# plan de negocio - ENISA

Accesible desde el Portal del Cliente: <https://portaldelcliente.enisa.es:8443>

Esta plantilla ha sido creada por Cink Emprende para apoyo y ayuda a los emprendedores a la hora de preparar su solicitud de préstamo ante Enisa. Toda la información ha sido extraída del portal dispuesto por Enisa para tal fin y el contenido por tanto es original y perteneciente a Enisa.

El Portal Prometeo dispone de una guía de uso que puede ser consultada en la dirección:

<http://www.enisa.es/documentos_web/documentos/Ayuda%20Portal%20del%20Cliente%20ENISA.pdf>

Como **recomendaciones** podemos destacar:

El Plan de negocio es la información que emplearán los evaluadores para determinar el modelo de negocio presentado, por tanto deberá prestar especial atención al cumplimentar los datos del formulario de solicitud, ya que estos se volcarán automáticamente al modelo de plan de negocio en formato ENISA. Dicha información, no podrá ser modificada, por lo que, si se ha equivocado, deberá realizar otra solicitud.

Para que tenga utilidad la información que usted refleje en el plan de negocios, deberá tener en cuenta los siguientes aspectos:

* La información y redacción ofrecida deberá ser clara, concisa, veraz, razonada, comprensible y comprobable.
* Deberá recoger la información y los datos lo más actualizados posible, a la fecha de la solicitud.
* La información facilitada ha de mostrar la viabilidad técnica, económica y financiera de la empresa.
* Deberá explicar claramente el modelo de negocio de la empresa y su diferenciación con respecto a sus competidores.
* Deberá abarcar todas las áreas de la actividad de la empresa.

## aLTA SOLICITUD PRÉSTAMO

Nombre para la solicitud:

Importe a solicitar (En euros)

75.000 €

Línea Comercial\* (Marcar lo que corresponda):

|  |  |
| --- | --- |
| X | Enisa Jóvenes Emprendedores |
|  | Enisa Emprendedores |
|  | Enisa Competitividad |
|  | Enisa Mercados Alternativos |
|  | Enisa Fusiones y adquisiciones |
|  | Enisa Agenda Digital |

### Datos Sociedad

#### 1.1. Breve descripción de la actividad de la sociedad y antecedentes

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| **Desarrollo y comercialización de un CRM (Customer Relationship Management), es decir, un software de “gestión de las relaciones con clientes”.**  SumaCRM surge de una oportunidad que hemos identificado en nuestro día a día gestionando las empresas en las que participamos y dirigimos. La utilización del CRM nació como necesidad de gestionar a nuestros más de 4.000 clientes en nuestras empresas Totombola.com (plataforma y herramienta líder en la creación de sorteos promocionales), Bocetos.com (empresa con una experiencia de más de 10 años posicionando webs – Google Partner) y OnlineMedia.es (empresa líder en video marketing en España).  Con un equipo comercial superior a 15 personas, y con una plantilla total conjunta de más de 45 personas, con productos diferentes y con una media de 100 contactos al día de nuevos potenciales clientes, vimos necesario el uso de un CRM que nos permitiese sacar el máximo provecho a las oportunidades de venta, y a la gestión de clientes entre departamentos.  Comenzamos usando soluciones americanas, como salesforce, pero no nos gustaban por su poca sencillez y usabilidad. Por ello decidimos hacer nuestro propio CRM, eliminando lo dispensable y añadiendo funciones que permitan una comunicación directa y rápida (cosa que no hace ningún CRM).  Tras desarrollar un CRM propio, vimos las sinergias que teníamos con las otras empresas que gestionamos, principalmente en su cartera de clientes (ya que todas son B2B) y en el marketing del producto (posicionamiento).   Entonces pensamos:   * **Tenemos la experiencia real de haber utilizado nuestro propio CRM,** hemos percibido nosotros mismos el valor añadido que da a la empresa, y por tanto es sencillo poder convencer a nuestros clientes porque es bueno para su empresa utilizar un CRM. * Tenemos **más de 4.000 potenciales clientes** que ya confían en nosotros. * Tenemos los **conocimientos de marketing** y comunicación para conseguir llegar a empresas que aún no nos conozcan.   En definitiva, tenemos todos los ingredientes para hacer un proyecto con grandes garantías de éxito!  **¿Por qué es importante un CRM para tu negocio?**  El CRM permite a las empresas optimizar el proceso de captación de clientes y de gestión de los mismos. El negocio en las empresas consiste en hacer clientes, mantenerlos y maximizar su rentabilidad. El CRM es un software que organiza toda la información y la comunicación que se tiene de sus clientes para detectar las necesidades del cliente, aumentar su grado de satisfacción, incrementando su fidelidad a la empresa y así incrementar los beneficios del cliente a la empresa.  En el proceso de captación de clientes, el CRM es una herramienta muy útil para los comerciales, donde pueden apuntarse tareas o avisos y revisar el historial de un cliente antes de una conversación comercial. También permite a las empresas controlar y coordinar mejor a sus comerciales. Un buen seguimiento de los comerciales, permite a las empresas no perder ninguna oportunidad de venta, además de entender los posibles problemas del producto en su comercialización (ya sean de comunicación, de precio o de calidad del mismo).    En el proceso de gestión de clientes, el CRM permite dar mejor servicio al cliente y por tanto, fidelizar al cliente. ¿Cómo?, porque permite conocer mejor a los clientes y darles un trato mejor y más personalizado, además de centralizar todos los ficheros de información de los clientes para que varias personas de una empresa, independientemente del departamento que trabajen, tengan acceso y puedan tener una visión global de los necesidades en cada momento de cada cliente.  **¿Por qué es importante fidelizar a un cliente?,** según números estudios, es 5 veces más fácil venderle un nuevo producto de la empresa a un cliente fidelizado que a un nuevo cliente captado. En un mercado cada vez más competitivo, la importancia de retener a un cliente es capital para las empresas. El CRM nos permite conocer a fondo nuestros clientes, sus necesidades y solventarlas de una manera eficiente interrelacionando a todos los departamentos de la organización.  Así mismo toda la Info que archiva un CRM puede ser analizada para poder implantar diferentes estrategias dentro de la empresa; desde preferencias, información demográfica, edades de los clientes para seleccionar “targets”, o incluso conocer las fortalezas y las debilidades de tus productos y servicios por referencia de tus clientes.  No hay que confundir un CRM con almacenamiento de información. Sus características van mucho más allá de una base de datos sencilla.  Las funciones básicas del CRM son:   * Archiva los datos de contacto de los clientes (particulares / empresa); puede importar y exportar a otros programas como Excel. * Archiva toda la comunicación pasada y presente con el cliente, emails enviados y recibidos, conversaciones de teléfono,.. * Hacer lista de tareas, con recordatorios y notificaciones. Las tareas se pueden asignar a los demás usuarios del CRM. * Comunicación efectiva entre los usuarios del CRM; email, chat interno. * Archiva las ventas al cliente (productos o servicios contratados) y hace resumen de las transacciones. * Permite analizar el volumen en venta de dichos productos, las características de los productos o servicios adquiridos, frecuencia de compra, los canales o medios de contacto con la empresa, las acciones comerciales realizadas, su grado de fidelización y sus gustos * Permite enviar ofertas específicas y archivar respuestas a cada una de ellas.   Con toda esta Info la empresa es capaz de conocer en más profundidad a sus clientes y poder darles un mejor servicio.  **Las características principales de SumaCRM:**   * Modelo SaaS * Web responsive * Interfaz usable e intuitiva * Escalable para cualquier tamaño de empresa * La comunicación entre usuarios y clientes más eficiente del mercado (con chat interno y Whatsap”   **¿Qué puedo hacer con Suma CRM?**   * Importar contactos de Outlook y de Excel * Guardar notas de reuniones * Adjuntar documentos y contratos a los contactos * Seguimiento de presupuestos * Adaptar los campos de entrada de Info a los que yo quiera * Acceder a los contactos desde el Smartphone (iPhone / Android) * Introducir una tarea de seguimiento cuando introducimos una nota * Asignar una tarea a otro usuario (ej.: compañero de trabajo) * Saber cuándo fue la última vez que hable con un cliente o usuario * Hacer seguimiento de las tareas de cada usuario (trabajadores) * Importar contactos desde el directorio de direcciones de Mac y vCards * Saber cuánto negocio (contratos) he realizado este mes * Recordatorios de tareas enviados por email, sms y Whatsup * Acceder a contactos e Info desde cualquier punto y cualquier dispositivo. * Guardar emails de importancia * Exportar contactos, notas y emails * Adjuntar contratos firmados a un contacto * Recordatorios de cumples de los clientes * Almacenar todos los datos de mis contactos * Utilizar SumaCRM con otros usuarios (compañeros de trabajo,..o no) * Ver donde está ubicado el contacto en el mapa (google maps) * Filtrar Info por ciudad, código postal, cargo,… * Añadir etiquitas a los contactos y así organizarlos en grupos * Asignarme tareas a mí mismo y compartir otras tareas con otros usuarios. * Seguimiento a los comerciales (conversaciones, tareas,..) * Reenviar emails importantes a un contacto (particular o empresa) determinado. * UtilizarSumaCRM en un Mac, PC o Tablet. * Restringir la visualización de la Info de ciertos contactos a quien quiera * Histórico de las conversaciones pasadas; todas las acciones de ayer,..o de la última semana. * Hacer comentarios internos sobre notas y/o emails de clientes sin que la Info trascienda al cliente * Añadir contactos a un email especifico * Almacenar Info relevante a un contacto como “biografía” * Ver los tweets que hacen los contactos * Monitorizar el estado de mis acuerdos con clientes (ganados, perdidos o pendientes) * Hacer carpetas de “casos” para archivar toda la Info de un caso específico en un solo sitio. Esa Info también aparece en los contactos implicados en el caso. * IntegrarSumaCRM con servicios de envío de emails masivos (mailchimp) * Subir o Bajar de plan según la necesidad de una manera sencilla. |

#### 1.2 Comentarios a la fase de vida de la sociedad

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| La empresa es de nueva constitución.  **Se prevén 3 fases en el desarrollo**  Fase 1 (90 días): modelo básico del CRM que permita testear las funcionalidades más operativas.  Fase 2: (45 días) modelo potencialmente en Beta para el testeo con empresas “amigas” que testeen y podamos ajustar detalles finales.  Fase 3 (30 días): modelo CRM comercializable.  Actualmente el software está en Fase 1, por lo que estamos testeando que las funcionalidades trabajen bien contra el servidor. A día de hoy se ha invertido en el desarrollo la cantidad de 20.000€ entre sueldos de nuestros programadores de Totombola.com y de Bocetos Marketing, |

#### 1.3 Comentarios al ciclo de vida del sector

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| Los CRM llevan en el mercado más de 30 años. Hasta hace 10 años han sido utilizados principalmente por grandes empresas que se permitían comprar licencias de complejos software CRM, con asistencia presencial y formación constante a sus empleados en su uso.  Nadie duda de la eficiencia de un CRM en la gestión en las relaciones comerciales.  Con la llegada de los modelos SaaS (Software as a Service – software ubicados en la nube que licencian su uso por un periodo mensual o anual al cliente) ha permitido reducir la barrera de entrada a estos software a PYMES y ha conllevado un esfuerzo para los desarrolladores de software en convertir la herramienta en más sencilla de utilizar, con tutoriales de cómo utilizarla online y con un servicio técnico online. Si se quiere ser competitivo en precio, se debe de buscar el volumen de clientes y por tanto se debe de optimizar el ratio servicio / coste al cliente.  El futuro del sector es de aquel software CRM adaptable (configurable) a las necesidades de cada empresa independientemente de su tamaño y que no requiera de asistencia sino que sea simple, intuitivo y con un panel de ayuda online que solucione todas las dudas de los usuarios. Además deberá de adaptarse a todas las evoluciones en la comunicación entre usuarios y clientes (emails, chats, whatsapp,..)  En España como en el mundo, cada dia mas, las empresas y las personas utilizan softwares que “faciliten” la vida (apps móviles, software en el PC,..). Por tanto convencer a las empresas PYMES o micro PYMES de que una solución CRM les permite vender más, será cada dia más fácil.  Así mismo, existe una corriente cada vez más fuerte de información y de ayuda al empresario. Ofreciendo muchas soluciones que permitan un mejor rendimiento a las empresas. El CRM esta entre los software de más crecimiento. |

### Análisis del mercado

#### 2.1 Comentarios generales

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| En el mercado existen soluciones de CRM consagradas, como “salesforece”. No obstante son soluciones complejas y destinadas a grandes corporaciones, con adaptaciones más específicas para cada departamento. En definitiva, tan completos que no se hacen intuitivos en la utilización.  En el desarrollo de un CRM se ha de buscar la usabilidad y que el usuario lo entienda intuitivamente. La decisión de una PYME de usar o no un CRM depende de los siguientes factores:   * Rapidez en la puesta en marcha del CRM; cuando un cliente busca una solución CRM, es que necesita una solución a su negocio, y esto no se puede hacer esperar. El primer CRM que cubra su necesidad, lograra captar un cliente. * La usabilidad y que sea intuitivo; las empresas cada vez están más acostumbradas a encontrar soluciones online fáciles de usar y comprender. Si el CRM no permite a un potencial cliente entenderlo en menos de 5 minutos, se corre un riesgo alto de que el potencial cliente siga buscando otros CRM que si entienda rápidamente.   Hay que entender que la “gran batalla” de captación de clientes de CRM se libra en las fases iniciales o lo que en el mercado se denomina “periodo de prueba gratuito”. El cliente quiere probar antes de comprar.  Durante la prueba se diferencian dos fases:  Fase 1: El cliente realiza una exploración superficial del CRM; es sencillo de entender? Es intuitivo? Es adaptable?,. Esto puede llevar desde 10 minutos hasta 2 días por parte del cliente; una vez aprobada la “fase 1”, el cliente pasa a la Fase 2..  Fase 2: El cliente comienza a utilizar en la práctica el CRM. La “ayuda online” debe de estar clara y debe de solucionar los problemas más comunes de una manera rápida y sencilla. Si el cliente se va sintiendo cómodo, lo utilizara cada vez más, metiendo cada vez más información en el CRM y haciéndose cada vez más cautivo del mismo.  Tras el “periodo de prueba” es importante cubrir las necesidades de futuro, en el uso del CRM, de la empresa. Por ello es necesario que el CRM sea escalable y adaptable (campos de entrada de Info customizables).  Otro aspecto esencial a cubrir, es la comunicación que permita el CRM entre los usuarios del mismo, y entre los usuarios y el cliente. A dia de hoy, todos los CRM utilizan el email como medio de comunicación. Nosotros entendemos que existen mecanismos de comunicación más directos como un chat interno (para que los usuarios se hablen en tiempo real) y envíos de comunicaciones por WhatsUp, que permiten una comunicación más rápida.  El mercado de CRM en SaaS es cada vez más competitivo en precio y en funcionalidades. El 90% de este mercado son PYMES o micro PYMES. Por ello las soluciones CRM en SaaS se ofrecen a partir de los 9€ por usuario al mes.  Muchas de las soluciones que existen en el mercado, tienen su propia aplicación móvil. Esto principalmente se debe a que el desarrollo web del software se desarrolló hace tiempo cuando las webs “responsive” no eran lo suficientemente usables. |

#### 2.2 Nombre de las empresas proveedoras más importantes:

|  |  |
| --- | --- |
| 1) |  |
| 2) |  |
| 3) |  |

#### 2.3 Comentarios sobre los proveedores

(Máximo 750 caracteres)

|  |
| --- |
|  |

#### 2.4 Nombre de las empresas competidoras más importantes:

|  |  |
| --- | --- |
| 1) | Web CRM |
| 2) | Zoho CRM |
| 3) | V Tiger |
| 4) | Sugar CRM |
| 5) | Saleforce |
| 6) | Sage CRM |

#### 2.5 Comentarios sobre los competidores

(Máximo 750 caracteres)

|  |
| --- |
| Nuestros competidores con aquellos que tienen el modelo SaaS, ya que son susceptibles de ser contratados por nuestros potenciales clientes, las PYMES.  Revisaremos los precios y lo que ofrece los que consideramos nuestros más relevantes competidores, no obstante, existe una diferenciación clara en el modelo de precios con respecto a los demás. Todos nuestros más directos competidores cobran por número de usuario, es decir, XX€/mes por usuario. Nuestra estrategia es la de no tener que hacer "upgrades" cada vez que quieres incorporar a un usuario. Nuestros precios se basan en el número de usuarios, pero encuadramos un número concreto en un plan concreto:  Básico: hasta 6 usuarios  Plus: hasta 15 usuarios  Premium: hasta 40 usuarios  Bajo nuestra experiencia es mejor así, porque estas siempre añadiendo y quitando a usuarios dentro del sistema. De esta manera el cliente es más libre de añadir o quitar a usuarios sin tener que estar actualizando el plan contratado,. Se lo hacemos más fácil.  **Web CRM**  Sistema simple e intuitivo para PYMES y para trabajadores autónomos. Muy compatible con Outlook.  Sistema compatible con Android y Iphone.  Con Web CRM puedes:   * Gestionar tareas y contactos. * Hacer pronóstico de ventas según el presupuesto. * Acceder a tu cuenta desde dispositivos móviles. * Sincronizar contactos de Outlook, mensajes de email y tareas. * Usar plantillas de mensajes de email. * Crear informes. * Integrar mediante página web. * El precio de esta solución depende del número de usuarios y la presencia de características opcionales. Por ejemplo, webCRM para 5 usuarios con integración de página web cuesta 150€ al mes. Se puede probar el sistema gratuitamente durante 14 días.   **Zoho CRM**  Es bien conocido que Zoho es un actor importante en el mercado del software corporativo y su sistema CRM también goza de gran demanda. El conjunto de herramientas que proporciona esta solución, impresiona. Además el sistema se integra perfectamente no solo con otros productos de Zoho como Invoice y Meeting, sino también con Google Apps. Por supuesto, el precio de este servicio es un poco más alto que el precio medio. Se puede elegir el idioma deseado en el perfil, después de registrarse. Además, tiene un excelente soporte  Herramientas de Zoho CRM:   * Base de clientes. * Cuentas. * Oportunidades de ventas. * Informes. * Actividades de marketing. * Formulario de contacto web. * Proceso de ventas. * Precio: Es gratis para los equipos pequeños (hasta 3 usuarios). Más de 3 usuarios – 12$ por cada usuario al mes.   **V Tiger**  Vtiger es una aplicación CRM de código abierto que se ramificó a partir de SugarCRM 1.0 en 2004 con el objetivo de proporcionar un sistema CRM de código abierto con funciones completas a empresas pequeñas y medianas. Hoy en día, Vtiger provee también una solución SaaS, que aun teniendo funcionalidad limitada, hablando del precio, es más adecuada para las PYMES. Se puede establecer el español como idioma justo después de haberse registrado, pero algunas secciones están todavía sin traducir desde el inglés. Por lo demás, la interfaz parece bastante intuitiva.  Estas son algunas de sus principales funcionalidades:   * Sincronización de contactos con Google. * Alertas de oportunidad, seguimiento. * Gestión de leads (Lead Management). * Seguimiento de actividad e historial. * Gestión de contactos. * Cotizaciones. * Catálogo de productos. * El precio de vTiger es de 12$ por usuario al mes. El periodo de prueba gratis dura 15 días   **Sugar CRM**  Las empresas medianas y grandes eligen sistemas como SugarCRM o SalesForce, porque permiten a usuarios instalar una versión opensource comercial en el servidor local de la empresa. Claro que esto afecta al precio de la solución y su funcionalidad, por ejemplo, hay una integración ya preparada de SugarCRM con Microsoft Word, Microsoft Outlook, Microsoft Excel y Lotus Notes.  Áreas de trabajo para un gerente de ventas:   * Contactos, posibles clientes, oportunidades * Cotizaciones * Predicciones * Informes * Calendario * Tareas * Notas * Documentos (asegúrese de tener MS Office) * Las versiones se distinguen por sus oportunidades, modelos de despliegue y precios. Además se puede examinar la ‘cuenta demo’ durante 7 días absolutamente gratis. * Precio mínimo – 35$ por un usuario al mes.   **Salesforce**  Cuando se trata de software CRM, Salesforce es una de las marcas más reconocidas. Sus ventajas generales son su clara y sencilla interfaz y el conjunto de sus funciones. Además, Salesforce proporciona varias soluciones en cuanto a precio y funcionalidad: desde gestión de contactos para 5 usuarios hasta el sistema CRM multifuncional; caro, aunque personalizado para todo tu negocio.  El plan de precios mínimo proporciona las siguientes posibilidades:   * Cuentas y contactos. * Seguimiento de tareas y eventos. * Integración de correo electrónico Gmail y Outlook. * Acceso móvil. * Biblioteca de contenido. * Reportes personalizables. * Chatter (red social empresarial). * El precio de la solución más sencilla es de 5$/usuario/mes (facturado anualmente). El periodo de prueba gratis es de 30 días.   **Sage CRM**  Sage CRM tiene una interfaz clásica basada en navegador. La particularidad distintiva de esta aplicación es la disponibilidad de tener un panel interactivo para departamentos de ventas, marketing y servicio al cliente, o también un panel de creación propia. Cada usuario puede crear el panel con la información más importante.  Sage CRM está disponible en la nube y también tiene la opción de instalación local. El precio mínimo de “Sage CRM Essentials” en la nube es de 29 euros por usuario al mes e incluye las siguientes características:   * Gestión de contactos, oportunidades y clientes potenciales. * Previsiones de ventas. * Presupuestos y pedidos. * Cuadros de mando interactivos. * Informes. * Búsquedas y búsquedas avanzadas. * Integración con Outlook (Ligera). * Movilidad. * Ver vídeo. |

#### 2.6 Nombre de las empresas clientes más importantes:

|  |  |
| --- | --- |
| 1) | ArtsExclusive |
| 2) | Cocina Rock Bar |
| 3) | Klimer |

#### 2.7 Comentarios sobre los clientes

(Máximo 750 caracteres)

|  |
| --- |
| SumaCRM está dirigido a PYMES. Por ello es sencillo de utilizar e intuitivo. No es el CRM más completo del mercado, pero tampoco queremos que lo sea. Queremos que sea muy operativo para la captación de clientes, gestión de clientes y la comunicación interdepartamental.  Creemos que el modelo de precios en SaaS permite ofrecer a los clientes un alto valor percibido por poco dinero.  El precio, es “poco”, si se tiene en cuenta el precio del plan básico (estimamos que representa el 70% (por número de empresas) de los planes contratados), es de 29€/mes. Y tiene un “alto valor percibido” en cuanto el software demuestre al cliente su utilidad; mejora en la organización de la empresa alrededor del cliente, usabilidad, mayor eficiencia y rapidez en el trato con los clientes y con el resto del equipo de la empresa, captación de oportunidades de venta perdidas gracias a un seguimiento eficiente, generación de nuevas ventas a actuales clientes por mejor conocimiento de sus necesidades,..  En nuestra propia experiencia en la gestión de las empresas que dirigimos, el uso del CRM nos ha permitido generar al menos un 20% más de rendimiento en la facturación. Si nuestra facturación conjunta esta entorno al 1 MMEUR / anual, estamos hablando de 200.000€ / anuales por un coste teórico (si contratásemos nuestro propio producto) de 588€! |

### Organización

#### 3.1 Estructura organizativa equipo directivo

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| La empresa será gestionada por Tomás Santoro y Alfredo Nicolas .   * Tomás es fundador de Bocetos Marketing: <http://www.bocetos.com/>   + Empresa especializada en creación de páginas web y posicionamiento Google (SEO/SEM).   + Más de 400 clientes recurrentes   + Google Partner   + Más de 300.000€ gestionados en clics (SEM) * Ambos son fundadores de Totombola.com: <http://www.totombola.com>   + Herramienta para la creación de promociones y asistente de viralizacion.   + Más de 6.000 clientes   + Más de 10.000 promociones realizadas   + Más de 1.000 clientes recurrentes mensuales * Ambos son fundadores de Onlinemedia.es : <http://www.onlinemedia.es>   + Empresa especializada en la realización de videos corporativos y posicionamiento del video para la captación de clientes.   + Más de 140 videos realizados en el último año   En todas las empresas, Tomas es el responsable tecnológico (licenciado como ingeniero informático) y Alfredo es el responsable comercial y de organización (licenciado en ADE y Master en Finanzas) en Totombola y OnlineMedia.  La empresa tendrá la misma estructura en los 3 próximos años. A continuación desglosamos el personal necesario para el primer año:  1 CEO a tiempo completo, que será Tomás Santoro; entre sus funciones destacan: desarrollo de producto y gestión del marketing y comunicación online.  1 Director Comercial a tiempo completo, que será Alfredo Nicolas; entre sus funciones destacan; gestionar un equipo de comerciales, visitas comerciales periódicas a clientes para entender las necesidades de las empresas en su crecimiento y así poder evolucionar el software, dar charlas en empresas, congresos y eventos para empresas acerca del emprendimiento y de las soluciones software para la empresa.  1 Programador Senior a tiempo completo; su función será la del mantenimiento del software y supervisión del mismo para que nada falle, además de nuevos desarrollos que se estimen.  1 Programador Junior a tiempo completo; su función es la de asistir al Programador Senior en tareas. Sera dirigido y supervisado por el Programador Senior.  1 Atención al cliente; proporcionaremos nuestro teléfono de atención al cliente por si le surgen dudas acerca del funcionamiento.  1 Administrativo a tiempo parcial; su función será la de supervisar que todas las facturas emitidas y recibidas son contabilizadas y dar informes mensuales de las finanzas de la empresa. Además de revisar costes de estructura continuamente para reducir costes. |

#### 3.2 Estructura del consejo de administración

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| 2 administradores solidarios; Tomás Santoro y Alfredo Nicolás (ver CV´s en el punto 3.1) |

#### 3.3 Estructura de los accionistas

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| 2 accionistas al 50%; Tomas Santoro y Alfredo Nicolás(ver CV´s en el punto 3.1) |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Plantilla | 5 |  |  |
| Mujeres | 2 | Hombres | 3 |
| Titulados | 2 | Titulados | 3 |

#### 3.4 Modelo de negocio

(Máximo 1.100 caracteres)

|  |
| --- |
| Suma CRM es un modelo SaaS, por lo que cedemos el uso del CRM a cambio de una mensualidad.  Existen 3 planes de precios que se diferencian básicamente por:   1. Número de usuarios que usan el CRM 2. Espacio de almacenaje que se use en el CRM   Los planes son:   * Plan Gratuito = 0€/mes e incluye 2 usuarios, no permite adjuntar docs. y máx. 250 contactos. * Plan Individual = 29€/mes e incluye 1 usuarios, 5 GB de almacenamiento de docs., negocios ilimitados, hasta 20k contactos. * Plan Básico = 29€/mes e incluye 6 usuarios, 5 GB de almacenamiento de docs., 10 negocios, hasta 5k contactos. * Plan Plus= 49€/mes e incluye 15 usuarios, 15 GB de almacenamiento de docs., negocios ilimitados, hasta 20k contactos. * Plan Premium= 99€/mes e incluye 40 usuarios, 30 GB de almacenamiento de docs., negocios ilimitados, hasta 30k contactos. |

#### 3.5 Composición del grupo de la empresa

(Máximo 1100 caracteres)

|  |
| --- |
|  |

### Datos inversión

#### 4.1 Objetivo de la inversión

(Máximo 1100 caracteres)

|  |
| --- |
| La inversión la necesitamos para el desarrollo tecnológico del software y su comercialización. |

#### 4.2 Detalle de las inversiones previstas

(Máximo 750 caracteres)

|  |
| --- |
| **La inversión en desarrollo del Software**  Para el desarrollo del software estamos empleando a 1 programador Senir. Hemos estimado un desarrollo de unos 5 meses y medio desde el comienzo hasta la comercialización.  Por el desarrollo de tareas diseñadas y planificadas para la provisión de las siguientes herramientas y pautas de desarrollo:   * **Frontend público,** en particular todas las instancias funcionales a las que se acceden por medio de login único. * **Backend privado**, como una instancia de acceso restringido sólo a usuarios Admin, desde la cual se podrá controlar el funcionamiento del frontend público, y monitorear reportes de uso de la plataforma, históricos de facturación, gestión de los usuarios que acceden ha dicho backend, etc. * **Pautas de desarrollo del Frontend Público:**   + Interfaz de usuario y experiencia de usuario sencillo e intuitivo.   + Será concebido desde un primer inicio para responder **100%**a técnicas conocidas como **"responsive design"**, por lo cual será 100% funcional en **ordenadores**portátiles, de escritorio, **tablets**Android/iOS y **dispositivos móviles**Android/iOS (contando a partir de las variantes base Samsung Galaxy S2+ y iPhone 4+) en términos de **resoluciones de pantalla mínimas**. Se desarrollará responsive para pantallas en modo **vertical y horizontal**.   + Se desarrollará la plataforma de modo compatible con **navegadores modernos**que respeten estándares (Chrome, Firefox, Safari, Opera, IE9+)   + Se hará uso exhaustivo de técnicas de mejoramiento de interfaz y de experiencia de usuario basadas en**JS/Ajax/CSS3**.   + Se seguirá un esquema de distribución prioritaria de tareas tal que permita realizar **3 entregables funcionales** de la plataforma: el primero a **60 días**de iniciadas las tareas, el segundo a **90 días**y el tercero a **120 días**. Estas pautas son orientativas y no definitivas.   + El frontend público será desarrollado en idioma Español, pero será posible, a futuro, una ampliación y reforma a los efectos de convertir el mismo a multi-idioma.   + Desarrollo de todas las instancias de formularios online mediante framework  adaptado para **responsive design**. * **Pautas de desarrollo generales:**   + La plataforma será desarrollada globalmente en formato **LAMP**(Linux/Apache/MySQL5/PHP5+) y por lo tanto requerirá de un **alojamiento LAMP**.   + Se requerirá de un **servidor dedicado Linux**con un conjunto mínimo de instancias instaladas, que informaremos oportunamente. El mismo deberá contar con **acceso SSH**. Asimismo se requerirá:     - contratación de un **TPV con documentación de desarrollo completa**.     - instalación en el servidor de un conjunto de herramientas requeridas para poner en funcionamiento las **funcionalidades relacionadas con email y notificaciones**que se incorporan en los threads de Contactos, Casos, Negocios.     - **Certificado SSL**   Se prevén 3 fases en el desarrollo  Fase 1 (90 días): modelo básico del CRM que permita testear las funcionalidades más operativas.  Fase 2: (45 días) modelo potencialmente en Beta para el testeo con empresas “amigas” que testeen y podamos ajustar detalles finales.  Fase 3 (30 días): modelo CRM comercializable.  **La inversión en la comercialización** se divide en inversión en marketing online e inversión en convertirnos en referentes del sector CRM para PYMES promoviendo y participando seminarios, formaciones gratuitas, etc.,..  Campaña de Marketing Online: utilizaremos nuestros recursos y conocimientos de las empresas que dirigimos y participamos:   * Creación de un blog donde vamos a contarlo todo * Campañas de Adwords orientadas a resultados buscando una alta conversión incentivado por el modelo de precio en los que los clientes van a tener 30 días gratis para probar el CRM. El presupuesto en Adwords se ajustara en función de los resultados revisable cada mes para optimizar el punto más alto de inversión con el punto más alto de resultado (conversaciones). * Inversión en programación (interna) específica para aprovechar cualquier lead que entre en nuestra web:   + Procesos de recuperación de carritos de compra: envío de emails automáticos en los procesos que se hayan detectado que se hayan quedado “a medias” en el proceso de compra. Los emails invitaran a un chat con el gestor o a un webinar periódicos que demos.   + Proceso de recuperación de clientes que hayan pausado el uso del CRM durante la prueba gratuita: envío de emails invitándoles a probar otros 30 días el CRM e invitándoles de nuevo a los webinars periódicos que demos que mostraran el potencial del software. * Campañas de Remarketing: El 90% de la gente no contrata la primera visita, por ello hay que conseguir que la gente tenga más de un impacto. El remarketing permite que cuando alguien visita la web, se encarga de perseguirle con banners de publicidad. * Posicionamiento Natural en Google (SEO) profesional, huyendo de técnicas penalizables (algoritmo Pinguin). Para ello enfatizaremos en   + “link building”: Haremos un blog con utilidades para las empresas.   + Optimización de la web (on page) para Google tanto técnicamente y semánticamente como de contenidos. * Sinergias con otras empresas relacionadas como Bocetos, Totombola y Onlinemedia.   + Envío de emails con ofertas para el uso gratuito del CRM durante 30 días a los más de 4.000 empresas clientes que guardamos en nuestra base de datos y nuestros más de 400.000 usuarios que utilizan nuestra web Totombola.com   + Ofrecer formación en webinar a las 4.000 empresas clientes que guardamos en nuestra base de datos y nuestros más de 400.000 usuarios que utilizan nuestra web Totombola.com   Otra acciones de comunicación:   * Haciendo seminarios online (webinars) * Participando activamente en foros de PYMES * Promoviendo eventos de colaboración entre PYMES |

### Cuantificación de las inversiones

Agrupe en 8 conceptos las inversiones previstas

|  |  |
| --- | --- |
| Inversiones Previstas | Importe (en miles de euros) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| Total: |  |

### Esquema de financiación de las inversiones previstas

|  |  |
| --- | --- |
| Fuentes de financiación previstas | Importe (en miles de euros) |
| Incremento de deuda financiera: |  |
| Incremento de capital y prima de emisión: |  |
| Cash Flow generado por la sociedad: |  |
| Préstamo Solicitado a ENISA |  |
| Total: |  |

### Datos Avalista

¿Existe avalista? Sí/No

#### 7.1 Datos primer avalista

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre (\*) |  |
| Apellidos (\*) |  |
| Razón Social (\*) |  |
| NIF (\*) |  |
| Cargo (\*) |  |
| Sector (\*) |  |
| Fecha de constitución (\*): dd/mm/aaaa |  |
| Fecha inicio actividad (\*): dd/mm/aaaa |  |
| CNAE (\*): |  |
| IAE (\*): |  |
| Teléfono 1 (\*): |  |
| Teléfono 2 (\*): |  |
| Móvil (\*): |  |
| Fax (\*): |  |
| Comunidad autónoma (\*): |  |
| Provincia (\*): |  |
| Localidad (\*): |  |
| Dirección: |  |
| Código Postal: |  |

#### 7.2 Datos segundo avalista

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre (\*) |  |
| Apellidos (\*) |  |
| Razón Social (\*) |  |
| NIF (\*) |  |
| Cargo (\*) |  |
| Sector (\*) |  |
| Fecha de constitución (\*): dd/mm/aaaa |  |
| Fecha inicio actividad (\*): dd/mm/aaaa |  |
| CNAE (\*): |  |
| IAE (\*): |  |
| Teléfono 1 (\*): |  |
| Teléfono 2 (\*): |  |
| Móvil (\*): |  |
| Fax (\*): |  |
| Comunidad autónoma (\*): |  |
| Provincia (\*): |  |
| Localidad (\*): |  |
| Dirección: |  |
| Código Postal: |  |