



SHIELD DIGITAL
ISLANDS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA FILIAL EN ISLAS CANARIAS

Gestión de Proyectos Tecnológicos Aplicados a Retos Empresariales

Tutor

Don Ignacio Gavilán

Autores

Carlos Hernández

Julio Hernández

Carlos Trujillo

Joshua Ponce

Diego Jordano

ENERO 2020

ÍNDICE

1. PROYECTO Y OBJETIVOS	3
1.1. LA IDEA	3
1.2. MOTIVACIÓN	4
1.3. LOS PROMOTORES	4
1.4. MISIÓN	5
1.5. VISIÓN	5
1.6. OBJETIVOS	5
2. PRODUCTO Y MERCADO	7
2.1. NUESTRO PRODUCTO Y SERVICIO	9
2.2. PUNTOS FUERTES Y VENTAJAS	13
2.3. IDENTIFICACIÓN DE STAKEHOLDERS	16
2.4. MERCADO POTENCIAL	19
3. COMPETITIVIDAD	23
3.1. PRINCIPALES COMPETIDORES	23
3.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	24
3.3. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD PROPIA	29
4. ANÁLISIS DAFO	31
5. PLAN DE IMPLANTACIÓN	33
5.1. PLAN DE ESTABLECIMIENTO	33
5.2. PLAN DE LANZAMIENTO	34
5.3. CRONOGRAMA	36
6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	37
6.1. DIRECCIÓN DE LA EMPRESA	37
6.2. PERSONAS CLAVE	38
6.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	39
6.4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	39
6.5. PREVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS	40
7. ASPECTOS LEGALES Y SOCIETARIOS	41
7.1. LA SOCIEDAD Y SEDE SOCIAL/OPERATIVA	41
7.2. OBLIGACIONES LEGALES	41
8. PLAN DE FINANCIACIÓN	43
8.1. NECESIDADES FINANCIERAS	43

8.2. PLAN DE FINANCIACIÓN	43
9. RESULTADOS PREVISTOS	45
9.1. PREMISAS IMPORTANTES	45
9.2. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	47
9.3. RESULTADOS A 5 AÑOS	48
9.4. CASH FLOW	49
9.5. RATIOS FINANCIEROS	49
9.6. VALOR NETO	49
10. CONCLUSIONES	51
10.1. OPORTUNIDAD	51
10.2. RIESGO	51
10.3. PUNTOS FUERTES	52
10.4. RENTABILIDAD	52

1. PROYECTO Y OBJETIVOS

1.1. LA IDEA

El presente plan de negocio analiza la viabilidad de creación de Shieldigital Islands S.L., una empresa de seguridad digital especializada en servicios estratégicos a pymes y micropymes consistentes en protección frente a amenazas derivadas del uso de las tecnologías de la información.

El proyecto surge de la idea de establecer una empresa filial de Shieldigital S.L., empresa matriz fundada en mayo de 2019 en Sevilla por analistas de seguridad informática con la finalidad de ofrecer asesoramiento tecnológico especializado y protección a organismos y empresas frente a ataques informáticos.

Conformada por un equipo multidisciplinar, cuenta con jóvenes profesionales con gran visión innovadora y experiencia en servicios de ciberseguridad tanto pasiva como activa.

Nuestra experiencia nos indica que en las empresas actuales, inmersas en un entorno tecnológico en constante cambio, la ciberseguridad se convierte en una prioridad.

La oportunidad de negocio que hemos detectado en Canarias, como veremos más adelante, se basa en la conjunción de varios factores de interés para una empresa de servicios de ciberseguridad como *Shieldigital*, entre los que destacaríamos:

- La creciente sensibilización de directivos y gerentes en que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son un elemento clave para la consolidación y crecimiento de sus empresas.
- El coste económico cada vez menor de estas tecnologías de ciberseguridad las hace accesibles a un creciente perfil de pymes y micropymes en Canarias.
- El alto grado de desconocimiento sobre cuáles son concretamente esas herramientas de nuevas tecnologías, cómo y dónde aplicarlas en su modelo de negocio, e incluso el potencial de las oportunidades que ofrecen.

La rápida evolución de las telecomunicaciones y la externalización de servicios clave de las empresas provocan que cada vez sea más frecuente el uso de dispositivos móviles y servicios en la nube para el desarrollo de la actividad cotidiana de PYMES y micropymes en Canarias. Estos avances tecnológicos ofrecen la oportunidad de nuevos modelos de negocio, nuevas formas de interacción con los clientes

y nuevas formas de trabajo para los empleados, pero también provocan la aparición de riesgos que pueden afectar a la integridad, disponibilidad y a la confidencialidad de la información.

En este contexto nos planteamos crear una empresa filial de Shieldigital en Canarias que pueda aportar el *know-how* adquirido y una gama de soluciones y servicios capaces de satisfacer las necesidades de los clientes, adaptándonos a sus demandas y recursos.

1.2. MOTIVACIÓN

Conscientes de la situación actual, nuestra principal motivación es poder proporcionar a las pymes y micropymes un escenario en el que puedan incrementar sus ventas, ahorren costes y mejoren su competitividad, ofreciéndoles soporte continuo en servicios de auditoría y consultoría de ciberseguridad.

Tenemos el firme propósito de que la concienciación y formación en ciberseguridad llegue a los trabajadores clave en el organigrama de nuestros clientes e interioricen los peligros a los que se pueden enfrentar en la Red, proporcionándoles las herramientas adecuadas para evitar que desarrollen prácticas que afecten a la seguridad informática de la compañía.

“Entendemos que la seguridad de las empresas no es un gasto, sino una inversión”

1.3. LOS PROMOTORES

José Diego Béjar comenzó en el sector seguros en octubre de 1999 al frente de una delegación de Mapfre hasta marzo de 2012, año en el que crea *BEJARES CONSULTORES Correduría de Seguros*, para dar soluciones aseguradoras a particulares y empresas en todos los ámbitos.

Gonzalo Torres tiene más de 20 años de experiencia en el sector tecnológico, realizando tareas como administración de servidores, mantenimiento y soporte, desarrollo de software, programador web y diseñador, actualmente cursa un máster en informática forense para especializarse en labores de peritaje informático, área que próximamente lanzaremos como nueva líneas de negocio en Shieldigital.

Diego Jordano ejerce como Project Manager para un holding de empresas de carácter medioambiental. Con una clara vocación hacia el comercio exterior, trabajó para Proexca en sus oficinas de Londres después de cursar un Máster en International Business.

En enero de 2019 los tres socios crean Shieldigital, consultoría informática y de Ciberseguridad, ofreciendo asesoramiento, formación, además de un amplio abanico de productos tecnológicos"

1.4 MISIÓN

“Nuestra misión es crecer junto a nuestros clientes y acompañarlos en la gestión de su ciberseguridad, cubriendo la totalidad de sus necesidades IT”

Nuestro objetivo es apoyar a nuestros clientes a través de soluciones tecnológicamente avanzadas, proporcionando productos y servicios especializados que cubran íntegramente sus necesidades. Desde servicios de consultoría y formación, hasta el desarrollo de software y hardware, integración de sistemas llave en mano y soporte de operaciones.

1.5. VISIÓN

“Nuestra visión es llegar a ser la empresa consultora de referencia en materia de ciberseguridad en Canarias y promover el desarrollo y la transformación digital de forma sostenible y segura de las pymes y micropymes de nuestras Islas.”

La visión de Shieldigital está orientada a la gestión de cualquier proceso que afecte a la ciberseguridad de nuestros clientes, de forma que se asegure la monitorización continua y mejora de los mismos y la integración de nuestro personal en su desarrollo, a fin de buscar la máxima satisfacción de nuestros clientes.

Pretendemos consolidar una fuerte posición en los cinco primeros años de actividad y apostar por la inversión en innovación, comunicación, marketing y la calidad de nuestros servicios a precios competitivos y adaptados a las necesidades del mercado canario.

1.6. OBJETIVOS

Entre los objetivos que el equipo promotor del proyecto se plantea, destacaríamos los siguientes:

- Conseguir el volumen de ventas que se indican en el apartado 9. Resultados previstos.
- Estar presente en todos los eventos de *networking* en materia de ciberseguridad que se realicen en Tenerife el primer año y el resto de Islas Canarias los sucesivos.
- Conseguir un buen posicionamiento SEO desde la primera fase de desarrollo, a fin de obtener buena relevancia y autoridad en el mercado canario.
- Crear una red de contactos amplia y con garantía de calidad para la externalización de servicios que puedan ser necesarios en las primeras fases.

- Realizar una labor comercial potente el primer año en Tenerife, a fin de obtener los resultados esperados y poder incorporar un delegado comercial en Gran Canaria el segundo año.
- Consolidarnos como empresa de futuro, integrando nuestros servicios dentro de la cultura y funcionamiento diario de la empresa - cliente.
- Ampliar nuestra gama de productos y sectorizar más aun nuestros servicios.

2. PRODUCTO Y MERCADO

El mercado de la ciberseguridad en España continúa su tendencia al alza, alcanzando los 1.307 millones de euros en 2019, según la consultora [consultora ICD Research España](#), lo que supone un incremento del 7% con respecto a 2018 y un crecimiento sostenido del 7,1 % entre 2018 y 2020.

Lejos todavía de una auténtica transformación digital, las pequeñas y medianas empresas no disponen de la capacidad para desarrollar sistemas de seguridad propios, ya sea por recursos financieros, personal o tiempo.

En este contexto, el 43% de los ataques a los que hace frente a diario el [Instituto Nacional de Ciberseguridad \(INCIBE\)](#) se efectúan contra pequeñas y medianas empresas. Una situación de especial vulnerabilidad teniendo en cuenta, además, que solo el 36 % de pymes dispone de los protocolos básicos de seguridad. Este dato se traduce a que sólo en España, cerca de tres millones de pymes se encuentran desprotegidas frente a los ciberataques.

Atendiendo al [Observatorio Español de Delitos Informáticos \(OEDI\)](#) y los datos públicos analizados por el Ministerio del Interior, durante el año 2018 se cuantificaron 110.613 ciberdelitos, con Andalucía, Madrid y la Comunidad Valenciana como principales objetivos.

Según su naturaleza, los ciberataques se clasificaron del siguiente modo:

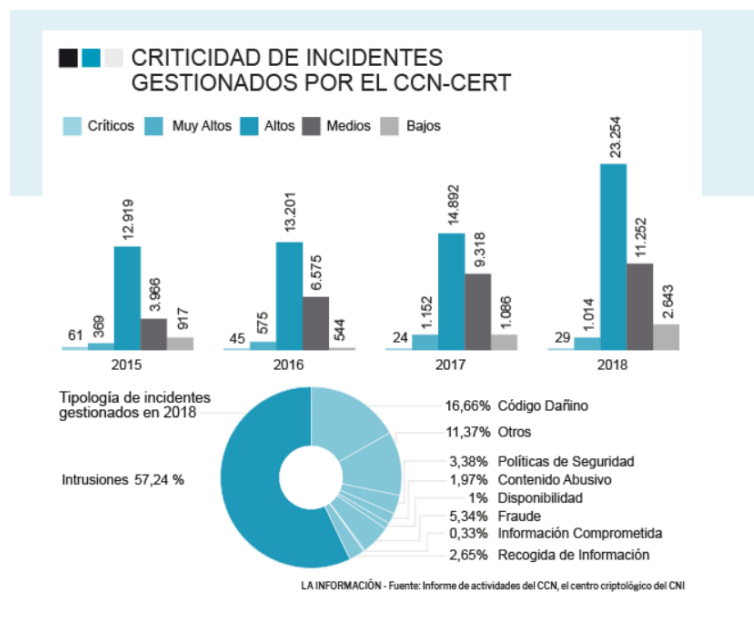


Según datos de [Kaspersky Lab & Ponemon Institute](#), las consecuencias de un ciberataque para las pymes pueden ser muy graves. De ellas destacaríamos dos:

- Los costes directos en los que incurren las pequeñas y medianas empresas tras un ciberataque ascienden a unos 35.000 euros
- El 60 % de las pymes desaparecen en los 6 meses posteriores a sufrir un ciberataque

Si analizamos los ciberincidentes detectados en el sector público y en empresas de interés estratégico, según datos del [Centro Nacional de Inteligencia \(CNI\)](#), y a falta de la publicación de los datos oficiales de 2019, durante el 2018 se batieron todos los récords de ciberataques, alcanzándose la cifra récord de 38.192.

De esos 38.192 incidentes una amplia mayoría fueron calificados de peligrosidad alta. 1.014 supusieron un riesgo muy alto y 29 fueron críticos. En 2017 hubo 26.472 incidentes, por lo que el incremento en 2018 fue de más de un 40 %.



A **nivel europeo**, sólo el 17% de las firmas que operan en Europa puede calificarse de “digitalmente madura”, de acuerdo con el informe [Building a Better Working Europe](#).

A **nivel mundial**, el informe de EY Global Information Security Survey (GISS) va más allá y señala que el análisis de la ciberseguridad copará el segundo puesto en 2020 en lo que a prioridades en la inversión de ciberseguridad para empresas se refiere.



2.1. NUESTRO PRODUCTO Y SERVICIO

El fenómeno de la digitalización actuará como motor de la economía canaria, española y mundial en los próximos años. Sin embargo, las dificultades de las compañías a la hora de encontrar profesionales con habilidades digitales son cada vez mayores, situación que está limitando su capacidad de crecimiento.

En este contexto empresarial nace *Shieldigital Islands*, apostando fuertemente por dar un servicio de calidad a micropymes y pymes, que representan el 95.4 % del entramado empresarial nacional. (INE 2019).

Para la elección del tipo de servicios y productos que más se ajustan a las necesidades de las empresas, hemos analizado aquellos ciberataques que sufren las pymes, concluyendo que ellos destacan dos tipos:

- **Phising:** técnica de hackeo consistente en suplantar la identidad de una persona o empresa para acceder a información confidencial de sus posibles víctimas, tales como clientes, proveedores o empleados.
- **Ramsonware:** los hackers secuestran el sistema y los datos de usuarios o empresas, cifrando –bloqueando– el contenido y pidiendo una cantidad económica al propietario a cambio de descifrarlo. Como dato representativo, en 2018 hubo en España un 350 % más de ataques de *ramsonware* con respecto al año anterior.

Los servicios ofertados por *Shieldigital Islands* serán:

1. Servicios de ciberseguridad

- Pack 360: producto exclusivo por excelencia desarrollado por Shieldigital, que engloba los servicios propios de tres de nuestros principales activos en ciberseguridad:

- a) Plan Ciber Protección
- b) Ciber seguro a medida
- c) Soporte IT

El Pack 360 proporciona un servicio integral de protección al cliente en materia de ciberseguridad, de forma engloba diferentes fases:

- a) Auditoría en materia de ciberseguridad: análisis de vulnerabilidades y posibles áreas de riesgo, test de intrusión de la red interna y externa del cliente, auditoría Wifi y elaboración de un exhaustivo informe reflejando los resultados.
- b) Plan Director Ciberseguridad: detalle de la situación actual de la empresa en base a la auditoría previamente realizada. A partir de los resultados se definen iniciativas y medidas a adoptar, y se establece el orden y prioridad a las acciones a desarrollar.
- c) Implantación del Plan de Ciberseguridad: en colaboración con el departamento IT del cliente, se aplicarán medidas correctivas y se eliminarán las brechas y vulnerabilidades detectadas. En esta fase se pondrán a disposición del cliente herramientas de ciberseguridad como formación correctiva a los empleados en función de las brechas detectadas, protección activa del puesto de trabajo o protección de datos de clientes.
- d) Programa de protección continua: una vez implantado el Plan de Ciberseguridad, se facilitará al cliente un programa de formación continua, y un canal y soporte online. Los equipos quedarán a partir de este momento monitorizados 365 días y el cliente contará con un ciberseguro a su medida con diferentes coberturas posibles, de forma que el cliente pueda ser indemnizado en caso de recibir un ciberataque.

Lamentablemente, los ciberataques y su naturaleza evolucionan, y se crean nuevos tipos cada día, pero el grado de protección que el cliente tendrá a partir de este momento será muy elevado.

- Plan Ciber Protección: desarrollado en colaboración con nuestro partner de confianza, [Always On](#), consiste en un pack de ciber protección activa especialmente diseñado para micropymes y pymes que incluye los siguientes servicios:
 - a) Análisis de vulnerabilidades
 - b) Asistencia H24 frente a incidentes de seguridad

- c) Software de seguridad básico para los dispositivos: antivirus Kaspersky
 - d) Software de seguridad avanzado: anti ransomware
 - e) Monitorización digital H24
 - f) Almacenamiento de copias de seguridad en la nube hasta 15 Gb
 - g) Análisis de seguridad de la red interna
 - h) Servicio reactivo de vulnerabilidades y/o brechas
 - i) Análisis de Ciberriesgo en página web
- Ciber Seguro para empresas: en colaboración con nuestro partner Correduría Bejares Consultores, ofrecemos la gama de ciberseguros de más alto nivel a un precio muy competitivo.

Comercializamos ciber seguros de 4 compañías fundamentalmente:

- a) AIG
- b) Allianz
- c) Hiscox
- d) Reale

Los ciber seguros protegen el negocio de nuestros clientes ante las consecuencias de los ciberataques, como el uso fraudulento de la propiedad intelectual a través de la red, el phishing, la caída del servicio, el robo de datos o la extorsión mediante el bloqueo de los sistemas informáticos.

La finalidad del ciber seguro es poder blindar a nuestros clientes ante el perjuicio económico producido por un incidente en sus sistemas de información o recursos informáticos, independientemente de si el suceso se ha originado interna o externamente, o si ha sido accidental o no. En función de la gama y coberturas elegidas, el seguro de riesgos cibernéticos asumiría el coste que se pudiera generar por la paralización o cese del negocio, pérdidas de clientes, recuperación de reputación, consecuencias legales e indemnizaciones por la publicación de datos personales o información confidencial de terceros.

2. Soporte IT, soluciones help desk

El servicio de soporte de IT de Shieldigital Islands incluye servicios de monitorización y soporte proactivos a usuarios, servidores y dispositivos de red.

Es un servicio totalmente adaptado a las necesidades del cliente, pudiendo realizarse 100 % de forma remota o combinando el servicio en remoto con horas de un técnico on-site.

Asociado a este soporte damos un servicio de acompañamiento ante el reto de la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas, presentando una propuesta de transformación adaptada a la empresa a través de una secuencia ordenada de proyectos.

3. Desarrollo web

Realizamos cualquier proyecto web que nuestro cliente desee, desde opciones económicas para el impulso de un nuevo proyecto hasta desarrollos complejos para empresas consolidadas.

Nuestra idea de web corporativa debe radica en una web profesional, adaptada a todos los dispositivos, fácilmente administrable y optimizada para lograr un buen posicionamiento.

La web de nuestros clientes es su carta de presentación y la primera oportunidad para destacar sobre sus competidores, por lo que Shieldigital Islands desarrolla sus proyectos web no solo para sean útiles y rentables, sino para que tengan un diseño creativo y actual.

4. Desarrollo de apps

Shieldigital Islands diseña y desarrolla aplicaciones para smartphones y dispositivos iPhone, iPad y Android a medida para empresas, buscando la excelencia en la experiencia de usuario y el diseño.

Además de desarrollar aplicaciones nativas para estos dispositivos, Shieldigital Islands también desarrolla aplicaciones web adaptadas a estos smartphones, permitiendo la realización de soluciones y aplicaciones en tiempos de ejecución muy pequeños.

5. Peritaje informático

Encontrar, preservar o documentar evidencias digitales, preservando sus características inalteradas para su presentación ante la autoridad judicial. *Shieldigital Islands* prestará el servicio de análisis forense, prestando servicio en diferentes campos:

- Clonado y análisis forense de dispositivos físicos, como discos duros y memorias USB.
- Recuperación de datos borrados de cualquier dispositivo físico (discos duros, memorias USB, etc.)
- Recuperación de mensajes y contenido de dispositivos móviles y de aplicaciones como WhatsApp.
- Borrado seguro de información.

- Análisis de ficheros informáticos para determinar su integridad o manipulación (fotografías, audios, vídeos, etc).
- Análisis forense de correos electrónicos para determinar su integridad o manipulación.

6. Infoarquitectura

Shieldigital Islands está en pleno desarrollo de esta nueva línea de negocio, altamente demandada en el último semestre por varias empresas inmobiliarias en nuestra sede peninsular.

Entre los principales usos que estamos desarrollando se encuentran los siguientes:

- Interiorismo
- Infografías 3D / 360
- Presentaciones de arquitectura
- Animación
- Catálogos virtuales 360

2.2. PUNTOS FUERTES Y VENTAJAS

La base de la estrategia competitiva de *Shieldigital Islands* reside en los puntos fuertes y ventajas respecto a los demás competidores de nuestro entorno. Nuestra competitividad se desarrolla a partir de 10 puntos diferenciales:

- **Economía de escala y respaldo de la empresa matriz:**

A diferencia de la inmensa mayoría de nuestros competidores, contamos con el sólido apoyo en la Península de nuestra empresa matriz *Shieldigital*.

Nuestra competitividad por tanto se ve inicialmente favorecida, debido al *know-how* en materia de ciberseguridad que la matriz nos proporciona y a que las tareas administrativas estarán centralizadas. Este hecho, permite aprovechar sinergias, evitar duplicidad de tareas y procesos, lo que redundará en una reducción de gastos y costes.

- **Reducción del riesgo comercial y financiero:**

La empresa matriz está formada por los mismos socios que la filial *Shieldigital Islands*, por lo que el riesgo financiero estará repartido entre ambas empresas.

Shieldigital Islands podrá beneficiarse de acuerdos comerciales con partners peninsulares que tengan delegación en las Islas Canarias o estén interesados en penetrar y posicionarse en el mercado canario.

- **Producto disruptivo:**

Nuestros servicios se basan en la comercialización de productos disruptivos en el mercado asegurador y de la ciberseguridad. Nuestro producto estrella, el pack 360, constituye una solución exclusiva e integral que permite evaluar rigurosamente el riesgo global asociado a su nivel de ciberseguridad que presenta una empresa. De esta forma, ofrece el modelo de monitorización, peritaje y gestión de incidentes más adecuado para analizar, determinar y mitigar el impacto global de cualquier ataque o incidente de ciberseguridad y sus consecuencias a todos los niveles.

- **Partners tecnológicos de primer nivel:**

Tal y como se ha descrito en el apartado **2.1. Nuestro Producto y Servicio (hipervin.)**, *Shieldigital Islands* cuenta con el apoyo de partners de primer nivel en el sector de servicios IT, como es el Grupo Always ON, y en el sector de antivirus con Eset.

Recientemente hemos lanzado una nueva Start – up de la que formamos parte, llamada Depodex, dedicada al software para gestión de ciberseguros, y que actualmente se encuentra entre los 10 proyectos seleccionados en el certamen Ciberemprende del ICIBE. <https://www.incibe.es/sala-prensa/notas-prensa/los-10-proyectos-finalistas-ciberemprende-comienzan-su-fase-formacion>

Queremos que empresas canarias se beneficien de un ecosistema de partners especializados, ya creado por *Shieldigital*, que pueda aportarles conocimientos, servicios y un equipo humano con las máximas garantías profesionales.

- **Especialistas en nicho:**

Nuestro producto y servicio se encuentra enfocado al segmento de las micropymes y PYMES que ya han llevado a cabo su transformación digital o se encuentran en proyecto de hacerlo.

A diferencia de la competencia, nuestro nicho de mercado reside también en las micropymes. Por nuestra experiencia en el mercado peninsular, tener una buena estrategia contra la ciberdelincuencia no es exclusivo de grandes empresas, sino todo lo contrario.

- **Competitivos en precio:**

La comercialización de nuestros productos y servicios exclusivos nos confieren un amplio margen económico, así como nuestra relación de partnerships con el Grupo Always ON y Eset.

La reducción de costes de gestión en nuestros servicios nos permite abaratar el coste del producto final que *Shieldigital Islands* ofrecerá en el mercado canario. Además, podremos lograr mejores descuentos con proveedores con los que actualmente trabajamos en la Península y que tengan especial interés en penetrar en el mercado canario.

- **Experiencia contrastada en el sector:**

Nuestra experiencia en el sector es claramente demostrable y está avalada por la empresa matriz, *Shieldigital*, constituida por profesionales multidisciplinares y emprendedores con un largo recorrido en el sector de las TICs, ciberseguridad, gestión de correduría de seguros y creación de empresas.

- **Comprometidos con causas sociales:**

Nuestro último, pero no menos importante, punto diferencial lo ocupan las causas sociales con las que tenemos la intención de participar durante la fase de consolidación de la empresa.

En aras de involucrarnos con la sociedad desde el punto de vista solidario, nuestro objetivo es poder aportar valor social al sector en el desarrollamos nuestra actividad.

En *Shieldigital Islands* creemos firmemente que el éxito empresarial no sólo se refleja en los beneficios generados por la empresa. Para nosotros, el éxito empresarial es poder llegar a aportar algún día nuestro asesoramiento en materia de ciberseguridad a determinadas organizaciones que tengan un eminente carácter social y gestionen cotidianamente datos susceptibles de recibir ciberataques.

- **Apuesta firme por el equipo humano:**

La calidad humana y profesional de quienes integran *Shieldigital Islands* es y será siempre fundamental, ya que se trata del principal capital con el que contaremos.

Creemos firmemente que la mejor estrategia de diferenciación es la basada en las personas que prestan el servicio, algo difícilmente de copiar por parte de nuestros competidores.

- **Competitivos en calidad del servicio:**

Somos conscientes de que la diferenciación con nuestros competidores realmente radica en centrarnos en el cliente, en sus necesidades y problemas.

Shieldigital se esforzará en crear una atmósfera especial para sus clientes y desarrollar métodos de común bilaterales basados en la confianza mutua.

2.3. IDENTIFICACIÓN DE STAKEHOLDERS

Para la identificación de los diferentes stakeholders, hemos seleccionado a aquellos cuya influencia puede llegar a ser de capital importancia en cualquiera de las fases de desarrollo de la creación de la filial de Shieldigital Islands en Canarias.

Una vez identificados, hemos tratado de priorizar y determinar aquellos con los que nos interesa establecer contacto para construir una relación de negocio.

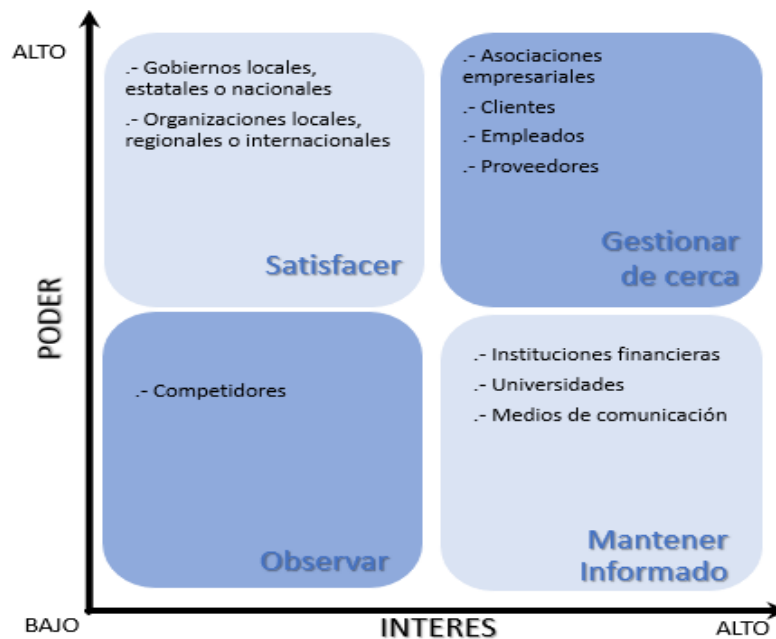
Dentro de nuestros stakeholders podemos caracterizar los siguientes:

STAKEHOLDERS	DESCRIPCIÓN
1. EXTERNOS	
Asociaciones empresariales	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación de Asesores Fiscales de Canarias • Ilustre Colegio de Abogados de Santa Cruz • Colegio Oficial de Odontólogos • Colegio Oficial de médicos
Instituciones financieras	<ul style="list-style-type: none"> • CaixaBank • Caja siete • BBVA • Santander
Target	<ul style="list-style-type: none"> • Micropymes canarias • Pymes canarias
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Bufetes de abogados • Clínicas dentales • Clínicas estéticas • Otras clínicas de medicina especializada • Asesores laborales, fiscales y contables • Actividades jurídicas

	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes • Establecimientos hoteleros
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • Alisios informáticos • INTEGRA Tecnología y Comunicación de Canarias S.L • INVESGIA NUBELIA S.L. • OPEN DATA SECURITY S.L. • OPEN CANARIAS S.L.
Partners	<ul style="list-style-type: none"> • Always On • Depodex • Eset antivirus • Hiscox • AIG • ALLIANZ
Gobiernos locales, estatales o nacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Cabildo • Gobierno de Canarias • Ayuntamientos • Juan de Andalucía
Organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Intech • INCIBE • Cámara de Comercio • Sodecan
Universidades	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad de la Laguna • Universidad de Las Palmas
Redes Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Twitter • Instagram • Facebook • Youtube
2. INTERNOS	
Socios Shieldigital Sevilla	<ul style="list-style-type: none"> • José Diego Béjar • Gonzalo Torres • Diego Jordano
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Departamento técnico • Departamento commercial • Administración • Contabilidad

Una vez identificados los principales stakeholders, hemos desarrollado las siguientes matrices y el modelo de prominencia que nos indica qué estrategia debemos tomar con cada uno nuestros stakeholders.

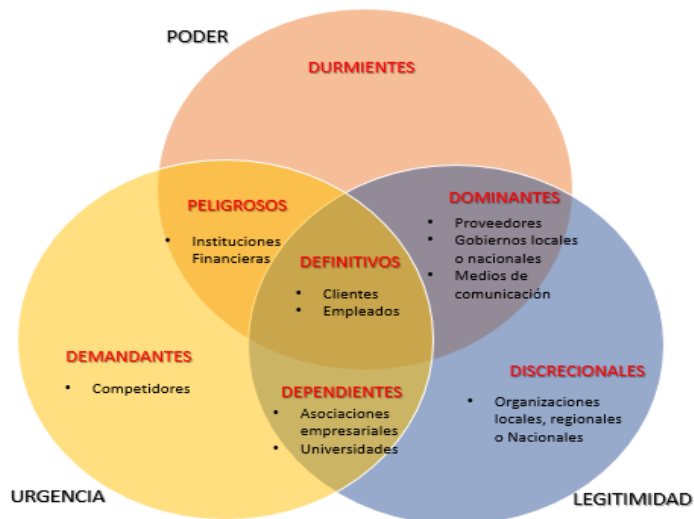
MATRIZ PODER/INTERÉS



MATRIZ PODER/INFLUENCIA



En las matrices Poder/Interés y Poder/Influencia que hemos realizado sobre los stakeholders, será monitorizada mensualmente a fin de poder detectar los posibles movimientos de estos, basados en el grado de interés e influencia que puedan tener con el proyecto.



Detectaremos así, si han surgido nuevos interesados, o por el contrario si existen stakeholders que ya han perdido interés o influencia en la empresa.

MODELO DE PROMINENCIA

Nuestro modelo de prominencia será analizado periódicamente para determinar la participación de los interesados a lo largo del ciclo de vida del proyecto, en función a la criticidad que tienen para el éxito del mismo.

2.4. MERCADO POTENCIAL

Para determinar cuáles van a ser nuestras perspectivas de negocio y rentabilidad es importante determinar el entorno mercantil en el que se opera, con el objetivo de identificar por un lado cuáles van a ser nuestros clientes potenciales y por otro los competidores directos.

A su vez, para delimitar y valorar nuestra presencia en un sector tan amplio como el de la protección tecnológica de empresas, no solo se deberá tener en consideración las actividades concretas que se realizan, sino también, y de forma crucial, la tecnología utilizada para ello.

Los targets a los que dirigimos en el plan de negocio son esencialmente pequeñas y medianas empresas (PYMES) y micropymes ubicadas en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, y que se dedican a las siguientes actividades:

- Actividades de agentes y corredores de seguros
- Actividades de contabilidad, auditoría y asesoría fiscal
- Actividades de medicina especializada
- Actividades de medicina general
- Actividades jurídicas
- Actividades odontológicas
- Actividades turísticas

Se suele pensar que las grandes empresas son las más expuestas a los ciberataques por sus volúmenes de negocio o de datos, pero en la práctica la mayoría de los ataques suceden a pymes y micropymes que invierten menos recursos en ciberseguridad.

“Las pymes y micropymes son el objetivo de los hackers”

Así se refleja en el estudio ‘Panorama actual de la Ciberseguridad en España 2019’, encargado por Google y elaborado por The Cocktail Analysis, en el que se muestra que las pequeñas y medianas empresas fueron los principales objetivos de los ciberataques en 2018.

Los hackers atacaron a estas empresas al descubrir que adolecían de medidas de seguridad para evitar este tipo de ataques. En ese sentido, casi 3 millones de empresas en España apenas cuentan con medidas de protección frente a hackers, según datos de Google.

Analizando nuestros posibles clientes, tomamos como muestra 508 pymes y micropymes que operan en Santa Cruz de Tenerife en las diferentes actividades antes descritas, de las que el 87 % son pequeñas empresas que pueden manejar bases de datos con información de otras empresas o clientes.

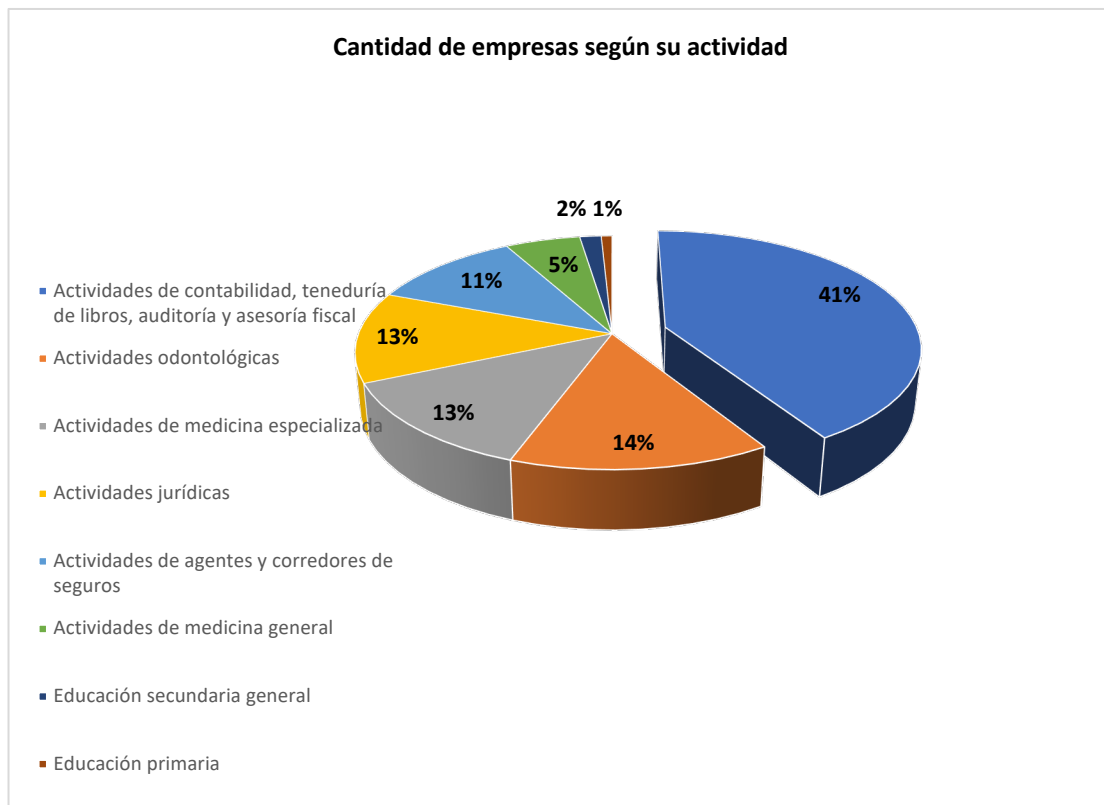
Dimensión	Cantidad	%
Mediana	67	13%
Pequeña	441	87%
Totales	508	100%

Fuente: Ranking de empresas (2018). El Economista.es

La muestra de 508 pymes y micropymes está desglosada en la siguiente tabla:

Actividad	Cantidad	%
Actividades de contabilidad, auditoría y asesoría fiscal	210	41%
Actividades odontológicas	72	14%
Actividades de medicina especializada	65	13%
Actividades jurídicas	64	13%
Actividades de agentes y corredores de seguros	57	11%
Actividades de medicina general	28	6%
Educación secundaria general	8	2%
Educación primaria	4	1%
Totales	508	100%

Fuente: Ranking de empresas (2018). El Economista.es



Fuente: Ranking de empresas (2018). El Economista.es

De las 508 empresas seleccionadas, el 80% está representada de la siguiente manera:

1. El 41 % (210) de las empresas se encargan de asesorar fiscalmente y llevar contabilidad a otras organizaciones.
2. El otro 40 % está comprendida por 72 pymes que son centros odontológicos, 65 empresas dedicadas a la prestación de asistencia médica y 64 dedicadas a la asesoría jurídica.

3. COMPETITIVIDAD

3.1. PRINCIPALES COMPETIDORES

En este apartado llevaremos a cabo la identificación de los principales competidores detectados por Shildigital Islands.

No todas las empresas son competencia directa. Ya que la ciberseguridad simplemente es uno de los servicios que prestan, pero no su actividad principal.

Le metodología empleada para identificar la competencia ha sido a través de contactos en empresas informáticas y extrabajadores de empresas de ciberseguridad que nos han facilitado información sobre el sector, especialmente en la Isla de Tenerife. A partir de esa información hemos investigado con

y estudiar la competencia ha sido a través de

Por este motivo, varían bastante los índices de facturación, empleados y antigüedad de las empresas, siendo la competencia más representativa en canarias la siguiente:

	<p>ALISIOS INFORMÁTICOS S.L.</p>
	<p>INTEGRA TECNOLOGIA Y COMUNICACION DE CANARIAS S..L</p>
	<p>INVESGIA NUBELIA S.L.</p>
	<p>OPEN DATA SECURITY S.L.</p>



OPEN CANARIAS S.L.

3.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Hay dos características comunes muy relevantes dentro de los competidores:

- 1. Dispersión - falta de especialización:** fruto de las necesidades de supervivencia en estos años difíciles, todos los competidores han dispersado su actividad en todos los puntos de lo que podemos denominar el “sector tecnológico”, a fin de abarcar una mayor cuota de mercado.
- 2. Orientación a la tecnología con notable ausencia del marketing** y comprensión de las necesidades de los usuarios.

A continuación, realizamos un pequeño análisis financiero. Además, revelamos otros datos de interés como la localización, antigüedad y número de empleados.

ALISIOS INFORMATICOS SL

Información Financiera

**Ventas balance
(2018)**
447.518 € ↑
(Registro Mercantil)

**Resultados balance
(2018)**
24.148 €
(Registro Mercantil)

**Activo Total
(2018)**
276.738 €
(Registro Mercantil)

Capital social
3.410 €

Depósito individual
2018

Domicilio: Calle Subida Al Mayorazgo, 13 38010 - (Santa Cruz De Tenerife) - Tenerife

Sector: INMOBILIARIAS Y SIMILARES

INTEGRA TECNOLOGIA Y COMUNICACION DE CANARIAS SL

Información Financiera

<p>Ventas balance (2018)</p> <p>1.829.435 € ↑</p> <p>(Registro Mercantil)</p>	<p>Resultados balance (2018)</p> <p>100.401 €</p> <p>(Registro Mercantil)</p>	<p>Activo Total (2018)</p> <p>2.075.870 €</p> <p>(Registro Mercantil)</p>
<p>Capital social</p> <p>42.006 €</p>	<p>Depósito individual</p> <p>2018 📄</p>	

- **Antigüedad:** 9 años (21/11/2011)

- **Nº de empleados:** 9

- **Domicilio:** C/ Fotógrafo José Norberto Rguez. Díaz "zenón", 2 - Edif. Prisma, Oficina 4.3 (Laguna, La) - Sta. Cruz De Tenerife

- **Sector:** Consultoría empresarial y otros

INVESGIA NUBELIA SL.

Información Financiera

<p>Ventas balance (2018)</p> <p>209.006 € ↑</p> <p>(Registro Mercantil)</p>	<p>Resultados balance (2018)</p> <p>102.786 €</p> <p>(Registro Mercantil)</p>	<p>Activo Total (2018)</p> <p>303.120 €</p> <p>(Registro Mercantil)</p>
<p>Capital social</p> <p>20.010 €</p>	<p>Depósito individual</p> <p>2018 📄</p>	

- **Antigüedad:** 3 años (06/04/2017)

- **Domicilio:** Av. candelaria 27 1 - Oficina 3 38206 - (San Cristobal De La Laguna) - S/C Tf.

-Sector: MINORISTAS (EXCEPTO ALIMENTOS Y MEDICAMENTOS)

OPEN DATA SECURITY SL.

Información Financiera

Ventas balance (2018) 264.571 € ↑ (Registro Mercantil)	Resultados balance (2018) -284.149 € (Registro Mercantil)	Activo Total (2018) 712.919 € (Registro Mercantil)
Capital social 4.350 €	Depósito individual 2018	

-Antigüedad: 3 años (26/06/2017)

-Domicilio: C/san Francisco, N 9 38002 - Santa Cruz De Tenerife

-Sector: CONSULTORÍA EMPRESARIAL Y OTROS

OPEN CANARIAS SL

Información Financiera

Ventas balance (2018) 3.859.140 € ↑ (Registro Mercantil)	Resultados balance (2018) 258.335 € (Registro Mercantil)	Activo Total (2018) 5.248.275 € (Registro Mercantil)
Capital social 30.940 €	Depósito individual 2018	

-Antigüedad: 24 años (01/01/1996)

-Nº de empleados: 79

-Domicilio: C/ Elias Ramos Gonzalez,4 38001 - S/C. Tfe

-Sector: Consultoría empresarial y otros

-Clientes destacados: Disa, Puertos de tenerife, dental, Anaga experience

- Productos y servicios

ALISIOS INFORMATICOS SL

1- Peritaje informático forense (descubrir fraudes, usos no autorizados de ordenadores, violación de confidencialidad).

2-Recuperación de Datos.

3-Análisis y desarrollo de aplicaciones informáticas y soluciones de negocio con personalizaciones de sistemas.

4-Intermediación y arbitraje (mediar, intervenir o arbitrar en conflictos empresariales).

5-Laboratorio Informático forense (análisis de evidencias tecnológicas).

6-Auditoría de Seguridad (evaluación para detectar errores y fallos informáticos).

7-Eliminación de datos segura.

INTEGRA TECNOLOGIA Y COMUNICACION DE CANARIAS SL

1-Asesoría y Consultoría.

2-Soporte informático (prevención y evolución de sistemas informáticos).

3-Sistemas de Tecnologías de la Información.

4-Seguridad informática.

5- Desarrollo de Software (Construcción de aplicaciones a medida, tanto para PC, Web y dispositivos móviles).

6-Portales Web & eCommerce.

INVESGIA NUBELIA SL.

1- Formación de empleados en ciberseguridad.

2-Copia de seguridad de datos.

3-Auditorías de ciberseguridad.

4-Protección de datos.

5-Evaluación de riesgos de seguridad informática.

6-Desarrollo de pag. Web.

OPEN DATA SECURITY SL.

1-Auditorías de seguridad informática.

2-Formación de empleados en ciberseguridad.

3-Informática forense.

OPEN CANARIAS SL

1-Business Intelligence para las Finanzas Corporativas.

2-Consultoría e Implantación IT.

3-Administración electrónica.

4-Explotación, operación y soporte.

5-Formación y Soporte a la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP) Para Organismos Públicos.

6-Formación y Soporte a la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP) Para Empresas.

7-Herramientas Open Data para mejorar la gestión pública.

8-Sistemas de Software avanzados.

9-Soluciones Blockchain.

- Principales fortalezas y debilidades de los competidores

	Principales fortalezas	Principales debilidades
ALISIOS INFORMATICOS SL	1-Buena oferta de servicios de peritaje informático.	1- Empresa de nueva creación. 2- Dispersión de servicios.
INTEGRA TECNOLOGIA Y COMUNICACION DE CANARIAS SL	1-Variedad de diseños. 2- Experiencia en el mercado. 3-Alto volumen de ventas	1-Dispersión de servicios
INVEGIA NUBELIA SL.	Buena ubicación	1-Dispersión. 2-Bajo índice de ventas
OPEN DATA SECURITY SL.	1- Amplia cuota de mercado	1-Dispersión extrema de servicios. 2- Empresa nueva. 3-Poca publicidad. 4-Bajo índice de ventas
OPEN CANARIAS SL	1-Clientes muy fuertes. 2-Amplia cuota de mercado. 3- Alto volumen de ventas	1-Dispersión

3.3. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD PROPIA

Competiremos apoyándonos en los siguientes puntos y estrategias:

1- Sinergia con la matriz *Shieldigital* de Sevilla que aportará **know-how** en materia de ciberseguridad y centralización de tareas administrativas.

2- Facilidad a la hora de realizar posibles acuerdos comerciales con **partners peninsulares** que tengan o estén interesados en tener delegación en las Islas Canarias.

3- A diferencia de la gran dispersión de actividades llevadas a cabo por la competencia. Nuestro producto estrella, el pack 360, ofrece un modelo personalizado al cliente; de monitorización, peritaje y gestión de incidentes más adecuado para analizar, determinar y mitigar el impacto de cualquier ataque o incidente de ciberseguridad.

4-Nuestro producto y servicio se encuentra enfocado al segmento de las micropymes y PYMES (nicho de mercado) que ya han llevado a cabo o estén en proceso de transformación digital.

5-La reducción de costes de gestión en nuestros servicios nos permite abaratar el coste del producto final que *Shieldigital Islands* ofrecerá en el mercado canario.

6-Experiencia en el sector demostrable y está avalada por la empresa matriz, *Shieldigital*.

7- Apuesta firme por el equipo humano; El servicio personalizado y profesional de quienes integran *Shieldigital Islands* es y será siempre fundamental.

4. ANÁLISIS DAFO

Para evaluar el potencial inicial de Shieldigital Islands hemos utilizado una herramienta muy útil, el análisis DAFO, a fin de analizar nuestras fortalezas, debilidades, oportunidades disponibles y posibles amenazas.

Nos hemos planteado las siguientes cuestiones:

- Fortalezas: ¿Qué fortalezas tiene la Shieldigital Islands ahora y cómo esas fortalezas evolucionarán hacia el futuro?
- Debilidades: ¿Qué deficiencias podría haber en los servicios? ¿Qué áreas de Shieldigital Islands deben mejorarse en primer lugar?
- Oportunidades: ¿Cómo Shieldigital Islands puede aprovechar las asociaciones y las nuevas innovaciones para que el negocio crezca? ¿En qué otros segmentos del sector Shieldigital Islands podría considerar entrar en el futuro?
- Amenazas: ¿Existen factores externos, controlables y no controlables, que podrían potencialmente afectar el flujo de caja o el crecimiento de Shieldigital Islands ?

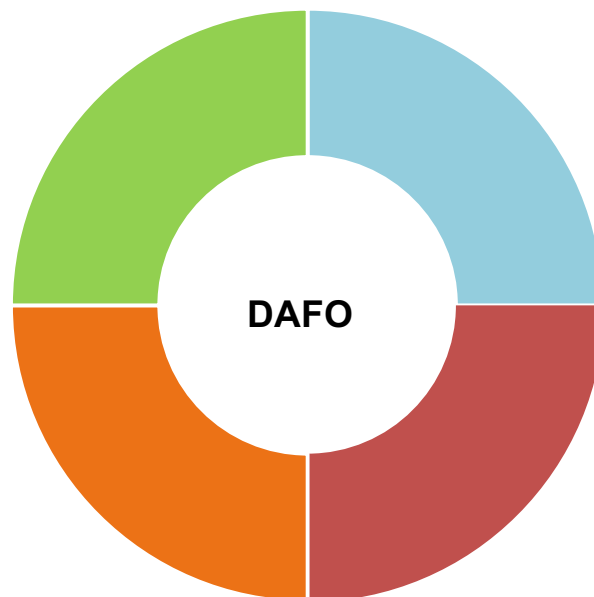
A continuación, se presenta una matriz DAFO a partir de la cual trataremos de dar respuesta a cada una de las cuestiones planteadas anteriormente:

FORTALEZAS

- Experiencia y formación del equipo promotor
- Economía de escala y respaldo de la empresa matriz
- Producto exclusivo y disruptivo en soporte y protección integral
- Empresa de base tecnológica muy enfocada al servicio personalizado y de calidad al cliente
- Colaboración con partners tecnológicos de primer level
- Experiencia emprendedora de los socios Empresa competitiva en precio y servicio
- Solvencia financiera incia

OPORTUNIDADES

- Territorio con beneficios fiscales muy atractivos
- Creciente demanda de servicios de ciberseguridad
- Poca implantación de protección adecuada ante ciberataques.
- Poca competencia directa en el sector
- Apoyo de la administración por la naturaleza tecnológica del proyecto
- Posibilidad de incluir la empresa en zona ZEC



DEBILIDADES

- Insularidad y dependencia de la matriz en la primera fase de lanzamiento
- Empresa de nueva creación en Canarias, sin experiencia demostrada ante clientes locales
- Posible dependencia inicial en externalizar servicios en subcontratas de las que no tenemos referencias
- Ubicada en una región con menor dinamismo económico que la Comunidad Andaluza.
- Residencia habitual de dos de los tres socios de la empresa lejana al territorio canario
- Falta de cultura de marketing en materia de ciberseguridad.

AMENAZAS

- Poca concienciación empresarial respecto a los riesgos que puede suponer un ciberataque
- Posible recesión económica que afectaría al presupuesto de la empresas en ciberseguridad
- Intrusismo de empresas especializadas en soporte informático que ven en la ciberseguridad una nueva línea de negocio
- Posible escepticismo inicial de los consumidores

5. PLAN DE IMPLANTACIÓN

El plan de implantación incluirá el lanzamiento y establecimiento de Shieldigital como empresa en Canarias. Dicho Plan se enmarcará dentro de la estrategia de marketing que desarrollaremos en el futuro y que proporcionará detalles específicos a llevar a cabo en el momento en que queramos dar a conocer nuestro negocio o servicios.

El Plan de Implantación deberá:

- Definir claramente el target o público objetivo.
- Delimitar el posicionamiento en el mercado, incluyendo el segmento o segmentos determinados.
- Determinar el precio.
- Elegir los canales y los tipos de distribución.
- Fijar un calendario de actividades.

5.1. PLAN DE ESTABLECIMIENTO

Desde ShieldDigital Island partiremos de una base ya desarrollada por el equipo de ShieldDigital de Sevilla, con lo cual sólo será necesario realizar ciertos ajustes enfocados para el correcto funcionamiento de la compañía en el mercado canario. Se prevé un desarrollo de 6 meses para realizar el plan de establecimiento.

El diseño de la página Web ya está realizado y compartiremos la página con nuestra empresa homóloga de Sevilla. La página debe estar preparada y modificada (incluyendo a ShieldDigital 6 meses antes del lanzamiento comercial). El hecho que haya que modificar la página y no crear una nueva reduce el tiempo del plan de establecimiento.

La selección y formación del personal correrá a cargo de la empresa y será el técnico sevillano quien se encargará de formar en las tareas más técnicas al técnico de Tenerife. Se calcula un tiempo prudencial de 4 meses para el proceso de selección. La formación será anterior a la apertura de la compañía para que pueda realizar sus funciones desde el primer día de trabajo.

El aprovisionamiento de los materiales necesarios para el desarrollo de la actividad se realizará dos meses antes del lanzamiento comercial.

5.2. PLAN DE LANZAMIENTO

El objetivo de nuestro Plan especial de Lanzamiento es obtener notoriedad desde el primer minuto. No somos una empresa más, queremos hacernos notar en todos los ámbitos y para ello desarrollaremos una suma de acciones y mini-campañas que pretenden generar un efecto novedad positivo para nuestros intereses. Nuestros objetivos son:

1.- Hacernos notar: que las empresas de nuestro entorno nos conozcan a la mayor brevedad. Para ello, se implantará la estrategia de comunicación resaltando nuestra existencia, los usos y bondades de nuestros productos etc... Además, junto a esta estrategia se desarrollará un plan de relaciones Públicas con el objetivo de potenciar el mensaje y que llegue a más futuros clientes y generar mayores ventas.

2.- Posicionarnos desde el primer momento como una compañía que aporta calidad y valor añadido. Estaremos centrados en el cuidado de nuestros clientes, con un equipo capacitado para atender las dudas o inquietudes que puedan tener una vez lanzados nuestros servicios.

Por lo tanto, ambos puntos coinciden en la creación de un plan de marketing para apoyar nuestra estrategia de penetración en el mercado. Se realizará un esfuerzo publicitario para llegar a nuevos clientes e iniciar un poderoso posicionamiento de la marca en el mercado.

Los clientes potenciales serían:

1. Empresas que aún no disponen de un servicio de ciberseguridad. Esta clase de empresa serán nuestro primer objetivo en el año.
2. Empresas que disponen de servicio de Ciberseguridad que no estén satisfechas con los servicios prestado por la competencia. Centraremos los esfuerzos del segundo año en estas empresas una vez ya hayamos acabado con el primer tipo de empresas. En términos de competitividad seríamos más competentes resultando más atractivos para este segundo grupo. A este grupo podemos sumar a los clientes que quieran integrar su servicio de Ciberseguridad el pack 360 integrando todos los servicios necesarios con una sola empresa.

Para llegar a estos clientes debemos establecer una estrategia de acceso al cliente. Para llegar a estos utilizaremos principalmente dos vías:

1. Los medios publicitarios que darán a conocer nuestros servicios y nuestra empresa. Para ello utilizaremos vías como radio, prensa etc...

2. El equipo comercial de la empresa que tendrá dos funciones: traer nuevos clientes potenciales y consolidar a los clientes.

Por lo tanto, el objetivo del plan de marketing es conseguir los clientes necesarios para alcanzar los retos propuestos para el primer año en términos de ventas. El objetivo es específico ya que tenemos marcados claramente los clientes a conseguir y los productos que vender para cumplir con las provisiones.

Es medible, en cualquier momento podemos analizar cómo vamos en la consecución de objetivos solamente con cuantificar las ventas. Es alcanzable, contamos con una estrategia clara y con un partner que nos facilitará la captación de clientes para poder conseguir el objetivo. Es un objetivo relevante, conseguir el volumen de ventas marcado sentará las bases en el mercado de Tenerife. El objetivo de ventas se debe conseguir en el plazo de 1 año.

Las acciones comerciales que facilitarán la consecución del objetivo serán:

- Mailing destinado a las empresas que cumplan el perfil de cliente potencial. Se creará un correo tipo que invite a los clientes potenciales a entrar a través de un enlace en nuestra página web si están interesados en nuestros productos. Para ello, mensualmente se dirigirá a un sector, donde podamos mostrar datos que refuercen nuestros argumentos.
- Presentación personal de los productos. Esta labor será íntegramente de nuestro equipo, que en una presentación de nuestros productos y servicios deben mostrar las ventajas de elegirnos. Para una mayor organización, plantearíamos una visita semanal por parte de nuestro comercial a clientes potenciales con vistas a captarlos. Para ello, estas visitas estarán más preparadas, con datos económicos del cliente y con una oferta ya preparada.

La preparación de esta visita comercial llevará tiempo, por lo que sólo se hará una semanal. El resto del tiempo el comercial se dedicará a visitas o gestiones diarias.

- Presentación on-line de nuestros servicios mediante invitaciones a conocer nuestra Web
- Presencia en directorios comerciales y eventos relacionados con la ciber seguridad. Para estos casos, prepararemos un stand donde se aprecie nuestra marca. Programamos 3 eventos anuales en el primer año donde podamos presentar nuestros productos.
- Campaña en Internet. Para ello, mejoraremos nuestro posicionamiento SEO, que busca la optimización web mediante estrategias de contenido con el objetivo de estar entre las primeras

opciones de búsqueda por internet y el posicionamiento SEM repercutiendo un coste para la empresa, pero dándonos a conocer con anuncios online. El precio medio suele rondar los 80-100€ mensuales en anuncios en Google (principal motor de búsqueda en España).

Para reforzar nuestra presencia en la red, crearemos perfiles en las principales redes sociales donde expliquemos quienes somos, nuestros servicios, principales amenazas en la red, etc. A través de estos canales podemos medir cuantas personas se interesan por nuestros servicios, relacionarnos y conocer la opinión de nuestros clientes y clientes potenciales.

En las acciones comerciales que se realizarán se deben hacer hincapié en los siguientes puntos:

- Presentar las ventajas de los servicios de la manera más sencilla y atractiva posible
- Distinguir y poner en valor las diferencias respecto a los competidores y alternativas no profesionales
- Crear prestigio e imagen de calidad. Para ello, nos apoyaremos en los puntos fuertes de nuestra marca que nos diferencian de la competencia.

El coste aproximado de estas acciones será de 2.000 euros el primer año, inversión que se mantendrá en sucesivos ejercicios.

5.3. CRONOGRAMA

Cronograma Plan de establecimiento y lanzamiento	Año -1												Año 1											
	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
Go/no Go socios: decisión de poner en marcha el plan																								
Constitución de la sociedad																								
Estatutos y escrituras																								
Solicitud de CIF																								
Altas en Seg. Soc.																								
Alquiler oficina																								
Inversiones																								
Adquisición e instalación de infraestructuras informáticas y mobiliario																								
Adquisición de infraestructuras de comunicaciones																								
Implantación de aplicaciones informáticas																								
Despliegue de la Web																								
RRHH																								
Selección de Personal																								
Contratación																								
Formación																								
PLAN FINANCIERO																								
Solicitud Préstamos ICO																								
Concesión																								
MARKETING																								
Plan de medios (digitales y tradicionales); mailing, prensa,																								
Plan de eventos																								
Plan de visitas comerciales																								
Puesta en marcha los canales digitales : Facebook, LinkedIn																								
Gestión comercial de canales digitales: Facebook, LinkedIn																								

6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

6.1. DIRECCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa estará liderada por la asamblea de socios compuesta por los propietarios a partes iguales de la empresa. Las decisiones importantes de la empresa como presupuestos, servicios etc.... deben ser consensuadas y aprobadas conjuntamente.

- Gerencia de la empresa: la gerencia de la empresa correrá a cargo de uno de los socios, que vivirá en canarias y podrá dar el soporte necesario e inmediato.

Sus principales tareas serán:

- a) Organización: en el contexto empresarial, organizar es agrupar las tareas necesarias que llevarán a conseguir los objetivos de la empresa. La organización no solo trata de tareas sino también de personas, por tanto, definirá el organigrama de la empresa y las relaciones entre cada una de esas partes
 - b) Planificación: planificar es decidir lo que se va a hacer, esto es, tomar las correspondientes decisiones para establecer los objetivos de la organización. Dentro de la planificación se encuentra la definición de los métodos y estrategias para alcanzar los objetivos.
 - c) Asignación y coordinación de recursos: la dirección de la empresa es responsable de distribuir y utilizar correctamente los recursos de los que dispone, tanto en el presente como pensando en el futuro.
 - d) Control: en los puntos anteriores ha quedado claro que la dirección ha marcado unas pautas, por tanto, también debe controlar que se estén cumpliendo.
 - e) Promover las buenas relaciones entre todos los empleados de la empresa: el gerente de la empresa o cualquier mando intermedio deben evitar los roces que puedan surgir en la convivencia diaria y mediar en el caso de que dichos roces hayan aparecido, intentando suavizar la situación y favoreciendo el buen ambiente en el trabajo.
- Tareas comerciales

Las tareas de entrevista y contratación también serán a cargo del gerente bajo la aprobación de la asamblea de socios.

- Departamento de operaciones.

La persona encargada del departamento de operaciones se encargará de las tareas técnicas del proyecto, se encargará de realizar las pruebas de vulnerabilidad del sistema, trasladar los procedimientos a presupuestar y una vez se acepte el servicio, realizar el servicio.

El departamento estará compuesto por dos personas en primer lugar, la primera que realizará los test de vulnerabilidad, que se encargará en un primer momento de suplir las demandas de los clientes en Tenerife, y la segunda, con mayor conocimiento en la materia realizará los servicios de mayor complejidad.

- Departamento administrativo.

El departamento tendrá las tareas de administración y contabilidad, una vez con los datos del departamento de operaciones elaborar un presupuesto. Este departamento estará externalizado para ahorrar costes.

- Departamento comercial.

Este departamento tiene una tarea clave, la captación de clientes. En un primer momento será una persona la encarga de realizar todas las gestiones comerciales necesarias para captar un buen número de clientes.

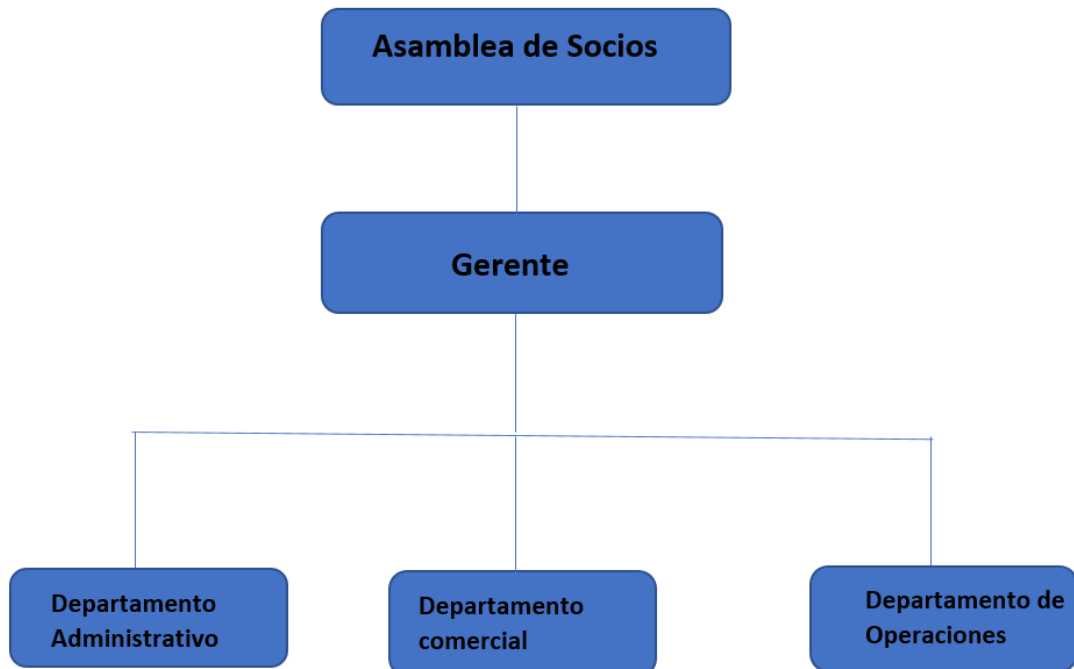
6.2. PERSONAS CLAVE

Las personas clave dentro de la compañía están relacionadas con los principales stakeholders. En nuestro caso una persona clave es el técnico de Shieldigital Sevilla, que se encargará de formar al técnico canario para poder desarrollar la actividad principal de la empresa. En casos en los que se necesite el apoyo debido a la complejidad del trabajo el técnico de la empresa matriz se podrá trasladar al archipiélago para realizar el trabajo.

Otra persona clave para el correcto funcionamiento de la empresa es el comercial, ya que atraerá los clientes necesarios y será la cara visible de la compañía.

También podemos determinar como persona clave un futuro patner que nos dé a conocer dentro de una comunidad profesional, siendo nuestro contacto y facilitándonos la entrada a esos grupos, que sin su ayuda, sería una tarea más compleja.

6.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA



6.4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Desarrollar el Plan de Recursos Humanos es el proceso por el cual se identifican y documentan los roles de un proyecto, las responsabilidades, las habilidades requeridas y las relaciones de comunicación, y se crea el plan para la dirección de personal. La planificación de los recursos humanos se utiliza para determinar e identificar aquellos recursos humanos que posean las habilidades requeridas para el éxito del proyecto. El plan de recursos humanos documenta los roles y responsabilidades dentro del proyecto, los organigramas del proyecto y el plan para la dirección del personal.

Los roles necesarios para la puesta en marcha del proyecto son:

Técnico en Ciberseguridad. El rol de este trabajador dentro de la empresa es claro, realizar la actividad principal de la empresa. Por ello, será contratado por la empresa para que pueda reflejar la filosofía de esta. Además, debe tener la capacidad para seguir formándose ya que la empresa se encuentra en un mercado que está continuamente sufriendo cambios y erradicando nuevas ciber-amenazas. Formará parte del departamento de operaciones.

Comercial. El comercial tiene como tarea la captación de clientes. Tiene entre sus objetivos incrementar el número de clientes alrededor de la isla. Para motivarlo contará con un plan ambicioso

de comisiones, por lo tanto, cuanto más se incrementen el número de clientes mayor será las ganancias de este. Este trabajador también estará contratado por la empresa, con sueldo fijo más las comisiones por captación de clientes. Pertenece al departamento comercial y estará bajo la supervisión del gerente.

6.5. PREVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Adquirir el equipo de proyecto es el proceso para confirmar los recursos humanos disponibles y formar el equipo necesario para completar las asignaciones del proyecto. No obstante, también se debe realizar una previsión de los recursos humanos que serán necesarios en el futuro. Por lo tanto, se debe realizar una planificación de los recursos humanos.

La planificación de recursos humanos consiste en estudiar las futuras necesidades de personal de una organización. Los empleados dejarán sus puestos por muchas razones.

Por lo tanto, se debe prever qué tipo de puestos de trabajo tendrá que ocupar la empresa en el futuro. Esto podría incluir reemplazar los empleados que se van y buscar empleados para cubrir puestos que todavía no existen en la organización.

El hecho de no hacer una buena planificación o no adquirir los recursos humanos necesarios para el proyecto puede impactar en los cronogramas, los presupuestos, la satisfacción del cliente, la calidad y los riesgos. Esto podría disminuir la probabilidad de éxito.

En el caso de ShieldDigital, los recursos humanos utilizados el primer año serán el técnico y el comercial. El primer año el departamento administrativo continuará externalizado. De cara al segundo y tercer año, la previsión será de incrementar en uno los comerciales en Tenerife y empezar con la actividad en Gran Canaria, con el mismo sistema que comenzamos, un técnico y un comercial contratado por la empresa. Ambas islas estarán bajo la supervisión del gerente.

7. ASPECTOS LEGALES Y SOCIETARIOS

7.1. LA SOCIEDAD Y SEDE SOCIAL/OPERATIVA

- Se encontrarán en Tenerife ambas.
- La propiedad de *Shieldigital Islands* corresponde a los 3 socios en partes iguales (33% cada uno). Además de contar con la muy posible participación de algún socio local.
- Canarias goza de condiciones preferenciales en impuestos y tarifas, facilidad en los trámites y deducciones fiscales.
- Se consolida como una Sociedad Limitada (S.L.) debido a las siguientes consideraciones:
 - a) No existe límite superior en la cantidad de socios que pueden participar y formar parte de la empresa
 - b) Requiere una inversión inicial pequeña, lo cual es idóneo para nuestra empresa porque no contamos con grandes fondos económicos iniciales
 - c) En caso de que la situación económica de la empresa empeore durante un determinado ejercicio, hasta el punto de llegar a ser insostenible, solamente perderemos la cantidad de capital aportada al constituir la forma jurídica de la empresa, por lo tanto, ninguno de los socios o miembros de ella responderán con su patrimonio personal

7.2. OBLIGACIONES LEGALES

Impuesto sobre Sociedades

El impuesto sobre sociedades es un impuesto de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las Sociedades y demás entidades jurídicas no sometidas al impuesto sobre la renta de las personas físicas, así como las entidades sin personalidad jurídica cuando así lo determine su legislación específica.

- Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades.
- Real Decreto 1777/2004, de 30 de julio (BOE 06/08/2004) por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades.

Impuesto General Indirecto Canario

Ley 20/1991 , de 7 de junio, de Modificación de los Aspectos Fiscales del Régimen Económico y Fiscal de Canarias.

Reglamento Ley 20/1991, de 29 de diciembre, por el que se dictan normas de desarrollo relativas al Impuesto General Indirecto Canario.

Incentivos Fiscales del REF Canario

Estos beneficios fiscales se encuentran regulados en la Ley 19/1994, de 6 de julio, de Modificación del Régimen Económico y Fiscal de Canarias. Asimismo existe un Reglamento de desarrollo del REF

Deducciones

- Deducción por inversión en Canarias
- Deducción por inversiones en territorios de África Occidental y por gastos de propaganda y publicidad (Art. 27 bis)
- Deducciones por inversiones en producciones cinematográficas, series audiovisuales y espectáculos en vivo de artes escénicas y musicales realizadas en Canarias
- Incentivos a la Inversión (Art.25)
- La Zona Especial Canaria (Art.28 y siguientes)
- Régimen especial de empresas productoras de bienes corporales (Art.26)
- Reserva para inversiones en Canarias (Art.27)

8. PLAN DE FINANCIACIÓN

En este apartado se van a cuantificar las inversiones que son necesarias acometer. Posteriormente se va a establecer el modo en el que se pretende financiar.

8.1. NECESIDADES FINANCIERAS

Este proyecto requiere un volumen de financiación global que hemos establecido en las siguientes:

- Lanzamiento, año 1: todos los servicios se externalizarán, tendremos oficina situado en zona de Santa Cruz-La Laguna donde más posibles clientes encontramos. El objetivo será la creación de la sede de Shieldigital en Tenerife. Para ello, a finales del segundo año esperamos poder contar una pequeña oficina de no más de 60 m2.

La inversión para este año será: mobiliario 2.500 euros, equipos informáticos 3.300, aplicaciones y licencias anuales informáticas 1.500 euros. Mobiliario básico y tres puestos de trabajo por ahora. Gatos de Constitución de sociedad 500 euros. Gastos administrativos notariales 150 euros, costes de registro 250 euros y gastos de gestoría 300 euros. Puesta en marcha Campaña de marketing 2.000 euros aprox.

- Año 2: Incorporaremos un Delegado Comercial en Gran Canaria y le daremos, y haremos una inversión de un portátil más software necesario.
- Año 3: Incorporaremos a un técnico Informático para dar cobertura al crecimiento en Gran Canaria y resto de Islas, si fuera necesario. Haremos una nueva inversión en software y equipo informático

8.2. PLAN DE FINANCIACIÓN

Por razones de prudencia y a pesar de nuestra absoluta confianza en el negocio y en el cumplimiento de los objetivos, hemos prescindido de pretensiones de autofinanciación inicial y – en consecuencia – hemos previsto cubrir todas las necesidades mediante el capital aportado por los socios y financiación externa.

1º Capital social:

Hemos previsto un capital social total de 45.000€ que aportarán los socios de la compañía a partes iguales en el año 1 12.000 euros y en el año 2 será 30.000 euros

2º Préstamos:

El resto de la financiación necesaria se prevé de forma externa y mediante Préstamos, a través de una línea de crédito; ICO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES.

Dadas las perspectivas y los márgenes previstos, dicha financiación se considera suficiente y perfectamente asumible por la compañía, manteniendo ratios de solvencia y de capacidad de devolución.

Resumen plan de financiación:

ShieldDigital	Plan de Financiación		
----------------------	-----------------------------	--	--

Socios	Inversión		Participación
	Año 1	Año 2	
Socio 1	4.000,00 €	10.000,00 €	33,33%
Socio 2	4.000,00 €	10.000,00 €	33,33%
Socio 3	4.000,00 €	10.000,00 €	33,33%
Total Capital Social	12.000,00 €	30.000,00 €	

Préstamos Previstos			Observaciones
	Año 1	Año 2	
Linea de credito ICO Empresas y Emprendedores	52.218,56 €		ICO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Total Fondos	94.218,56 €
---------------------	--------------------

9. RESULTADOS PREVISTOS

9.1. PREMISAS IMPORTANTES

El presente plan se fundamenta en las siguientes premisas:

Hipótesis Ventas:

Para la previsión de las ventas nos hemos basado en el estudio de mercado objetivo y en los datos que nos han suministrado nuestros socios de la creación de la matriz en Andalucía. Además, hemos previsto un incremento de las ventas en el primer, segundo y tercer año, ya que en el primer año centramos la labor comercial en Tenerife y a partir del segundo año incorporamos un nuevo delegado comercial en Gran Canaria, ampliando nuestro mercado potencial. Con estas ventas base hemos hecho un análisis de sensibilidad incrementándolas un 20% y disminuyéndolas otro 20%. Para ver los resultados.

Hipótesis Base Venta de para por Shieldigital	Unidades Vendidas por año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Servicios de Ciberseguridad					
Pack Ciber Protección					
0-5 Dispositivos	8,00	14,00	18,00	18,00	18,00
6-10 Dispositivos	10,00	18,00	27,00	27,00	27,00
> 10 Dispositivos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ciberseguro					
Pequeño	4,00	7,00	11,00	11,00	11,00
Medio	4,00	7,00	11,00	11,00	11,00
Grande	4,00	7,00	11,00	11,00	11,00
2. Soporte Informático					
Empresa nivel básico	26,00	72,00	144,00	144,00	144,00
Empresa nivel medio	24,00	72,00	144,00	144,00	144,00
Empresa nivel superior	21,00	72,00	144,00	144,00	144,00
3. Desarrollo Web					
Desarrollo Web estándar	5,00	5,00	7,00	7,00	7,00
4. Desarrollo APP					
Desarrollo App media	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00
5. Peritaje Informático					
Peritaje estándar	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00
6. Infoarquitectura					
Infoestructura estándar	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00

Hipótesis de Inversiones a realizar:

Plan de Compras Inversiones	Importe €	% Amortización
Inmovilizado Material		
Mobiliario	2.500,00	10%
Equipos para proceso de información	3.300,00	25%
Inmovilizado Intangible		
Aplicaciones informáticas	1.500,00	33%
En el año 2 y en año 3, respectivamente, entra un nueva persona que genera las siguientes compra:	Año 2	Año 3
Ordenador Portátil	1.108,80	1.117,67
Licencias Software	100,80	101,61

Hipótesis de Gasto:

Gastos fijos

Gastos de Personal	Salario Bruto € mes	SS Emp € mes
Gerente	600,00	283,30
Delegado Comercial	1.500,00	552,75
Tecnico informático	1.833,33	675,58
Delegado Comercial GC Año 2	1.500,00	552,75
Tecnico informático Año3	1.833,33	675,58

Tipo de Gasto	Gasto mensual €	Incremento
Servicios exteriores	100,00	IPC
Servicios profesionales	300,00	IPC
Alquileres y cánones	580,00	IPC
Suministros	130,00	IPC
Publicidad y propaganda	200,00	IPC
Mantenimiento y reparación	25,00	IPC
Gastos diversos	50,00	IPC
Tributos	30,00	IPC
Seguros	30,00	IPC
Dietas	50,00	IPC
Viajes	100,00	IPC

Gastos Variables:

1. Servicios de Ciberseguridad	% s/ ventas
360 Ciberseguridad	
0-5 Dispositivos	75,00%
6-10 Dispsitivos	75,00%
> 10 Dispositivos	75,00%
Ciberseguro	
Pequeño	80,00%
Medio	80,00%
Grande	80,00%
2. Soporte Informático	
Empresa nivel básico	0,00%
Empresa nivel medio	0,00%
Empresa nivel superior	0,00%
3. Desarrollo Web	
Desarrollo Web estandar	40,00%
4. Desarrollo APP	
Desarrollo App media	40,00%
5. Peritaje Informático	
Peritaje estándar	30,00%
6. Infoarquitectura	
Infoestructura estándar	30,00%

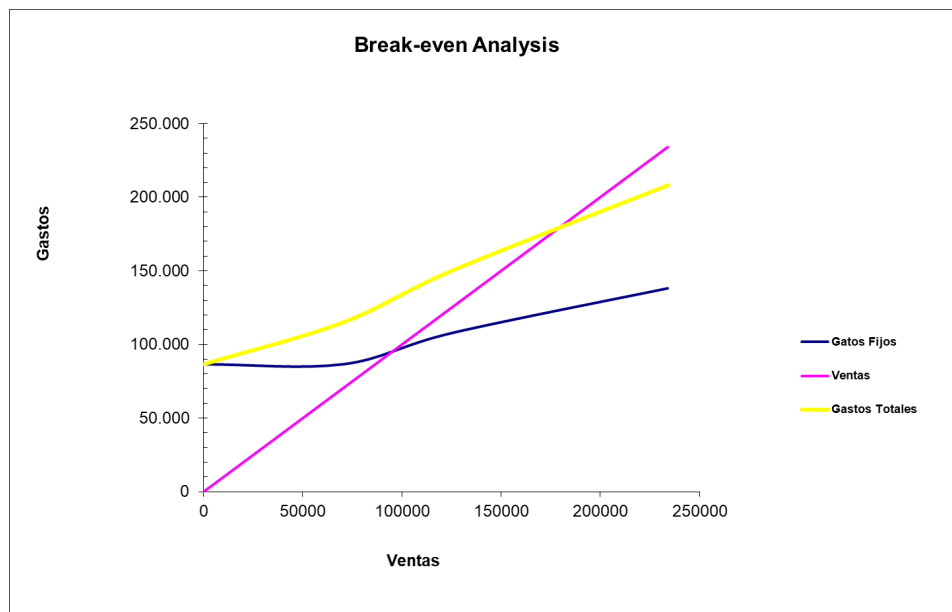
Esta información nos la ha suministrado la empresa matriz que está en Sevilla.

Otras hipótesis utilizadas:

Otras Hipótesis Necesarias	
Gastos de Puesta en Marcha	3.200,00
Capital Social	42.000,00
IPC	0,80%
Tesoreria (s/ total de ventas)	5,00%
PMP Proveedores	30,00
PMC Clientes	30,00
Tipos de Interes Crédito ICO 5 años	4,407%

9.2. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

En cuanto al análisis del Punto de equilibrio hay que destacar que se producen dos incrementos de los costes fijos al contratar un delegado comercial en el Año 2 y un ingeniero en el año 3, que son costes fijos de la empresa. Por lo tanto, el punto de equilibrio varía del primer año al tercero, incrementándose y situándose de la siguiente forma en el tercer año:



9.3. RESULTADOS A 5 AÑOS

PREVISIÓN PyG	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos					
1. Servicios de Ciberseguridad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pack Ciber Protección	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0-5 Dispositivos	-3.600,00	-6.350,40	-8.231,95	-8.297,80	-8.297,80
6-10 Dispositivos	-5.850,00	-10.614,24	-16.048,73	-16.177,12	-16.306,54
> 10 Dispositivos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ciberseguro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pequeño	-1.600,00	-2.822,40	-4.469,46	-4.505,22	-4.541,26
Medio	-2.560,00	-4.515,84	-7.151,14	-7.208,35	-7.266,02
Grande	-4.800,00	-8.467,20	-13.408,39	-13.515,65	-13.623,78
2. Soporte Informático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empresa nivel básico	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empresa nivel medio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empresa nivel superior	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Desarrollo Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desarrollo Web estandar	-2.400,00	-2.419,20	-3.413,98	-3.441,29	-3.468,82
4. Desarrollo APP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desarrollo App media	-3.000,00	-3.024,00	-9.144,58	-9.217,73	-9.291,47
5. Peritaje Informático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Peritaje estándar	-2.700,00	-2.721,60	-5.486,75	-5.530,64	-5.574,88
6. Infoarquitectura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Infraestructura estándar	-1.950,00	-1.965,60	-3.962,65	-3.994,35	-4.026,31
Gastos directos totales	-28.460,00	-42.900,48	-71.317,61	-71.888,15	-72.396,88
Gastos de personal	-65.339,60	-90.692,38	-122.008,56	-122.984,63	-123.968,50
Gerente	-10.599,60	-10.684,40	-10.769,87	-10.856,03	-10.942,88
Delegado Comercial	-24.633,00	-24.830,06	-25.028,70	-25.228,93	-25.430,77
Técnico informático	-30.107,00	-30.347,86	-30.590,64	-30.835,36	-31.082,05
Delegado Comercial GC Año 2	0,00	-24.830,06	-25.028,70	-25.228,93	-25.430,77
Técnico informático Año3	0,00	0,00	-30.590,64	-30.835,36	-31.082,05
Servicios exteriores	-1.200,00	-1.209,60	-1.219,28	-1.229,03	-1.238,86
Servicios profesionales	-3.600,00	-3.628,80	-3.657,83	-3.687,09	-3.716,59
Alquileres y cánones	-6.960,00	-7.015,68	-7.071,81	-7.128,38	-7.185,41
Suministros	-1.560,00	-1.572,48	-1.585,06	-1.597,74	-1.610,52
Publicidad y propaganda	-2.400,00	-2.419,20	-2.438,55	-2.458,06	-2.477,73
Mantenimiento y reparación	-300,00	-302,40	-304,82	-307,26	-309,72
Gastos diversos	-600,00	-604,80	-609,64	-614,52	-619,43
Tributos	-360,00	-362,88	-365,78	-368,71	-371,66
Gastos de puesta en marcha y constitución	-3.200,00				
Seguros	-360,00	-362,88	-365,78	-368,71	-371,66
Dietas	-600,00	-604,80	-609,64	-614,52	-619,43
Gastos indirectos o administrativos totales	-86.479,60	-108.775,90	-140.236,75	-141.358,64	-142.489,51
Gastos totales	-114.939,60	-151.676,38	-211.554,36	-213.246,80	-214.886,39
Ingresos					
1. Servicios de Ciberseguridad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pack Ciber Protección	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0-5 Dispositivos	4.800,00	8.467,20	10.975,93	11.063,74	11.063,74
6-10 Dispositivos	7.800,00	14.152,32	21.398,31	21.569,49	21.742,05
> 10 Dispositivos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ciberseguro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pequeño	2.000,00	3.528,00	5.586,83	5.631,52	5.676,57
Medio	3.200,00	5.644,80	8.938,92	9.010,44	9.082,52
Grande	6.000,00	10.584,00	16.760,48	16.894,57	17.029,72
2. Soporte Informático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Empresa nivel básico	3.380,00	9.434,88	19.020,72	19.172,88	19.326,27
Empresa nivel medio	6.240,00	18.869,76	38.041,44	38.345,77	38.652,53
Empresa nivel superior	7.770,00	26.853,12	54.135,89	54.568,98	55.005,53
3. Desarrollo Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desarrollo Web estandar	6.000,00	6.048,00	8.534,94	8.603,22	8.672,04
4. Desarrollo APP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Desarrollo App media	7.500,00	7.560,00	22.861,44	23.044,33	23.228,69
5. Peritaje Informático	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Peritaje estándar	9.000,00	9.072,00	18.289,15	18.435,47	18.582,95
6. Infoarquitectura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Infraestructura estándar	6.500,00	6.552,00	13.208,83	13.314,50	13.421,02
Ingresos totales	70.190,00	126.766,08	237.752,88	239.654,90	241.483,63
EBITDA	-44.749,60	-24.910,30	26.198,52	26.408,11	26.597,24
Dotacion amortizaciones de I.Material Medios informáticos	-1.075,00	-1.352,20	-1.908,82	-806,62	-556,62
Dotacion amortizaciones de I.Material Medios ofimáticos	-499,50	-533,07	-566,90	-67,40	-33,83
Amortizaciones totales	-1.574,50	-1.885,27	-2.475,72	-874,02	-590,45
EBIT (BAII)	-46.324,10	-26.795,57	23.722,80	25.534,09	26.006,79
Gastos o ingresos por intereses	-1.644,46	-2.105,81	-1.662,23	-854,56	-32,17
EBT (BAI)	-47.968,56	-28.901,38	22.060,57	24.679,53	25.974,62
Impuestos	0,00	0,00	-5.515,14	-6.169,88	-6.493,65
E (BDI)	-47.968,56	-28.901,38	16.545,43	18.509,65	19.480,96

9.4. CASH FLOW

PREVISIÓN CASH-FLOW	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bº o Pº después de impuestos	-47.968,56	-28.901,38	16.545,43	18.509,65	19.480,96
+Intereses*(1-t)	1.233,34	1.579,36	1.246,67	640,92	24,13
+Amortizaciones I.Material	1.574,50	1.885,27	2.475,72	874,02	590,45
FGO	-45.160,71	-25.436,75	20.267,82	20.024,59	20.095,55
-Incremento de NOF	-10.524,50	-1.295,64	-6.902,95	460,83	134,58
-Incremento de Activo Fijo	-7.300,00	-1.209,60	-1.219,28	0,00	0,00
CASH-FLOW LIBRE (FCL)	-62.985,21	-27.942,00	12.145,60	20.485,42	20.230,13

9.5. RATIOS FINANCIEROS

ANÁLISIS DE RATIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ratios de rentabilidad y crecimiento					
Rentabilidad por margen = BAIT / Ventas (Ingresos)	-66,00%	-21,14%	9,98%	10,65%	10,77%
ROI = BAIT / Activos	-206,85%	-122,06%	66,84%	73,22%	75,32%
ROE = BDT / RP	133,36%	82,88%	-90,29%	9997,69%	99,06%
Ratios de eficiencia operativa					
Ratio de rotación de activos = Ingresos / Activo Total	313,42%	577,47%	669,84%	687,21%	699,41%
Ratio de tasa de variación de los Ingresos		80,60%	87,55%	0,80%	0,76%
Ratios de posición financiera					
Ratio de deuda = Deuda total / Pasivo total	260,61%	258,85%	151,63%	99,47%	43,04%
Ratio de calidad de la deuda = Exigible a CP / Exigible total	10,53%	8,94%	24,11%	39,47%	94,68%
Ratio de capacidad devolución préstamos = FCL / Exigible	-107,92%	-49,17%	22,57%	59,06%	136,13%
Ratios de liquidez					
Ratio de solvencia a corto plazo = Activo a corto / Pasivo a corto	271,27%	332,59%	244,28%	233,38%	228,84%
Ratio de tesorería = Tesorería / Pasivo a corto	57,11%	124,72%	91,60%	87,52%	85,81%

9.6. VALOR NETO

Para el cálculo del Valor actual netos hemos calculado el WACC en base a al peso medios ponderado de los recursos propios y ajenos. Además, hemos supuesto un crecimiento perpetuo de 1% para el calculo del valor residual. En el cuadro de abajo se pueden ver los cálculos del escenario base que nos da un VAN= 99.338 euros y una TIR= 33%

ANÁLISIS DE INVERSIÓN	01/mes 1/ Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cash-Flow Libre (FCL)	-12.000	-62.985	-27.942	12.146	20.485	20.230
Valor residual (VR)						243.855
Total Cash-Flow Libre	-12.000	-62.985	-27.942	12.146	20.485	264.085
Coste Recursos Ajenos (RA)	3,31%		%RA	48%		
Coste Recursos Propios (RP)	15,00% (mínimo)		%RP	52%		
Coste Medio Ponderado del Capital (WACC)	9,38%					
Pay-Back (periodo de retorno)	8,00 años					
Valor Actual Neto (VAN)	99.338					
Tasa Interna de Retorno (TIR)	33%					
Valor de la Empresa	111.338					
Valor del Capital	111.338					

Haciendo un Análisis de sensibilidad incrementando un 20% las ventas y disminuyéndolas un 20% nos quedan los siguientes resultados de VAN y TIR.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD	+ 20% VTAS	BASE	-20% VTAS
VAN	186.690	99.338	-8.727
TIR	49%	33%	5%

10. CONCLUSIONES

10.1. OPORTUNIDAD

Sin lugar a dudas, desde Shieldigital Islands creemos que la transformación digital de las pymes y micropymes canarias es y será en un futuro muy cercano una realidad frente a la cual nuestros clientes deben estar preparados. La transformación digital representará una gran oportunidad para aumentar la competitividad de las empresas, pero generará riesgos importantes a nivel de ciberseguridad.

En este contexto, nace el proyecto de Shieldigital Islands, con el que apostamos desde el principio por ofrecer a las empresas canarias un producto disruptivo, exclusivo y a medida, que aporte una solución integral y evalúe el riesgo a nivel de ciberseguridad que presentan nuestros clientes.

La creación de una filial de Shieldigital en Canarias constituye un enorme reto, pero sabemos que es el mejor momento para invertir en ciberseguridad y tomar posiciones de liderazgo. Nos encontramos ante una demanda real, con posibilidades reales y con un ecosistema de pymes y micropymes con mucho potencial.

10.2. RIESGO

Hay una frase que repite con frecuencia uno de nuestros socios y nos que nos gusta mucho:

“Una persona pesimista es una persona optimista bien informada...”

Hemos redactado el presente documento desde el realismo, desde el rigor y desde la ilusión. Sabemos que no hay negocio sin riesgo, pero desde Shieldigital trabajamos día a día para minimizarlo y controlarlo:

¿Por qué?

- Porque existe la demanda y crece vertiginosamente.
- Porque hay pocos competidores especializados y con el mismo perfil empresarial que nosotros.
- Porque tenemos el know - how de nuestra matriz Shieldigital.
- Y porque tenemos muchos clientes esperando.

Por todo ello, creemos firmemente que el mayor riesgo es tardar demasiado.

10.3. PUNTOS FUERTES

Como se ha comentado en el apartado anterior, creemos que es el momento porque disponemos de las fortalezas y oportunidades adecuadas:

1. El número de ciberataques y por lo tanto la demanda de servicios, crece a un ritmo vertiginoso.
2. Disponemos del equipo humano completo, especializado en ciberseguridad, gestión de correduría de seguros y creación de empresas.
3. Tenemos la tecnología. Contamos con proveedores de primer nivel con los que actualmente trabajamos en la Península y que tienen especial interés en penetrar en el mercado canario.
4. Trabajamos con buenos márgenes diferenciales. La reducción de costes de gestión en nuestros servicios nos permite abaratar el coste del producto final que Shieldigital Islands ofrecerá en el mercado canario.
5. Tenemos la motivación, la energía y el entusiasmo necesarios.

10.4. RENTABILIDAD

Desde nuestro punto de vista, contamos con márgenes amplios de maniobra y seremos capaces de generar el Cash Flow necesario para que el retorno de la inversión tenga lugar en un plazo relativamente breve y se mantenga en el tiempo.

Las cifras expuestas en el apartado 9. Resultados previstos, han sido generadas a partir de datos reales de nuestra empresa matriz. Con las ventas estimadas se ha realizado un análisis de sensibilidad, incrementándolas un 20% y disminuyéndolas otro 20%. Si analizamos nuestro Cash Flow veremos cómo en el año 3 ya obtenemos un dato positivo. Teniendo en cuenta el análisis de sensibilidad, nuestro escenario base nos aportaría un VAN de 99.338 euros y una TIR del 33%, por lo que la rentabilidad del proyecto Shieldigital Islands está más que justificada.