en 2020”, Comisión Nacional del Mercado de Valores, 2022 (disponible en [CNMV](https://www.cnmv.es/); última consulta 08/04/2023).

Gesforma, “Bosques corporativos y plantación de árboles para empresas”, CO2gestión, 2021 (disponible en [APADRINAR BOSQUE | CO2 GESTION](https://www.apadrinarbosque.com/); última consulta 09/04/2023).

National Geographic España, “¿Por qué es importante reciclar papel?”, 2020 (disponible en [¿Por qué es importante reciclar papel? \(nationalgeographic.com.es\)](https://www.nationalgeographic.com.es/); última consulta 09/04/2023).

La Vanguardia, “Cero papel en las empresas: un gesto por el medioambiente”, 2018 (disponible en [Cero papel en las empresas: un gesto por el medioambiente \(lavanguardia.com\)](https://www.lavanguardia.com/); última consulta 09/04/2023).

Peiró, R. y López, J.F., “Modelo de negocio”, *Economipedia*, 2020 (disponible en [Modelo de negocio - Qué es, definición y concepto | 2023 | Economipedia](https://www.economipedia.com/); última consulta 09/04/2023).

González, M., “El prestigio de la democracia española se ha deteriorado gravemente en los últimos 15 años”, La Vanguardia, 2022 (disponible en [El prestigio de la democracia española se ha deteriorado gravemente en los últimos 15 años | España | EL PAÍS \(elpais.com\)](https://www.elpais.com/); última consulta 14/04/2023).

Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, “El Gobierno aprueba el proyecto de Ley de Startups que sitúa a España a la vanguardia en atracción de inversión, talento y emprendimiento”, 2021 (disponible en [El Gobierno aprueba el proyecto de Ley de Startups que sitúa a España a la vanguardia en atracción de inversión, talento y emprendimiento \(mineco.gob.es\)](https://www.mineco.gob.es/); última consulta 14/04/2023).

Expansión, “Baja el IPC en marzo en España”, 2023 (disponible en [IPC de España 2023 | Datosmacro.com \(expansion.com\)](https://www.expansion.com/); última consulta 15/04/2023).

Molina, I. y Tamames, J., “España en el mundo 2023: perspectivas y desafíos”, Elcano Policy Paper, 2023 (disponible en [España en el mundo 2023: perspectivas y desafíos económicos y tecnológicos - Real Instituto Elcano](https://www.elcano.org.es/); última consulta 15/04/2023).

Global Business Travel Association. GBTA. “How much do expense reports really cost a company?”, 2022 (disponible en [How Much Do Expense Reports Really Cost a Company? - Global Business Travel Association - GBTA](https://www.gbta.com/); última consulta 24/05/2023).

Alpañés, E., “Las herramientas digitales imprescindibles para cualquier negocio”, El País, 2021 2022 (disponible en [Las herramientas digitales imprescindibles para cualquier negocio | Estar donde estés | EL PAÍS \(elpais.com\)](https://www.elpais.com/); última consulta 25/05/2023).

Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. “Indicadores. Conoce todos los datos clave sobre el avance de la digitalización en España”, 2023 (disponible en [DESI | España Digital 2026 \(espanadigital.gob.es\)](https://www.espanadigital.gob.es/); última consulta 26/05/2023).

El Independiente, “Cerca del 60% de la energía que utilizan las empresas de gran consumo procede de fuentes renovables, según AECOC”, 2021 (disponible en [Las empresas de gran consumo utilizan energía de fuentes renovables \(elindependiente.com\)](#)); última consulta 27/05/2023).

Ministerio para la Transformación Ecológica y el Reto Demográfico, “Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030”, 2020 (disponible en [pniecCompleto\\_tcm30-508410.pdf \(miteco.gob.es\)](#)); última consulta 27/05/2023).

PWC, “El auge de la economía circular. Planificar hoy las transiciones energéticas del mañana”, 2022 (disponible en [La economía circular en los sectores de energía, servicios públicos y recursos \(pwc.com\)](#)); última consulta 27/05/2023).

Novo, C., “Las empresas tecnológicas se comprometen a devolver al medioambiente más agua de la que consumen”, iagua, 2021 (Disponible en [Las empresas tecnológicas se comprometen a devolver al medioambiente más agua de la que consumen | iAgua](#)); última consulta 29/05/2023).

Banco Santander, “Empresas con Responsabilidad Social Corporativa”, 2021 (disponible en [Empresas con Responsabilidad Social Corporativa | Blog Becas Santander \(becas-santander.com\)](#)); última consulta 29/05/2023).

Grant Thornton, “Obligación factura electrónica a empresarios y profesionales”, 2022 (disponible en [Obligación factura electrónica a empresarios y profesionales | Grant Thornton](#)); última consulta 29/05/2023).

Perrota, A., “43 Percent of Companies Rely on Manual T&E Systems”, Business Travel News, 2019 (disponible en [43 Percent of Companies Rely on Manual T&E Systems | Business Travel News](#)); última consulta 30/05/2023).

Baker, M.B., “Center Survey Shows Manual Expense Reporting Still Prevalent but Shrinking”, Business Travel News, 2023 (disponible en [Center Survey Shows Manual Expense Reporting Still Prevalent but Shrinking | Business Travel News](#)); última consulta 30/05/2023).

Onepoint- Admin., “Three Ways Time Keeping Automation Solves Payroll Inflation”; 2019 (disponible en [Three Ways Time Keeping Automation Solves Payroll Inflation \(onehcm.com\)](#)); última consulta 30/05/2023).

Stamford, Conn., “Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Reach Nearly \$600 Billion in 2023”, 2022 (disponible en [Gartner Forecasts Worldwide Public Cloud End-User Spending to Reach Nearly \\$600 Billion in 2023](#)); última consulta 30/05/2023).

López, V., “Marketing Mix. EL precio”, Econfinados, 2020 (disponible en [Estrategias de precios en el marketing mix \(ceupe.com\)](#)); última consulta 31/05/2023).

Thompson, I., “Definición de producto”, 2020 (disponible en [Archivo2.5203.pdf \(unam.mx\)](#)); última consulta 01/06/2023).

Meza, H.M., ¿Promoción o distribución? Gran dilema en el marketing de contenidos, 2019 (disponible en [¿Promoción o distribución? Gran dilema en marketing de contenidos - Charlas de Café de Comunicación y Otras Pasiones \(infosol.com.mx\)](#)); última consulta 01/06/2023).

Forero, T., “Guía de Social Media para empresas de tecnología: cómo aumentar tu engagement con los usuarios”, 2020 (disponible en [Guía de Social Media para empresas de tecnología \[2020\] \(rockcontent.com\)](#)); última consulta 02/06/2023).

Lazaridis, A., “Mejores herramientas de gestión de redes sociales en 2023- Con interfaz en español”; 2022 (disponible en [Mejores herramientas de gestión de redes sociales en 2023 - Con interfaz en español | TechRadar](#)); última consulta 03/06/2023).

ESIC, “Redes sociales para empresas: ¿cuáles son las mejores para tu negocio?”; Marketing y Comunicación, 2018 (disponible en [Redes sociales para empresas: ¿cuáles son las mejores para tu negocio? | ESIC](#)); última consulta 03/06/2023).

Muente, G., “Qué es el street marketing y cómo explotar esta estrategia” Rcockcontetn, 2018 (disponible en [Qué es el street marketing y cómo explorar esa estrategia \(rockcontent.com\)](#)); última consulta 03/06/2023).

Instituto Nacional de Estadística, “Proyecciones de Población 2022-2027”, 2022 (disponible en [Notas de prensa INE](#)); última consulta 05/06/2023).

Fernández Humanada, R., “Los consumidores recortan gastos no esenciales y apuestan por promociones y productos no

esenciales para combatir la inflación”, 2023 (disponible en <https://www.pwc.es/es/sala-prensa/notas-prensa/2023/consumidores-recortan-gastos-no-esenciales.html>); última consulta 06/06/2023).

Holcome, J., “¿Cómo crear una estrategia de marketing digital?”, 2023 (disponible en [¿Cómo crear una estrategia de marketing digital? \(kinsta.com\)](https://kinsta.com)); última consulta 07/06/2023).

ITNweslat, “Estrategias de marketing digital para startups tecnológicas”, 2023 (disponible en [Estrategias de marketing digital para startups tecnológicas \(itnews.lat\)](https://itnews.lat)); última consulta 07/06/2023).

Herrera, L., “Aprende a usar el código QR en tu estrategia y conoce 3 herramientas gratuitas para generarlo”, Rockcontent, 2022 (disponible en [Usa códigos QR en tus estrategias y créalos con estas tres herramientas \(rockcontent.com\)](https://rockcontent.com)); última consulta 07/06/2023).

Majidi, M., “Main channels of new brand Discovery Spain Q3 2022”, 2023 (disponible en [Spain: Main channels of new brand discovery 2022 | Statista](https://www.statista.com)); última consulta 07/06/2023).

Carpenter-Arévalo, M., “¿Cómo hacer que tu empresa salga primero en la búsqueda?”, 2016 (disponible en [¿Cómo Hacer Que Tu Empresa Salga Primero en la Búsqueda? \(centricodigital.com\)](https://centricodigital.com)); última consulta 07/06/2023).

Renderforest, “44 Estadísticas de Vídeo Marketing 2020”, 2018 (disponible en [44 Estadísticas de Video Marketing 2020 | Renderforest](https://renderforest.com)); última consulta 07/06/2023).

Universidad Europea, “¿Qué es la fijación de precios?”, 2022 (disponible en [Qué es la fijación de precios | Blog UE \(universidadeuropea.com\)](https://universidadeuropea.com)); última consulta 08/06/2023).

Bustos, G., “¿Cuál es el precio de crear una página web en 2023?”, 2023 (disponible en [¿Cuál es el Precio de Crear una Página Web en 2023? \(hostinger.es\)](https://hostinger.es)); última consulta 08/06/2023).

Goodnight, J., “Inteligencia artificial. Qué es la IA y Por qué importa”, SAS, 2022 (disponible en [Inteligencia Artificial: Qué es y Por Qué Importa | SAS](https://sas.com)); última consulta 08/06/2023).

Peiró, R., “Coste por mil impresiones (CPM)”, Economipedia, 2017 (disponible en [Coste por mil impresiones \(CPM\) | 2023 | Economipedia](https://economipedia.com)); última consulta 08/06/2023).

Garmendia, G., “El CPC por países y por CCAA”, 2016 (disponible en [El CPC por países y por CCAA | Gorka Garmendia](https://gorka.garmendia.com)); última consulta 08/06/2023).