

INTERNET DONDE QUIERAS INTERNET EVERYWHERE

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO
CONTABILIDAD Y FINANZAS



Facultad de Economía,
Empresa y Turismo
Sección de Ciencias
Económicas y Empresariales

Autor: Mascareño Ponte, Miguel
Tutor: Rodríguez Abad, Ernesto
Grado en Contabilidad y Finanzas
Curso: 2014/2015
Fecha y lugar de la presentación: La Laguna, septiembre 2015

“Habrá dos tipos de negocios en el siglo XXI:
aquellos que estén en Internet y aquellos que ya no existan”

Bill Gates (Fundador de Microsoft)

ÍNDICE:

Resumen

1. Introducción.....	página 04
1.1 Objetivo del proyecto.....	página 04
1.2 Metodología.....	página 05
1.2.1 Fase 1.....	página 05
1.2.2 Fase 2.....	página 06
1.2.3 Fase 3.....	página 07
2. Antecedentes y justificación.....	página 08
3. Análisis descriptivo.....	página 10
4. Plan de empresa.....	página 11
4.1 Antecedentes y promotores.....	página 11
4.2 Descripción del negocio.....	página 12
4.3 Características distintivas del producto.....	página 13
4.4 Mercado previsto: volumen y evolución de ventas.....	página 13
4.5 Tecnología utilizada y empleo creado.....	página 15
4.5.1 Tecnología utilizada	página 15
4.5.2 Empleo creado	página 15
4.6 Inversiones y estructuras financieras.....	página 16
4.7 Rentabilidad prevista.....	página 16
4.8 Análisis de escenario.....	página 17
5. Conclusión.....	página 18
6. Nota aclarativa.....	página 19
7. Bibliografía.....	página 20
8. Anexos.....	página 21

RESUMEN

PocketWifi SL es el proyecto de creación de nueva empresa. Dedicado a satisfacer las necesidades de los turistas que vienen a Canarias, en concreto, a Tenerife, prestando su servicio dentro de los hoteles. Como su propio nombre indica está relacionada con la comunicación de personas a través de internet, requisito indispensable para todos los visitantes que viajan sin roaming. Permite la conexión a internet gracias a unos routers portátiles que crean una red Wifi a la que se pueden conectar hasta 10 dispositivos proporcionando acceso ilimitado a internet durante las vacaciones.

Para el estudio de la viabilidad de este proyecto se ha realizado una prueba piloto con resultados muy satisfactorios que han provocado un interés aún mayor por la creación de una empresa de estas características y todo esto ayudado a la baja competencia que existe en Canarias.

ABSTRACT

PocketWifi SL is a project for the establishment of a new company. This company is dedicated to satisfy the needs of tourists who come to the Canary Islands, in particular, to Tenerife. PocketWifi provide service within hotels. As its name suggests, the aim of this project is to provide communication of people through internet, which is an indispensable requirement for all visitors traveling without roaming. It allows connection to internet through a portable router that creates a Wifi network to which you can connect up to 10 devices providing unlimited internet access during the holidays.

For the study of feasibility of this project I carried out a pilot test with very satisfactory results that have caused a great interest in the creation of a company of this nature. The low competition in this matter helped boost this project.

1. INTRODUCCIÓN

La necesidad de comunicarse es cada vez más importante para todas las personas. Ya no nos conformamos con una llamada al día con nuestra pareja, amigos o familiares. No nos basta con una carta de vez en cuando de nuestra familia más lejana, ahora queremos ver qué hacen, qué comen, cómo se visten o a dónde viajan. Y, por supuesto, cada vez se va perdiendo más la privacidad de las personas. Existe cada vez más gente que cuelga todo lo que hace en las redes sociales, es como si quisieran que todo el mundo pudiera ver en dónde están en cada momento. Es muy triste dar un paseo por la calle y solo ver a personas enganchadas a sus smartphones, entrar en un restaurante y escuchar el sonido de los dedos en el teclado.

“La red exige nuestra atención de forma mucho más insistente que la televisión, la radio o los diarios matutinos. (...) Lo que se ve es una mente consumida por un medio. Cuando estamos online, a menudo nos mostramos ajenos a todo cuando acontece en nuestro derredor. El mundo real retrocede mientras procesamos el flujo de símbolos y estímulos provenientes de nuestros dispositivos.” (Carr, 2010: 146)

Las nuevas tecnologías son el presente y se puede afirmar con certeza que también serán nuestro futuro.

El crecimiento de internet es imparable y la necesidad de conexión por parte de usuarios y empresas es vital. De hecho, las previsiones van más allá y ya se habla del “Internet de las cosas” (conexión entre dispositivos, aparatos, robots entre sí mismos). Necesitamos estar conectados a la red de forma permanente, ya sea por motivos laborales, o simplemente por ocio y entretenimiento. De ahí la motivación principal del proyecto: proporcionar conexión a la red al cliente dónde y cuándo quiera.

Durante las vacaciones en países extranjeros todas las personas tenemos dos opciones: la primera de ellas es contratar un roaming que a día de hoy el precio es muy elevado y no todo el mundo se lo puede permitir o viajar sin el, pero en busca de wifi y conociendo todas las cafeterías de los países a los que viajamos. Por ello ha surgido la idea empresarial de crear Pocketwifi SL con el fin de omitir todos aquellos paseos innecesarios para buscar algún punto wifi gratuito.

La tecnología permite encontrar la solución de los problemas prácticos en la vida diaria. Sin embargo, para aquellas personas que no están acostumbrados a ella puede resultar abrumadora y difícil de manejar. Aunque es cierto que cada vez es más intuitiva y, por lo tanto, más fácil de utilizar.

1.1 OBJETIVO DEL PROYECTO

El objetivo principal del proyecto es cubrir las necesidades de los clientes de estar conectados a internet, dónde y cuándo quieran, a la vez que se proporciona a los hoteles un servicio que los diferencie de la competencia, generando un alto valor añadido.

Se trata de ofrecer un servicio de alquiler de “routers portátiles” (MiFi) para facilitar conexión a internet, a través de redes 3G/4G. El cliente podrá conectar sus smartphones, tablets, ordenadores portátiles o cualquier otro dispositivo electrónico que cuente con conexión WIFI.

1.2 METODOLOGÍA:

Para una buena realización del proyecto, este se dividió en tres fases:

Fase I:

- Concepto: ¿Qué es?
- Posibilidad de negocio.
- Viabilidad.

Fase II :

- Competencia :servicios, canal de venta, precios y tecnología
- Público objetivo (clientes).
- Proveedores (precios, servicios, ventajas)

Fase III: Prueba Piloto (Beta)

- Selección de establecimiento idóneo para realizar las pruebas piloto
- Realización de Encuestas de Satisfacción
- Pruebas de cobertura
- Posibles incidencias (mantenimiento, funcionamiento, contenido del pack).

1.2.1 Fase 1:

Comenzaremos escribiendo sobre la fase I en la que habría que decidir sobre el concepto, sobre qué tipo de empresa crear.

Pocketwifi SL es una idea de empresa de prestación de servicio destinada al turismo. Ofrece una tecnología MIFI, tecnología móvil, ofreciendo la conexión WIFI más rápida que exista actualmente a los clientes, y con un elemento claramente diferenciador e innovador: esta conexión puede utilizarse no solo dentro del hotel, sino en toda la isla.

Ofrecer un servicio de alquiler routers portátiles y autónomos a través de tecnología 3G y LTE (4G) a este aparato se le pueden conectar hasta diez dispositivos simultáneamente que cuenten con conexión WiFi como por ejemplo smarthphones, tablets u ordenadores portátiles.

También, en esta primera fase se estudió la posibilidad de negocio y la viabilidad del proyecto. Esto se llevó a cabo durante un largo periodo en el que se realizaron diferentes estudios acerca de cuál era el mejor lugar para comenzar con este proyecto y poco a poco ir expandiendo el negocio a otros espacios. Después de un amplio estudio acerca de las ventajas y desventajas de realizarlo en los diferentes puntos de la isla como por ejemplo; en el aeropuerto, en los hoteles, a la salida de los cruceros o en tiendas físicas. Se llegó a la conclusión de que la mejor forma de comenzar con este proyecto era dentro de los hoteles ya que supondría el mejor canal de comercialización debido a menos coste por el ahorro en infraestructuras y a que muchos hoteles de Tenerife carecen de un buen servicio de wifi que se puede ver reflejado en los diferentes comentarios en la red.

Además, los clientes del hotel están obligados a registrarse en su llegada y en la salida, y esto da cierta seguridad debido a que se accede a toda información personal de los clientes lo que minimiza las posibilidades de hurto o descuido de los terminales.

Así mismo, se realizó un estudio para conocer qué tipo de hotel sería el adecuado para comenzar con esta aventura. Y se llegó a la conclusión de que los clientes del hotel deberían de ser mayoritariamente extranjeros, con una estancia media superior a dos días y de un poder adquisitivo medio-alto ya que estos representan al segmento de clientes más proclive al alquiler de estos MIFI.

1.2.2 Fase 2:

En cuanto a la segunda fase se realizó un estudio de la competencia. Existe una empresa local que se dedica al alquiler de dispositivos MIFI a través de un stand en el aeropuerto Reina Sofía. Por otro lado, encontramos dos empresas nacionales cuya sede se encuentra en la Península y por medio de una reserva previa envían los dispositivos al hotel donde el cliente se vaya a hospedar con el posterior reenvío del aparato a coste del cliente. Esto supone una gran pérdida de tiempo para el usuario ya que tendrá que empaquetarlo e ir a la oficina de correo más cercana para enviarlo de nuevo a la Península Ibérica.

Tras informarnos de estos tres principales competidores directos nos adentramos en alquilar estos aparatos para probar el servicio que estas empresas ofrecen. Y sucedió algo muy importante que ayudó a la viabilidad de este proyecto ya que los dispositivos MIFI de las dos empresas peninsulares nunca llegaron a Canarias por problemas en el envío lo que suponía una buena noticia para el éxito de este proyecto. Por otro lado, nos informamos sobre los servicios que prestaba la empresa local y se llegó a la conclusión de que está solo tiene un stand y no trabaja directamente con los hoteles, por lo tanto no supone un grave problema.

Empresa	Tarifa	Precio 1 día	Precio 3 días	Precio 10 días	Tecnología
Empresa local	GB ilimitados	10 €	26 €	60 €	3G
Empresa nacional 1	GB ilimitados	No permitido	30 €	60 €	3G
Empresa nacional 2	10 GB	70,50 €	80,50€	100,50 €	3G

Tabla 1: Relación entre los tres principales competidores. Realización propia. Fuente^{1,2,3}

¹ Pocketnet,. (2015). Pocketnet - Mifi Tenerife - Wifi HotSpot. 7 julio 2015, <http://pocketnet.es/>

² AlldayInternet.com,. (2015). Mobile Wifi Hotspot to Travel without Data Roaming. 7 julio 2015, <https://alldayinternet.com/>

³ Easymifi.com,. (2015). Alquiler de Wifi en España - Alquiler Wifi Móvil en España – Internet para viajeros en España - easYmifi. 7 julio 2015, <https://www.easymifi.com/es/>

En esta tabla se pueden observar los tres principales competidores en cuanto a las tarifas que tienen y la tecnología que utilizan.

1.2.3 Fase 3:

Por último, hablaremos de la última fase. Esta es fundamental ya que en ella se lleva a cabo la prueba piloto. Se comenzó eligiendo el lugar idóneo para ejecutar dicha prueba y para ello se fijaron tres parámetros que debían de cumplirse. En primer lugar es necesario que exista una mala señal Wifi debido a la situación geográfica del hotel o a una red de establecimiento deficiente ya que esto supondría un mayor número de clientes. En segundo lugar los clientes de este tipo de dispositivos tienen un perfil muy definido por lo tanto tiene que ser un establecimiento hotelero con dicho perfil. Y por último, es conveniente que estos hoteles no tengan una solución por parte de empresas de telecomunicaciones tradicionales para la mejora de la conexión Wifi ya que supondría un proyecto a corto plazo en estos lugares.

Bajo estas premisas, se seleccionó el Hotel El Patio, situado en la costa noroeste de la isla de Tenerife, se encuentra en el municipio de Garachico, idóneo poder realizar pruebas por su mala conexión a internet. El perfil del cliente se ajustaba al que el proyecto requiere. Además, sus problemas con la señal Wifi no tenían ningún tipo de solución según las compañías de telefonía ya que contra la localización geográfica no se puede luchar. Y se llevaron a cabo las correspondientes pruebas de cobertura 3G que resultaron óptimas para el proyecto.

Además, este solo cuenta con WiFi en las zonas comunes y las habitaciones no tienen televisión, por lo tanto, era una ventaja ya que aumentaban las posibilidades de alquilar los dispositivos.

El Hotel El Patio es un pequeño hotel rural que consta de 28 habitaciones repartidas por una finca de plátanos. Tiene piscina, pista de tenis, pin-pon y una sala de juego y televisión. Es un lugar tranquilo frecuentado por parejas y familias que quieren olvidar todos los problemas durante algunos días y descansar con el sonido del mar.

Se percibió que, durante los inmediatos picos de entrada no iba ser posible ofrecer correctamente el servicio por falta de tiempo ya que dicho hotel cerraba sus instalaciones en un plazo menor a un mes, por lo que había que dejar cierta flexibilidad al personal de recepción y que fuesen ellos quienes decidieran el momento y el cliente ideal para ofrecer el servicio y comprobar así el uso que éste hacía del mismo.

Se comenzó con un precio de inicio de 5 euros por día. Sin embargo, con el paso del tiempo se tuvo que aumentar ya que no era suficiente como para cubrir todos los gastos que conlleva la compra y la tarifa del dispositivo. Así mismo, estaban teniendo una gran demanda y los aparatos permanecían alquilados durante muchos días lo que no permitía un buen mantenimiento de estos. El precio aumentó a 7 euros por día, la demanda disminuyó y se consiguió alcanzar un mínimo para poder cubrir gastos.

Esta fase fue crucial para el proyecto ya que se obtuvo información de gran relevancia, que permitió sacar conclusiones muy interesantes que, durante la ejecución del proyecto ayudaron a perfilar, adaptar y reajustar el servicio y, sobre todo, la relación con el hotel y todo su personal.

El personal de recepción tiene, a día de hoy, una gran presión por vender productos y servicios que puedan generar ingresos adicionales, pero se constató de forma muy clara que este no era un producto más, sino que era un servicio que daba respuesta a la necesidad compartida con un alto porcentaje de viajeros, lo que le convertiría en un servicio fácilmente comercializable. El feedback que recibimos del hotel nos aclaró que teníamos un producto con clara vocación “pull”. Esto es, un producto que con la información suficiente, es el cliente el que acudía a la recepción a demandarlo, y no al contrario.

Se registraron incidencias durante la recogida de datos mediante una encuesta, ya que algunos de los clientes hacían un check-out muy rápido y encontraban algo pesado dedicar tiempo a cumplimentar encuestas si no se hace de forma ágil y rápida.

Como se ha dicho anteriormente se ha utilizado una encuesta (anexo 1) para conocer el grado de satisfacción de los clientes del hotel El Patio que habían alquilado los dispositivos.

Fechas de recogida de encuestas: 1 de abril de 2015 al 1 de mayo de 2015

Lugar de recogida de datos: Hotel El Patio 3*

Número de encuestas recogidas: 100

Nacionalidad: El huésped internacional era el cliente objetivo, por su necesidad de conexión a internet al no contar con roaming en su inmensa mayoría, ya que el cliente nacional dispone, en general, de una tarifa de datos ya contratada.

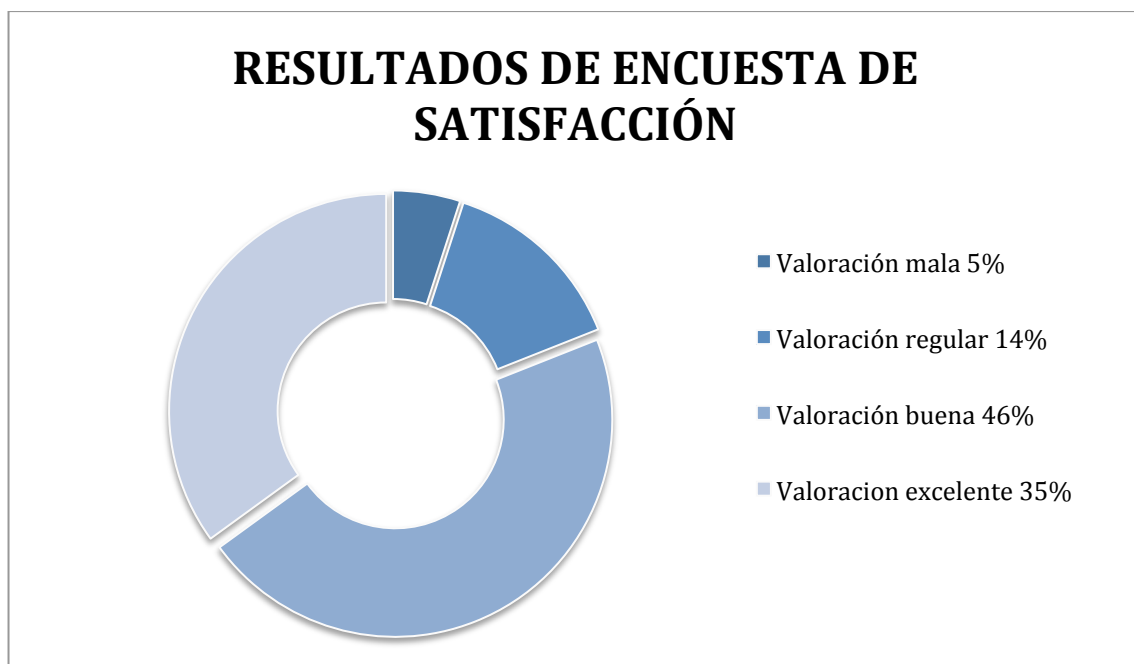


Tabla 2: Resultados de encuesta de satisfacción. Fuente propia.

2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Hoy en día que los clientes demanden una mayor conectividad de internet es un hecho irrefutable. Y se puede afirmar que el Wifi gratuito en los hoteles es uno de los servicios

más apreciados para los clientes. Está comprobado que un alto porcentaje de huéspedes desearían que el Wifi fuese gratuito en todos los establecimientos, y una gran parte de los turistas que vienen a las islas no estarían dispuestos a reservar un hotel en el que no hubiera internet.

Existe una continua lucha entre hosteleros y compañías telefónicas debido a que es difícil lograr que las instalaciones funcionen adecuadamente. Esto provoca numerosas quejas en las diferentes redes sociales y páginas de valoración de hoteles que, hoy en día, son los verdaderos puntos en los que los turistas se fijan antes de reservar en un hotel, ya no es tanto el boca a boca entre amigos y familiares lo que le da a un hotel la presencia de más o menos clientes.

En el verano del año 2013 se comenzó a implantar la conexión móvil LTE (Long Term Evolution 4G). Se trata de una conexión móvil ultrarrápida 4G que no será operativa en todo el territorio español hasta el año 2018. Existen muchos detractores de esta nueva red debido al mal funcionamiento que tiene en muchas partes del país, resaltándolo en Tenerife debido a la zona geográfica que ocupa esta isla.

La explicación que dan los expertos sobre este problema es que se usan unas frecuencias radioeléctricas altas (1.800 Mhz y 2,6 Ghz) lo que dificulta la llegada a áreas rurales e interiores de edificio. Sin embargo, han comenzado a bajar de frecuencia gracias a la liberación de la banda de 800 Mhz utilizada hasta el 31 de marzo de 2015 por nueve canales de la Televisión digital terrestre (TDT) y que fue liberada por el Gobierno a través de un proceso llamado “dividendo digital”.

Las ventajas de usar este espectro es que este tiene un mayor alcance geográfico y penetra mejor en los muros de los edificios lo que permite mejorar la calidad de la señal y la cobertura.

Existen una gran cantidad de diferencias entre las conexiones 3G y 4G. Esta última permite alcanzar velocidades de descarga de entre 30 y 60 megabits por segundo pudiendo llegar hasta los 150 megas cuando la red no está sobrecargada. Es decir, estas redes son diez veces más veloces que el actual 3G e incluso más rápidas que la tradicional banda ancha fija de ADSL.

Sin embargo, existe un aspecto negativo sobre el LTE y es que no llega a todo el territorio nacional. Las principales compañías telefónicas iniciaron el pasado 21 de julio el encendido de 25 nuevas estaciones en diferentes puntos de la geografía española. Como se ha dicho anteriormente este proceso acabará en marzo de 2018 por lo que la previsión del proyecto es que se utilice 3G hasta ese momento excepto en lugares donde se compruebe que la conexión LTE funciona completamente bien (Santa Cruz, La Laguna, Adeje o Arona son zonas que podríamos considerar 4G).

Otra buena noticia, sobretodo, para los usuarios de teléfonos móviles y sobre todo para este proyecto de negocio es que la nueva conexión móvil LTE es compatible con casi todos los terminales lo que no supone un gasto para el negocio cuando se tenga que producir el cambio entre el 3G y el 4G.

En este proyecto se pretende hacer uso de las nuevas redes 4G y 3G, dependiendo de la zona geográfica, con el fin de mejorar la calidad del servicio de internet en los hoteles

de Tenerife alquilando aparatos a precios muy asequibles para que el internet esté al alcance de todos y no solo de las personas con mayor poder adquisitivo capaces de acceder al roaming. Según el último eurobarómetro realizado por la Unión Europea el 70% de los extranjeros limita el uso del móvil cuando sale de su país y hasta el 94% cierra su servicio de datos y no se conecta a internet por los costes extras de itinerancia.

Además, tiene una gran cantidad de ventajas ya que estos dispositivos no utilizan ADSL lo que conlleva a que no existan los mismos problemas que muchos hoteles de la isla sufren debido a la localización geográfica de los respectivos.

Al final el usuario tendrá su propia conexión a internet, independiente y sin saturación.

3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

DEBILIDADES		AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Negociación Tarifas con Operadoras • Dependencia de Turismo en Canarias • Barreras de entrada 	D A F O	<ul style="list-style-type: none"> • Posibles Competidores • Desaparición Roaming • Replica del Negocio por parte de Cliente
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Centro logístico en Canarias • Estructura de costes reducida • Elevada Rentabilidad = política comercial flexible (punto muerto) • Fácilmente escalable 		<ul style="list-style-type: none"> • Amplio Mercado (12Millones de Turistas en 2014) • Escasa Competencia • Periodo de lanzamiento: pre-acuerdos con varios Hoteles / Casas rurales ya confirmados en fase beta (pruebas)

Tabla 3: Análisis descriptivo de debilidades, amenazas, fortaleza y oportunidades (DAFO). Fuente propia.

En esta tabla se hace una breve mención a las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que puede tener el proyecto de negocio.

En cuanto a las debilidades cabe mencionar la gran dificultad que supone para este proyecto de nueva creación empresarial la aceptación por parte de las empresas de telecomunicaciones para emitir una gran cantidad de líneas móviles con una tarifa de datos ilimitado 3G/4G. Esto se produce debido al examen exhaustivo que hacen las compañías telefónicas para evitar el fraude.

Por otro lado, la principal amenaza que sufre la continuación del proyecto es la desaparición del roaming, que supone la apertura de las barreras nacionales produciendo que cualquier compañía de toda Europa puede operar por el mismo coste en los diferentes países de la Unión Europea. Esta desaparición se iba a producir el 15 de diciembre de 2015, sin embargo, esta fecha ha sido aplazada debido a problemas de comunicación entre los diferentes operadores y la Unión Europea. Lo que se pretende

con esta medida es hacer la vida de los europeos más fácil y más barata. La desaparición definitiva de los recargos por utilizar el móvil en itinerancia en la Unión Europea será a partir de junio de 2017. Con la apertura del internet en toda Europa la futura empresa desaparecería ya que todos los turistas podrían seguir disfrutando del 3G y 4G en cualquier parte de Europa.

Existen una gran cantidad de fortalezas que hacen que el proyecto tenga una viabilidad más elevada. En primer lugar, cabe mencionar la facilidad de movilidad que existe entre las islas lo que permite poder trabajar en diferentes puntos controlando los dispositivos a distancia sin necesidad de dedicarle las 24 horas del día. Además, tiene un coste muy reducido ya que solo supondría un gasto único por la compra del aparato y un mantenimiento de la línea, que supone el gasto principal de la empresa.

Por último, cabe destacar las oportunidades del proyecto. Cada vez aumentan los turistas en la isla de Tenerife, según el Instituto Canario de Estadísticas (ISTAC) en el primer trimestre de 2015 llegaron a Tenerife 2.415.352 millones de turistas. Así mismo, se debe señalar la escasa competencia que existe para este proyecto en las islas ya que no existe ninguna compañía que trabaje directamente con los hoteles. En la siguiente tabla encontramos algunos datos sobre el turismo en la isla de Tenerife durante el año 2014 y el primer semestre de 2015.

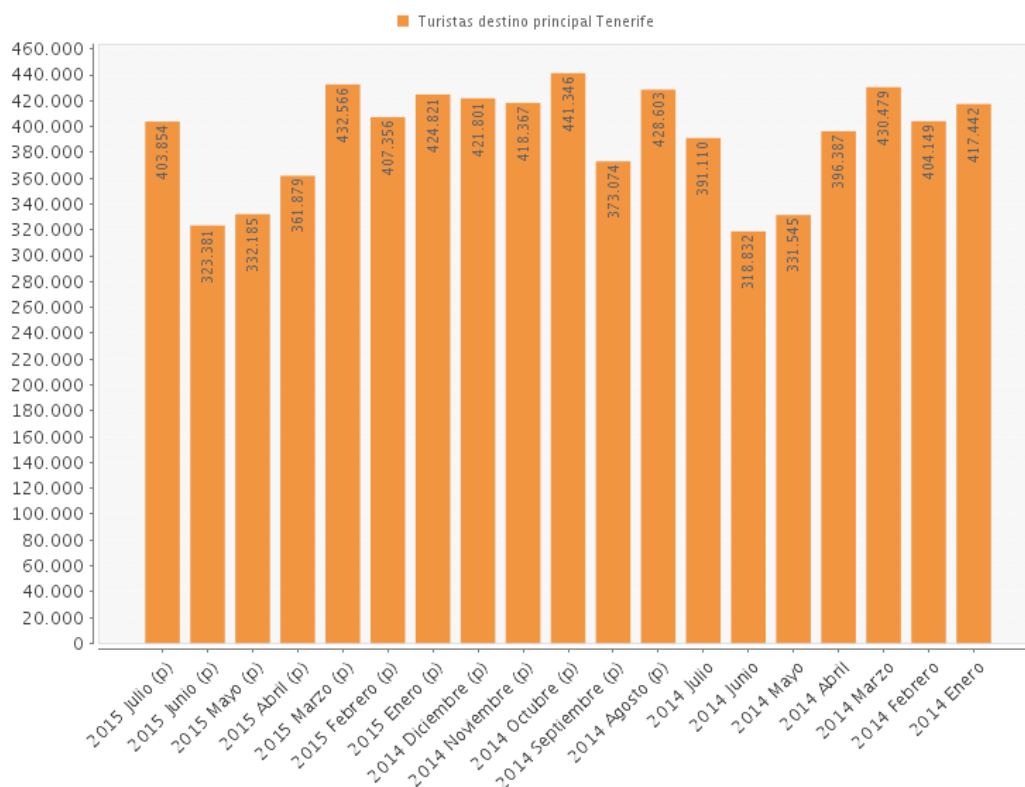


Tabla 4: Turismo en Tenerife durante el año 2014/2015. Fuente: ISTAC

4. PLAN DE EMPRESA

4.1 ANTECEDENTES Y PROMOTORES

Barajando las diferentes alternativas de cómo presentar el trabajo de fin de grado. La idea más llamativa era la primera opción, desarrollo de un proyecto de creación de nueva empresa.

Debido a la situación económica actual una gran cantidad de jóvenes se están viendo obligados a emigrar o a emprender en nuevas ideas empresariales casi siempre relacionadas con las nuevas tecnologías.

Los jóvenes emprendedores suelen fracasar al cabo de pocos meses por varios motivos, grandes empresas copian sus ideas o porque los clientes no tienen un fácil acceso a sus productos. Cabe destacar que solo el 20 % consigue permanecer en la industria durante un largo periodo de tiempo. Pero no cabe duda que para estos pequeños emprendedores lo más importante es la experiencia que la creación de una empresa supone, con el fin de mejorar su currículum, así como, su futuro laboral. Se sabe con certeza que la mayoría de las grandes empresas valoran muy positivamente a las personas que han sido emprendedoras en algún momento de su vida. Por lo tanto, el fracaso que sufren el 80% de estos proyectos no quiere decir que no hayan servido para nada al nuevo empresario ya que lo han enriquecido profesionalmente muchísimo más.

Por todo esto y mucho más decidimos elegir el desarrollo de un proyecto de creación de nueva empresa como trabajo de fin de grado.

Lo más difícil fue encontrar una idea nueva, original y viable en la época en la que nos encontramos. Una cosa estaba clara si se quería que esta fuera viable y es que debía de estar relacionada con el turismo. Después de varias horas navegando en internet y buscando comentarios en las diferentes páginas web de opiniones se concluye que el wifi en los hoteles de Tenerife es, por varios motivos, bastante deficiente.

Como se ha dicho anteriormente el promotor joven y dispuesto a sacrificarse para poder conseguir lo que solo el 20% de los emprendedores logran, la permanencia de su empresa.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Existen dos modelos de ventas:

El primero de ellos es el Modelo Comisionista donde el hotel factura al cliente final por días de alquiler y recibe el porcentaje de comisión acordado en el contrato. El precio de venta (PVP) se fija de mutuo acuerdo entre el hotel y el futuro empresario, con el fin de maximizar ventas y satisfacción del cliente. El PVP habitual se sitúa en el rango de 7-12 euros por día de alquiler (en todo caso orientativo).

El hotel no asume costes de gestión ni de mantenimiento de los aparatos. Todo queda a cargo de la futura empresa.

En segundo lugar, encontramos el Modelo Revendedor que consiste en el arrendamiento de los routers al propio hotel, es decir, el hotel realiza la petición a la empresa de la necesidad de un número de dispositivos un día en concreto y esta pone a disposición del negocio los aparatos necesarios en tiempo y forma. Para ello, se debe gestionar con el arrendatario los días previos necesarios para gestionar el pedido y debe existir un mínimo de días de alquiler.

La política de precios se fijaría posteriormente, y a futuro podría, incluso, negociarse descuentos hasta “routers de cortesía” según la demanda. A esto se refiere que la empresa cede algunos aparatos gratis debido al buen funcionamiento del hotel y a la gran demanda que este ha generado produciendo grandes beneficios a la empresa.

Dentro de este modelo debemos de incluir otra forma de arrendamiento que consiste en el alquiler de un número de dispositivos al hotel durante un mes completo con un precio fijo para la empresa. Pudiendo alquilarlo al precio que le convenga. La ventaja de este modelo es que el no alquiler de los dispositivos no supone un coste para la empresa.

4.3 CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DEL PRODUCTO.

El router MIFI que se ofrece en el proyecto es un pequeño aparato equipado con una tarjeta SIM de datos que facilita la conexión a internet. Que tiene un solo botón de encendido y apagado, por lo tanto, es muy fácil de usar por cualquier tipo de personas, no hace falta tener un gran conocimiento sobre las nuevas tecnologías. Otra ventaja es la privacidad de las conexiones, la capacidad para conectar 10 dispositivos simultáneamente.

Como se ha dicho anteriormente es muy fácil de usar. En primer lugar se enciende el dispositivo, se selecciona la red inalámbrica que genera este aparato y se introduce la clave correspondiente. En ese momento se comienza a disfrutar de la experiencia.

Este dispositivo viene en el interior de una funda junto con: un cable, un cargador y un cargador de coche, todo ello USB. Además, de un manual de instrucciones de uso.

4.4 MERCADO PREVISTO: VOLUMEN Y EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS.

El mercado objetivo en la fase de implantación es el turista extranjero que visita la isla de Tenerife, por ser la isla, dónde la empresa comenzará sus operaciones. Es en este punto dónde hemos realizado las estimaciones a 3 años con los volúmenes de facturación y la consiguiente evolución. En un principio generamos tres escenarios: óptimo, complicado (con mermas en volumen de ventas y facturación) y negativo (con un mayor recorte en ventas, cantidad de dispositivos, rentabilidad de los mismos y minorando la estructura de la sociedad). Decidimos escoger este último, al considerar que era el que mejor se podía adaptar a un escenario “real”, con escasa acogida del producto/servicio y márgenes más estrechos.

PROYECCIÓN A 3 AÑOS			
Precio Total equipo	100	100	100
Nº Equipos	30	40	60
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COSTE DE LOS SERVICIOS (TARIFAS)	11.520,00	15.360,00	23.040,00
COMISIONES DE VENTA	17.820,00	23.760,00	35.640,00
COSTE DE LOS SERVICIOS	29.340,00	39.120,00	58.680,00
GASTOS DE PERSONAL	6.000,00	8.400,00	14.400,00
PERSONAL	6.000,00	8.400,00	14.400,00
AMORTIZACION INMOVILIZADO (2 AÑOS)	1.500,00	2.000,00	3.000,00
AMORTIZACION INMOVILIZADO	1.500,00	2.000,00	3.000,00
ARRENDAMIENTOS Y CANONES	0,00	0,00	0,00
REPARACIONES Y CONSERVACION	0,00	0,00	0,00
SERV.PROFESIONALES INDEPENDIENTES	600,00	720,00	1.200,00
PRIMAS DE SEGUROS	600,00	600,00	600,00
SERVICIOS BANCARIOS	0,00	0,00	0,00
PUBLICIDAD, PROP.,RELACIONES PUBLICAS	200,00	600,00	600,00
SUMINISTROS	6.000,00	7.200,00	9.600,00
OTROS SERVICIOS	600,00	600,00	600,00
OTROS TRIBUTOS	3.132,60	3.976,80	5.665,20
EXPLOTACION	11.132,60	13.696,80	18.265,20
GASTOS / INGRESOS FINANCIEROS	90,00	120,00	180,00
FINANCIEROS	90,00	120,00	180,00
TOTAL GASTOS	48.062,60	63.336,80	94.525,20
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS POR VENTAS	54.000,00	72.000,00	108.000,00
IMPORTE NETO CIFRA DE NEGOCIO	54.000,00	72.000,00	108.000,00
TOTAL INGRESOS	54.000,00	72.000,00	108.000,00
RESULTADO €	5.937,40	8.663,20	13.474,80

Tabla 5: Proyección a 3 años. Fuente propia.

La base de los ingresos, es la facturación por alquiler. No hemos considerado los posibles beneficios extraordinarios por venta de dispositivos una vez amortizados, ni tampoco hemos considerados los alquileres de aparatos de clientes directos (no hoteles o tiendas)

En cuanto a los gastos, las principales partidas son las siguientes:

Tarifas Operadoras: 23%-24% del total de gastos

Comisiones: 37%-38%

Personal: 12%-15%

Suministros: 10%-12%

Todas las partidas de gastos, gracias a la escalabilidad del negocio, suponen a medida que el volumen de ventas aumenta un menor porcentaje sobre la cifra de facturación. Esto es, a mayor volumen de ventas, mayor rentabilidad.

4.5 TECNOLOGÍA UTILIZADA Y EMPLEO CREADO

4.5.1 Tecnología utilizada

Hardware: los dispositivos empleados para las pruebas y con vistas al negocio, son routers portátiles (MiFi) con tecnología 3G/4G. Hemos utilizado de marcas diversas como Huawei, Alcatel, D-Link o TP-Link entre otros.

Software: programas para la gestión del día a día de la empresa, con fines analíticos (Excel) para poder calcular indicadores de rentabilidad por cliente, por ubicación y por dispositivo. Además empleamos software para el control remoto de los dispositivos: conectividad, consumos,...

4.5.2 Empleo creado

Periodo inicial: es la fase que hemos comentado y desarrollado a lo largo del proyecto, para los primeros 3 años. La totalidad de la operativa del negocio la llevará una sola persona. Se considera que no es necesario más aporte de personal.

Periodo de Crecimiento: es aquí cuando la sociedad, debido a la posible diversificación geográfica (otras islas) y de negocio (ventas a clientes directos, a cruceristas, alquileres de larga duración...) las necesidades de personal parecen obvias. Vemos fundamental la contratación de 1 administrativo de oficina y de comerciales/repartidores

En todo caso, consideramos que en un proyecto de empresa de nueva creación, es muy aventurado estimar cifras a más de 1 año. Aún así, nos atrevimos con una estimación para el primer trienio. La sociedad está ideada con el fin de simplificar tareas, reducir los problemas a la mínima expresión y tener una estructura ajustada. De ahí que no se premiara la escalabilidad del negocio, sobre su intensidad en recursos humanos. La posibilidad de "creación de empleo" en PocketWifi, SL se reduce, al derivar la gestión de las ventas a los hoteles. De lo contrario, se necesitarían comerciales, repartidores y administrativos desde la puesta en marcha del negocio.

4.6 INVERSIONES Y ESTRUCTURAS FINANCIERAS

Las inversiones se concentran en la adquisición de dispositivos MiFi para la actividad diaria. Además, durante el primer ejercicio se realiza un esfuerzo inversor, debido a la puesta en marcha de la sociedad, asumiendo inversiones por gastos de constitución, registro de marca, web, dominios y equipos informáticos.

Para los ejercicios siguientes, además de la adquisición de mobiliario para oficina e inversiones para continuar con la implementación de mejoras en la web, el resto de inversiones se centran en inversiones operativas (adquisición de aparatos).

INVERSIONES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVOS FIJOS INMATERIALES	30	40	60
GASTOS DE CONSTITUCION	500,00 €		
REGISTRO DE MARCAS	500,00 €		
ACTIVOS FIJOS MATERIALES			
WEB + DOMINIO	600,00 €	600,00 €	600,00 €
MiFis	3.000,00 €	1.000,00 €	5.000,00 €
MOBILIARIO	- €	1.500,00 €	1.000,00 €
EQUIPOS INFORMATICOS	600,00 €		
BIENES DE EQUIPO	- €	- €	- €
TOTAL (€)	5.200,00	3.100,00	6.600,00

Tabla 6: Inversiones previstas en los tres primeros años. Fuente propia.

La estructura financiera es sencilla. La idea inicial es no acudir a deuda bancaria, siempre que se pueda capitalizar la empresa con fondos propios, vía aportaciones de socios o entrada en el capital de externos (vía ampliación de capital).

La aportación inicial, junto con el free cash-flow que genera la actividad de la empresa no debería generar tensiones de tesorería, al menos durante los tres primeros ejercicios. Las necesidades de capital prevemos que lleguen cuando si todo va según lo previsto, demos el paso a nuevos mercados (otras islas), venta vía web (clientes directos) o por agencias.

4.7 RENTABILIDAD PREVISTA

La rentabilidad prevista para los 2 primeros ejercicios es de un 11% sobre la facturación, mientras que para el 3er ejercicio es de un 12%, debido a que un ligero aumento de las ventas, no generará un crecimiento lineal de los costes.

4.8 ANÁLISIS DE ESCENARIO

Anual	Aparatos	Ingresos €	Gastos €	Resultados €
Año 1	30	54.000,00	48.062,60	5.937,40
Año 2	40	72.000,00	63.336,80	8.663,20
Año 3	60	108.000,00	94.525,20	13.474,80

Tabla 7: Tesorería. Fuente propia.

La rentabilidad sobre ingresos de los años 1 y 2 es del 11%, aumentando hasta el 12% en el año 3. Por tanto, tenemos que el negocio puede crecer tanto en volumen como en rentabilidad, aplicando economías a escala centradas en la eficiencia de los recursos de la compañía.

Indicadores de Crecimiento

Anual	Aparatos	Ingresos	Gastos
Año 1			
Año 2	33%	33%	32%
Año 3	50%	50%	49%

Tabla 8: Tesorería. Fuente propia.

¿Cómo conseguimos la escalabilidad del negocio?

Proponemos un modelo de negocio, dónde un aumento de ingresos, no genera un aumento lineal o incluso geométrico de los costes asociados a la actividad. Esto es, a mayor volumen de ventas los márgenes no se ven erosionados, al contrario, crecen.

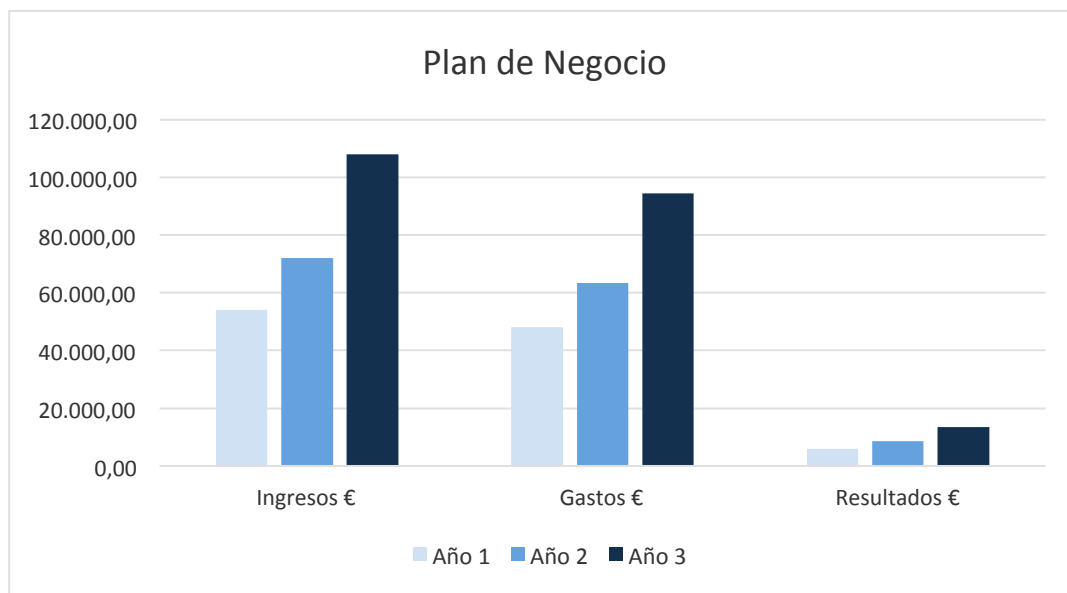


Tabla 9: Plan de negocio. Fuente propia.

5. CONCLUSIONES

Mientras navegaba en internet intentando recopilar ideas acerca de algún tema del que me interesara para crear mi proyecto de nueva empresa. Descubrí algunas noticias que me sirvieron para decidir sobre el tema del que quería hablar.

Fue en ese momento cuando me di cuenta de que toda mi vida giraba en torno a las nuevas tecnologías: escucho música, leo el periódico, miro el correo, compro ropa y comida, veo películas y hablo a través del ordenador, tableta electrónica o Smartphone.

La comunicación entre personas es una actividad que se realiza desde la existencia del hombre. Por ejemplo, en la antigüedad las palomas eran utilizadas como mensajeras. La forma de comunicación evoluciona constantemente y se puede afirmar que lo seguirá haciendo. Por ello se ha elegido este tema ya que, para mí, es la base de toda relación humana y casi tan importante como alimentarnos.

También es importante mencionar que no siempre la tecnología de la comunicación es bien utilizada y sobretodo es viable. Aún tiene una gran cantidad de vacíos que permiten que en muchas ocasiones se produzcan grandes problemas lo que lleva, en muchas ocasiones, a seguir utilizando medios rudimentarios para la comunicación.

Dentro del marco turístico actual, cabe señalar el incremento del número de viajeros a las Islas Canarias y en concreto a Tenerife tanto por negocios como por placer por lo tanto, debemos de seguir evolucionando e ir buscando diferentes formas innovadoras para satisfacer al turista en todos los aspectos.

Tengo que destacar que gracias a la realización de este trabajo he conseguido conocer mucho más acerca de cómo es el turismo en Canarias, cuál es el tipo de persona que viene a las islas y que actividades desarrollan.

Mi elección de crear una empresa dedicada a prestar un servicio a los turistas en el ámbito de telecomunicaciones viene potenciado por la necesidad que tenemos cada día más de hacer partícipes a los que nos rodean de nuestros viajes y experiencias.

Además, cabe mencionar el gran interés que tengo sobre este sector, principalmente, porque, en mi opinión, es el más importante para la sociedad canaria. Sin embargo, es un campo muy amplio y complicado. Por lo tanto, ha sido necesario un doble esfuerzo para aprender, a contrarreloj, las principales características y claves que este esconde.

La idea de ofrecer el servicio en hoteles viene por la importancia que tiene desde el punto de vista hotelero facilitar a los clientes un buen servicio de conectividad. Hace algunos años el debate se basaba en si era necesario la existencia de wifi en los hoteles, eso hoy en día, es algo imprescindible. Y ahora la discusión se basa en si debe mejorarse este servicio o no.

Este proyecto pretende ayudar a todos aquellos hoteles a mejorar su conexión a internet y, además, darles un servicio que no en todos los establecimientos hoteleros existe, por lo tanto, con ello darles exclusividad. Por otro lado, se hace un feedback, nosotros les ayudamos y ellos nos proporcionan una infraestructura donde alquilar los dispositivos, y

además la probabilidad de equivocación disminuye porque gozamos de la experiencia que todos los hoteles tienen.

La viabilidad de este proyecto ha sido estudiada muy exhaustivamente pero solamente mirando las cifras de turismo en Canarias y el precio del roaming podemos afirmar que este negocio puede tener un futuro próspero. Por lo menos hasta que el roaming acabe como se ha mencionado anteriormente.

Con la realización de este proyecto se ha podido comprobar que las tasas de turismo están en auge y que no paran de incrementar por lo que favorece a que este proyecto sea viable.

Otro aspecto positivo que se puede sacar como conclusión es que solo es necesaria una pequeña inversión para poder llevar a cabo este proyecto ya que no es necesario una infraestructura y solo existe el gasto de los aparatos, tarifas y personal.

Así mismo, es un idea de negocio muy original e innovadora por lo tanto, como se ha podido comprobar, existe una competencia reducida aumentando así, la probabilidad de perdurar en el tiempo.

Gracias a la tecnología, a día de hoy podemos estar siempre navegando en internet, y en este caso, viajar siempre conectados. Creo que es muy importante estar comunicados cuando nosotros queramos, no cuando el entorno nos lo permita.

6. NOTA ACLARATIVA

A medida que se fue madurando la idea de crear una nueva empresa de MiFi y se fueron viendo los resultados obtenidos tanto en el plan de negocio como en las encuestas de la prueba piloto. Fue apareciendo unas inmensas ganas de adentrarme en la aventura de crear una empresa en la vida real y no solo sobre el papel, empezando así, como nuevo emprendedor. Es cierto que la gran cantidad de fracasos que se producen al crear una nueva empresa reprimió, en cierta medida, mis ganas. Sin embargo, no me frenaron en conseguir mi sueño.

A día de hoy, después de muchísimo esfuerzo empezando con la dificultad que supone crear una empresa debido a la gran cantidad de papeles y documentos a entregar, seguido de la dificultad para conseguir financiación y de lo difícil que es abrirse una pequeña puerta en el sector turístico. Cabe mencionar que este sueño se ha podido llevar a cabo, y que hoy en día PocketWifi SL es una realidad, registrada en el registro mercantil y constituida por dos socios. Pero lo más importante y que me llena aún mas de orgullo es que cada mes esta pequeña empresa crece con más fuerza y al final todo el trabajo dedicado a la creación ha merecido la pena.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alquiler de Wifi en España - Alquiler Wifi Móvil en España – Internet para viajeros en España (2015). [en línea] easYmifi. Disponible en: <https://www.easymifi.com/es/> [2015, 3 de julio]
- Carr N. (2010). *Mentalidad de malabarista. ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?*. (1ª Edición). Colombia: Editorial Taurus.
- *Costes de itinerancia en Europa* (2015, 7 de mayo) [en línea]. Europa.eu. Disponible en: http://europa.eu/youreurope/citizens/travel/money-charges/mobile-roaming-costs/index_es.htm [2015, 9 de junio]
- Gómez de Pozuelo, E. (2014, 17 de febrero). - ¿Por qué fracasan el 80% de las inversiones en Internet? [en línea]- Blogs Expansión.com. Disponible en: <http://www.expansion.com/blogs/lideres-digitales/2014/02/17/por-que-fracasan-el-80-de-las.html> [2015, 10 de julio]
- Mobile Wifi Hotspot to Travel without Data Roaming. (2015) [en línea] Disponible en: <https://alldayinternet.com/> [2015, 3 de julio]
- Muñoz, R. (2014, 3 de abril). Diciembre de 2015: fin del ‘roaming’ en Europa. [En línea] EL PAÍS, pp. 1-2. Disponible en: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/04/03/actualidad/1396522771_019134.html [2015, 7 de junio]
- Pocketnet - Mifi Tenerife - Wifi HotSpot. (2015) Pocketnet [en línea] Disponible en: <http://pocketnet.es/> [2015, 3 de julio]
- Veloso, m. (2015, 21 julio). Seis claves que explican la nueva conexión móvil 4G. [en línea] ABC.es. Disponible en: <http://www.abc.es/tecnologia/noticias/20150721/abci-claves-conexion-movil-201507202046.html> [2015, 7 junio]

8. ANEXOS:

Anexo 1:

ENCUESTA DE SATISFACIÓN

Edad:
Sexo:

Pregunta	Escala de importancia				
	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Que tal la experiencia, cumplió expectativas	1	2	3	4	5
Calidad del servicio	1	2	3	4	5
Limite de consumo	1	2	3	4	5
Se ajusta el precio al servicio que se ofrece	1	2	3	4	5
Navegación, Google Maps, correo	1	2	3	4	5
Skype, Facebook	1	2	3	4	5
Ha utilizado el dispositivo para ver VIDEOS	1	2	3	4	5
Lo volvería a contratar en sus estancias fuera de su país	1	2	3	4	5

Alguna propuesta para mejorar el servicio: