

BUSINESS PLAN



Bed and Help

Marisol Fernández Sansegundo

Luis García Chinchilla

Juan José Horas Fernández

Álvaro Muñoz Soriano

Pablo Antonio Rodríguez Delgado

Índice

Resumen Ejecutivo	4
Situación de partida	7
¿Cómo nace la idea?	7
Validación de hipótesis	8
Modelo de negocio	11
Propuesta de valor y diferenciación.....	13
Plan Estratégico.....	16
Misión, Visión y Cultura	16
Entorno General. PEST	17
Cadena de valor.....	19
Entorno Próximo Competitivo	20
Nuevos Competidores.....	20
Rivalidad entre competidores actuales.....	20
Amenaza productos sustitutos.....	24
Poder de negociación de los Helpers	24
Poder de negociación de los Finders.....	24
Ventaja competitiva	24
Escalabilidad.....	25
Internacionalización	26
DAFO	27
Plan de Marketing	28
Segmentación.....	28
Producto.....	28
Precio.....	29
Promoción	30
Canal de distribución.....	35
Posicionamiento y Arquitectura de la marca	35
Plan Financiero.....	37
Ingresos	37
Costes variables.....	37
Costes fijos	37
Amortizaciones.....	38

Costes de captación	38
Necesidades de financiación	39
Cuenta de resultados	39
Balance	40
Flujos de Caja	41
Estado de la caja.....	41
Rentabilidad de la inversión.....	41
Equipo promotor	42

Resumen Ejecutivo

¿Quiénes somos?

Bed&Help es una start-up que pone en contacto personas que se mudan al extranjero con personas residentes en los lugares de destino. El objetivo es que se ofrezcan ayuda y facilitar el proceso de adaptación. El compromiso es **eliminar la incertidumbre y agilizar** aquellos **trámites** que la persona no puede desde su lugar de origen.

¿A quién va dirigido?

- Usuarios o **Helpers**, encargados de realizar los servicios que el segmento de clientes solicite.
- Clientes o **Finders**, se mudan a otro país. Precisan de ayuda en su llegada y solicitan servicios que realizarán los Helpers.

¿Cómo funciona?

1. Los Finders elaboran el paquete de servicios que necesitan y lo publican en la multiplataforma (bedandhelp.com).
2. Los Helpers envían el precio al que están dispuestos a realizarlo.
3. El Finder elige un Helper y efectúa el pago. En ese momento recibe un código de verificación del servicio.
4. El pago es retenido por Bed&Help del cual la empresa se queda un 20%.
5. Una vez finalizado el servicio, el Finder entrega el código al Helper.
6. Bed&Help ingresa el pago al Helper.

¿Cuál es la propuesta de valor?

- Rapidez de adaptación
- Sensación de respaldo y acogida
- Fomento de lazos sociales
- Monetización de la ayuda que ofrecen los Helpers

¿Cuál es el tamaño del mercado?

El TAM del Negocio se descompone en 285 Millones de personas que viven en Europa, Norte América, Sudamérica y Asia (Corea del Sur y Japón) y que tienen una edad comprendida entre 20 y 45 años. Estas son las zonas geográficas mundiales por las que Bed&Help tiene oportunidad de expansión.

De esos 285 el 15% sufre la crisis mundial y es susceptible de formar parte del flujo migratorio mundial. Nuestro SAM por lo tanto es de 42,75 Millones de personas.

Para calcular el SOM analizamos cómo un 45% de esta población usa internet, redes sociales, economía colaborativa y se informa y contrasta oportunidades a través de la web. Nuestro tamaño de mercado por tanto es de 19,23 Millones de personas.

¿Por dónde empezamos?

Nuestro mercado, en un principio, se centra en España donde existe una gran cuota ya que el 83,1% de la población de entre 18 y 29 años están dispuestos a irse a trabajar al extranjero debido al alto desempleo juvenil del 51,4% en menores de 25 años. El número de jóvenes españoles, titulados y en paro, triplica al de la media europea. Desde 2009 han emigrado más de 350.000 jóvenes españoles en busca de oportunidades siendo sus preferencias Reino Unido e Irlanda por su cercanía y su flexible y amplio mercado laboral. A partir del sólido establecimiento en el mercado español e inglés, la empresa expandirá su presencia hacia Francia, Italia, Alemania y Polonia por sus grandes flujos de expatriados y cambios de residencia.

¿En qué sector opera?

El **sector** en el que se encuentra Bed&Help es el turismo, emigración laboral y penetración de internet. Se trata de economía colaborativa a través de una multiplataforma. Es un buen momento para desarrollar este modelo de negocio ya que está en fase de crecimiento (Según un informe Nielsen un 53% de españoles están dispuestos a compartir bienes y servicios) y además se encuentra en pleno estudio de su regulación debido a la importancia que está suponiendo para la economía su buen funcionamiento.

¿Qué objetivos tiene?

Nuestra **visión** es posicionarnos como la multiplataforma líder a la hora de emigrar, convirtiendo nuestros servicios en una herramienta esencial para el cambio de residencia.

Una ventaja muy importante de este negocio es que es altamente escalable. Aumentar nuestra presencia en otras zonas una vez se ha dado a conocer la plataforma, no supone un aumento en nuestros costes fijos.

¿Dónde están los segmentos?

Las redes sociales son el mejor lugar para captar a **Finders y Helpers**. Se ha estudiado cómo en ellas ambos segmentos se ponen en contacto para intercambiar información y consejos. Cambiar la manera de actuar de la gente que ya publica información y convertirlos en **Helpers** a través de la monetización.

¿Quiénes forman el equipo?

El **Equipo Promotor** está formado por cinco socios, todos ellos con sólida formación en Administración y Dirección de Empresas (MBA). Una gran diversidad de titulaciones académicas y experiencias profesionales que enriquecen el proyecto. Además, sus miembros cuentan con notables estancias en el extranjero sabiendo desenvolverse con facilidad en entornos internacionales.

¿Qué recursos necesita el proyecto?

Para la ejecución del proyecto es necesario el desarrollo de una potente web donde se pueda registrar la gente. Además, tienen un gran peso las acciones Comerciales y de Marketing para promocionar y dar a conocer el servicio. Para ello requerimos una **inversión de 150.000€** los cuales se repartirán entre capital social inicial de 60.000€, aportado por los socios y un préstamo de ENISA de 50.000€ (en el caso de no ser concedido por ENISA, lo aportarán los socios) con un interés de 3,25%.

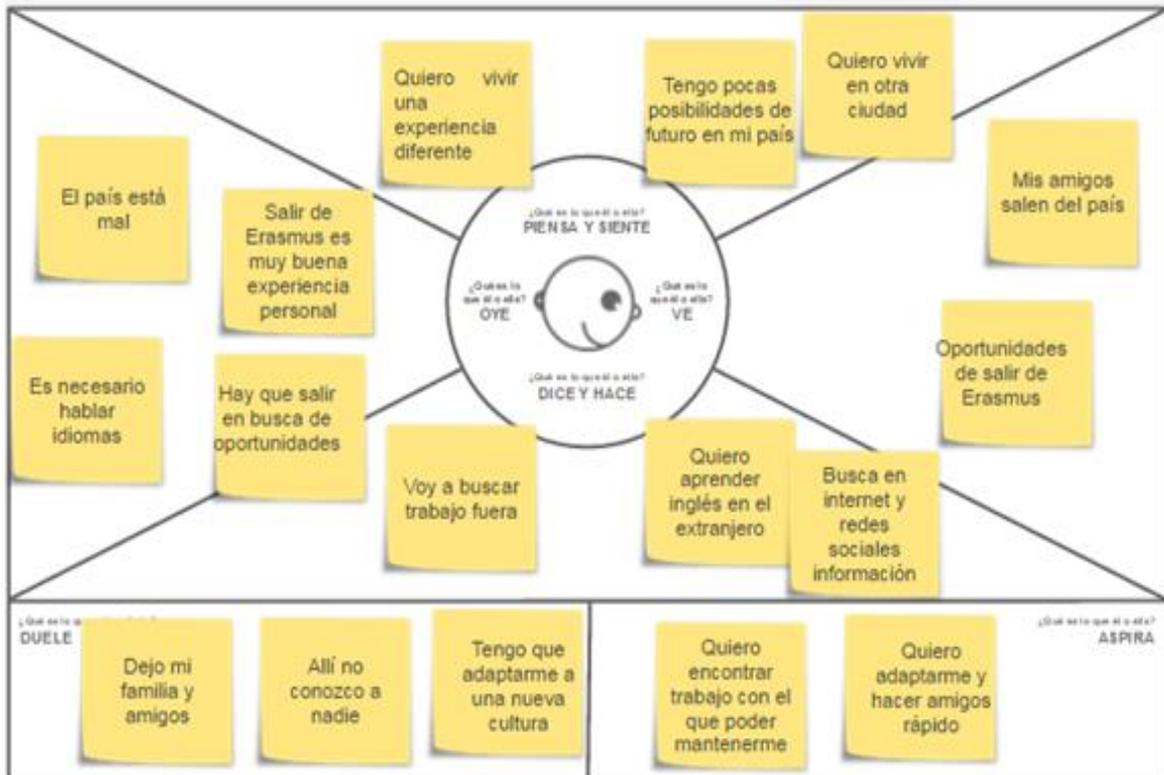
En función de las previsiones de la compañía si son optimistas o pesimistas se requerirá una segunda aportación de entre 30.000 a 50.000€.

Conclusión

Ir a vivir a un país extranjero siempre es una decisión compleja por el distanciamiento familiar y a la dificultad que tiene el instalarse. Bed&Help tiene el propósito de simplificar todo el proceso.

Situación de partida

¿Cómo nace la idea?



La idea nace cuando, a partir de nuestra propia experiencia, detectamos la oportunidad de solucionar las necesidades que tiene la gente que se muda al extranjero.

La primera idea que se nos ocurrió para solucionar los pains del cliente fue la creación de una asesoría (física) para dar servicios a estudiantes Erasmus y expatriados. Entre los servicios ofrecidos se encontraban: ayuda en la búsqueda de alojamiento, cursos de idiomas, ayuda con compras de menaje económico, agilización del trámite del abono transporte, tour y asesoramiento geográfico de la ciudad a la llegada y realización de eventos para establecer networking y relaciones sociales.

El equipo quiere eliminar los pains del cliente descritos en la Figura 1, mediante la validación de las diferentes hipótesis que van surgiendo a los problemas planteados.

Validación de hipótesis

HIPÓTESIS 1: “Los Erasmus necesitan ayuda para instalarse cuando llegan a España”.

Primera validación

Se realizaron 32 entrevistas en concreto, recogiendo los siguientes feedbacks de: estudiantes Erasmus que llegan a Madrid, estudiantes Erasmus que salen de España y licenciados que salen al extranjero en busca de trabajo.

- Tuvieron problemas con el idioma a la llegada.
- Las inmobiliarias son caras y sirven de poca ayuda.
- Están dispuestos a pagar una pequeña comisión por mejorar la rapidez de adaptación y encontrar buenas soluciones rápido.
- Existen diferencias entre las fotos de los pisos que previamente han visto en internet y la realidad.
- Falta de información de la ciudad destino.
- Existencia de competencia fuerte en ciudades como Valencia, Murcia, Madrid, Granada, Barcelona y Beijing por ALUNI.NET.
- Todos intentan buscar y preparar todo desde el país de origen.
- La presencia ESN (Erasmus Student Network), agencia Europea que se encarga de la integración de los estudiantes en el este de Europa es bastante fuerte.
- Si el servicio es caro, no lo pagarían.
- Si tienen amigos en la ciudad de acogida, residen en casa durante la búsqueda de piso.
- Dependiendo de la ciudad de acogida tardan más o menos en encontrar piso debido a la oferta.

PIVOTAJE: Se decidió focalizar en la búsqueda de piso ya que parece el principal pain a la hora de cambiar de ciudad y descartar los servicios restantes. Encontramos que se le puede añadir valor a esta búsqueda a través de: citación previa con los pisos, organización y planificación de agenda eficiente e intermediación entre caseros y clientes debido al hándicap del idioma. Estas actividades suponían para el cliente realizar las visitas lo antes posible y poder decidir rápido frente a una gran variedad de ofertas ya organizadas a su llegada.

Se estudió a fondo la competencia ALUNI.NET, viendo dónde podríamos crear ventajas respecto a ellos. Lo mismo hicimos con las empresas Idealista y Fotocasa.

HIPÓTESIS 2: *“La mayor preocupación de los extranjeros que llegan a España, es la búsqueda de piso”.*

Segunda validación

Se realizaron 34 entrevistas en las cuales ninguno de los entrevistados tuvo problemas para encontrar piso porque intentaban establecer contactos en la ciudad antes de mudarse. Estos lo hacían a través de RR.SS. mayoritariamente.

Además existe mucha información en blogs e Internet. Las inmobiliarias son un recurso muy usado por este tipo de personas.

PIVOTAJE: crear una multiplataforma, donde la gente pueda ayudar en la búsqueda de piso.

HIPÓTESIS 3: *“La gente está dispuesta a ayudar por dinero a buscar piso”.*

Tercera validación

El equipo tras la realización de 25 entrevistas recogió los siguientes feedbacks que se añadieron a todos los anteriores:

- La gente con mayor poder adquisitivo gasta más en la búsqueda de piso, lo que puede incrementar el tiempo de búsqueda.
- La gente con más problemas sí que ha echado en falta un asesoramiento especializado.
- Buscan respaldo en personas de su misma nacionalidad o que hablen el mismo idioma.
- Buscan información en grupos específicos presentes en las redes sociales.
- No ven amigables las páginas actuales de búsqueda de piso.

PIVOTAJE: tras un profundo análisis nos dimos cuenta que la gente no tiene tanto problema en la búsqueda de piso sino que el verdadero pain se encuentra en la incertidumbre y la incapacidad de poder acelerar los trámites antes de su llegada a la ciudad de acogida.

La idea vuelve a pivotar hacia el concepto de ofrecer una gran variedad de servicios que son necesarios a la llegada y que no pueden ser solucionados hasta que la persona se encuentra en su destino.

La solución que encontramos para satisfacer esta necesidad es la siguiente: poner en contacto a gente que sale fuera por motivos de estudios o trabajo con gente que ya está asentada en el país de acogida.

Éstos últimos serán los que movilicen la ayuda y los trámites requeridos por los primeros para comenzar su integración en el país de acogida lo antes posible. Añadiendo a todo ello un valor de respaldo y colaboración hacia la persona que llega.

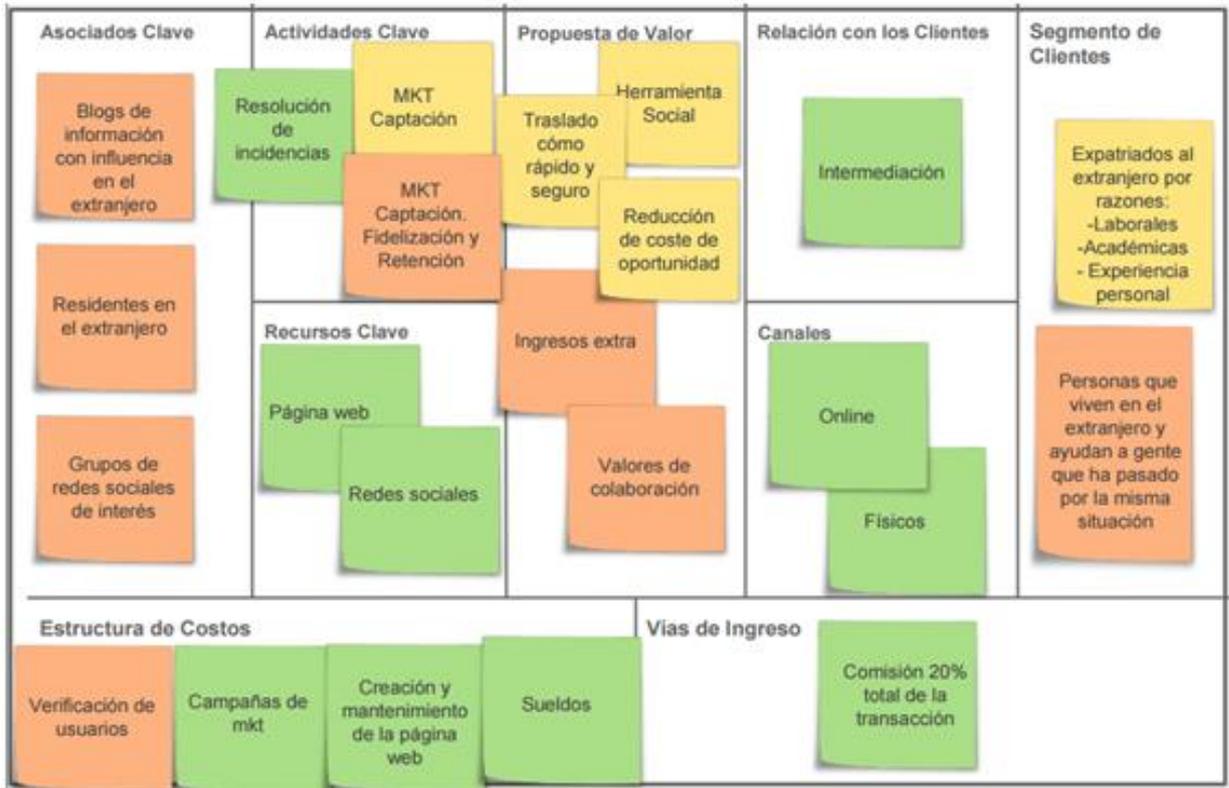
HIPÓTESIS 4: *“La gente está dispuesta a pagar por ayuda y a ayudar por dinero”.*

Cuarta Validación

Se realizaron 20 entrevistas, en las que se validan las hipótesis.

Se abre un nuevo mercado ya que la idea del principio se centraba en la acogida de la llegada a España, ahora se abre hacia la acogida en cualquier ciudad del mundo. Se trata de una economía colaborativa en la que cualquier persona que quiera proveer su ayuda puede a través de la plataforma digital donde será contratada por aquella persona que se mude a su destino. Pasamos de prestar los servicios nosotros como empresa a ser simples intermediarios, aumentando considerablemente el tamaño de mercado.

Modelo de negocio



En la figura viene expresado modelo de negocio por colores, siendo:

- **Amarillo:** Finders.
- **Rojo:** Helpers.
- **Verde:** Bed&Help

Tal y como muestra el Business Canvas, tenemos dos tipos de **segmentos** en nuestro negocio:

- Segmento A: Aquellos que **ya viven fuera del país** y están dispuestos a ayudar a las personas que se mudan a su ciudad. Estos como se ha mencionado antes se llamarán **Helpers**.
- Segmento B: Personas que **se mudan a otro país** o ciudad por diferentes razones: expatriados por razones laborales, por razones académicas (Erasmus o estudiar un idioma) y jóvenes que buscan una experiencia personal. Este segmento se llamará **Finders**.

Nuestra **relación** con los clientes va a ser de **intermediación**. Bed&Help es una multiplataforma digital donde ambos segmentos se podrán poner en contacto para que acuerden entre ellos los servicios que da opción la web.

Bed&Help va a estar presente a través de **canales online** con su plataforma intermediadora y a través de **canales físicos** a través de los comerciales que captarán clientes y verificarán usuarios. Además los Helpers realizarán el servicio de forma física, por lo tanto estos estarán también presentes en el canal físico.

Nuestra **propuesta de valor** queda segmentada en los dos usuarios antes descritos:

- **Al Helper** le proporcionamos una vía de **ingresos extra**, además como son personas que ya ayudan a través de las redes sociales el concepto de formar parte de Bed&Help le aporta **valores** de colaboración y respaldo hacia los demás. Este usuario piensa que está ayudando a alguien que está pasando por su misma situación.
- **Al Finder** se le ofrece la **resolución de trámites** que no pueden darse antes de su llegada al nuevo país y su consecuente **rapidez de adaptación, seguridad** por parte de Bed&Help al verificar usuarios y una herramienta para **socializar** al contactar directamente con alguien ya asentado en esa ciudad, que le puede introducir y dar consejos sobre el lugar nuevo en el que va a vivir.

Para ello nuestras **actividades clave** son el **marketing de captación, retención y fidelización** de Helpers por la importancia que tienen en el negocio, sin ellos, la prestación de servicios no se puede llevar a cabo. Además cuantos más haya habrá más opciones a elegir para los Finders y a precios más competitivos.

También es importante el **marketing de captación** para el segmento de los Finders y la **resolución de incidencias** ya que la reputación es clave en este negocio.

Nuestros **recursos clave** son la **página web** y las **redes sociales**. En estas últimas ya se encuentran ambos segmentos dando o buscando información.

Los **asociados clave** de Bed&Help son aquellos que **residen en el extranjero, blogs** de expatriados como Spaniards y grupos de **redes sociales de interés** como Españoles en Londres, Españoles en Brighton, etcétera.

La **estructura de costes** se compone de los **sueldos**, las **campañas de marketing** para promocionar y fomentar la marca Bed&Help, la **verificación de usuarios** por parte de los comerciales y el diseño y mantenimiento de la **página web**.

Como **vía de ingresos** Bed&Help recibe un **20% del total de la transacción** como comisión de intermediación.

Propuesta de valor y diferenciación

La propuesta de valor es poner en contacto directo de las personas ya asentadas en el país de destino, **Helpers**, que conoce cómo desenvolverse, con las personas que se disponen a establecerse en dicho país de destino, **Finders**.

Bed&Help pone a disposición de los Helpers la posibilidad de ofrecer los siguientes servicios:

- **Hospedaje:** el principal servicio que promueve la compañía es la estancia en la casa del Helper y el beneficio de todos aquellos servicios que quiera prestar como: pensión, teléfono para hacer llamadas, contactos, consejos sobre zonas por donde buscar alojamiento, conexión a internet y todo aquello que la persona que hospeda esté dispuesto a ofrecer.
- Compra de la **tarjeta telefónica** imprescindible para ponerse en contacto con propietarios o inquilinos de pisos y poder comenzar cuanto antes la búsqueda de piso.
- **Recogida en el aeropuerto:** elimina la incertidumbre de no saber qué línea de metro coger o qué autobús debido a la falta de conocimiento de la ciudad. Al Finder le puede ser de gran ayuda por el equipaje pesado que suelen llevar consigo y el sentirse acogidos y bienvenidos nada más llegar, lo que supone una gran diferencia a llegar completamente sólo.
- **Tramitación de cita NIN:** para conseguir el número en la seguridad social y poder trabajar legalmente en ciertos países es necesario pedir cita antes de realizar una entrevista personal. Desde que se pide la cita hasta que se realiza la entrevista de aprobación del número puede pasar alrededor de un mes. Este periodo de tiempo supone un gran coste de oportunidad para aquellos que llegan por motivos laborales, ya que estarían un mes sin poder obtener ingresos. El Helper se encargaría de concertar la cita con la seguridad social para que el recién llegado pueda acudir cuanto antes a su entrevista y conseguir el número lo antes posible.
- **Tramitación cita tarjeta bancaria:** en la mayoría de bancos extranjeros es necesario tener un lugar de residencia para poder abrir una cuenta.
- **Abono Transporte:** si se necesita pedir cita presencial para poder sacar el abono transporte.
- **Búsqueda academia de idiomas:** supone un gran adelanto tener información sobre su localización, calidad y precio. Es difícil conocer toda la oferta nada más llegar, además de poder beneficiarse de descuentos si el Finder va de parte del Helper.
- **Tour por la ciudad:** cuanto antes conozca el Finder la ciudad mayor autonomía tendrá para poder moverse por ella. El contratar un tour a la llegada supone un coste de oportunidad en cuanto a tiempo. El Helper le enseñará todos los lugares que más le puedan interesar a la llegada debido a la experiencia y conocimiento de la situación por la que está pasando el Finder.
- **Mentoring:** esta es una opción dirigida a aquellos que se van por motivos de trabajo. Contratando este servicio obtienen un asesoramiento personalizado sobre cómo redactar bien un currículum dirigido a ese país, posibilidades de desarrollo y carrera

en ese mercado, requisitos formativos y burocráticos del país para ejercer su profesión, etcétera.

- **Servicios personalizados:** esta opción abarcará cualquier tipo de servicio que se le ocurra a Helpers o Finders, el cual deberá ser aprobado por Bed&Help y servirá como recogida de información.



En la oferta de **hospedaje** los principales competidores serían **Airbnb y Couchsurfing**. Éstos se dedican a prestar alojamiento a gente que viaja, pero nosotros le añadimos al sector del turismo, el de emigración laboral y penetración de internet, los complementos de ayuda que son los valores más requeridos cuando te mudas. No se trata de competidores directos ya que las mismas personas que prestan alojamiento en Airbnb y Couchsurfing pueden ser también Helpers de nuestros servicios.

La diferenciación de Bed&Help es que añade al simple hospedaje la ayuda anteriormente descrita.

Bed&Help es por tanto un complementario de estas dos plataformas. Además, estas páginas web son un buen método de captar a Helpers ya que son personas que tienen espacio en sus casas y están dispuestas a ganar dinero extra a través de plataformas de economías colaborativas.

En caso de que al **Helper** no le sea posible ofrecer hospedaje debido a que no dispone de sitio acondicionado en su casa o no se incline por acoger a nadie se da la opción de poder prestar los servicios complementarios por separado. Recíprocamente, aquel **Finder** que no quiere hospedarse y sólo quiere que se le faciliten ciertos trámites también puede usar la plataforma.

La gran variedad de Helpers y servicios ofrecidos suponen una manera fácil y rápida de personalizar tanto la oferta como la demanda. Lo que convierte a esta empresa en diferente son dos cosas: la oferta infinita y la escala. Ambos segmentos personalizan y deciden (ofrecer o

contratar) su propia combinación de servicios generando por cada individuo un paquete totalmente personalizado.

El uso de esta plataforma para mudarse a una nueva ciudad supone además para el Finder una forma rápida de integrarse a la vida social y conocer a gente nueva ya que a través de ella se establecen lazos sociales.

Bed&Help presenta otro valor añadido, la creación de una **App móvil**. Será una forma de fomentar la unión entre Bed&Help y sus usuarios, además de dar información a los usuarios sobre: teléfonos de interés, mapas, consejos, restaurantes y supermercados, eventos en la ciudad, etc. Como esta App podrá ser usada para consultas de diverso tipo, será una forma de mantener el contacto con sus usuarios una vez finalizados los servicios de intermediación.

Esta App será un recurso más de ayuda, que facilitará a las personas que se mudan al extranjero a adaptarse en su nueva ciudad. Será un recurso rápido en donde consultar la información más básica sobre su nueva ciudad.

Con todas estas herramientas, Bed&Help reduce la incertidumbre de la mudanza al mínimo, el tiempo de adaptación y sus costes económicos.

Plan Estratégico

Misión, Visión y Cultura

Visión

Bed&Help busca ser la plataforma de economía colaborativa de referencia a la hora de moverse de un país a otro.

Misión

Para los **Finders** la empresa tiene por misión ser un método fácil, cómodo, rápido y seguro de mudarse a otro país. Para los **Helpers** ser una vía de ingresos extra y satisfacción personal. Además, quiere ser una herramienta social y de apoyo.

Cultura

Bed&Help valora a la gente con valores.

Aquellos que promueven la integración, son cooperantes y altruistas. Todas esas personas, que están dispuestas a ayudar a gente que está pasando por un momento duro, separados de sus familias y amigos.

Personas dispuestas a sacrificar parte de su tiempo libre y compartir su espacio, con el fin de mejorar la sociedad.

De este modo, Bed&Help quiere crear la cultura de la ayuda, donde la gente que ha sido ayudada; ayude, y así crear una cadena de ayuda.

Todos los empleados usuarios de nuestra organización, deben estar inspirados por éste espíritu en cada una de las actividades que desarrollen, dentro o fuera de la empresa.

Entorno General. PEST

Debido a que Bed&Help inicialmente lleva a cabo sus acciones en dos países distintos con características muy diferentes es necesario realizar un análisis estratégico de la situación de ambos.

España

- Político y legal:
 - España vive un proceso de cambio en la tendencia política.
 - Europa está preparando nuevas políticas enfocadas a impulsar el emprendimiento, estas supondrán ayudas a emprendedores y reducción de gastos fiscales.
 - Debido a la gran cantidad de empresas que están surgiendo basadas en la economía colaborativa se está empezando a legislar sobre ella con el fin de regularizarla.
- Económico:
 - El periodo de recesión que ha sufrido España está acabando.
 - La nueva tendencia política puede alejar a las inversiones extranjeras y frenar esta mejora.
 - La tasa de desempleo, uno de los indicadores más destacados para nuestro proyecto, supone el 23% del país. Esta cifra es aún mayor en jóvenes, siendo 51,4% en menores de 25 años. El número de españoles titulados y en paro triplica al de la media europea.
 - El déficit de España hace que el gobierno no posee la liquidez necesaria para ofrecer exenciones fiscales en la contratación de personal.
 - El Salario Mínimo Interprofesional es de 757€.
- Social/Cultural:
 - La frustración de los jóvenes debido a la actual situación económica ha llevado a muchos de ellos a emigrar fuera de nuestro territorio.
 - La globalización posibilita a los jóvenes emigrar en busca de un futuro mejor.
 - La economía colaborativa está en pleno proceso de aceptación. Según un reciente informe Nielsen, el 53% de los españoles están dispuestos a compartir bienes y servicios.
- Tecnológico:
 - Hasta un 40% de la población realiza pagos a través de internet demostrando ser transacciones seguras.
 - Hasta un 70% están presentes en redes sociales, siguen a grupos de interés, leen blogs a diario y buscan información sobre temas de su interés.

Reino Unido

- Políticos y legales:
 - La situación política en Reino Unido es estable, en las últimas elecciones ha sido reelegido David Cameron del partido Conservador por mayoría absoluta.
 - Entre sus intenciones está la regulación de la situación de los europeos. Se pretende acabar con las ayudas que reciben todas aquellas personas que no dispongan de trabajo e incluso que no puedan tener acceso a la sanidad o educación pública. Además pretende expulsar a todos aquellos que no encuentren trabajo en los 6 meses siguientes a su llegada, esta es una de las condiciones en las negociaciones con la Unión Europea.
 - Sharing Economy UK – SEUK, formado por unas 20 empresas relacionadas con la economía colaborativa busca la creación de un código que asegure la actividad de todos los agentes implicados en la economía colaborativa.
 - Facilidad para emprender negocio debido a sus reducidos costes de implantación y tiempo requerido. Además la declaración de IVA es para empresas que ingresan más de 77000£. Llevan a cabo una contabilidad muy sencilla, y no se pagan impuestos hasta pasados 21 meses.
- Económicos:
 - El desempleo en Reino Unido, ronda el 5,5%; siendo de un 15% en jóvenes menores de 25 años. Su Salario Mínimo Interprofesional es de 1.379€.
- Social/Cultural:
 - Reino Unido es un país cosmopolita e interracial que acoge cada año la llegada de un gran número de inmigrantes. Allí coexisten numerosas comunidades que tienden a colaborar y ayudarse entre ellas.
 - La economía colaborativa es ampliamente aceptada y usada en este país.
- Tecnológico:
 - El 82% de la población tiene acceso a internet, siendo de hasta el 94% en la población de entre 16 a 54 años.
 - Los mecanismos de pago son semejantes a los españoles y su ley de protección de datos dispone las mismas infracciones y castigos puesto que ambas tienen ámbito europeo.

Cadena de valor

El flujo de las actividades de Bed&Help se resume en la siguiente figura



1. Marketing de captación de Helpers:

Puesto que es una actividad que añade valor a nuestro producto, será considerada una “core competence”: es necesario que exista una gran oferta de Helpers, para que los Finders tengan una gran variedad donde elegir. Existirá un equipo de comerciales encargados de esta misión.

2. Registro de los Helpers y su posterior verificación:

Esta será una de las actividades “core” de Bed&Help. El modelo de negocio se basa en la confianza por lo que es determinante el control de los usuarios y la recopilación de sus datos personales ya que en caso de incidencia, pueden ser fácilmente identificados.

Los mismos comerciales que se encargan de la captación comprobarán la información de los Helpers, y validarán que cumple las condiciones para comenzar a prestar servicios (Fotocopia del DNI, antecedentes penales y fotos de la casa en caso de ofrecer alojamiento).

3. Puesta en contacto entre Helpers y Finders:

Una vez registrados, ya están preparados para ponerse en contacto y acordar aquello en lo que necesitan ayuda. La página web facilita herramientas para que la puesta en contacto sea fácil, cómoda, rápida y segura. En este punto, ambos segmentos llegan al acuerdo donde el Finder realiza el pago y recibe un código.

4. Intermediación:

Bed&Help retiene el pago hasta que el servicio se ha completado como medida de seguridad para ofrecerle una mayor confianza al Finder. Finalizado el servicio, el Finder entrega el código al Helper. En ese momento el Helper envía el código a Bed&Help, y el pago se hace efectivo.

5. Servicio post-venta:

Se incluyen la resolución de todos los incidentes que puedan ocurrir durante el servicio. El departamento de customer care se encargará de buscar alternativas a aquellos clientes que no estén satisfechos con el trato recibido. Por último, recogerá los feedbacks de la experiencia de los usuarios. En esta parte se colocará un KPI determinante para el modelo de negocio: el grado de satisfacción de los usuarios. El objetivo es un 95%, lo cual permitirá a Bed&Help obtener una buena reputación, y reducir inversiones en MKT de captación.

6. Marketing de fidelización:

Es muy importante dentro de Bed&Help, retener a sus Helpers, ya que son la base de la escalabilidad del negocio. Por ello se llevarán a cabo diversas acciones de marketing con el fin de ofrecerles un valor añadido, a los usuarios activos de la plataforma.

Dentro de las actividades secundarias, equipo promotor se encargará del departamento de finanzas y de la gestión de los RR.HH.



El departamento de IT, tendrá otra función esencial, que será la de mejorar la usabilidad de la web, gracias a los feedbacks recogidos por los comerciales del servicio post-venta.

Este departamento, se encargará del diseño, mantenimiento y actualización de la App móvil.

Entorno Próximo Competitivo

Nuevos Competidores

- Irrupción de una **marca potente** que abra una nueva unidad de negocio. Una empresa fuerte como Airén, decida abrir una nueva unidad de negocio que compita de forma directa con Bed&Help.
- **Barreras de entrada**, el negocio no tiene economías de escala y no es intensivo en capital por lo que facilita la entrada de nuevos competidores.
- **Ausencia de leyes regulatorias** en la economía colaborativa. El sector en el que nos integramos no está regulado por ley, por lo que los posibles competidores podrían aprovechar los huecos legales que existen.
- **Bajo capital inicial** necesario para la constitución.
- Fácil acceso a los **canales de venta**. La entrada a los canales online es sencilla y al alcance de cualquier competidor.

Rivalidad entre competidores actuales

- Es un negocio que no se ha explotado hasta el momento y que tiene grandes posibilidades de crecimiento y rentabilidad, se podría asimilar a un océano azul.
- Pocos competidores.
- Empresas de tamaño similar, no hay un competidor específico que destaque por su tamaño.

- **Online:** En el canal On-line sólo encontramos competidores en el servicio de alojamiento ya que no existen multiplataformas que presten los demás servicios proporcionados por las agencias físicas. Si bien, hay que subrayar que **no son competidores puros** sino que son plataformas que pueden ser **complementarias** a Bed&Help, como se ha explicado anteriormente, estos pueden ser usuarios de ambas plataformas dando alojamiento. Nos aseguramos que tienen espacio en su casa para prestar alojamiento, tienen valoraciones y fotos validadas de sus casas por AirBnB, y son promotores de la economía colaborativa. Los Hostels pueden anunciarse en nuestra plataforma y ofrecer sus habitaciones.
- **Físicos:** Agencias de servicios que ofrecen en su paquete alojamiento, cursos de inglés y/o empleo a elegir por el cliente. Estas prestan el **servicio directamente al consumidor**, cobrando un precio medio de 500 € al mes por todas las gestiones realizadas.

A continuación se describen los principales competidores diferenciados entre Agentes Físicos y Agentes Online:

- Destino Londres: Ofrece cursos y alojamiento, trabajo y alojamiento o bien alojamiento (además de servicios complementarios como corrección de CV, obtención de una tarjeta SIM, etc.) solo opera en Reino Unido.



Corrección del Currículum al Inglés
Soporte para abrir una cuenta bancaria
Obtención del número de la Seguridad Social inglesa y tarjeta SIM prepago

Búsqueda y reserva de alojamiento
Abono de sus tasas para reserva y Admin fee
2 Meses de cobertura
+ Opción de cambio de Alojamiento



Corrección del Currículum al Inglés
Soporte para abrir una cuenta bancaria
Obtención del número de la Seguridad Social inglesa y tarjeta SIM prepago

Búsqueda y reserva de alojamiento
Abono de sus tasas para reserva y Admin fee
3 Meses de cobertura
+ Opción de cambio de alojamiento

- LondonWorkExperience: Ofrece trabajo y alojamiento, curso y alojamiento o trabajo. Se paga una cuota inicial y mensualidades. Sólo opera en Reino Unido.



TARIFAS

TARIFA NORMAL

120 € para iniciar los trámites.

375 € tras recibir la confirmación del alojamiento

- Reserva de alojamiento en Londres.
- Ayuda para la obtención de una cuenta corriente en un banco en Londres y número de la Seguridad Social.
- Ayuda en la búsqueda de trabajo en Londres.
- Información sobre la devolución de impuestos.
- Servicio de orientación en caso de no llegar en horario de oficina.
- Ayuda para la elaboración y traducción del Curriculum Vitae y asesoramiento para afrontar las entrevistas de trabajo en Londres.

- LondonOrange: Ofrece los servicios de alojamiento, alojamiento y trabajo o alojamiento y curso de inglés. La agencia cobra una tasa inicial de unos 300€ además de las cuotas, estas varían en función del servicio. Sólo opera en el Reino Unido.



- Bed&Jobs: Esta empresa se dedica al asesoramiento en búsqueda de empleo, cursos de inglés o alojamiento. Además ofrece otros servicios como elección del banco más recomendable, lugares donde adquirir el bono de transporte etc. Opera en Londres, Malta, Barcelona Y Londres. La empresa comercializa sus servicios en packs.

Pack Living Londres

Home+ Info Job+ Learn Language



144²⁰ €
IVA Incluido

144,20 € [Comprar ahora](#)
IVA Incluido

Cómpralo ya y usalo en los próximos 6 meses.

(Precio no incluye costes de: alojamiento, matrícula o mensualidad del curso. Precio por tramitación, servicios y documentación Bed&Jobs).

[Descarga el PDF con toda la información](#)

Pack Student: Home + Learn Language

Te ofrece todo lo necesario para vivir y estudiar en Londres.



121²⁰ €
IVA Incluido

121,20 € [Comprar ahora](#)
IVA Incluido

Cómpralo ya y usalo en los próximos 6 meses.

(Precio no incluye costes de: alojamiento, matrícula o mensualidad del curso. Precio por tramitación, servicios y documentación Bed&Jobs).

[Descarga el PDF con toda la información sobre vivir y estudiar en Londres](#)

Pack Basic

Con el Pack Basic elige entre HOME, INFO JOB, LEARN LANGUAGE más los servicios básicos Bed&Jobs.



96⁵⁰ €
IVA Incluido

Elige servicio
HOME €96,50 EUR

[Comprar ahora](#)

Cómpralo ya y usalo en los próximos 6 meses.

(Precio no incluye costes de: alojamiento, matrícula o mensualidad del curso. Precio por tramitación, servicios y documentación Bed&Jobs).

[Descarga el PDF con toda la información](#)

En el **canal físico** solo encontramos agencias tradicionales. También hay que remarcar que tras un minucioso estudio no se ha encontrado ninguna empresa que ofrezca los servicios descritos en distintos países a la vez. (Si se analiza otro país, encontramos agencias que solo operan en esa zona).

Amenaza productos sustitutos

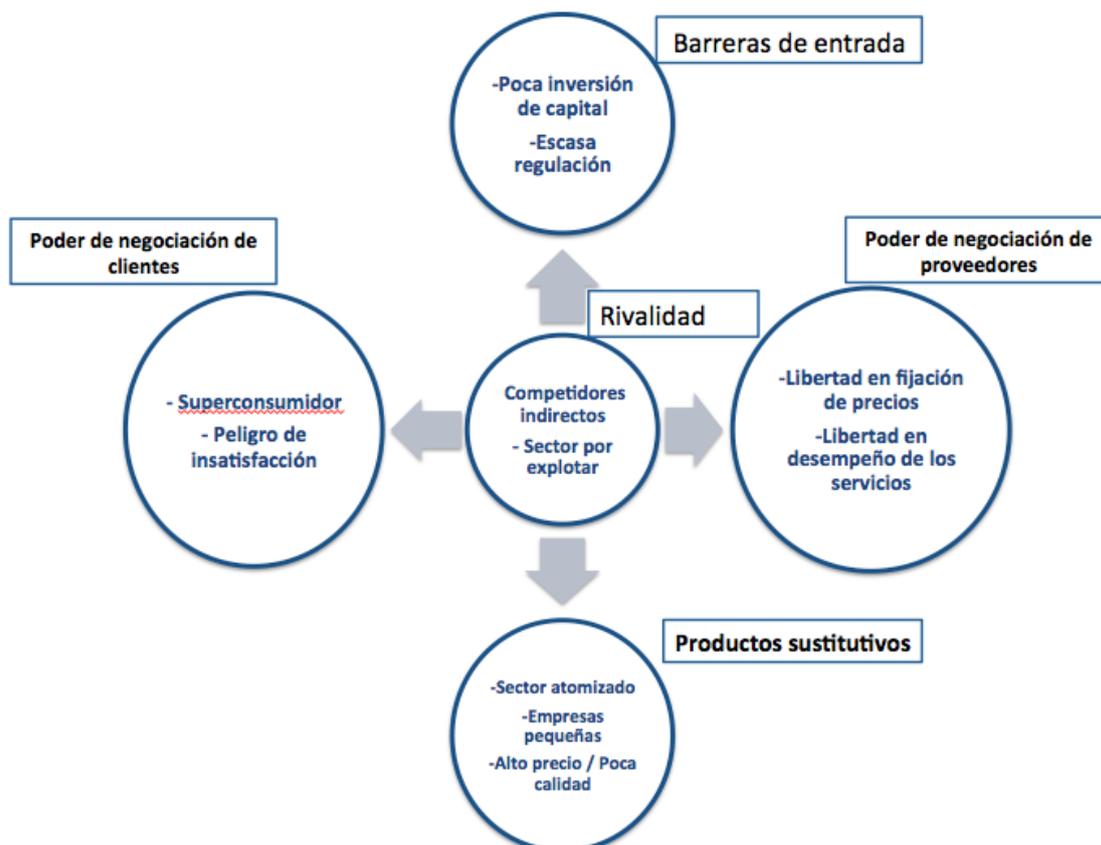
- Grupos de ayuda altruista. Hay cuantiosos foros y blogs que ofrecen la información de forma gratuita.
- Agencias organizadoras de cursos. Sin ser una competencia directa si se podría ver como una amenaza debido a la gran protección.
- Residencias. Sin ser competencia directa ofrece una cobertura muy importante.

Poder de negociación de los Helpers

- Dependencia total en la calidad del desempeño de los servicios.
- Fijación por parte de los Helpers de los precios, a partir de un mínimo a cada servicio establecido por Bed&Help.

Poder de negociación de los Finders

- Súper consumidores. Los consumidores tienen gran cantidad de información disponible para comparar precios.
- Su insatisfacción genera malas valoraciones, que repercuten en la reputación de la empresa.



Ventaja competitiva

Bed&Help es una empresa de intermediación, no una agencia de servicios. Sin embargo, ofrece las mismas garantías que cualquiera de estas mediante la resolución de incidencias y servicio

de Customer Experience, centrándose en el **control de calidad de los servicios prestados y la validación y seguimiento de usuarios**.

La **personalización de los servicios y la gran variedad a escoger** por parte del cliente supone una gran ventaja competitiva. El cliente configura su paquete de servicios que quiere que le realicen, es decir, que su producto se diseña a partir de sus propias preferencias y necesidades. Elige quién quiere que se los realice, en qué ciudad y cuándo los necesita.

Las ofertas que realizan los Helpers, son públicas y por lo tanto **competitivas**, donde cada Helper da valor a sus servicios en función de lo que el resto del mercado ofrece.

Escalabilidad

La estrategia de Bed&Help, basada en la total confianza y satisfacción por parte de sus usuarios y clientes, tiene como propósito ganar escalabilidad a través de la fidelización de sus clientes. La conversión de Finder a Helper una vez que la persona ya está instalada supone un ahorro considerable en los costes de captación. Al haber probado el servicio como cliente y estar satisfecho, comenzará a prestar servicios pasando por lo tanto a nuestra base de Helper.

Además se seguirá poniendo empeño en la fidelización de aquellos que ya eran Helper con el propósito de que generen boca a boca y se expanda la idea.

Se busca una escalabilidad segura evitando incidencias que afecten a la reputación de la marca Bed&Help.

De este modo, los gastos de escalabilidad se reducen mediante:

- Conversión de Finders a Helpers por su satisfacción con la plataforma.
- Desde una misma plataforma digital la empresa se puede expandir a otros países abriendo nuevos mercados sólo con el desarrollo de la página web.



DAFO

Amenazas:

- Baja barrera de entrada
- Grupos de ayuda de forma altruista
- Irrupción de nuevos competidores
- Descenso del flujo migratorio por mejora de la economía
- Endurecimiento de las políticas migratorias

Oportunidades:

- Ausencia de legislación en economía colaborativa
- Amplio mercado
- Pocos competidores directos
- Auge de la economía colaborativa

Fortalezas

- Máximo control de calidad
- Seguridad a Helpers y Finders
- Escalabilidad
- Usabilidad de la página web
- Apoyo de los principales grupos sociales presentes en las redes (Españoles en Londres, Españoles en Brighton, etc.)

Debilidades

- Debido a su reciente constitución, Bed&Help no cuenta con una marca reconocida
- Malas valoraciones en el inicio, repercuten en la evolución de la empresa

Plan de Marketing

Segmentación

Bed&Help es una multiplataforma digital que pone en contacto dos segmentos diferentes:

Helpers (Usuarios que prestan el servicio): este segmento es el proveedor de servicios. Viven ya en el país donde la gente se quiere desplazar y están dispuestos a ayudar en las peticiones que escojan las personas que se quieran mover por un precio propuesto.

Pueden ayudar en diferentes servicios dependiendo de su disponibilidad.

El perfil psicodemográfico de los Helpers se describe como personas jóvenes entre 20 y 45 años que ya están ayudando a través de redes sociales, visitan foros y participan activamente en internet. Son gente sociable, muchos de ellos tuvieron problemas a su llegada por ello se sienten identificados con las personas que están en una situación similar a la suya.

Finders (Clientes que contratan el servicio): este segmento está formado por personas que dan el paso de desplazarse de ciudad o país y necesitan ayuda antes de llegar a su destino. Quieren eliminar su incertidumbre antes de llegar y mejorar sus costes de oportunidad especialmente en tiempo.

El perfil psicodemográfico de los Finders se describe como personas jóvenes entre 20 y 45 años que cambian de residencia por motivos como:

- Búsqueda de oportunidades laborales y expatriados
- Razones académicas (Erasmus, convenios bilaterales, etcétera.)
- Aprendizaje de idiomas
- Vivir una experiencia

Producto

El producto principal de Bed&Help es la intermediación de servicios mediante la multiplataforma, es un mercado que pone en contacto a los dos segmentos para la prestación de servicios, por un canal online.

A cambio de prestar este servicio tanto a sus socios como a sus clientes, se lleva una comisión.

Las actividades que Bed&Help realiza son:

- Los servicios se ofrecen son:
 - Verificación de los miembros registrados.
 - Control de calidad de los servicios prestados.
 - Atención a la comunidad: respuesta a preguntas, resolución de problemas e incidencias, comentarios, etc.

- Los servicios que pueden ofrecer los Helpers dependiendo de su disponibilidad y disposición son¹
 - Hospedaje
 - Recogida en el aeropuerto
 - Cita para la seguridad social (NIN)²
 - Cuentas bancarias
 - Abono transporte
 - Tarjeta telefónica
 - Academias de idiomas³
 - Servicios personalizados

Además, como valor añadido Bed&Help ofrece una App donde se recogen los consejos más importantes al mudarte de ciudad: Teléfonos de contacto, sitios de interés, recomendaciones, etc. La estrategia de Bed&Help, supone conseguir una masa crítica de usuarios de esta App, con el fin de que diversos establecimientos puedan publicitar sus productos y/o servicios en la App.

Precio

El servicio inicialmente lo propone el **Finder** con todos aquellos servicios que solicita a su llegada, la propuesta es publicada en la plataforma y los **Helpers** lanzan sus ofertas incluyendo el precio por el que están dispuestos a realizar el servicio, siempre y cuando cumpla el importe mínimo fijado por Bed&Help y si tienen alguna reticencia prestarlo.

Posteriormente el Finder acepta la oferta que más se ajuste a sus requisitos, desde ese momento hasta que se realiza el servicio.

El pago quedará retenido por la empresa hasta que el Finder le proporcione al Helper un Código de verificación que lo hará efectivo.

Bed&Help marca una **comisión fija del 20%** del precio total del servicio. A través de las encuestas realizadas, se ha estimado un **precio medio de 60€**.

La **App** tendrá un precio de **2,99€**. Éste precio, supondría simplemente amortizar los costes de diseño, mantenimiento y distribución, estableciendo una nueva vía de ingresos a corto-medio plazo mediante la publicidad. Así, mientras aportamos un valor añadido al Finder por un coste mínimo, obtenemos ingresos por parte de los establecimientos.

¹ Estos servicios son orientativos para Reino Unido y pueden variar en función de cada país.

² National Insurance Number; en Reino Unido se requiere tener un teléfono y un domicilio para poder solicitar la cita.

³ En Reino Unido si llevas a alguien a una academia de idiomas aplican un descuento.



Promoción

Los medios empleados son internet (web, blog y social media), print media y realización de eventos.

Los consumidores ya no compran directamente, sino que se informan primero y posteriormente buscan valoraciones y recomendaciones. Es por ello que el community manager de la empresa se va a focalizar en el cuidado y seguimiento las redes sociales y actualizando el blog a diario.

- Página web: la web es sencilla y fácil de usar. La página tiene además una encuesta para recoger información de los Finders y Helpers que se interesan para tener una recopilación de correos electrónicos de futuros Finders y Helpers. Las acciones llevadas en la web son:
 - Recopilación de datos de los nombres, mails, ciudades de destino y posibles servicios que se requieren o prestan.
 - Creación de un blog que para actualizar contenido relacionado y posicionar la página en las primeras búsquedas de Google.

Bed & Help

Home | Finder | Helper | Blog

Nuestra comunidad

Finder

Helper

- Facebook: actualmente la página cuenta con más de 500 seguidores y se actualiza con frecuencia. El Community Manager se dedicará a las siguientes acciones:
 - Subir contenido relacionado con noticias interesantes para extranjeros en Reino Unido e Irlanda.



Bed and Help
Published by Juan Fernandez [?] · May 26 at 9:59am · 🌐

¿Mejores condiciones en Londres que en ciudades españolas?
<http://www.diariosur.es/.../trabajo-londres-muchos-dias-20150...>
 Dale a Like a Bed and Help o visita www.bedandhelp.com si te interesan más noticias como esta!



«Mi trabajo en Londres da muchos días libres para salir, estudiar y ver a la familia»
 Mari Ángeles Guzmán llegó a Inglaterra el 25 de enero del 2009, con un grupo de 25 españoles dispuestos a trabajar de enfermera en Huntingdon, un pueblo cerca de...
 DIARIOSUR.ES

Bed and Help
Published by Juan Fernandez [?] · May 7 · 🌐

Puente San Isidro: #Londres, de la mano de Mikel #Erentxun
 #bedandhelp #sanisidro



Puente San Isidro: Londres, de la mano de Mikel Erentxun
 Nació en Venezuela en 1965. En el 73 se mudó con su familia a San Sebastián. Y con 13 años se enamoró de Londres. «Fui de vacaciones con mis padres y nos...»
 FINANZAS.COM

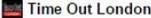
- Captar nuevos seguidores a diario, informando cada día de a qué nos dedicamos y cómo funciona Bed&Help.



- Participación activa en grupos de Facebook relacionados con la idea.
- Interacción con usuarios de Facebook que viven o planean vivir en el extranjero y recogida de feedbacks, lo que supone tener una mejora y validación continua de la idea.
- Utilizar la red social para redirigir a los usuarios a la página web.

- Twitter: la empresa se ha marcado los mismos objetivos que en Facebook. En la cuenta el community manager realizará las siguientes acciones:
 - Subir contenido relacionado con noticias interesantes para extranjeros en Reino Unido.
 - Seguir a grupos relacionados con extranjeros viviendo en Reino Unido e Irlanda y seguir a sus integrantes.
 - Crear listas de contactos asociando a esas personas que viven en los países de destino.
 - Mención y re twitteo a gente influyente tanto en el ámbito empresarial como en los mercados de destino.
 - Utilizar la red social para redirigir a los usuarios a la página web.

 **BedandHelp** @BedandHelp · 5 de may.
 No sabes qué hacer este fin de semana? Te puede apetecer un #plan diferente... #loveanimals #bedandhelp #imissmypet timeout.com/london/things-...

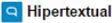
 Time Out London



London Pet Show
 By Time Out London @TimeOutLondon
 This annual fur-filled show is moving to the ExCel centre in 2015 for a weekend of barking, jumping, stroking and shopping. The fair is aimed at both pet owners...

[Ver en la web](#)

 **BedandHelp** @BedandHelp · 27 de may.
 Interesante idea que nos propone Ford, ¿y si compartimos coche en Londres y ahorramos algo de dinero? hipertextual.com/2015/05/ford-c

 Hipertextual



Ford ofrecerá un servicio de car-sharing en Londres
 By Jorge Valero @jorgevaleroe
 Ford lanza un experimento dinámico de car-sharing en Londres, el primer servicio en ofrecer trayectos con estacionamiento garantizado.

[Ver en la web](#)

- Print media: campaña publicitaria con carteles y flyers en zonas universitarias en fechas clave: aquellas en la que los estudiantes están buscando planes de futuro. También en las inmediaciones de oficinas de desempleo para la gente que está buscando trabajo y en academias de idiomas.
- Promociones: se realizarán diferentes medidas de captación, retención y fidelización para diferentes usuarios:
 - Se buscarán empresas que trasladen a sus empleados al extranjero. Estas personas que se mudan por motivos de trabajo, son un segmento objetivo importante ya que cuentan con poco tiempo libre, y el coste de oportunidad de su tiempo es muy alto.
 - Eventos en universidades en fechas clave (mayo-junio y enero-febrero) coincidiendo con el fin de exámenes⁴. Durante estos eventos se reforzará la promoción de Bed&Help mediante print media.
 - Universidad de Madrid (Complutense, Autónoma y Politécnica): 150.000 estudiantes.
 - Universidad de Barcelona: 91.600 estudiantes.
 - Universidad de Granada: 80.000 estudiantes.
 - Universidad de Salamanca: 32.000 estudiantes.
 - Eventos en octubre en oficinas de desempleo ya que durante esta época acaba la campaña de verano y mucha gente piensa en buscar nuevas formas de ganarse la vida. Nuevamente, esta medida será reforzada con print media.
 - Con el fin de captar Helpers, durante los meses mayo-junio se harán eventos en las principales ciudades inglesas. Con esta medida, pensamos obtener una masa crítica de Helpers de cara a septiembre y octubre cuando la emigración es más alta.
 - Otra medida de captación, será la creación de una feria de empleo, en Londres, donde se invitará a gestores de RR.HH. de diferentes empresas ubicadas allí. La feria será financiada mediante crowdfunding, supondrá una oportunidad para promocionar nuestra página web.
 - Además, se realizarán sorteos de bicicletas mensualmente y bonos mensuales de transporte público entre los Helpers que registren a un amigo durante ese mes. Con estas propuestas, se busca fidelizar a los usuarios de Bed&Help para que se involucren con la página y las RR.SS.
 - Premiaremos la fidelidad en los meses de junio y diciembre, con el sorteo de un vuelo pagado a su ciudad de origen y cuando el ganador quiera. Estas fechas coinciden con verano y navidad, época en la que los Helpers suelen viajar a sus países de origen
 - También habrá métodos de fidelización de clientes. Todos los Helpers que realicen más de 10 servicios (o 5 servicios con alojamiento), se convertirán en Helpers Premium. Con ello, se les cobrará una comisión menor y serán mejor posicionados dentro de la página.

⁴ La empresa estima que aproximadamente un cuarto de todos los estudiantes están en su último año y por lo tanto representan la mayoría de uno de los target.

- Por último, la promoción de la App se realizará a través de RR.SS. y la página web. Puesto que es un servicio complementario para los usuarios de Bed&Help consideramos que con hacer publicidad y promociones a través de estos lugares, conseguiremos llegar a nuestro público objetivo. Todos los usuarios que contraten Bed&Help, podrán contratar la App desde la web, donde recibirán un código promocional que introducirán en las plataformas de descarga.

Canal de distribución

La página web es el punto donde se hará efectiva la intermediación. En ella se registrarán ambos segmentos de usuarios y una vez configurados los servicios y acordado el precio el pago; se realiza a través de la plataforma de pago PayPal y tarjeta de crédito o débito.

Como esfuerzo de captación es muy importante el redireccionar a gente a través de redes sociales y las campañas de print media que se explican en el apartado de *Promoción*.

La retención y fidelización consistirá en la aplicación de las diferentes medidas promocionales explicadas en el apartado de *Promoción*.

Bed&Help distribuirá su App mediante Google Play y Apple Store.

Posicionamiento y Arquitectura de la marca

Bed&Help quiere ser la primera opción a la que recurrir tanto para aquellos que quieran cambiar de destino y necesiten ayuda como para aquellos que quieren ganarse un dinero extra a través de esta economía colaborativa. Queremos construir la marca a través de la promoción de la ayuda, cooperación y respaldo a todos aquellos que nos utilicen a la hora de cambiar de destino.

En el segundo nivel queremos que la gente que lo use perciba nuestra marca como una manera fácil, cómoda y rápida de moverse al extranjero. Por otra parte, los usuarios que prestan su ayuda lo perciban como una manera de ganarse un dinero extra, aprovechando su tiempo libre y conociendo gente nueva.

Por último, buscamos que nuestros usuarios se identifiquen con un sentimiento de pertenencia a una comunidad colaborativa. La sensación de satisfacción y orgullo al ayudar a aquellos que se encuentran en una situación de incertidumbre por la que ellos ya han pasado, y por lo tanto existe una completa conciencia de ella. El Finder debe sentirse bienvenido por el Helper y compartir mutuamente una sensación de aventura.

SENSACIONES

Sentirse bien ayudando a gente

Divertirse en el tiempo libre

Hacer amistades

Desplazarse económicamente

EXPECTATIVAS

No sentirse solo

Ayuda y soporte

Seguridad

PERSONAS

Aventureras

Sociables

Jóvenes

Dinero extra

Experiencia única

EXPERIENCIA

Plan Financiero

Ingresos

Bed&Help desarrolla un modelo mixto de generación de ingresos en los que se captará una **comisión del 20% de los servicios** proporcionados de los Helpers a los Finders y como valor añadido la posibilidad de adquirir una **app** de Bed&Help.

- Comisión del servicio: el modelo de negocio es abierto por lo que los Helpers y Finders se pondrán de acuerdo en la cantidad y precio de los servicios prestados, sin embargo la empresa pondrá un precio mínimo para cada tipo de servicio, para asegurar que el negocio es viable.
- App: el precio de la app se realiza por costes de la competencia, se dará la posibilidad de compra de la guía a los que compren un servicio.
- Otros ingresos puntuales serán los generados por crowdfunding. Sistema que será utilizado ocasionalmente durante los meses de marzo y septiembre para la organización de eventos para empresas.

El pago de los clientes se realizará mediante la página web ya sea por tarjeta de crédito/débito o PayPal.

Costes variables

Los gastos variables proyectados corresponden al coste de la plataforma de pago correspondiente al 3.4% del total de la transacción más 35 céntimos por cada una.

Google Play y Apple Store cobran un 30% de comisión por cada descarga sobre el coste de la app.

Además los comerciales cobrarán como variable 5€ por cada Finder o Helper que se incorpore a Bed&Help.

Costes fijos

Los costes fijos corresponden a alquileres, costes de marketing y personal, estimándose además unos costes catalogados como otros costes que abarcarán cualquier gasto adicional de la empresa.

- Costes de marketing: según el apartado *Promociones* dentro del Plan de Marketing se realizarán diferentes promociones de marketing con los siguientes costes:
 - Desarrollo de la página web: 10.000€ a principios de julio de 2015.
 - Desarrollo de la app: 10.000€ a principios de julio de 2015.
 - Dominio web: 15€ pagado en abril de 2015.
 - Mantenimiento web: 15€ cuota mensual.
 - Se contratará una agencia de publicidad con un coste mensual de 2.000€.
 - Flyers: tienen un coste de 50€ 10.000 flyers, mensualmente.
 - Promoción de un viaje España-Reino Unido/Irlanda: coste estimado de 100€ ida y vuelta y realizado en Navidades y Verano, la campaña empieza en las navidades de 2015/2016.
 - Promoción de bicicleta: coste de 150€ promoción se iniciará en enero de 2016.

- Viajes a Reino Unido e Irlanda: se realizan viajes de los directores de la empresa en las fechas de febrero y septiembre de cada año, a partir de 2016, por un coste estimado de alojamiento y vuelo de 500€.
- Costes de personal: los costes de personal se muestran a continuación:
 - Personal fundador: recibirán un sueldo por tramos en función de su dedicación.
 - Comerciales: se contrata al inicio de agosto de 2015 a dos comerciales a tiempo parcial con sueldo de 600€ fijos más 5€ por cada cliente nuevo que capte, en enero formaran parte de la empresa otros dos más por el mismo sueldo.
 - Informático: se contratara un informático con contrato por tres años a jornada completa por 1.300€ con un incremento anual del 2%.
 - Community Manager: se contratará un community manager que desempeñará labores de social media a tiempo completo por 1.000€ al mes, con una subida del 2% anual.
- Otros gastos: se estima unos coste de 100€ iniciales y 200€ a partir de 2016 por facturas de teléfono de los comerciales, material de oficina y gastos varios. A partir de 2017 además la empresa tendrá que afrontar los gastos de luz, internet y agua de la oficina.

Amortizaciones

Los dos activos principales de Bed&Help son la **página web** y la **app** que se desarrollarán en agosto de 2015 y supondrán una inversión de 20.000€, siendo la mitad para cada una, con una vida útil de 3 años.

Además se dotará a los comerciales de un teléfono de empresa a cada uno de un valor de 50€ con una vida útil de 2 años.

Costes de captación

Con las actividades de marketing y comerciales se captarán los siguientes clientes:

	2015	2016	2017	TOTAL
Clientes	137	1.873	22.678	24.687
Costes MKT y Comercial	-47.020	-107.631	-173.683	-328.334
Coste cliente	-344,15	-57,47	-7,66	-13,30

Necesidades de financiación

Para la ejecución del proyecto es necesario el desarrollo de una potente web donde se pueda registrar la gente. Además, tienen un gran peso las acciones Comerciales y de Marketing para promocionar y dar a conocer el servicio. Para ello requerimos una inversión de 150.000€ los cuales se repartirán entre capital social inicial de 60.000€, aportado por los socios y un préstamo de ENISA de 50.000€ (en el caso de no ser concedido por ENISA, lo aportarán los socios) con un interés de 3,25%.

En función de las previsiones de la compañía si son optimistas o pesimistas se requerirá una segunda aportación de entre 30.000 a 50.000€.

Cuenta de resultados

	2015	2016	2017
Ingresos	10.019	59.261	422.949
<i>Crecimiento</i>		491%	614%
Resultado explotación	7.700	44.397	332.340
<i>Margen</i>	77%	75%	79%
EBITDA	-39.320	-63.234	158.657
<i>Margen</i>	-392%	-107%	38%
Beneficio neto	-42.666	-71.681	150.628
<i>Margen</i>	-426%	-121%	36%

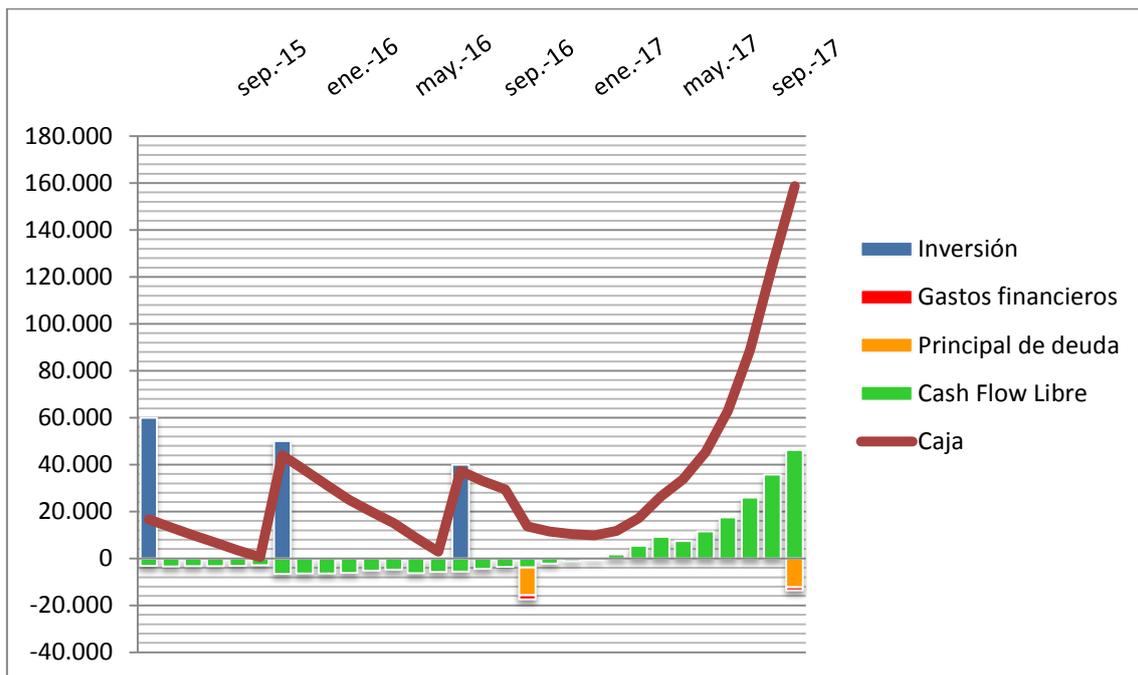
Balance

Balance	2015	2016	2017
Caja	580	13.662	158.736
ACTIVO CORRIENTE	580	13.662	158.736
Activo fijo bruto	20.100	20.200	20.200
Amortización acumulada	-3.346	-10.088	-16.817
ACTIVO NO CORRIENTE	16.754	10.113	3.383
TOTAL ACTIVO	17.334	23.775	162.119
PASIVO CORRIENTE	0	0	0
PASIVO NO CORRIENTE	0	38.122	25.838
Capital Social	60.000	100.000	100.000
Reservas	0	-42.666	-114.347
Resultado del Ejercicio	-42.666	-71.681	150.628
FONDOS PROPIOS	17.334	-14.347	136.281
TOTAL PASIVO	17.334	23.775	162.119

Flujos de Caja

Flujos de caja		2015	2016	2017
Beneficio neto		-42.666	-71.681	150.628
Amortizaciones		3.346	6.742	6.729
Cash Flow operativo		-39.320	-64.939	157.357
Inversión	-20.100	0	-100	0
Variaciones del CAPEX		0	0	0
Obtención de préstamo		0	50.000	0
Devolución de préstamo		0	-11.878	-12.284
Flujo de caja libre	-20.100	-39.320	-26.918	145.073

Estado de la caja



Rentabilidad de la inversión

VAN	26.906
TIR	29,77%
TIRM	18,89%

Equipo promotor



Luis Alberto García Chinchilla- Co Founder: Luis es Diplomado en Magisterio de Educación Física, Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte y Postgrado MBA en la Escuela de Organización Industrial en Madrid.

Con experiencia en el mundo de la gestión deportiva y entusiasta de las nuevas tecnologías, será responsable de las acciones Marketing Digital y Comunicación.



Marisol Fernández Sansegundo- Co Founder: Marisol es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas Bilingüe con estudios realizados en Madrid y Boston. Postgraduada MBA con especialidad en finanzas por la Escuela de Organización Industrial en Madrid.

Con experiencia en comercio exterior e International Account Manager se desenvuelve sin problema en entornos internacionales. Será responsable del servicio de Customer Care.



Álvaro Muñoz Soriano- Co Founder: Álvaro es Ingeniero Técnico Electrónico e Ingeniero de Organización Industrial y Postgrado MBA con especialidad en finanzas en la Escuela de Organización Industrial en Madrid.

Será el responsable de acciones comerciales



Pablo A. Rodríguez Delgado- Co Founder: Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos, y Master in Business Administration con especialidad en Finanzas por la Escuela de Organización Industrial, con dilatada experiencia internacional ha vivido en países como Reino Unido, Polonia y Malta y experiencia en organización y financiación de eventos.

Será el responsable del departamento financiero.



Juan J. Horas Fernández- Co Founder: Juan José es graduado en Farmacia por la Universidad de Salamanca. Además es postgraduado MBA con especialidad en International Business por la Escuela de Organización Industrial en Madrid.

Ha vivido diversas experiencias internacionales como Erasmus en Italia, ha trabajado en Reino Unido y Malta.

Por ello y debido a su experiencia comercial en oficinas farmacéuticas se encargará de las labores comerciales internacionales.

BUSINESS PLAN



Bed and Help

Marisol Fernández Sansegundo

Luis García Chinchilla

Juan José Horas Fernández

Álvaro Muñoz Soriano

Pablo Antonio Rodríguez Delgado

Índice

Resumen Ejecutivo	4
Situación de partida	7
¿Cómo nace la idea?	7
Validación de hipótesis	8
Modelo de negocio	11
Propuesta de valor y diferenciación.....	13
Plan Estratégico.....	16
Misión, Visión y Cultura	16
Entorno General. PEST	17
Cadena de valor.....	19
Entorno Próximo Competitivo	20
Nuevos Competidores.....	20
Rivalidad entre competidores actuales.....	20
Amenaza productos sustitutos.....	24
Poder de negociación de los Helpers	24
Poder de negociación de los Finders.....	24
Ventaja competitiva	24
Escalabilidad.....	25
Internacionalización	26
DAFO	27
Plan de Marketing	28
Segmentación.....	28
Producto.....	28
Precio.....	29
Promoción	30
Canal de distribución.....	35
Posicionamiento y Arquitectura de la marca	35
Plan Financiero	37
Ingresos	37
Costes variables.....	37
Costes fijos	37
Amortizaciones.....	38

Costes de captación	38
Necesidades de financiación	39
Cuenta de resultados	39
Balance	40
Flujos de Caja	41
Estado de la caja.....	41
Rentabilidad de la inversión.....	41
Equipo promotor	42

Resumen Ejecutivo

¿Quiénes somos?

Bed&Help es una start-up que pone en contacto personas que se mudan al extranjero con personas residentes en los lugares de destino. El objetivo es que se ofrezcan ayuda y facilitar el proceso de adaptación. El compromiso es **eliminar la incertidumbre y agilizar** aquellos **trámites** que la persona no puede desde su lugar de origen.

¿A quién va dirigido?

- Usuarios o **Helpers**, encargados de realizar los servicios que el segmento de clientes solicite.
- Clientes o **Finders**, se mudan a otro país. Precisan de ayuda en su llegada y solicitan servicios que realizarán los Helpers.

¿Cómo funciona?

1. Los Finders elaboran el paquete de servicios que necesitan y lo publican en la multiplataforma (bedandhelp.com).
2. Los Helpers envían el precio al que están dispuestos a realizarlo.
3. El Finder elige un Helper y efectúa el pago. En ese momento recibe un código de verificación del servicio.
4. El pago es retenido por Bed&Help del cual la empresa se queda un 20%.
5. Una vez finalizado el servicio, el Finder entrega el código al Helper.
6. Bed&Help ingresa el pago al Helper.

¿Cuál es la propuesta de valor?

- Rapidez de adaptación
- Sensación de respaldo y acogida
- Fomento de lazos sociales
- Monetización de la ayuda que ofrecen los Helpers

¿Cuál es el tamaño del mercado?

El TAM del Negocio se descompone en 285 Millones de personas que viven en Europa, Norte América, Sudamérica y Asia (Corea del Sur y Japón) y que tienen una edad comprendida entre 20 y 45 años. Estas son las zonas geográficas mundiales por las que Bed&Help tiene oportunidad de expansión.

De esos 285 el 15% sufre la crisis mundial y es susceptible de formar parte del flujo migratorio mundial. Nuestro SAM por lo tanto es de 42,75 Millones de personas.

Para calcular el SOM analizamos cómo un 45% de esta población usa internet, redes sociales, economía colaborativa y se informa y contrasta oportunidades a través de la web. Nuestro tamaño de mercado por tanto es de 19,23 Millones de personas.

¿Por dónde empezamos?

Nuestro mercado, en un principio, se centra en España donde existe una gran cuota ya que el 83,1% de la población de entre 18 y 29 años están dispuestos a irse a trabajar al extranjero debido al alto desempleo juvenil del 51,4% en menores de 25 años. El número de jóvenes españoles, titulados y en paro, triplica al de la media europea. Desde 2009 han emigrado más de 350.000 jóvenes españoles en busca de oportunidades siendo sus preferencias Reino Unido e Irlanda por su cercanía y su flexible y amplio mercado laboral. A partir del sólido establecimiento en el mercado español e inglés, la empresa expandirá su presencia hacia Francia, Italia, Alemania y Polonia por sus grandes flujos de expatriados y cambios de residencia.

¿En qué sector opera?

El **sector** en el que se encuentra Bed&Help es el turismo, emigración laboral y penetración de internet. Se trata de economía colaborativa a través de una multiplataforma. Es un buen momento para desarrollar este modelo de negocio ya que está en fase de crecimiento (Según un informe Nielsen un 53% de españoles están dispuestos a compartir bienes y servicios) y además se encuentra en pleno estudio de su regulación debido a la importancia que está suponiendo para la economía su buen funcionamiento.

¿Qué objetivos tiene?

Nuestra **visión** es posicionarnos como la multiplataforma líder a la hora de emigrar, convirtiendo nuestros servicios en una herramienta esencial para el cambio de residencia.

Una ventaja muy importante de este negocio es que es altamente escalable. Aumentar nuestra presencia en otras zonas una vez se ha dado a conocer la plataforma, no supone un aumento en nuestros costes fijos.

¿Dónde están los segmentos?

Las redes sociales son el mejor lugar para captar a **Finders y Helpers**. Se ha estudiado cómo en ellas ambos segmentos se ponen en contacto para intercambiar información y consejos. Cambiar la manera de actuar de la gente que ya publica información y convertirlos en **Helpers** a través de la monetización.

¿Quiénes forman el equipo?

El **Equipo Promotor** está formado por cinco socios, todos ellos con sólida formación en Administración y Dirección de Empresas (MBA). Una gran diversidad de titulaciones académicas y experiencias profesionales que enriquecen el proyecto. Además, sus miembros cuentan con notables estancias en el extranjero sabiendo desenvolverse con facilidad en entornos internacionales.

¿Qué recursos necesita el proyecto?

Para la ejecución del proyecto es necesario el desarrollo de una potente web donde se pueda registrar la gente. Además, tienen un gran peso las acciones Comerciales y de Marketing para promocionar y dar a conocer el servicio. Para ello requerimos una **inversión de 150.000€** los cuales se repartirán entre capital social inicial de 60.000€, aportado por los socios y un préstamo de ENISA de 50.000€ (en el caso de no ser concedido por ENISA, lo aportarán los socios) con un interés de 3,25%.

En función de las previsiones de la compañía si son optimistas o pesimistas se requerirá una segunda aportación de entre 30.000 a 50.000€.

Conclusión

Ir a vivir a un país extranjero siempre es una decisión compleja por el distanciamiento familiar y a la dificultad que tiene el instalarse. Bed&Help tiene el propósito de simplificar todo el proceso.