

RESUMEN EJECUTIVO

FINDEM

Realizado por:

Camacho Prieto, Violeta

Cerillo Gil, Miguel

García Arenas, Alejandro

Gómez-Arevalillo Artiaga, Luis

Manzaneque Sánchez-Mellado, Gregorio

Muñoz Chica, José Antonio

REFERENCIAS Y DESAFÍO

Históricamente y, más aún en los últimos años, las empresas se han centrado en conectar de manera directa con las personas, ya no es válido tener un buen producto si no aporta alguna mejora directa en la vida de las mismas.

Este cambio de orientación justifica la razón principal de la creación de FINDEM. Con este proyecto se quiere ayudar a las personas entre la multitud de particularidades sin satisfacer de la sociedad, más concretamente a aquellas que necesitan un cuidado y atención especial, y que demandan experiencias o servicios personalizados.

FINDEM trabaja en ofrecer ocio fácil y exclusivo, centrándose en sus dos primeros años en el sector de la restauración para, más adelante, aspirar a incluir dentro de su oferta otro tipo de actividades como pueden ser conciertos, espectáculos, eventos, etc. En este sentido, **se busca ayudar a que los restaurantes mejoren la experiencia de sus consumidores como manera de captar y fidelizar a los mismos, consiguiendo aumentar así su facturación.**

¿QUÉ ES FINDEM?

FINDEM es una herramienta que ofrece a las personas la posibilidad de realizar una reserva en cualquier restaurante de manera rápida, cómoda, segura y personalizada, respetando cualquier intolerancia o alergia y cumpliendo con las preferencias de los clientes en cuenta al trato que desean recibir.

Por otro lado, FINDEM pone a disposición del establecimiento múltiples ítems, informes y análisis de datos con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y aumentar la facturación, como objetivo final de todo restaurante.

En definitiva, FINDEM actúa como un Marketplace entre el usuario y el establecimiento.

SOLUCIÓN TECNOLÓGICA

FINDEM está para ayudar a todo el sector de la restauración en su transición y transformación digital. La herramienta que propone FINDEM es una app y web para que el usuario tenga acceso de manera rápida a la gestión de una reserva.

Por su parte, el establecimiento podrá, desde su ordenador, móvil u otra plataforma acceder a las reservas realizadas en su restaurante, conocer aspectos relevantes de su cliente y prepararse para servir al mismo.

A los restaurantes que no cuenten con un nivel de digitalización importante, se les presentarán las ventajas de implantar dicha tecnología para aumentar sus beneficios en el negocio.

ASPECTOS FINANCIEROS

FINDEM pondrá a disposición de los usuarios esta herramienta de manera **gratuita**, centrándose en colaborar y mejorar la viabilidad y seguridad de las personas pero, especialmente, a aquellas que sufren alguna intolerancia y/o alergia.

Por su parte, **los establecimientos sí tendrán que hacer frente a un coste para tener acceso** a los múltiples ítems que les ayudarán a mejorar la viabilidad y sostenibilidad del negocio, a través de una **suscripción mensual**.

COMPROMISO SOCIAL

FINDEM no se conforma con asegurar que las personas que sufren algún tipo de intolerancias y/o alergia puedan acudir a un establecimiento de manera segura, sino que quiere ir más allá, teniendo como uno de sus objetivos la **creación de un certificado, en colaboración con la Federación Española de Hostelería y varias asociaciones sobre intolerancias y alérgenos**, premiando a aquellos establecimientos que respeten estos aspectos.

MARKETING Y VENTAS

Invertiremos 80.000€ durante el primer año, de los cuales 50.000€ se distribuirán en una campaña online performance, influencers afines con el problema que trata FINDEM, una campaña de relaciones públicas, contrataremos un community manager para que FINDEM sea una empresa muy activa en redes sociales e internet, y los 30.000€ restantes irán a cubrir los gastos comerciales del equipo para captar establecimientos.

Los objetivos cualitativos de la campaña de marketing es obtener reconocimiento y reputación positiva en la sociedad, asociados con el **respeto a las personas que sufren ciertos problemas** y como medio que satisface sus exigencias particulares.

Los objetivos cuantitativos de ventas para el primer año sería finalizar el mismo con unos **500 restaurantes** (cifra bastante moderada debido a que en España hay unos 300.000 restaurantes, de los cuales unos **25.000 son clientes potenciales**) y una gran bolsa de usuarios activos.

OPERACIONES

Inicialmente el mercado a operar es Madrid, Barcelona y Valencia, debido a la importancia dentro del país y su volumen de población. En un primer momento de expansión, **el objetivo es llegar a todas las ciudades españolas con más de 200.000 habitantes (28 ciudades)**. Posteriormente, en un segundo momento de expansión, el objetivo será entrar a operar en aquellas ciudades con un gran volumen de turistas.

RESULTADOS ESPERADOS Y PRINCIPALES BENEFICIOS

FINDEM COMO MARCA

El objetivo del equipo es que FINDEM se convierta en la herramienta de reservas de referencia en España, **con su distintivo de centrarse en el respeto, calidad y seguridad para el usuario.**

Por otro lado, el objetivo es ofrecer cada más vez más información al establecimiento, **utilizar big data para mejorar la experiencia y fidelizar de sus clientes.**

ESTABLECIMIENTOS

Los servicios de FINDEM ayudarán a los restaurantes a **mejorar su posicionamiento de mercado**, mejorar la confianza y experiencia de sus consumidores debido a la utilización del *big data*.

Además, los datos recopilados a través de la herramienta serán altamente valiosos y exclusivos para los restaurantes que contraten los servicios, hecho que ayudará a la **mejora del sector HORECA** al respetar dichas características concretas de intolerancias y alérgenos y, por tanto, **cumplir con los deseos de los consumidores.**

SOCIEDAD

Desde FINDEM se cree que lo que es bueno para la sociedad y supone una mejora para la misma, es bueno para los negocios, por tanto FINDEM está abierto a tener una **relación directa con las asociaciones que tratan problemas de intolerancias y alergias alimentarias, mantenido un flujo continuo de información y tratando y apoyando ámbitos de mejora**, para implantarlos en el sector HORECA, ya que estas representan cada vez un mayor porcentaje en la sociedad.

FINANCIERO

Los resultados financieros se basarán en una **aportación inicial de los socios de 72.000€ y un préstamo CDTI de 30.000€** con carencia durante los dos primeros años a un interés del 2% anual. Tras los gastos iniciales, la parte restante irá destinada a caja para cubrir posibles pagos futuros a realizar.

Tras incurrir en pérdidas durante los tres primeros meses debido a la versión de prueba que ofrece FINDEM a sus clientes, el resultado final del primer año es positivo, además **se ha tenido en cuenta una tasa de abandono media del 15% de los establecimientos cada seis meses.**

Tras realizar un análisis de inversión hemos llegado a la conclusión de que es una inversión justa, ya que está respaldado por un **VAN positivo de 181.375€**, una TIR de 67,45% y una **TIRM de 54,64%**.

Muchas gracias.

Para cualquier duda o pregunta estaremos encantados de responderla:

goyomanzaneque@gmail.com

mcerrillo@learning.eoi.es

vcamacho@learning.eoi.es

agarciaarenas@learning.eoi.es

jmunoz@learning.eoi.es

lgomezarevalillo@learning.eoi.es