



ISMYBRAND



Daniel Carrascosa Valero
Carlos Gómez Balbás
Jesús Rueda Osuna
Salvador Cruz Seguí-Garcés
Juan Manuel Bellmunt Luna



ÍNDICE

1. Resumen ejecutivo
2. Presentación ISMYBRAND
3. Análisis del entorno
 - a. PEST
 - b. Mercado
 - c. Cliente
 - d. Competencia
4. Plan de marketing
 - a. Investigación de mercado, tendencias y hábitos
 - b. DAFO
 - c. Mkt MIX
 - d. Posicionamiento y marca
 - e. Presupuesto
 - f. Cronograma ejecución
5. Plan de operaciones
 - a. Procesos estratégicos
 - b. Mapas de procesos
 - c. Recursos materiales
 - d. Recursos humanos
 - e. Inversiones operativas
 - f. Timing
6. Plan escalabilidad
7. Plan financiero

RESUMEN EJECUTIVO



¿Quiénes somos?

Somos cinco emprendedores motivados conscientes de que el mundo laboral está cambiando y tenemos el único propósito de facilitar a nuestros usuarios la manera de encontrar trabajo.

Decidimos unirnos por un único motivo, la afinidad que desarrollamos desde el primer momento. Antes incluso de empezar las clases, Ismybrand ya conversaba sobre cuál podría ser la idea con la que alcanzar el éxito.

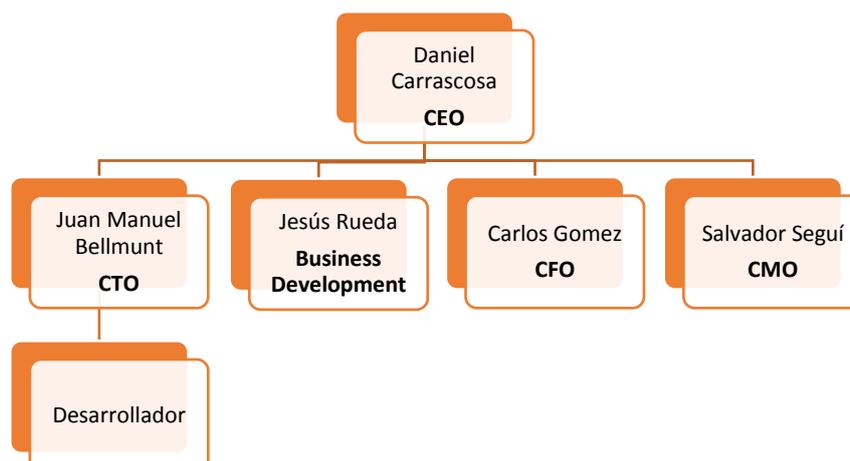
El CEO de la empresa es **Daniel Carrascosa**, graduado en Administración y Dirección de empresas con experiencia en su propio negocio, materializado en el sector de la hostelería, en el sector bancario y con una visión general del mundo tras sus experiencias en el extranjero.

Juan Manuel Bellmunt es el encargado del desarrollo de la tecnología (CTO). Es nuestro Ingeniero de Telecomunicaciones y tiene una gran visión para anticiparse al cambio en este sector gracias a su experiencia previa.

En toda organización se necesita un Desarrollador de negocio y en nuestro caso el encargado de realizarlo es **Jesús Rueda**. Jesús es graduado en Dirección en Administración de empresas y tiene experiencia consolidada en el sector bancario y en el mundo de los seguros.

Salvador Seguí es licenciado en Ciencias Políticas. Tiene experiencia en negocio familiar y en el Consulado general español en Sao Paulo. Además, posee varias experiencias en el extranjero que le han permitido conocer personas de todas partes del mundo. Es el encargado de desarrollar las estrategias de marketing y ponerlas en funcionamiento.

En nuestro equipo también contamos con **Carlos Gómez**, licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Tiene experiencia asesorando a PYMES y su labor fundamental es la asociada con el estado de las cuentas contables y la solvencia financiera de la compañía.





¿Qué somos?

ISMYBRAND es una plataforma de ámbito profesional que proporcionará el espacio ideal para el encuentro de habilidades, valores y conocimiento o, dicho de otra manera, **talento**. Queremos **unir a personas** con otras personas o empresas para facilitar la creación de nuevas ideas y proyectos vía online.

¿A quién nos dirigimos?

Ismybrand se dirige a emprendedores y freelancers actuales, así como a los que están empezando (generaciones de millennials y Z), pero también a todos los profesionales activos que buscan proyectos u **oportunidades** laborales no sólo en base a una remuneración económica. Son personas que desean trabajar desde la misión, desde el sentido, desde la responsabilidad. Pensar cuál es la tarea que les hace feliz y que proporcione mayor satisfacción a otras personas. Además, hemos definido un target o público objetivo de 5 millones de personas en España a tres años vista, porque sabemos que esta masa crítica va en aumento.

¿Qué ofrecemos?

Ofrecemos un espacio en el que cualquier profesional pueda poner al servicio de otras personas o empresas su experiencia, conocimientos y valores para la creación de relaciones profesionales puntuales o proyectos. **Pongamos un ejemplo:** una persona está buscando a un experto en marketing digital que le asesore o incluso ejecute una acción de marketing online. En esta plataforma podrá encontrar a la persona adecuada para llevarla a cabo, contratando sus servicios.

¿Cómo llegamos a ellos?

Nuestra actividad clave es la captación de usuarios, la cual llevaremos a cabo gracias a las campañas de marketing Online y Offline.

Apostamos firmemente por la captación online, ya que nuestro target está altamente conectado a las diferentes redes y, además es una vía notablemente más económica que la offline. Por ello, destinaremos la mayor parte de nuestros gastos de explotación a campañas de marketing.





¿Cómo hacemos dinero?

Nuestro modelo de negocio consistirá en cobrar una comisión por cada proyecto que se firme. Hasta los primeros 500€ facturados aplicaremos una tarifa del 10%. Para proyectos que estén comprendidos entre 500,01€ y 10.000€ la comisión será del 6% para el freelance. Por último, para proyectos que facturen más de 10.000,0.1 supondrá un 3% de comisión



¿Quién paga la fiesta?

Dado que nuestro negocio tiene estructura tecnológica, la mayor parte de los gastos en el año de creación los destinamos al desarrollo de la WEB y APP (85.000 €). También necesitamos mantener una inversión elevada en los gastos de publicidad debido a la naturaleza de nuestro negocio. En el año 2017 destinaremos 99.060€ a este fin.

Para poder afrontar todos estos gastos, los socios fundadores vamos a hacer una aportación inicial de 5.000 € cada uno los dos primeros años de vida (alcanzado la cantidad de 50.000€). Por otro lado, necesitamos conseguir para poder desarrollar el negocio un total de 170.000€. Esta acción la llevaremos a cabo mediante rondas de inversión.

¿Y luego qué hacemos?

Ismybrand pretende ser la plataforma de referencia de trabajo online por proyectos. Aunque en un primer momento nos centraremos en un contexto nacional, desarrollaremos nuestra APP en inglés para ampliar nuestras fronteras. Nuestros destinos internacionales serán elegidos en función al número de freelancers por países, poniendo el foco en aquellos que puede tener más desarrollo nuestro negocio.



Presentación
ISMΥBRAND





Donde se encuentra el talento...

El cambio de paradigma en el mundo profesional es un hecho. Un nuevo estudio de las universidades DeVry y MBO Partners, bautizado como **“El futuro del trabajo: preparándose para la independencia”, asegura que en el año 2020 uno de cada dos trabajadores será independiente.**

Europa, y España en particular, no son ni mucho menos ajenos a las tendencias o revoluciones al otro lado del charco. Además, tras numerosas entrevistas con profesionales y empresas, hemos detectado que el **plano emocional** adquiere cada vez mayor importancia a la hora de provocar el engagement entre empresa y persona, imponiéndose a las skills técnicas (que por supuesto seguirán siendo un pilar fundamental de la marca personal).

ISMYBRAND nace con el propósito de adelantarse en el contexto nacional a una realidad imparable. Y esto es sólo el principio.

El quid de la cuestión no radica en que las reglas del juego hayan cambiado, que lo han hecho y muy profundamente, sino en que seguimos sin saber qué significado queremos darles a nuestras vidas, con la diferencia de que ahora no tenemos un empleo que amortigüe la falta de respuesta. Es decir, que el problema era previo pero la incertidumbre laboral lo ha sacado a la luz. La era de la consciencia ha llegado y con ella la necesidad de saber lo que eres y lo que aportas.



Tú, como brander, podrás encontrar la persona que necesitas para realizar el trabajo que quieres. Al mismo tiempo, también tienes la opción de ofrecer tus servicios acordes con tus áreas de experiencia. Podrás crear un perfil muy personalizado, tu **BIO**, en el que podrás mostrar tus intereses, aquello que más te identifica como persona y la manera en la cuál te gusta trabajar.

Conseguimos **aproximar** a las personas permitiendo conectar usuarios para que puedan lograr un mayor éxito en sus carreras personales y profesionales. **Trabaja desde el salón de tu casa en los proyectos que más te interesen.**

En Ismybrand sabemos que cada persona es diferente, por eso damos la oportunidad a cada usuario de desarrollar su propia marca personal a través de su BIO y las conexiones que generen sus servicios.



Incluiremos la **gamificación** para hacerlo más atractivo y sencillo, teniendo la posibilidad cada usuario de ser puntuado en función de los trabajos realizados en línea. Recibirá una valoración de uno a cinco del trabajo realizado con los respectivos comentarios que el cliente desee añadir.

En nuestra plataforma también tienen cabida pequeñas empresas que deseen contratar los servicios de nuestros profesionales. Al registrarse, lo primero que deberán completar será sus **valores y cultura** como empresa y una breve descripción del tipo de persona que buscan para la realización de cada proyecto.

Pero aún hay más...

En el momento de la contratación de los servicios profesionales, podrás hablar con un asesor o manager de ISMYBRAND para confirmar las condiciones y el alcance del trabajo. El manager compartirá entonces tus requisitos con un número selecto de profesionales independientes que han sido pre-evaluados y analizados para que logren el match perfecto con tu manera de trabajar.

Vamos a ofrecerte las 3 mejores opciones y podrás entrevistarlos para elegir a tu favorito. Si no estás conforme con las alternativas, vamos a seguir apoyándote hasta encontrar el candidato perfecto para tu proyecto. Además, te ofrecemos la posibilidad de mantener un chat real con tus posibles freelancers para resolver cualquier duda que pueda surgirte en el proceso.

RSC

Ismybrand nace con el objetivo claro de **contribuir a la sociedad**, especialmente a una parte de la sociedad que en la actualidad se encuentra en una situación difícil. Las altas tasas de desempleo, especialmente de los menores de 25 años, llevan a muchas personas a no encontrar oportunidad profesional y cada vez más a decidirse por el autoempleo. Queremos que toda persona con un valor diferencial aporte sus habilidades a la sociedad, tenga la oportunidad de participar en proyectos y perciba que su trabajo puede ser bien valorado y retribuido por otros que lo demandan.



Nuestra responsabilidad es brindarles la oportunidad de ofrecer sus servicios y poner en práctica sus conocimientos, creatividad, habilidades y no sólo eso, sino seguir ayudándoles a crecer y mejorar cada día.

Análisis del Entorno





PEST

Entorno Político

La incertidumbre política generada tras las elecciones del pasado diciembre, se ha convertido en uno de los aspectos de mayor interés y preocupación entre la población española.

El surgimiento de nuevas fuerzas políticas en nuestro país, ha provocado la ruptura del bipartidismo y parece calar entre la población como aire fresco de propuestas, cambios y reformas para los próximos años. A consecuencia de la crisis económica de la que empieza a salir España, se han llevado a cabo múltiples reformas que no han sido capaces de paliar el problema, incluso hay aspectos en los que han sido perjudiciales, el salario es uno de los más afectados y por otro lado la duración de los contratos laborales.

La reforma laboral de 2014, pretendía una mayor inserción laboral e incrementar la contratación, pero el salario fue una de las variables más afectadas negativamente. Ser mileurista es una suerte, actualmente se trabaja por unos salarios más bajos e incluso gratis para adquirir experiencia y ser capaz de afrontar trabajos futuros con capacidades más desarrolladas, técnicas y humanas.

Debemos considerar también las relaciones políticas y diplomáticas de España con otros países. Nuestro país dispone de una posición de supremacía frente a estados no perteneciente a la Unión Europea ya que no existen barreras burocráticas para disponer de movilidad plena entre los países miembros de la UE.

Entorno Económico

La economía de un país y la capacidad adquisitiva de las personas que viven en él afectan a cualquier empresa ya sea grande o pequeña, así como a cualquier startup que inicia sus primeros pasos. Actualmente nuestro entorno económico se encuentra en una fase de recuperación tras la crisis y por ello resulta de vital importancia analizar la evolución de los principales indicadores económicos para saber cómo pueden afectarnos.



Partiendo de un análisis global, en el primer semestre de 2016 la economía mundial se ha caracterizado por el aumento de la volatilidad, el abaratamiento de las materias primas y una política monetaria con tono expansivo. España presenta un PIB per cápita 23.300 € ocupando el puesto 32 en un ranking de 196 países. Se espera un crecimiento del PIB en 2016



y 2017 con cifras por encima del 2% motivado por el gasto de hogares y empresas. En lo que a los precios se refiere, el IPC ha vuelto a tasas de variación interanual negativas debido al retroceso de los precios de la energía.

En lo que a empleo se refiere, la tasa de desempleo continúa bajando con respecto a los años anteriores. Nos encontramos un entorno altamente competitivo para la búsqueda de trabajo, especialmente para los jóvenes como muestra la tasa de desempleo juvenil con un 46.5% de desempleo. Esta situación provoca que cada vez más personas decidan ofrecer sus servicios de forma independiente y se generen sinergias entre profesionales o entre estos y empresas. La tecnología juega un papel fundamental y múltiples son las redes de búsqueda de empleo donde las empresas buscan la diferenciación entre los candidatos.

Entorno Social

Actualmente España cuenta con una población de 46,7 millones de habitantes. Según datos del INE, la población activa de España es de 22.8 millones de los cuales 4.79 millones están desocupados representado el 21% de la población.

El deterioro del mercado de trabajo es uno de los elementos que define la situación social de nuestro país. Los trabajos que actualmente se ofertan son trabajos con escasa estabilidad que no permiten que las familias generen ahorro. Esta situación ha llevado a muchas personas al pluriempleo para poder adquirir un salario digno que les permita llegar a final de mes. Otro aspecto que se encuentra presente en nuestra sociedad es la conocida “**fuga de talento**”. Actualmente, uno de cada dos jóvenes no encuentra su salida profesional en España al terminar sus estudios y esto motiva que emigren a otros países para alcanzar su objetivo, un trabajo.

Recientemente ha surgido un concepto nuevo de trabajadores denominado “**NÓMADAS LABORALES**”. Consiste en profesionales independientes que cambian de residencia y país para trabajar por proyectos en aquellos que más les apasionan y eligen donde quieren trabajar.

Otra cuestión a tener en cuenta en el análisis social versa sobre los perfiles demandados. Cada vez adquieren más importancia los perfiles tecnológicos. Producto de esta situación, las empresas en estos momentos no facilitan contratos de larga duración, ofrecen contratos temporales y en ocasiones, por proyectos. En el actual entorno laboral, ya nadie duda del dominio de las nuevas tecnologías y las redes sociales como medio imprescindible para alcanzar el éxito. En ese contexto y desde estos planteamientos, nuestra propuesta se



convierte en instrumento válido para afrontar retos como los salarios bajos o la elevada temporalidad, sobre todo entre las generaciones más jóvenes de trabajadores.

La confluencia de todas estas circunstancias sociales, determinadas siempre por las decisiones que describen la política económica del entorno y del momento, empujan hacia una constante actualización, de calidad, en el uso de las nuevas tecnologías, que en este caso fijan la mirada en mantener siempre viva la presencia en el mercado de quien aspira a superar los retos que se imponen para trabajar. Así, resulta vital disponer de los mejores medios para facilitar la interrelación sin fronteras –en un mundo global- entre quienes demandan y quienes ofertan el empleo.

Entorno Tecnológico

El creciente uso de la tecnología, propicia el lanzamiento de aplicaciones que facilitan todo tipo de tarea al usuario. El uso de las tecnologías ha cambiado nuestra forma de vida y por tanto nuestra forma de relacionarnos. La optimización de procesos gracias a la tecnología supone una ventaja competitiva, de la que muchas empresas sacan partido a través de la innovación constante y alineándose con las nuevas tendencias de cada sector.

Las aplicaciones móviles, las redes sociales y las nuevas plataformas en red como alternativa de comunicación son hoy en día el nuevo paradigma del intercambio y la conexión social.

Basándonos en datos de 2015, España es el país que más compra a través del móvil. El sector de las Aplicaciones en España es ya un sector más que consolidado y en 2016 están proliferando numerosas apps en el campo de la realidad virtual. Durante 2015, 6 de cada 10 usuarios compraron vía app siendo los sectores de Viajes, Ocio y Electrónica en los que más dinero gastan los usuarios. Un dato significativo es el origen de dichas transacciones ya que el 59% de las mismas se realizan a través de un Smartphone y el 41 % restante desde una Tablet.



Resulta llamativo comprobar cómo han evolucionado los datos en lo que a uso de aplicaciones se refiere en los últimos años. Actualmente en España existen **27,9 millones de usuarios activos en Apps** que realizan 3,8 millones de descargas diarias y suelen tener unas 30 aplicaciones de media en sus Smartphone. Estos datos nos dan un perfil de español conectado en su día a día, que usa su teléfono cada vez más en tareas cotidianas como puede ser la búsqueda de empleo.



Según el informe “Redes sociales y mercado de trabajo 2015” llevado a cabo por Adecco, el **83% de los candidatos buscan empleo a través de redes sociales o portales de empleo**. Por otro lado, el 42% de los encuestados afirmó haber sido contactado a través de estos portales por alguna empresa. Estos datos demuestran que tanto candidatos como empresas están activos en el uso de la tecnología y han incorporado estos nuevos métodos en su día a día.

La forma de buscar trabajo ha cambiado. Atrás queda el anticuado y **estático CV** para dar paso a los perfiles online, portales de empleo y recruiting online.

Análisis del Mercado

Para realizar el análisis del mercado en el que **Ismybrand** pretende posicionarse, es imprescindible estudiar cuantitativamente quienes son las personas a las que iría dirigida nuestra propuesta. Por tanto, es imprescindible analizar tasas de desempleo, tasas de estudiantes y población activa por CCAA.

Actualmente **España** tiene una población de **46.77 millones de habitantes**. De esta cifra, el 49% de la población se encuentra en edad de trabajar. Según los datos facilitados por el INE, durante el primer trimestre de 2016 se registraron **4.79 millones de parados**.

En el **marco europeo**, España solo es superada en desempleo por Grecia con 5 puntos porcentuales de diferencia. Por detrás de España se encuentran los países mediterráneos Croacia, Chipre, Portugal e Italia. Por otro lado, los países con menor tasa de desempleo son Alemania, República Checa, Malta, Gran Bretaña y Austria. **(Anexo 1)**

Si analizamos la **tasa de paro** por Comunidades Autónomas, encontramos que las más **afectadas** son Andalucía, Extremadura, Ceuta, Canarias, Castilla la Mancha y Melilla con cifras por encima del **25% de la población**. **(Anexo 2)**

Por otro lado, las comunidades con menor tasa de desempleo por orden son País Vasco, Navarra, Aragón, Madrid y Cataluña, todas ellas por debajo del 18%.

Una vez analizada la situación laboral en nuestro país, nos centraremos en analizar **universidades españolas y estudiantes universitarios**, ya que consideramos que este grupo de usuarios representaría un volumen importante a tener en cuenta para realizar nuestra campaña de marketing. De acuerdo con el informe “Datos y Cifras del sistema universitario



Español 2015” elaborado por el Ministerio de Educación, España cuenta con 1.532.728 estudiantes universitarios que incluye estudiantes de grado, primer y segundo ciclo y Máster.

Por comunidades autónomas, las que más matrículas universitarias registran son Andalucía y Madrid, muy por encima de las que les siguen que son Cataluña, Castilla y León y País Vasco.

Otro grupo de población a considerar serían los **profesionales autónomos**. A fecha 31 de marzo de 2016 había **1.961.282 de trabajadores por cuenta propia** inscritos en la Seguridad Social. Durante los últimos años este número se ha incrementado, denotando una clara tendencia hacia el autoempleo. Consideramos que este segmento de población es crucial y cada vez adquiere más importancia como reflejan estadísticas de diferentes mercados de trabajo del mundo.

Análisis del Cliente

Las ventajas que ofrece Ismybrand están dirigidas a aquellas personas que son conscientes del **cambio de paradigma** en el mercado de trabajo. Dentro de este público objetivo es necesario definir nuestro target, al que dirigiremos nuestras campañas de marketing.

- ✓ **Profesional independiente.** Clase social media-alta y con estudios universitarios. Trabaja por proyectos, posiciona su marca personal, es especialista en una o varias áreas, maneja las nuevas tecnologías y es un usuario activo en las redes sociales. Es una persona dinámica, sociable, que asiste a eventos y le apasiona el networking. Se trata de alguien colaborativo, que disfruta trabajando en equipo y aportando sus habilidades a los proyectos en los que participa.
- ✓ **Estudiantes.** Clase social media-baja terminando sus estudios o recién titulados. Le apasionan sus estudios y ofrecen sus servicios en la plataforma para adquirir experiencia y conseguir dinero para sus gastos. Son nativos digitales, en contacto continuo con las nuevas tecnologías y entienden la economía colaborativa como forma de vida.
- ✓ **Empresas.** Compañías pequeñas, medianas y grandes en busca del candidato perfecto para sus proyectos. Acuden a la plataforma buscando el talento que no encuentran en los métodos tradicionales. Este grupo Incluye nuevas startups que encargan trabajos específicos a otros profesionales o desean incorporar un nuevo miembro a su equipo.



Análisis de la Competencia

Bebee es una aplicación que pone en contacto usuarios con los mismos intereses personales y profesionales. Es una red social de **afinidad** que conecta a personas que no necesariamente se conocen, cada usuario conecta su contenido con personas afines a él potenciando el networking al mismo tiempo.



Recoge características propias de Facebook y de LinkedIn basándose como modelo de negocio exclusivamente en la publicidad y los patrocinios. Su propuesta de valor se basa en la **microsegmentación**, los anunciantes pueden enviar sus mensajes a aquellas personas que previamente se han unido a un grupo de interés o “colmenas”.

Es una cuenta que se ha mantenido gratuita desde su creación en febrero de 2015 y sin ninguna intención de cobrar a sus clientes. Hoy en día cuenta con 200.000 empresas registradas y se puede encontrar alrededor de 46.000 propuestas de empleo. Tiene alrededor de 10.000.000 de descargas.



Freelancer es una red social exclusivamente dedicada a los **autónomos** con la finalidad de poner en contacto a personas para la realización de trabajos. Aglutina las opciones de empleo en los países en los que está vigente.

Los empleados se encargan de desarrollar un perfil profesional describiendo su trayectoria y preferencias y las empresas crean un perfil en el que hacen público los puestos que se ofertan y las características del **empleo**. Además, te proporciona los servicios de creación de web, diseño, promoción, posicionamiento y construcción de app. Con estos servicios es como la empresa monetiza su negocio.

Te mantiene **informado** nada más exista una publicación que te interese y tiene un chat a tiempo real **24/7** para cualquier duda que pueda surgir. Actualmente se encuentran casi 20.000.000 de usuarios registrados y más de 9.000.000 de trabajos publicados. Es una aplicación sencilla e intuitiva que hace una buena experiencia de uso, pero está dedicada únicamente para **autónomos**. Se encuentra disponible para los usuarios de manera gratuita en App Store y Play Store.



About.me es una página web que no aporta en sí mucha utilidad, sin embargo, sirve para **aunar** en un solo perfil todas las redes sociales que tienes, unido a una foto y un breve texto de introducción detallando tus experiencias pasadas y preferencias.



En ámbitos generales podemos decir que About.me es una especie de **tarjeta** de presentación muy general desde donde se puede acceder a toda nuestra información que existe en la red.

Es útil para las personas que te están buscando en internet ya que podrá, con un solo click, encuentre fácilmente lo que se conoce como la “**huella digital**”. También la puedes descargar desde Play Store de manera gratuita, aunque también ofrece un servicio Premium por 48\$ al año. Hoy en día cuenta con 40.000 descargas, un número muy poco elevado ya que se lanzó por primera vez en 2010.

LinkedIn es el portal de empleo por excelencia. Es la **red profesional** que cuenta con más seguidores en todo el mundo. Esta red social te permite crear y ampliar tu radio de acción, estando actualizado de lo que está ocurriendo en tu sector para encontrar tu **empleo ideal**.



Muestra a todo el mundo quién eres y lo que has hecho en tu trayectoria profesional. Basta con crearte un perfil explicando la trayectoria que has llevado y hacia donde te quieres enfocar. Cada vez le está dando más valor al lado humano de las personas apreciable en las constantes mejoras en la aplicación.

LinkedIn tiene un modelo de negocio **freemium** que le permite obtener ingresos por parte de sus suscriptores, aunque la mayoría de sus ingresos vienen por la publicidad y soluciones para equipos de reclutamiento. El servicio Recruitment Lite datos para las empresas tiene un coste de 900 euros al año. Reúne casi 340 millones de **usuarios** y es visitada por 93 millones de personas cada día.





Infojobs es una herramienta que te ayuda a **encontrar trabajo**

en un mundo laboral cada día más exigente. Podrás encontrar el puesto laboral que más encaje contigo filtrando las ofertas por categoría, nivel profesional o provincia. Basta con cargar tu CV en la plataforma y aplicar a la oferta que más te interese, pudiendo conocer todos los detalles de las vacantes. Una vez inscrito, Infojobs te da la oportunidad de seguir tu candidatura y responder a la empresa en el caso que existan preguntas.

Por otro lado, tendrá usuarios empresas que son las que publicarán sus ofertas de empleo para los candidatos. Gracias a este registro es como consigue generar ingresos ya que el candidato de momento, puede utilizar los servicios sin pagar cuota alguna.

Hoy en día cuenta con un total de **5 millones de usuarios** y su aplicación crece un 40% y alcanza el millón de descargas en 2015. Infojobs recibe un total de 32 millones de visitas al mes, siendo el 70% procedente de los dispositivos móviles (**Android/iOS**).

Su propuesta de valor es clara: hacer fácil a las personas a **encontrar el mejor empleo posible**. Acompañan a las personas a lo largo de toda su carrera profesional y facilitan enormemente el reclutamiento de profesionales y la gestión de RR.HH en las empresas.

Twitter es un servicio de microblogging mediante el cual sus usuarios, en 140 caracteres (tweets), escriben el contenido que ellos deseen. Se diferencia por ofrecer la posibilidad a cualquier persona de crear un perfil interesante con el que puedan desarrollar su **marca personal**. Según el informe Adecco sobre Redes sociales y empleo, es la Red social más usada para buscar empleo solo por detrás de LinkedIn.



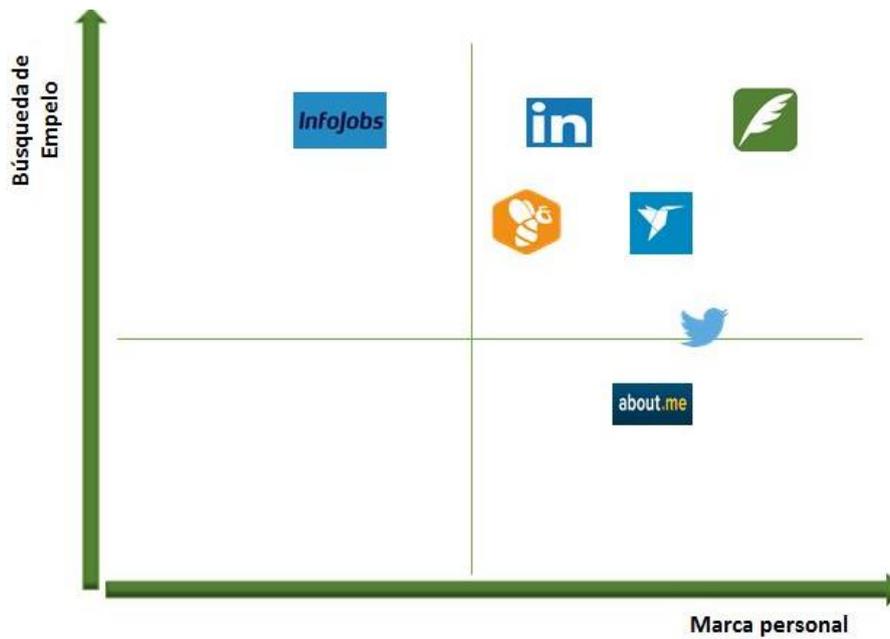
La manera que tiene de **monetizar** está basada en **Twitter Ads**. Es un sistema de subastas que permite a los anunciantes promocionarse en esta red social. Podrán elegir entre pujas automáticas o pujas máximas.

Actualmente Twitter cuenta con **310 millones de usuarios activos mensuales** y recibe 1000 millones de visitas al mes. Un 83% utilizan sus servicios desde dispositivos móviles descargable en cualquiera de las dos plataformas (Android/iOS).



Mapa de Posicionamiento

Tras analizar nuestros principales competidores, hemos establecido su posicionamiento en base su propuesta de valor. Por un lado, considerando si potencian la marca personal de los usuarios y por el otro lado la búsqueda de empleo.



Plan de Marketing





Investigación de mercado

Con el objetivo de mejorar y ampliar las posibilidades de inserción laboral y desarrollo profesional de las personas, el equipo de Ismybrand decidió tomar la calle para obtener información y ampliar su conocimiento sobre el estado en el que se encuentran las personas que quieren lograr el trabajo o empresa que cumpla sus expectativas. El “**trabajo para toda la vida**” con salarios altos y ventajas sociales **está desapareciendo**. Crecer y mantenerse en una empresa durante muchos años es complicado puesto que la mayoría de las empresas empiezan a **trabajar por proyectos**. Por lo tanto, nos encontramos ante un mercado laboral dinámico que obliga a los ciudadanos a tener una amplia cartera de contactos para posibles ofertas y desarrollo de su carrera profesional.

Además, diferentes eventos nos brindaron la posibilidad de entrevistar a personal encargado de Recursos Humanos y efectivamente confirmaron que el **paradigma del Recruitment ha cambiado**. El plano emocional adquiere cada vez más importancia en detrimento de las capacidades técnicas. Durante el desarrollo del proyecto y a través de la metodología Lean Start-up hemos conformado una serie de hipótesis que han sido validadas mediante experimentos en fases posteriores.

Tendencias y Hábitos

El 67% de la población española en búsqueda de empleo utiliza redes sociales y portales de empleo. Según Infojobs, solo en esta plataforma durante 2015 se firmaron 712.533 contratos. Más del 75% de los candidatos afirman que los portales de empleo siguen siendo la primera opción para encontrar ofertas de trabajo ajustadas a su perfil, frente al 20% que usa las redes sociales en su búsqueda de empleo.

Por sexos, el 56% de los usuarios de este tipo de plataformas son mujeres frente al 44% de los hombres. Por edades, el mayor grueso de usuarios se encuentra entre los 35 y 46 años (30%) seguido por el grupo entre 26 y 35 años con un 28% del total. Por último, los usuarios menores de 25 representan el 18%.

El perfil común en las plataformas de empleo son **personas en situación de desempleo** o con intención de ocupar una posición en otra empresa; **estudiantes** en los últimos años de sus estudios universitarios en búsqueda de su primer empleo; **Profesionales autónomos** o



freelancers que ofrecen sus servicios a través del mundo tecnológico y están presentes para ser contratados por reclutadores o empresas.

El 84% de los usuarios utilizan las redes sociales desde hace más de tres años. Puesto que se trata de un mercado muy dinámico, los usuarios visitan al menos 2 veces al día los portales y plataformas de empleo. Las épocas en las que mayores registros se dan en estos portales es durante los meses de marzo, abril y mayo puesto que el sector servicios(turismo) precisa incorporaciones inmediatas para la temporada estival. A su vez, también aumenta el número de registros ya que el curso académico está próximo a su fin y es cuando la mayoría de estudiantes comienza a buscar trabajo.

Por provincias, Madrid es la primera en número de usuarios registrados en Redes sociales y plataformas de empleo con un 23% del total. Le sigue Barcelona con un 9.18% y Valencia con un 6.52%. **Los dispositivos preferidos por los usuarios para acceder a RRSS y portales de empleo son ordenadores personales y smartphones.**

MARKETING MIX



Product

Price

Place

Promotion



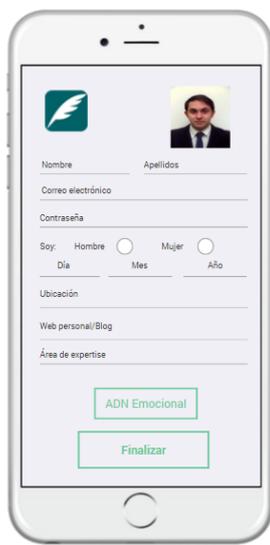
PRODUCTO

Ismybrand es una plataforma online que permite a los usuarios crearse una BIO cuya finalidad reside en que empresas y otros usuarios puedan contratarlos por proyectos con un engagement perfecto en función de sus valores, forma de ser, proyectos anteriores, puntuación de estos, etc.

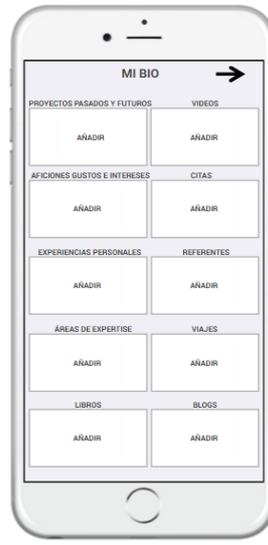
Los usuarios podrán establecer cuáles son sus áreas de expertise y el precio por hora o por proyecto de sus servicios. Por otro lado, las empresas deberán realizar un registro en nuestra plataforma expresando su finalidad y valores. Y, por último, las empresas deberán rellenar un formulario con las características que debe tener la persona a la que quieren contratar. El **customer journey** del cliente a través de nuestra App es la que se describe a continuación:



Página inicial IMB



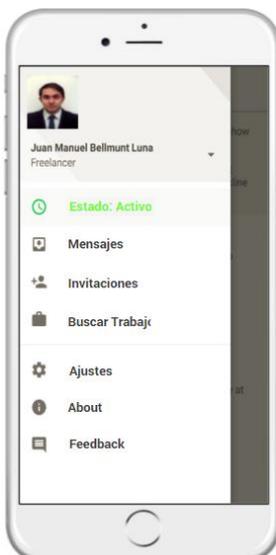
Registro perfil



Rellenamos BIO



Disponibilidad



Menú principal



Mensajes



Invitaciones



Búsqueda trabajo



PRECIO

La descarga y el registro en la plataforma es gratuito para nuestros freelancers, mientras que para la cuenta de empresa el precio será de 30€ mensuales. Además, monetizaremos mediante comisiones por cada proyecto que se firme. Es decir, por cada contratación que se lleve a cabo entre usuario-usuario o empresa-usuario ganaremos un tanto por ciento de comisión. En este caso hemos estipulado un 10% si el proyecto es de 500€ o menos, un 6% si el proyecto es entre 500,01€ y 10K€ y por último un 3% si el proyecto firmado es superior a 10K€.

PROMOCIÓN

Para dar a conocer nuestro producto, ofrecer un buen servicio y que nuestro cliente sienta una “experiencia” que le aporte valor debemos planificar, diseñar y ejecutar los distintos canales de comunicación. Para ello vamos a llevar a cabo las actividades promocionales que se describen a continuación (Anexo 4):

- **Campaña SEO y SEM** para ganar visibilidad en la red y publicitarnos en Google. Se realizarán campañas continuas a lo largo de 2017. El alcance de la campaña de SEM será de 1,5 millones de usuarios a lo largo del año.
- **Presencia digital:** Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn. Se realizarán encuestas para valorar el grado de satisfacción y con el objetivo de mejorar los aspectos mal valorados para conseguir la fidelización de nuestros usuarios.
- **Promoción** a través de Youtube Ads, Facebook Ads y Twitter Ads para captar nuestro target seleccionado. El alcance con estos anuncios es de 7 millones el primer año.
- **Promoción** de la plataforma a través de referentes en el mundo del emprendimiento. Estableceremos acuerdos con personas influyentes.
- **Publicidad en revistas de actualidad** económica, emprendedores y prensa económica. Las publicaciones se realizarán cada tres meses y ofrecerán datos de registros y contratos firmados para motivar a los que todavía no han probado nuestra plataforma. El alcance de la prensa será de 880K usuarios.
- **Campañas de promoción** e información en universidades, escuelas de negocios, eventos emprendedores para enseñarles la importancia del desarrollo de la marca personal y mostrarles nuestra plataforma. A los estudiantes les daremos flyers para que tengan toda la información acerca de nuestra web y redes sociales. El alcance será 65K usuarios.
- **Patrocinio de la carrera del emprendedor** para dar a conocer Ismybrand.



PLACE

Los canales de adquisición de nuestro producto son nuestra **Web, Google Play y Apple Store.**

La web será universal para todos los principales navegadores ya que va a estar programada mediante HTML5, lo que permite usarse con cualquier sistema operativo. De esta manera podremos navegar con ordenadores, móviles y tabletas de manera correcta ya que daremos soporte a todos estos dispositivos.

Con nuestro móvil podremos descargarnos la App desde el Google Play Store para dispositivos Android y la Apple Store para dispositivos iOS. No buscamos otras plataformas como Windows Phone y Blackberry ya que entre ambos apenas tienen un 2% del mercado de dispositivos, es decir, en 2016 la cuota de mercado entre Android e iOS es del 98%.

POSICIONAMIENTO Y MARCA

CUSTOMER INSIGHT



Permite la adaptación al mercado laboral actual. En constante cambio, el trabajo para toda la vida ha desaparecido y los usuarios deben estar en

PROPUESTA DE MARCA



“Donde se encuentra el talento”.

SOPORTE DE MARCA



Primera plataforma en el continente europeo a través de la cual ofreces tus servicios sin fronteras con el pago

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

ACTIVIDADES	DURACIÓN	2016						2017												
		Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Facebook Ads	Continua																			
Google Ads SEM	Continua																			
Instagram	Continua																			
Youtube Ads	Continua																			
Twitter	Continua																			
Folletos/Flyers	18 meses																			
Escuelas de negocio	1 mes																			
Eventos de emprendimiento	6 meses																			
Universidades	1 mes																			
Prensa	3 meses																			
Carreras populares	1 mes																			



PRESUPUESTO DE MARKETING

ACTIVIDADES	2016	2017	2018	2019
GASTOS MARKETING ONLINE		46000	57000	83000
Facebook Ads		15000	15000	20000
Google Ads SEM		10000	15000	20000
Instagram		1000	2000	3000
Youtube ads		5000	10000	20000
Twitter Ads		15000	15000	20000
GASTOS MARKETING OFFLINE	120	53060	68000	80500
Eventos de negocios (stand)		5000	15000	20000
Folletos/flyers	120	60	0	0
Convenios con escuelas de negocios		3000	6000	10000
Convenios con universidades		2500	4500	8000
Prensa escrita		36500	36500	36500
Carrera del emprendedor		6000	6000	6000

DAFO



Plan de Operaciones





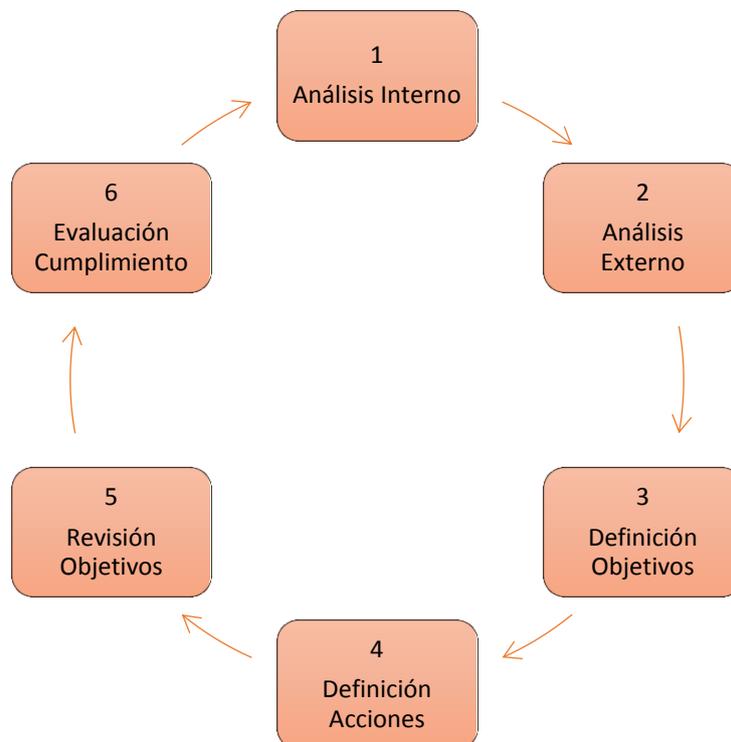
Procesos Estratégicos

Planificación Estratégica

Consiste en un análisis de la empresa cada 2 meses para determinar la situación actual y a partir de esa información definir cuáles son los objetivos estratégicos a alcanzar.

- 1- Análisis Interno: Debilidades y fortalezas
- 2- Análisis externo: Amenazas y oportunidades
- 3- Definición de objetivos
- 4- Definición de acciones a llevar a cabo
- 5- Revisión de objetivos e indicadores
- 6- Evaluación de cumplimiento

Esta tarea será **bimensual** y nos dará la información necesaria para evaluar la consecución o no de objetivos estratégicos, así como establecer las líneas a seguir en los próximos meses.



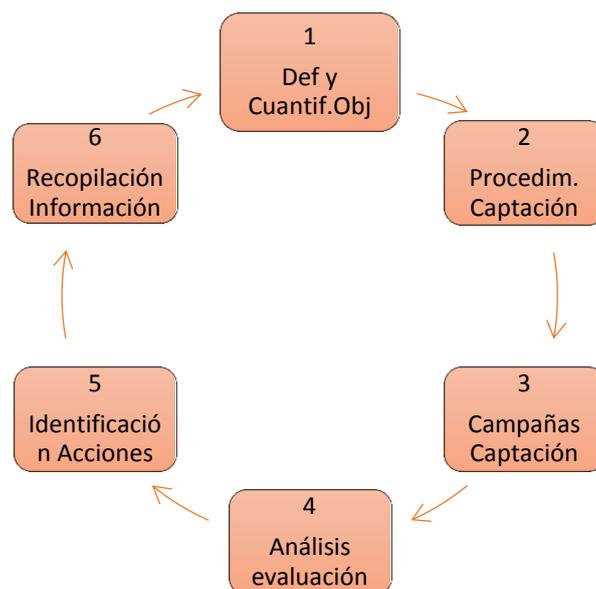


Estrategía de Desarrollo de Mercado

Consiste en la definición y evaluación del desarrollo de mercado mes a mes.

- 1- Definición de objetivos. Cuantificación de usuarios a captar
- 2- Definición de procedimientos para la captación.
- 3- Definición de campañas de captación.
- 4- Análisis y evaluación usuarios captados último mes.
- 5- Identificación de acciones exitosas y acciones con mal resultado
- 6- Recopilación de información.

Cada mes se revisará la captación de usuarios, analizando qué campañas han tenido más éxito que otras y con esta información se definirán los objetivos para el mes siguiente y las campañas que se emplearán. Se trata de un ciclo continuo en el que la correcta recopilación de información jugará un papel clave en la captación de nuevos usuarios.



Operaciones





1. Desarrollo



Desarrollo Web

La web se desarrollará en los meses previos al lanzamiento de la plataforma y será tarea de nuestro CTO y un desarrollador profesional que será contratado para dicha tarea.

Desarrollo App

Al mismo tiempo la APP se desarrollará para IOS y Android para ser lanzada en enero de 2017. El proceso será llevado a cabo también por nuestro CTO y desarrollador.

Diseño Interfaz

Para hacer más visual la plataforma, un diseñador gráfico se encargará del diseño de interfaz tanto para la web como la app, una vez ambas estén finalizadas y antes de lanzar Ismybrand al mercado en enero de 2017.

2. Marketing y ventas

MKT Y Ventas

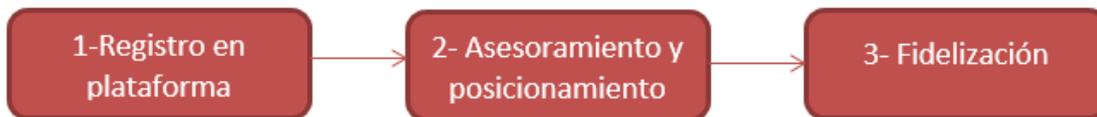


Periodicidad mensual

Tarea	Tiempo
Definición Target y alcance	0.5 días
Diseño Campañas MKT	2 días
Ejecución campañas MKT	25 días
Análisis resultados	2 días
Repetición Proceso	0.5 días



3. Captación Branders



Registro en plataforma

Esta actividad consiste en la captación de usuarios de Ismybrand. Se trata de conseguir suficiente volumen de usuarios (masa crítica) para ser atractivo como plataforma de servicios profesionales para otros profesionales o empresas que demanden trabajos específicos. Esta captación se llevará a cabo a través de campañas de marketing dirigidas y con el objetivo de conseguir la mayor conversión posible a usuarios activos dentro de la plataforma.

Asesoramiento y Posicionamiento

Nuestro objetivo una vez conseguida masa crítica suficiente, será ayudar a los freelancers registrados a posicionar su perfil, destacar cuáles son sus habilidades y ser visibles a otros usuarios atraídos hasta nuestra plataforma para buscar algún profesional. Desde Ismybrand asesoraremos a nuestros branders sobre el rango de precios al que pueden ofertar sus servicios y cómo destacar en su área para ser más visible.

Fidelización

Con el objetivo de aumentar el número de usuarios y mantener los existentes, se llevarán a cabo diferentes campañas de fidelización. Los anunciantes de servicios (Brander) se mantendrán como usuarios activos siempre que sean contratados recurrentemente por aquellos que busquen contratar un determinado servicio. Por ello, es imprescindible fidelizar a aquellos profesionales o empresas que acuden a nuestra plataforma con el objetivo de contratar un servicio y de esta manera conseguiremos que los Branders se mantengan activos y nuevos Branders se registren y oferten sus servicios.

4. Servicio





Búsqueda de profesional

Un profesional o empresa acude a Ismybrand en busca de un profesional para la realización de un servicio. La contratación será por horas o por proyecto determinado.

Contacto con profesional

Ismybrand facilita un chat para que ambas partes puedan acordar las condiciones del servicio a llevar a cabo. Consiste en la especificación de las características del trabajo a llevar a cabo. El Brander aceptará el trabajo si puede cumplirlo en especificaciones y tiempo.

Pago del servicio

La persona o empresa que pagará por el servicio, realiza el pago a través de nuestra plataforma de manera segura. El importe será el resultado de las horas contratadas al brander y el precio que esta cobra por hora o el precio que se establezca por el proyecto total encargado.

Custodia del pago

Ismybrand se encarga de custodiar el dinero durante la realización del trabajo garantizando que el Brander recibirá su dinero una vez finalizado el servicio.

Pago al profesional

Una vez realizado el trabajo, Ismybrand se encarga de verificar la satisfacción del cliente tras la entrega final y procede al pago correspondiente al profesional.

Valoraciones

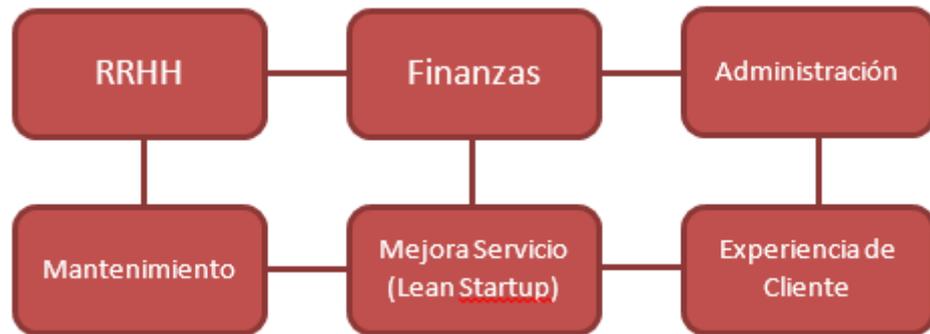
Finalizado el trabajo y realizado el pago, quien ha recibido el servicio deberá dejar una valoración al profesional sobre su desempeño y el grado de satisfacción tras el trabajo realizado. Ismybrand considera las valoraciones a sus Branders fundamentales por lo que se requerirá una valoración tras la prestación de cualquier servicio.

5. Atención al cliente

Customer Centric Managment. Ofrecemos un servicio centrado en la satisfacción del cliente por encima de todo. Atendemos cualquier tipo de consulta en menos de 24h y haciendo al cliente el centro de nuestra organización.



Actividades de Apoyo



Recursos Materiales

Localización: Para la fase de desarrollo y el primer año nuestra start-up, las instalaciones será el piso vivienda de 2 socios fundadores sito en C/ Vallehermoso 98 de Madrid 28003. Una vez la app sea lanzada al mercado, pretendemos alquilar una oficina adaptada a nuestras necesidades en Madrid.

Activos Fijos: Los principales activos fijos de los que dispondremos será el ordenador portátil de los integrantes del equipo. Cada uno de ellos lo aporta a la empresa como capital social y será la herramienta diaria en nuestra actividad.

Activos tecnológicos: Comprende la web y la app de Ismybrand la cuál será desarrollada en los meses previos al lanzamiento e irán siendo mejoradas y modificadas según el feedback recibido de los usuarios.

- **Diseño gráfico:** Comprende todo el diseño de interfaz para la web y la app así como la imagen corporativa y material para campañas de MKT.
- **Web:** Será desarrollada por nuestro CTO ayudado por una persona externa que será contratada para tal fin. A medida que se le incluyan características y mejoras, el valor de la web irá aumentando.
- **APP:** Servicio móvil que incluirá las mismas características y posibilidades que la propia web. Será también desarrollada por nuestro CTO y un desarrollador externo.
- **Servidores:** Suponen el alquiler del servidor donde estará alojada la Web, la APP y toda la información de los usuarios para el correcto funcionamiento de nuestro servicio.



Recursos Humanos

El equipo de la empresa estará formado por los 5 socios fundadores. Cada uno encargado de un departamento y funciones específicas. Para el desarrollo de la web y la app consideramos necesario contratar a 2 desarrolladores que ayude a nuestro CTO con dicha tarea. Estas personas se incorporarán a nuestro equipo en el mes de julio de 2016. Una vez finalizado el desarrollo, uno de ellos continuará trabajando en Ismybrand a cargo del mantenimiento y mejora del servicio.

Para el primer año de actividad, el equipo humano estará formado por los 5 socios fundadores y un desarrollador. Dependiendo de la captación de usuarios y las necesidades que puedan surgir, podría incorporarse al equipo nuevas personas que consideráramos necesarias.

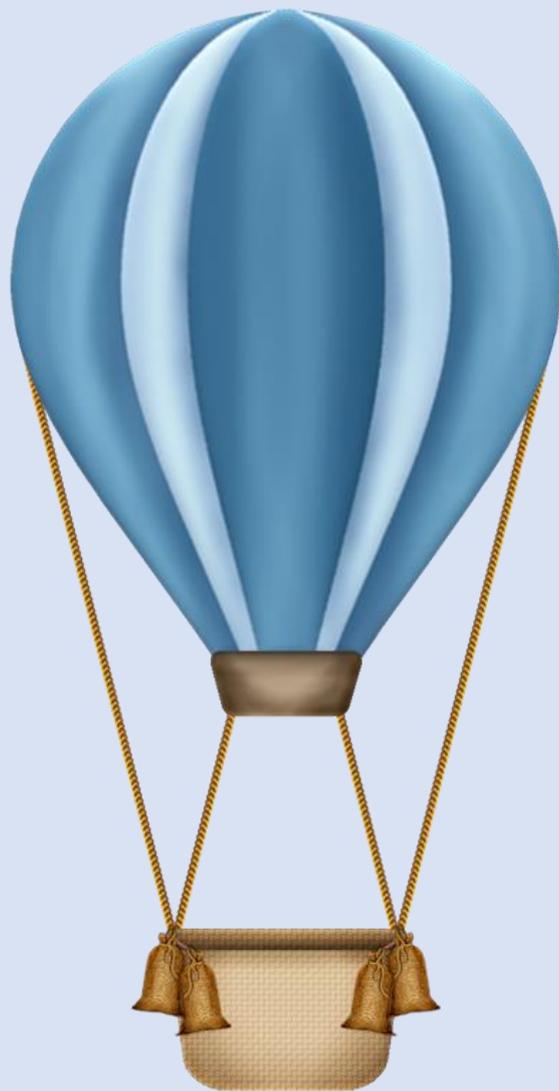
Plan de Inversiones Operativas

Inversión	Fecha	Importe
Constitución Empresa	Diciembre 2016	3.000 €
Desarrollo App	Jul – Dic 2016	40.000 €
Desarrollo Web	Jul – Dic 2016	45.000 €
Diseño gráfico	Jul – Dic 2016	7.200 €
Alquiler Oficina	Enero – Dic 2017	6.000 €

Calendario Timing

	2016						2017												
	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Desarrollo Web																			
Desarrollo APPs																			
Diseño Gráfico																			
Planificación Estratégica																			
Desarrollo de Mercado																			
Captación Branders																			
Marketing																			
Soporte técnico																			
Campañas fidelización																			

Plan de Escalabilidad





Plan de crecimiento y escalabilidad

Ismybrand nace con una perspectiva global. Acercar personas de diferentes partes del mundo es nuestro objetivo. El talento y los mejores profesionales no están siempre donde se les necesita, por lo que pretendemos que la distancia no sea un obstáculo para trabajar en un mismo proyecto.

El lanzamiento de nuestra plataforma será en enero de 2017 en España, cubriendo en un primer momento el mercado nacional. De acuerdo con las campañas de Marketing que llevaremos a cabo y siendo precavidos en la captación de usuarios, para el primer año conseguiríamos captar 26.700 usuarios. Este primer año se generarán 1.500 matches (contratos). (Anexo 5)

	2017	2018	2019
Usuarios	30,240	63,550	241,650
Matches	1,800	8,620	34,050

Cada año aumentaremos nuestro presupuesto en marketing con el objetivo de aumentar el número de usuarios progresivamente. El alcance de estas campañas aumentará con el gasto en marketing manteniendo una tasa de conversión constante.

	2017	2018	2019
Gasto MKT	99,060 €	125,000 €	163,500 €
Alcance	6,950,000	7,840,000	12,550,000

Nuestro objetivo es consolidar el mercado nacional y según nuestras previsiones, 2019 será el primer ejercicio cuando obtengamos beneficio. En 2020 comenzará nuestro plan de internacionalización. Web y apps estarán disponibles en inglés y nuestro primer destino internacional será Estados Unidos.

Esta decisión está motivada por la estructura de su mercado laboral ya que 54 millones de personas trabajan como freelancers (Anexo 3). Esta cifra representa el 34% de la fuerza total de trabajo en Estados Unidos y se prevé que para el año 2020 alcance el 40%. Para los siguientes años, el objetivo será el mercado latinoamericano comenzando en los países que representan mayor número de profesionales autónomos. Por orden, serán Colombia, Paraguay, Perú, Venezuela y Argentina por número de freelancers.

Plan Financiero





Activo

Inversión en inmovilizado

Inmovilizado material

Nuestra principal inversión en inmovilizado material irá destinada a la creación de las páginas web y app para Android e IOS (85.000€). Los equipos informáticos serán aportados por el equipo. Un ordenador cada uno de los miembros del mismo, por valor de 1.000€ cada uno.

En cuanto a las oficinas, alquilaremos una por valor de 500€ al mes en Madrid. No queremos incurrir en un gasto demasiado elevado en este aspecto.

Inmovilizado inmaterial

Nuestro negocio no necesita grandes inversiones en inmovilizado inmaterial. Tan sólo el registro de la marca de la empresa se verá reflejado en esta partida.

Cuenta pérdidas y ganancias

Ventas

Hemos estimado el número de freelancers en función del presupuesto de marketing destinado a la captación de los mismos. En primer lugar, hemos analizado el alcance que tendrían las campañas de comunicación en las diferentes redes sociales, así como en los canales offline. Tras ello, aplicamos una tasa de conversión acorde a los datos del mercado para cada una de ellas. El **CAC** es alto en los dos primeros años (2,95€ y 2,34€ respectivamente), pero el aprendizaje nos ayudará a afinar nuestras campañas de marketing para ir reduciendo costes (tercer año 0,66€).

Para estimar el número de empresas que estarán activas en nuestra plataforma hemos considerado que hasta que no poseamos una base considerable de usuarios, no estarán interesadas en nuestra red. De tal manera, calculamos que en 2019 habrá de media, una empresa activa por cada 3.000 branders registrados.

Teniendo esta información en consideración, nuestro número de usuarios totales el primer año ascenderá a 30.240, 63.550 para el año 2018 y 241.650 para el 2019.



Para generar dinero, hemos previsto un sistema de comisión por transacción. Tendremos tres rangos bien diferenciados.

- Cobramos una comisión al freelancer del 10% por proyectos de importe inferior a 500€
- Los proyectos comprendidos entre 500,01€ y 10.000€ tendrán una comisión del 6%
- Para proyectos que superen los 10.000€, cargaremos una comisión del 3%

CUENTA DE RESULTADOS	2016	2017	2018	2019
Ventas	0,00	60.000,00	247.000,00	917.416,50
Gastos de Marketing online		-46.000,00	-57.000,00	-83.000,00
Gastos de Marketing offline	-120,00	-53.060,00	-68.000,00	-80.500,00
Otros gastos	-13.717,00	-91.880,00	-111.970,00	-160.754,83
EBITDA	-13.837,00	-130.940,00	10.030,00	593.161,68
Amortizaciones	-506,14	-29.345,62	-29.345,62	-29.345,62
EBIT	-14.343,14	-160.285,62	-19.315,62	563.816,05
EBT	-14.343,14	-160.285,62	-19.315,62	563.816,05
Impuestos	0,00	0,00	0,00	-61.275,44
RESULTADO	-14.343,14	-160.285,62	-19.315,62	502.540,62

Gastos operativos

Los costes estructurales están compuestos por las partidas referidas a los salarios de los socios fundadores, del desarrollador de la plataforma, del diseñador de la web, así como como el SEO subcontratado, alquileres, sistema de pagos, etc. En total estos gastos ascienden a 91.580 euros

Resultado del ejercicio

Los resultados son negativos en los primeros dos años y medio, ya que los ingresos no logran cubrir los gastos en los que incurrimos. En el año 2019 el resultado es positivo, ya que el número de usuarios se eleva de manera considerable, y los ingresos crecen en mayor medida que los gastos de marketing y estructura. Aquí se demuestra la escalabilidad del modelo de negocio. Obtenemos un Beneficio de 502.540 euros.



Financiación

El plan de financiación de IsMyBrand como para cualquier otra StartUp de nueva creación es parte fundamental para garantizar su buen desarrollo. Los socios fundadores nos hemos comprometido con la aportación de 5.000€ cada uno el primer y segundo año de vida.

Con esta inversión inicial de 50.000€ en los años 2016 y 2017 no llegamos a alcanzar el objetivo marcado y garantizar nuestros servicios, por ello pretendemos financiarnos mediante la búsqueda de inversores mediante los cuales esperamos obtener la cantidad total de 180.000€ para los primeros años.

Rentabilidad de ISMYBRAND

Hemos supuesto una WACC del 20%. Esto porque pretendemos financiarnos no sólo con nuestras propias aportaciones, sino también con la búsqueda de inversores. Hemos desestimado acudir a deuda bancaria en forma de préstamo. Sabemos que la rentabilidad mínima exigida por los inversores para este tipo de proyectos o start-ups ronda el 20%.

WACC	20%
VAN	82.046,91 €
TIR	32,66%
TIRM	31,17%
Payback	A mediados del año 3
Payback descontado	A finales del año 3

Escenario optimista

WACC	20%
VAN	198.534,27 €
TIR	77,06%
TIRM	68,26%
Payback	A principios del año 3
Payback descontado	A principios del año 3

Escenario pesimista

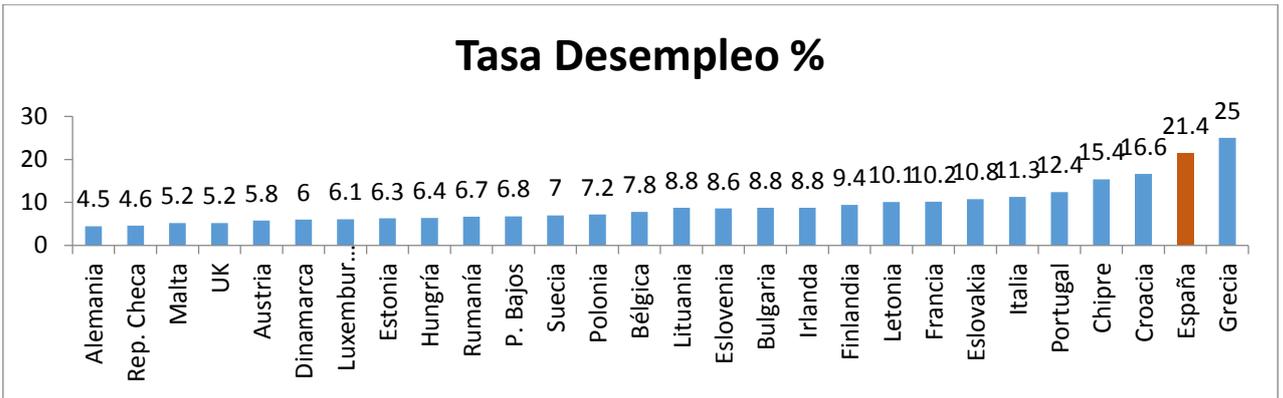
WACC	20%
VAN	- 53.880,45 €
TIR	4,94%
TIRM	7,77%
Payback	A finales del año 3
Payback descontado	Después del año 3

ANEXOS



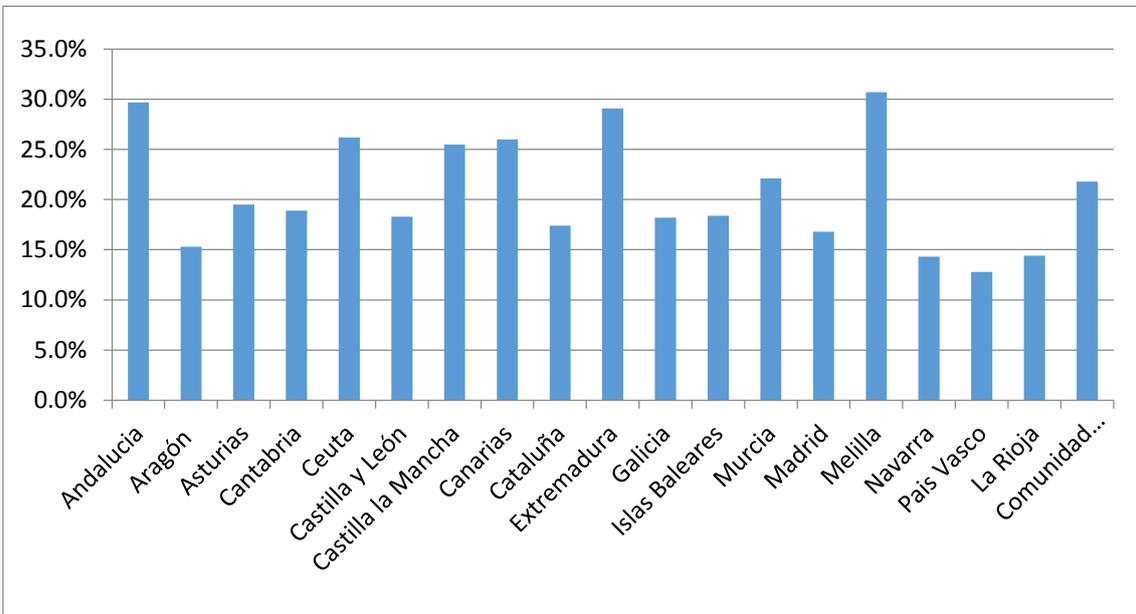


Anexo 1



Tasa de desempleo por países Unión Europea (Año 2015). Fuente: Eurostat

Anexo 2



Tasa de desempleo por CCAA España (Año 2015). Fuente: INE

Anexo 3



Incremento número Freelancers Estados Unidos. Fuente: Informe Freelancing en EEUU 2015

**Anexo 4: Alcance campañas MKT**

	2017			
	<i>Alcance Usuarios</i>	<i>Conversión</i>	<i>Usuarios convertidos</i>	<i>Importe</i>
Facebook Ads	2,250,000.00	0.3%	6,750.00	15,000.00
Google Ads SEM	1,500,000.00	0.3%	4,500.00	10,000.00
Instagram	150,000.00	0.3%	450.00	1,000.00
Youtube ads	600,000.00	0.5%	3,000.00	5,000.00
Twitter	1,500,000.00	0.5%	7,500.00	15,000.00
Eventos de negocio	40,000.00	5.0%	2,000.00	5,000.00
Flyers	20,000.00	10.0%	2,000.00	60.00
Escuelas de negocio	5,000.00	10.0%	500.00	1,500.00
Prensa escrita Expansión	885,000.00	0.4%	3,540.00	36,500.00

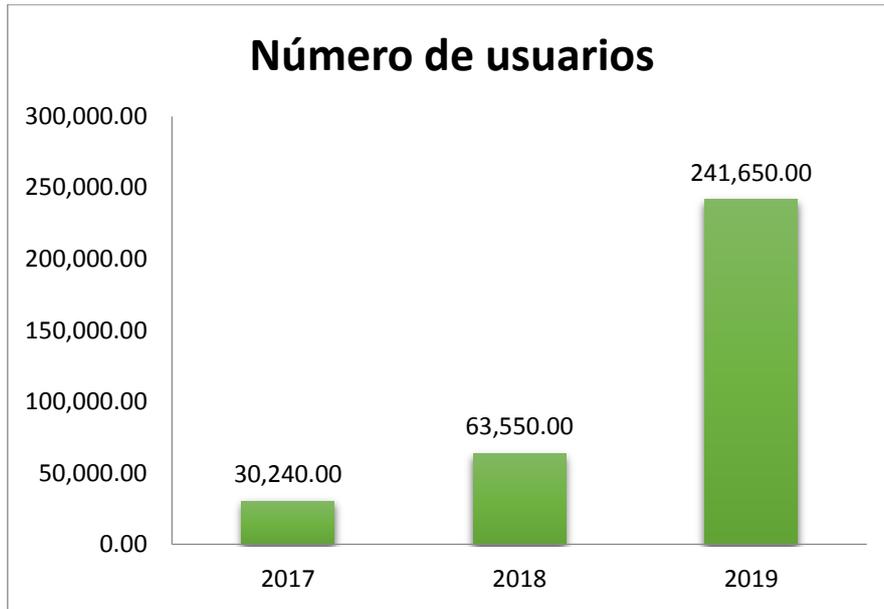
	2018			
	<i>Alcance Usuarios</i>	<i>Conversión</i>	<i>Usuarios convertidos</i>	<i>Importe</i>
Facebook Ads	2,250,000.00	0.4%	9,000.00	15,000.00
Google Ads SEM	2,250,000.00	0.3%	6,750.00	15,000.00
Instagram	300,000.00	0.0%	60.00	2,000.00
Youtube ads	1,500,000.00	0.5%	7,500.00	10,000.00
Twitter	1,500,000.00	0.5%	7,500.00	15,000.00
Eventos de negocio	30,000.00	5.0%	1,500.00	15,000.00
Flyers	0.00	0.0%	0.00	0.00
Escuelas de negocio	10,000.00	10.0%	1,000.00	6,000.00

	2019			
	<i>Alcance Usuarios</i>	<i>Conversión</i>	<i>Usuarios convertidos</i>	<i>Importe</i>
Facebook Ads	3,000,000.00	0.5%	15,000.00	20,000.00
Google Ads SEM	3,000,000.00	1.0%	30,000.00	20,000.00
Instagram	450,000.00	1.0%	4,500.00	3,000.00
Youtube ads	3,000,000.00	1.0%	30,000.00	20,000.00
Twitter	3,000,000.00	3.0%	90,000.00	20,000.00
Eventos de negocio	80,000.00	7.0%	5,600.00	20,000.00
Flyers	0.00	0.0%	0.00	0.00
Escuelas de negocio	20,000.00	15.0%	3,000.00	10,000.00

Fuente: elaboración propia



Anexo 5: Crecimiento número usuarios



Fuente: elaboración propia

Anexo 6: Business Model Canvas





ANEXOS PLAN FINANCIERO

ESTADO DE CASH-FLOW	2016	2017	2018	2019
Cobro Préstamo				
Aportación socios	25.000,00	25.000,00		
Comisiones totales	0,00	60.000,00	247.000,00	917.416,50
Capital necesario	73.959,89	105.940,00		
Pagos constitución de la empresa	-3.638,89	-300,00	0,00	0,00
Sociedad limitada	-3.001,00	0,00	0,00	0,00
Notario	-300,00	-300,00	0,00	0,00
Denominación social	-15,00	0,00	0,00	0,00
Inscripción registro mercantil	-200,00	0,00	0,00	0,00
Registro marca	-122,89			
Pagos operativos TICS	-85.001,00	-6.380,00	-19.330,00	-58.850,83
Desarrollo web Empresa externa	-45.000,00			
Desarrollo App Android Empresa externa	-20.000,00			
Desarrollo App IOS Empresa externa	-20.000,00			
Alojamiento Web	0,00	-120,00	-120,00	-120,00
Dominio Web	-1,00	-20,00	-20,00	-20,00
Servidor web		-840,00	-840,00	-840,00
Mantenimiento Web	0,00	-1.200,00	-3.000,00	-6.000,00
Mantenimiento Apps	0,00	-1.200,00	-3.000,00	-6.000,00
Sistema de pagos y seguridad	0,00	-3.000,00	-12.350,00	-45.870,83
Pagos de Marketing online	0,00	-46.000,00	-57.000,00	-83.000,00
Facebook Ads	0,00	-15.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Google Ads SEM	0,00	-10.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Instagram	0,00	-1.000,00	-2.000,00	-3.000,00
Youtube ads	0,00	-5.000,00	-10.000,00	-20.000,00
Twitter	0,00	-15.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Pagos de Marketing offline	-120,00	-53.060,00	-68.000,00	-80.500,00
Eventos de negocios (stand)	0,00	-5.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Folletos/flyers	-120,00	-60,00	0,00	0,00
Carrera del emprendedor (patrocinio)		-6.000,00	-6.000,00	-6.000,00
Convenios con Universidades	0,00	-2.500,00	-4.500,00	-8.000,00
Prensa escrita	0,00	-36.500,00	-36.500,00	-36.500,00
Convenios con escuelas de negocios	0,00	-3.000,00	-6.000,00	-10.000,00
Pagos de personal y oficina	-10.200,00	-85.200,00	-92.640,00	-101.904,00
Salario desarrollador	0,00	-14.400,00	-15.840,00	-17.424,00
Diseñador gráfico	-7.200,00	-15.600,00	-16.800,00	-19.200,00
Salarios	0,00	-48.000,00	-52.800,00	-58.080,00
Alquiler oficina	-3.000,00	-6.000,00	-6.000,00	-6.000,00
SEO externalizado	0,00	-1.200,00	-1.200,00	-1.200,00
Intereses		0,00		
Pago impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00
SALDO TESORERÍA	0,00	0,00	10.030,00	593.161,68

Flujos de caja del proyecto	-179.899,89	-105.940,00	10.030,00	593.161,68
------------------------------------	-------------	-------------	-----------	------------

	0	1	2	3
FC acumulado	-179.899,89	-285.839,89	-275.809,89	317.351,79
Factor de descuento	1,00	0,83	0,69	0,58
VA (Flujo de caja)	-179.899,89	-88.283,33	6.965,28	343.264,86
VA(FC acumulado)	-179.899,89	-268.183,22	-261.217,95	82.046,91



CUENTA DE RESULTADOS	2016	2017	2018	2019
Ventas	0,00	60.000,00	247.000,00	917.416,50
Usuarios empresa	0,00	0,00	0	81
Cuota		30,00	30,00	30,00
Nº de matches (contratos)				
0-500 €		1.200,00	7.000	30.000
Precio medio		50,00	70	140
Comisión	10%	10%	10%	10%
Comisiones totales		6.000,00	49.000,00	420.000,00
500-10.000 €		600,00	1.600	4.000
Precio medio		1.500,00	2.000	2.000
Comisión	6%	6%	6%	6%
Comisiones totales		54.000,00	192.000,00	480.000,00
>10.000 €		0,00	20,00	50,00
Precio medio		10.000,00	10.000,00	10.000,00
Comisión	3%	3%	3%	3%
Comisiones totales		0,00	6.000,00	15.000,00
Gastos de Marketing online		-46.000,00	-57.000,00	-83.000,00
Facebook Ads		-15.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Google Ads SEM		-10.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Instagram		-1.000,00	-2.000,00	-3.000,00
Youtube ads		-5.000,00	-10.000,00	-20.000,00
Twitter		-15.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Gastos de Marketing offline	-120,00	-53.060,00	-68.000,00	-80.500,00
Eventos de negocios (stand)		-5.000,00	-15.000,00	-20.000,00
Folletos/flyers	-120,00	-60,00	0,00	0,00
Convenios con escuelas de negocios		-3.000,00	-6.000,00	-10.000,00
Convenios con Universidades		-2.500,00	-4.500,00	-8.000,00
Carrera del emprendedor (patrocinio)	0,00	-6.000,00	-6.000,00	-6.000,00
Prensa escrita		-36.500,00	-36.500,00	-36.500,00
Otros gastos	-13.717,00	-91.880,00	-111.970,00	-160.754,83
Salario desarrollador		-14.400,00	-15.840,00	-17.424,00
Salario diseñador	-7.200,00	-15.600,00	-16.800,00	-19.200,00
SEO externalizado		-1.200,00	-1.200,00	-1.200,00
Salarios socios		-48.000,00	-52.800,00	-58.080,00
Alquiler oficina	-3.000,00	-6.000,00	-6.000,00	-6.000,00
Alojamiento Web	0,00	-120,00	-120,00	-120,00
Dominio Web	-1,00	-20,00	-20,00	-20,00
Servidor Web	0,00	-840,00	-840,00	-840,00
Mantenimiento Web		-1.200,00	-3.000,00	-6.000,00
Mantenimiento Apps		-1.200,00	-3.000,00	-6.000,00
Sociedad limitada	-3.001,00			
Notario	-300,00	-300,00		
Denominación social	-15,00			
Inscripción registro mercantil	-200,00			
Sistema de pagos y seguridad	0,00	-3.000,00	-12.350,00	-45.870,83
EBITDA	-13.837,00	-130.940,00	10.030,00	593.161,68
Amortizaciones	-506,14	-29.345,62	-29.345,62	-29.345,62
Amort. EPI	-500,00	-1.000,00	-1.000,00	-1.000,00
Amort. Marca	-6,14	-12,29	-12,29	-12,29
Amort. Web		-15.000,00	-15.000,00	-15.000,00
Amort. App Android		-6.666,67	-6.666,67	-6.666,67
Amort. App IOS		-6.666,67	-6.666,67	-6.666,67
EBIT	-14.343,14	-160.285,62	-19.315,62	563.816,05
G. Financieros				
EBT	-14.343,14	-160.285,62	-19.315,62	563.816,05
Impuestos	0,00	0,00	0,00	-61.275,44
RESULTADO	-14.343,14	-160.285,62	-19.315,62	502.540,62



BALANCE DE SITUACIÓN	2016	2017	2018	2019
ACTIVO				
ACTIVO FIJO	89,616.75	60,271.12	30,925.50	1,579.88
<i>Inmov Inmat. bruto (marca)</i>	122.89	122.89	122.89	122.89
<i>Amort. Acumulada</i>	-6.14	-18.43	-30.72	-43.01
<i>Inmov. Neto</i>	116.75	104.46	92.17	79.88
<i>Inmov. Mat. bruto</i>	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00
Página WEB	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
APPs	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
EPI	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
<i>Amort. Acumulada</i>	-500.00	-29,833.33	-59,166.67	-88,500.00
<i>Inmov. Neto</i>	89,500.00	60,166.67	30,833.33	1,500.00
ACTIVO CIRCULANTE	0.00	0.00	10,030.00	603,191.68
Tesorería	0.00	0.00	10,030.00	603,191.68
Clientes	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	89,616.75	60,271.12	40,955.50	604,771.55
PASIVO+PN				
Cap. Social	96,759.89	227,699.89	227,699.89	227,699.89
Reservas				
Resultado	-7,143.14	-160,285.62	-19,315.62	501,460.62
Resultados negativos de años anteriores		-7,143.14	-167,428.77	-186,744.39
Fondos propios	89,616.75	60,271.12	40,955.50	542,416.12
Deuda banco	0.00	0.00	0.00	0.00
Impuestos	0.00	0.00	0.00	62,355.44
Proveedores	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	89,616.75	60,271.12	40,955.50	604,771.55

RATIOS	2017	2018	2019
ROE	-265.94%	-47.16%	92.45%
ROA	-266%	-47%	93%

Salvador Cruz Seguí Garcés

 es.linkedin.com/in/salvadorcruzseguigarcés

Plz. San Juan de la Cruz 7 (Madrid)

23/08/1990

seguisalva@gmail.com

+34 645 023 401



RESUMEN

Con perspectiva global del mundo en que vivimos, comprendiendo la interconexión internacional como una necesidad en el escenario actual de los negocios. Siempre en busca de nuevas experiencias en vivo, el desafío de las nuevas fronteras y poner en práctica los conocimientos adquiridos con el fin de satisfacer la necesidad de un mayor desarrollo humano.

FORMACIÓN ACADÉMICA

10/2015 – 06/2016 **MBA – Full Time. Especialidad Experiencia de cliente.**

Escuela de Organización Industrial. Madrid.



02/2016 – 03/2016 **Doing Business in and China.**

Shanghai Jiao Tong University



09/2009 – 01/2015 **Licenciatura en Ciencias Políticas y de la Administración.**

Universidad Ceu-Cardenal Herrera. Valencia.



EXPERIENCIA PROFESIONAL / PRÁCTICAS

07/2014 – 10/2014 **Consulado General de España en Sao Paulo. Brasil.**

- Programa prácticas en embajadas y consulados del mundo.
- Registro Civil.
- Legislación y formalización de pasaportes.
- Legalizaciones y comprobantes penales.
- Cooperación y soporte penitenciario a ciudadanos españoles.



01/2010 – 12/2013 **Naranjas Seguí. Responsable de ventas y logística.**

- Negocio familiar, centrado en importación y exportación de productos cítricos, kakis y aguacates.
- Exportación: Francia, Alemania, Polonia, UK, Italia, Rusia (kaki).
- Gestión de stocks.
- Gestión de personal.
- Relación con clientes.



2010 – 2013

BDJ Sports. Organización de eventos deportivos (eventual).

- Torneos Eurolbiza, EuroValencia
- Líder de grupo.
- Coordinador de eventos.
- Resolución de problemas.
- Gestión de personal.



IDIOMAS



Competencia bilingüe o nativa



Competencia bilingüe o nativa



Competencia avanzada



Competencia intermedia

APTITUDES

- Comunicación eficaz
- Jugador de equipo
- Creatividad
- Pragmatismo
- Permiso de conducir B1
- Vehículo Propio
- Permiso de manipulador de alimentos
- Permiso de carretillero

EXPERIENCIA INTERNACIONAL

- Vancouver – Curso Inglés ILSC School (2010)
- Reino Unido – Westminster Academy (2013)
- Irlanda – Francés King School (2015)

SOFTWARE

- Ms Office (Word, PowerPoint, Excel)
- Watson Analytics
- Contagest, Contaplus.

Jesús Rueda Osuna

9 de Enero 1992

+34 687286723
jesus.rueda.osuna@gmail.com
C/ Vallehermoso 98 2B
28003 Madrid, España



Estudiante de **MBA**, Graduado en **ADE** y con experiencia profesional en **banca y seguros**. Responsable, orientado a resultados, resolutivo y con **grandes habilidades comunicativas**. Apasionado de la empresa desde siempre, encamino mi próxima etapa profesional con el objetivo de aplicar mis habilidades dentro de **equipos de trabajo**, en entornos internacionales para dar lo mejor de mí mismo y **aportar soluciones a la compañía**.



MBA (English Program)

Escuela de Organización Industrial
Madrid. (Fin Junio 2016)

Especialidad **International Business**
Callumet College of St. Joseph
Chicago EEUU – Madrid



Doing Business in and with China

Jiao Tong University.
Shanghai, China Feb – Mar 2016.



Grado en Administración y Dirección de Empresas

Universidad de Córdoba. Córdoba
Nota 7.4 Sept 2010 – Jul 2014.



BBVA – Banca al por menor, particulares y negocios. Gestor comercial (Jul 2014 – Sept 2015).

Asesoramiento financiero a clientes. Gestión de cartera, negocio hipotecario, financiación a particulares y pymes. Análisis de riesgo operacional. Certificaciones: BORO – Basic Operational Risk Certification; CRC – Credit Risk Certification; ACRC – Advanced Credit Risk Certification.



DKV Seguros – Atención al cliente y Departamento comercial (May 2014 - Jul 2014).

Atención comercial de clientes, asesoramiento al asegurado, contacto con clínicas y proveedores. Contratación seguros. Estudio de competencia provincia de Córdoba.



BBVA – Becario en prácticas Red Comercial DT Sur. (Abril – Octubre 2013).

Gestor de atención al cliente, funciones de caja, efectivo y cajeros automáticos. Gestión documental, gestión de recibos y morosidad. Apoyo al departamento comercial.

- o Certificado de excelencia en *“Trading con opciones y futuros financieros”*. UNIA. Sevilla (2015).
- o *“Talento emocional, Gestión del tiempo y Productividad Personal”*. Cátedra Santander, Univ. de Córdoba. (2015).
- o *Venta cruzada y acceso a la mediación. Productos de seguro DKV-ERGO*. DKV training (2014)
- o *SEO y SEM Marketing online*. Fundación AFIM. (2014).
- o *E-business and e-commerce for SMEs*. Fundación AFIM (2014).

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA



- Fiscalidad y Productos de inversión Normativa MIFID y LOPD Negociación y Técnicas de venta
- Mercados e instrumentos Financieros Trabajo en equipo, iniciativa y proactividad Financiación c/p y l/p
- Rentas vitalicias y Planes de Pensiones Fondos de Inversión I y II Orientación a resultados basada en objetivos

IDIOMAS



Básico Interm. Avanzado



Gran facilidad para aprender nuevos idiomas rápidamente y trabajar en entornos multiculturales.

- Disfruto viajando, conociendo nuevas culturas y lugares además de leer novelas históricas. Movido por las nuevas tecnologías, suelo asistir a eventos Startup Weekend o TEDx.
- **Gracias a mi expediente y trayectoria logré beca del 85% para cursar MBA en EOI.**

OTROS DATOS DE INTERÉS

- Nivel avanzado en el manejo de ordenador y gran facilidad para aprender nuevos programas o herramientas. Nivel profesional MS Office, Internet, Mail o software como SPSS, Eviews, Watson Analytics o Contaplus. **Excel muy avanzado.**
- Excelentes habilidades comunicativas, **alto grado de asertividad** y capacidad de liderar y aunar equipos incluso en entornos internacionales.
- **Muy motivado a conseguir logros en equipo y progresar en mi carrera profesional.**
- Deportista, actualmente practico **Mountain-Bike y Pádel**. Soy una persona competitiva y he capitaneado equipos de fútbol en los que he jugado.

DANIEL CARRASCOSA VALERO

SI ERES UNO MÁS, SERÁS UNO MENOS

Empático, natural, resolutivo y con espíritu luchador por conseguir aquello en lo que confío. Me encanta vivir la vida y aprovechar las 24 horas que tiene el día. No retrocedo ni para coger impulso.

Soy una persona cálida, abierta y extrovertido con carácter espontáneo y transparente. No dudo en actuar de forma fantasiosa y hasta aventurera para conseguir ilusionar a quienes me rodean.

Apasionado de los deportes desde siempre y en especial, los que están en contacto con la naturaleza.

Me encanta pasar tiempo con la gente que me rodea y disfrutar de ellos.



[Robert Waldinger; What makes a good life?](#)



[Ric Elias; Before my plane crashes](#)



[Bill Gross; Success](#)



[Michael Benner; Emotional Quotient](#)



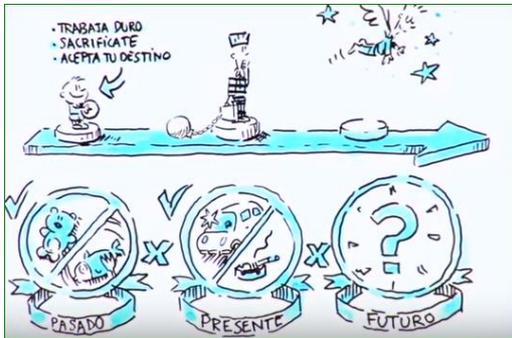
[Sam Berns; Happy life](#)



[Carrie Green; mind for success](#)



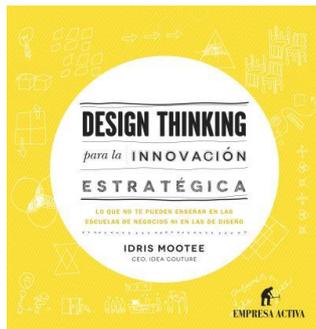
[¿Qué es la zona de confort?](#)



[Did You Know 2014?. Época de cambios.](#)



[Design Thinking](#)



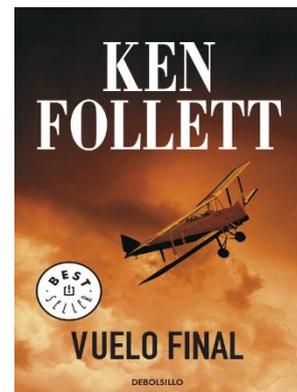
[Yanis; Economía sin corbata](#)



[Josef Ajram; Limite](#)



[Ken Follett; Vuelo final](#)



Proyectos

En tercero de carrera decidí empezar con mi primer **proyecto emprendedor** materializándolo en el sector de la hostelería. Desde que empecé la universidad siempre había querido llevar a cabo un negocio por mis propios medios y cuando encontré el momento idóneo, nos pusimos a trabajar. Fueron dos años de aprendizaje y de **mejora continua** que todavía recuerdo a menudo y que me han ayudado a desenvolverme hasta entonces.

Actualmente estoy desarrollando mi segundo proyecto con **lecciones aprendidas** y utilizando la metodología **Lean Startup**. Consiste en la creación de una aplicación que te permite crear y desarrollar tu marca personal. Mi equipo y yo lo estamos llevando a cabo paralelamente al **MBA** que estamos cursando en la Escuela de Organización Industrial.

Logros

Los logros los podría diferenciar en personales y profesionales. Para mí, son un logro las relaciones tan **fuertes** que he ido creando a lo largo de toda mi vida, considero que uno se hace grande por las personas que le rodean y hay que saber escogerlas bien. Allí donde he ido me he sabido **desenvolver** independientemente de la situación, país o entorno en el que estuviese. Siempre encajando tal y como soy.

En mi caso, los logros profesionales vienen precedidos de logros académicos. He terminado la carrera de Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Alicante tras un año de estancia en Eindhoven (Países Bajos) mediante programa **Erasmus**. Y actualmente estoy finalizando un MBA por la Escuela de Organización Industrial en Madrid. Todo lo que me he propuesto como objetivo lo he conseguido.

Gracias a ello, he podido desarrollar una carrera profesional en el sector bancario. Es satisfactorio comprobar como el **esfuerzo** tiene su recompensa y en este lugar aprendí que sin sacrificio los **objetivos** no se cumplen. Por ello, mensualmente conseguía destacar en la posición en la que estaba alcanzando las metas propuestas.

Ambiciones

Mi ambición principal es seguir **creciendo** profesional y personalmente. Quiero desarrollar una carrera que me permita dar lo mejor de mí y pueda desarrollar todas mis aptitudes para **potenciarlas**. Quiero centrarme en satisfacer la experiencia del cliente en el paso por la empresa aportando ideas innovadoras. Me **apasiona** el emprendimiento y el método Lean StartUp aplicado en la creación de empresas y en la mejora de las mismas.

*"I don't know
where is the limit
but I know where is
not"*

Josef Ajram

*"If you don't build
your dreams,
someone else will
hire you to build
theirs" Steve Jobs*

*"Going in one more
round when you
don't think you can,
that's what make
you all the difference
in your life"*

Rocky Balboa

*"No es grande el
que nunca falla,
sino el que nunca
se da por vencido"*
Paulo Coelho

*"Learn from
yesterday, live for
today, hope for
tomorrow"*

*"Stay hungry. Stay
foolish"*

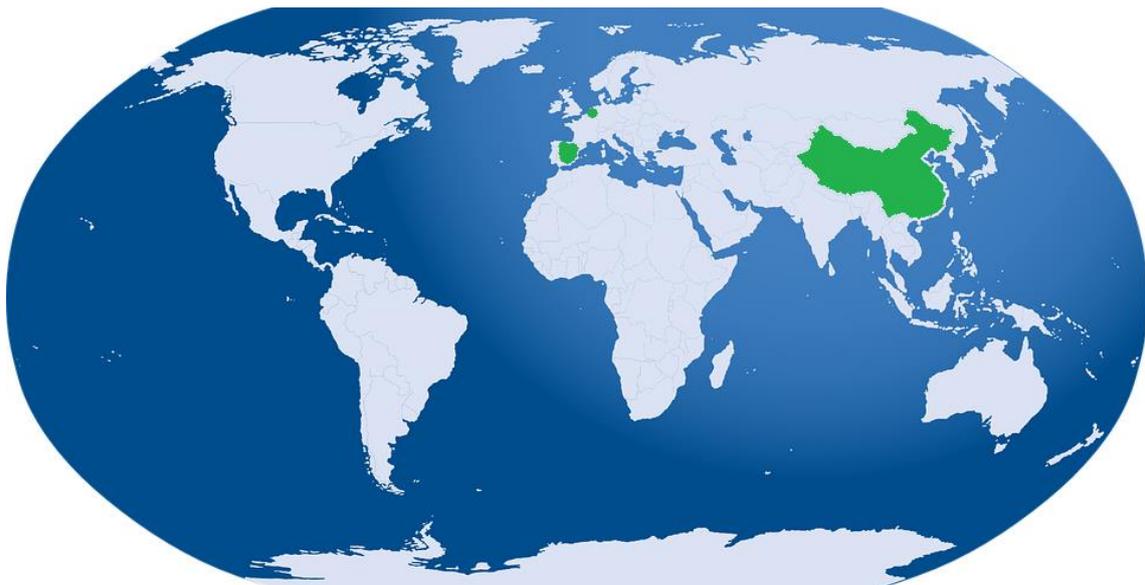
Steve Jobs

Además

Participo activamente en la **Fundación Josep Carreras**, instituto especializado en la lucha contra la leucemia con el único propósito de que algún día sea 100% curable.

También he formado parte del equipo de organización de **SED-ONG** como voluntario en los eventos mensuales y anuales organizados con el propósito de recaudar fondos para África occidental y América del sur.

Y siempre que puedo, me gusta viajar a todo tipo de países para conocer sus culturas y los distintos tipos de personas que las crean.



Al mismo tiempo he tenido la oportunidad de conocer el mundo en un plano profesional, desarrollando programas de aprendizaje en **China, Holanda** y en el mío propio, **España**.

Carlos Gómez Balbás

c/ Sandoval, 4. 28010 – Madrid

carlos.gomez1417@gmail.com

+34 680 60 97 91

FORMACIÓN ACADÉMICA

MBA Full Time EOI con Especialidad en International Business

Octubre 2015 – Julio 2016 Escuela de Organización Industrial

Graduado en FICO (Finanzas y Contabilidad)

Universidad de Huelva

2011 – 2014

Diplomado en Ciencias Empresariales

Universidad de Huelva

2005 – 2010

Experiencias internacionales:

Año 2010. Beca **ERASMUS** en Università di Salerno, Italia

EXPERIENCIA LABORAL

Asesoría Mora Claros S.L.

Febrero 2013 – Junio 2014, Huelva

Gestión contable, laboral y fiscal de pequeñas empresas:

- Elaboración de asientos contables
- Elaboración de cuentas anuales
- Facturación
- Presentación de documentos en el Registro Mercantil

Tienda de moda Còmo?

Sales assistant

Noviembre 2010- Junio 2011, Italia

IDIOMAS

Inglés Nivel medio-alto

Italiano Bilingüe

INFORMÁTICA

MS Office: Excel, Word, PowerPoint (Nivel avanzado) Contaplus (Nivel avanzado) ERP'S

OTROS DATOS DE INTERÉS

Taller de consultoría estratégica BSCM (10 horas) 2016

Curso intensivo de Inglés en Academia Kedaro, Huelva (150 horas) 2015

Interesado en el mundo de la empresa, las finanzas y el emprendimiento

Colaboración en la creación de un convenio entre las Universidades de Huelva y Salerno (Italia)



JUAN MANUEL BELLMUNT LUNA

Localidad: Madrid

E-mail: juanmabellmunt@gmail.com

Teléfono: +34 659 641 169

Educación

Actualidad: Cursando MBA FULLTIME en la Escuela de Organización Industrial (EOI).

2008-2015: Ingeniero Superior de Telecomunicaciones en la Universidad Miguel Hernández de Elche (Alicante).

Experiencia Laboral

2015: Consultor en la empresa Digital Latam realizando plataformas E-learning y gestión de base de datos

2010-2013: Clases particulares de Matemáticas y Física a estudiantes de la ESO y Bachillerato.

Idiomas

Inglés: Nivel intermedio-alto (B2) Catalán: Nivel Alto.

Habilidades en Ingeniería

- Conocimiento en lenguajes de programación: Python, PHP, CSS, C, Matlab, HTML
- Conocimiento de Microsoft Office (Word, Excel, Power Point) y Microsoft Project.
- Programación web.
- Elaboración de plataformas E-learning.

Cualidades Personales

Pro-activo

Trabajo en equipo

Liderazgo

Motivación al logro individual

Adaptabilidad

Emprendedor

Cursos

2016: Curso en la Jiatong University (Shanghai): How to do business in China

2016: Taller de consultoría estratégica en BCSM (5 horas).

2015: Módulo de iniciativa emprendedora en la Escuela de Organización Industrial (100 horas).

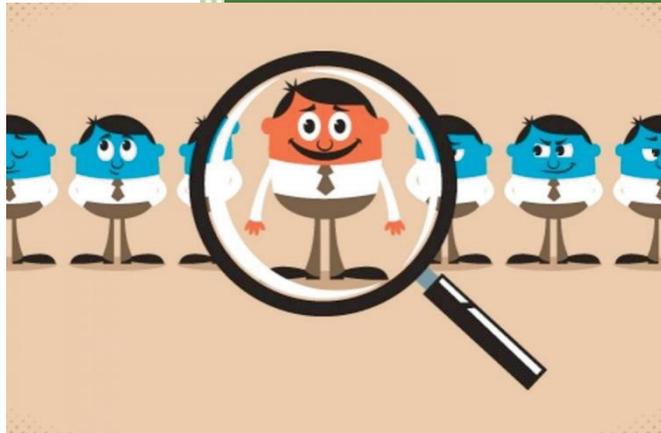
Otros Datos

Aficiones: viajar, los deportes, el cine, la tecnología y el café.

Carnet de conducir B1 y coche para desplazamientos.



ISMYBRAND



Daniel Carrascosa Valero
Carlos Gómez Balbás
Jesús Rueda Osuna
Salvador Cruz Seguí-Garcés
Juan Manuel Bellmunt Luna



ÍNDICE

1. Resumen ejecutivo
2. Presentación ISMYBRAND
3. Análisis del entorno
 - a. PEST
 - b. Mercado
 - c. Cliente
 - d. Competencia
4. Plan de marketing
 - a. Investigación de mercado, tendencias y hábitos
 - b. DAFO
 - c. Mkt MIX
 - d. Posicionamiento y marca
 - e. Presupuesto
 - f. Cronograma ejecución
5. Plan de operaciones
 - a. Procesos estratégicos
 - b. Mapas de procesos
 - c. Recursos materiales
 - d. Recursos humanos
 - e. Inversiones operativas
 - f. Timing
6. Plan escalabilidad
7. Plan financiero

RESUMEN EJECUTIVO





¿Quiénes somos?



Somos cinco emprendedores motivados conscientes de que el mundo laboral está cambiando y tenemos el único propósito de facilitar a nuestros usuarios la manera de encontrar trabajo.

Decidimos unirnos por un único motivo, la afinidad que desarrollamos desde el primer momento. Antes incluso de empezar las clases, Ismybrand ya conversaba sobre cuál podría ser la idea con la que alcanzar el éxito.

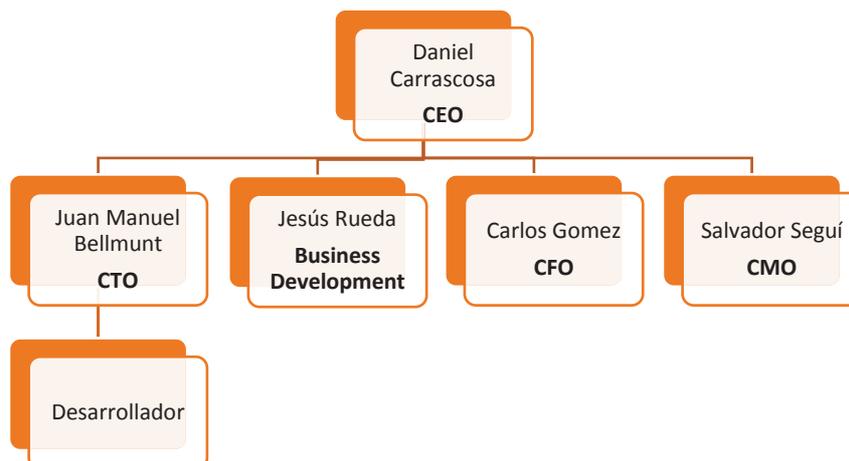
El CEO de la empresa es **Daniel Carrascosa**, graduado en Administración y Dirección de empresas con experiencia en su propio negocio, materializado en el sector de la hostelería, en el sector bancario y con una visión general del mundo tras sus experiencias en el extranjero.

Juan Manuel Bellmunt es el encargado del desarrollo de la tecnología (CTO). Es nuestro Ingeniero de Telecomunicaciones y tiene una gran visión para anticiparse al cambio en este sector gracias a su experiencia previa.

En toda organización se necesita un Desarrollador de negocio y en nuestro caso el encargado de realizarlo es **Jesús Rueda**. Jesús es graduado en Dirección en Administración de empresas y tiene experiencia consolidada en el sector bancario y en el mundo de los seguros.

Salvador Seguí es licenciado en Ciencias Políticas. Tiene experiencia en negocio familiar y en el Consulado general español en Sao Paulo. Además, posee varias experiencias en el extranjero que le han permitido conocer personas de todas partes del mundo. Es el encargado de desarrollar las estrategias de marketing y ponerlas en funcionamiento.

En nuestro equipo también contamos con **Carlos Gómez**, licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Tiene experiencia asesorando a PYMES y su labor fundamental es la asociada con el estado de las cuentas contables y la solvencia financiera de la compañía.





¿Qué somos?

ISMYBRAND es una plataforma de ámbito profesional que proporcionará el espacio ideal para el encuentro de habilidades, valores y conocimiento o, dicho de otra manera, **talento**. Queremos **unir a personas** con otras personas o empresas para facilitar la creación de nuevas ideas y proyectos vía online.

¿A quién nos dirigimos?

Ismybrand se dirige a emprendedores y freelancers actuales, así como a los que están empezando (generaciones de millennials y Z), pero también a todos los profesionales activos que buscan proyectos u **oportunidades** laborales no sólo en base a una remuneración económica. Son personas que desean trabajar desde la misión, desde el sentido, desde la responsabilidad. Pensar cuál es la tarea que les hace feliz y que proporcione mayor satisfacción a otras personas. Además, hemos definido un target o público objetivo de 5 millones de personas en España a tres años vista, porque sabemos que esta masa crítica va en aumento.

¿Qué ofrecemos?

Ofrecemos un espacio en el que cualquier profesional pueda poner al servicio de otras personas o empresas su experiencia, conocimientos y valores para la creación de relaciones profesionales puntuales o proyectos. **Pongamos un ejemplo:** una persona está buscando a un experto en marketing digital que le asesore o incluso ejecute una acción de marketing online. En esta plataforma podrá encontrar a la persona adecuada para llevarla a cabo, contratando sus servicios.

¿Cómo llegamos a ellos?

Nuestra actividad clave es la captación de usuarios, la cual llevaremos a cabo gracias a las campañas de marketing Online y Offline.

Apostamos firmemente por la captación online, ya que nuestro target está altamente conectado a las diferentes redes y, además es una vía notablemente más económica que la offline. Por ello, destinaremos la mayor parte de nuestros gastos de explotación a campañas de marketing.





¿Cómo hacemos dinero?

Nuestro modelo de negocio consistirá en cobrar una comisión por cada proyecto que se firme. Hasta los primeros 500€ facturados aplicaremos una tarifa del 10%. Para proyectos que estén comprendidos entre 500,01€ y 10.000€ la comisión será del 6% para el freelance. Por último, para proyectos que facturen más de 10.000,0.1 supondrá un 3% de comisión



¿Quién paga la fiesta?

Dado que nuestro negocio tiene estructura tecnológica, la mayor parte de los gastos en el año de creación los destinamos al desarrollo de la WEB y APP (85.000 €). También necesitamos mantener una inversión elevada en los gastos de publicidad debido a la naturaleza de nuestro negocio. En el año 2017 destinaremos 99.060€ a este fin.

Para poder afrontar todos estos gastos, los socios fundadores vamos a hacer una aportación inicial de 5.000 € cada uno los dos primeros años de vida (alcanzado la cantidad de 50.000€). Por otro lado, necesitamos conseguir para poder desarrollar el negocio un total de 170.000€. Esta acción la llevaremos a cabo mediante rondas de inversión.

¿Y luego qué hacemos?

Ismybrand pretende ser la plataforma de referencia de trabajo online por proyectos. Aunque en un primer momento nos centraremos en un contexto nacional, desarrollaremos nuestra APP en inglés para ampliar nuestras fronteras. Nuestros destinos internacionales serán elegidos en función al número de freelancers por países, poniendo el foco en aquellos que puede tener más desarrollo nuestro negocio.

