



industriales
etsii

Escuela Técnica
Superior
de Ingeniería
Industrial

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial

Plan de Marketing para una aplicación del *IoT* a la náutica de recreo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

MÁSTER EN ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

Autor: Marta Lorente Paredes
Director: Eva Tomaseti Solano



Universidad
Politécnica
de Cartagena

Cartagena, 25 de Octubre de 2019

Contenido

1. Introducción.....	2
2. Análisis externo	3
2.1. Entorno. Análisis del sector de la náutica de recreo.....	3
2.2. Entorno. <i>Internet of Things</i> (IoT).....	7
2.3. Estudio de la competencia	9
2.4. Clientes	11
2.5. Amenazas y Oportunidades	12
3. Análisis interno de la empresa	14
3.1. Información general de la empresa	14
3.2. Recursos de la empresa.....	15
3.3. Organización de la empresa.....	19
3.4. Debilidades y Fortalezas	21
3.5. Análisis DAFO.....	21
4. Estrategia de la empresa.....	22
5. Definición de objetivos.....	23
6. Desarrollo del <i>Marketing Mix</i>	23
6.1. Producto	23
6.2. Precio	29
6.3. Distribución.....	32
6.4. Comunicación.....	34
7. Plan de acción	41
8. Presupuesto	42
9. Conclusiones	45
10. Bibliografía.....	45

1. Introducción

El objetivo de este Trabajo Fin de Máster es desarrollar el Plan de Marketing para el lanzamiento de un nuevo producto desarrollado por una *start up*. El producto a lanzar es un dispositivo que monitorice el estado de la batería de arranque de un barco y que, si baja de cierto valor, mande un aviso.

Previamente a desarrollar el Plan de Marketing se realiza un análisis externo de manera genérica del sector náutico que es en el que se va a comercializar el producto, y del Internet de las Cosas (IoT), y específicamente se realiza el estudio de la competencia para conocer qué productos similares al nuestro existen en el mercado. De esta manera hallaremos las oportunidades y amenazas externas que encontramos. Además de este análisis externo, analizaremos la empresa y el producto internamente: cuál es nuestra empresa, cuáles son sus recursos y cómo está organizada. Consecuentemente, seremos capaces de conocer cuales son nuestras debilidades y fortalezas.

Una vez conozcamos el entorno en el que nos encontramos, propondremos nuestros objetivos en cuanto a cuota de mercado, áreas de influencia y ventas. En base a estos objetivos desarrollaremos nuestro el Marketing Mix: Producto, Precio, Distribución y Comunicación. Empezaremos presentando el producto a lanzar y desarrollando cuáles son sus prestaciones y qué necesidades satisface. Continuaremos estableciendo el precio al que lo comercializaremos el producto en función de los diversos costes y el beneficio que queremos obtener. Explicaremos cómo vamos a hacer llegar el producto a los clientes estableciendo cuáles van a ser nuestros canales de venta y de qué modo vamos a dar a conocer el dispositivo a nuestro mercado objetivo.

Para conseguir llevar a cabo este plan y cumplir con los objetivos establecidos desarrollaremos un Plan de Acción que irá acompañado de un Presupuesto detallado de las acciones.

2. Análisis externo

2.1. Entorno. Análisis del sector de la náutica de recreo

Para realizar un análisis del sector de la náutica de recreo en España vamos a analizar aspectos como el tamaño, es decir, cuántas embarcaciones aproximadamente hay en España, de qué tamaño son y su tipología; qué potencial tiene este sector dentro de nuestro país; qué segmentos componen el sector de la náutica de recreo; cómo evoluciona la demanda y qué factores afectan a la misma.

Para tratar de responder a la primera de las cuestiones planteadas, haremos una aproximación a partir de los puntos de amarre que hay a lo largo del litoral español, ya que nos dará una idea aproximada de las embarcaciones en funcionamiento que existen. España se encuentra situada en la Península Ibérica, además cuenta con las Islas Baleares y las Islas Canarias dentro de su territorio Nacional, por lo que posee aproximadamente 5849 Km de costa, según el Instituto Nacional de Estadística.

A fecha de Enero de 2016 en España se identificaban 375 puertos deportivos, de los cuales el 60% se encuentran en la costa Mediterránea. En esos puertos deportivos se cuenta con un total de 134.725 puntos de amarre, según nauta360.expansion.com.

El 79% de ellos se encuentran entre Cataluña, Baleares, Andalucía, Comunidad Valenciana y Galicia.

Los segmentos que componen el sector de la náutica de recreo van a ser en función de la eslora y del tipo de embarcación:

Tabla 1: Segmentos de la náutica de recreo en función de la eslora

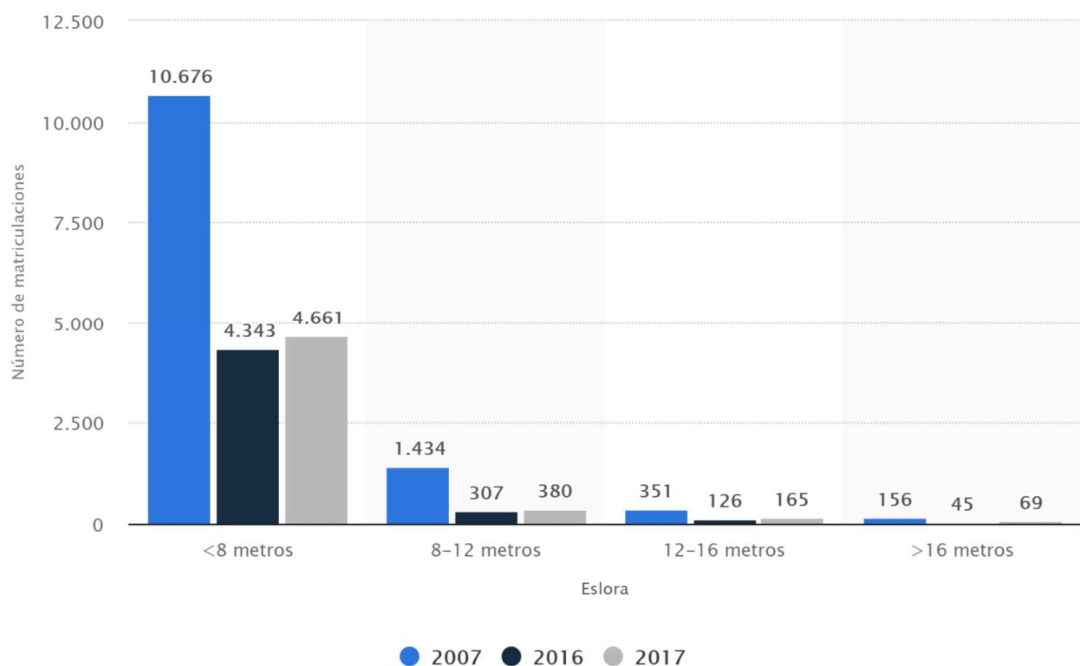
ESLORA
Hasta 6 m
De 6 a 8 m
De 8 a 12 m
De 12 a 16 m
Mas de 16 m

Tabla 2: Segmentos de la náutica de recreo en función del tipo de embarcación

TIPO
Motos de agua
Barcos a Motor
Neumáticas plegables
Neumáticas semirrígidas
Vela

A continuación, se muestran el número de matriculaciones de embarcaciones de recreo en España en los años 2007, 2016 y 2017 (ver gráfico 1).

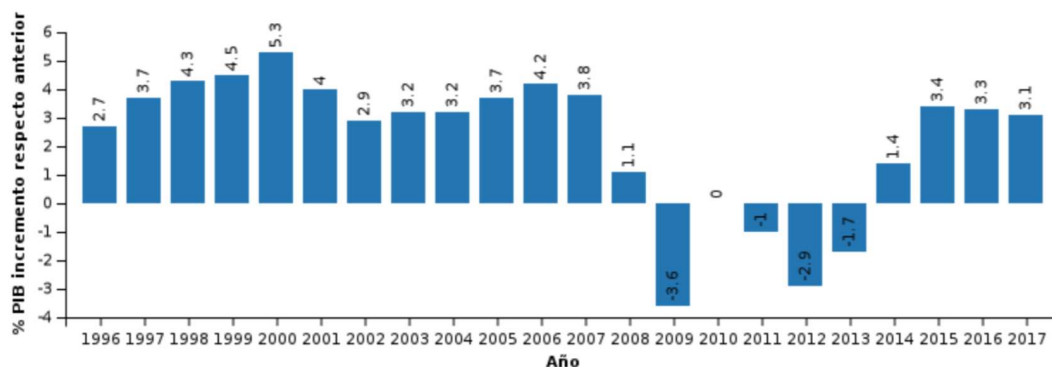
Gráfico 1: Número de matriculaciones de embarcaciones de recreo en España 2007, 2016 y 2017



Evolución anual del número de matriculaciones de embarcaciones de recreo en España de 2007 a 2017, por eslora (<https://es.statista.com/>)

Se puede observar, por un lado, que el número de matriculaciones de embarcaciones con respecto a 2007 ha decrecido considerablemente. Esto puede ser debido a la recesión de 2008-2010 en la cual el crecimiento del PIB en España fue negativo.

Gráfico 2: Crecimiento interanual del PIB en España



Crecimiento interanual del PIB en España (base 2010) «Sección prensa / Producto Interior Bruto (PIB)». www.ine.es. Consultado el 2017-06-11.

Por otro lado, se puede observar un pequeño crecimiento en el número de matriculaciones en 2017 con respecto a 2016.

Pero sin duda, la mayor conclusión que se puede obtener es que el mayor número de matriculaciones se observa siempre para embarcaciones de menos de 8 metros de eslora, siendo en 2017 4.661 embarcaciones.

En la tabla 3 podemos observar numéricamente el número de embarcaciones registradas en los últimos 3 años (2016, 2017 y 2018), clasificadas por esloras (hasta 6m, de 6 a 8m, de 8 a 12m, de 12 a 16m y más de 16m) y el incremento con respecto al año anterior.

Tabla 3: Número de embarcaciones registradas en los últimos 3 años e incremento con respecto al año anterior por esloras.

Eslora	2016	2017	2018	% ^16	% ^17
Hasta 6 m	908	957	1.012	11,5%	5,7%
De 6 a 8 m	235	242	310	31,9%	28,1%
De 8 a 12 m	83	104	86	3,6%	-17,3%
De 12 a 16 m	39	63	56	43,6%	-11,1%
Mas de 16 m	11	22	16	45,5%	-27,3%
Totales	1.276	1.388	1.480	16,0%	6,6%

Número de embarcaciones registradas en España por esloras. Fuente: ANEN con datos de la DGMM. Abril 2018

A partir de 8 metros la tendencia es negativa, mientras que el rango de esloras que presenta un mayor crecimiento es de 6 a 8 metros de eslora, el cual ha presentado en el último año un crecimiento del 28,1%. El segmento de menos de 6 m de eslora ha matriculado 1012 embarcaciones, un 5,7% más que en el año anterior. Estos dos segmentos representan el 89% del mercado del sector náutico español.

La tabla 4 muestra los mismos datos anteriores, pero clasificándolos en función del tipo de embarcación:

Tabla 4: Número de embarcaciones registradas en los últimos 3 años e incremento con respecto al año anterior por tipología.

Mercado	2016	2017	2018	% ^16	% ^ 17
MOTOS DE AGUA	227	282	326	43,6%	15,6%
BARCOS A MOTOR	641	643	713	11,2%	10,9%
NEUMATICAS PLEGABLES	119	141	123	3,4%	-12,8%
NEUMATICAS SEMIRRIGIDAS	187	216	225	20,3%	4,2%
VELA	102	106	93	-8,8%	-12,3%
Totales	1.276	1.388	1.480	16,0%	6,6%

Número de embarcaciones registradas en España por tipología. Fuente: ANEN con datos de la DGMM. Abril 2018

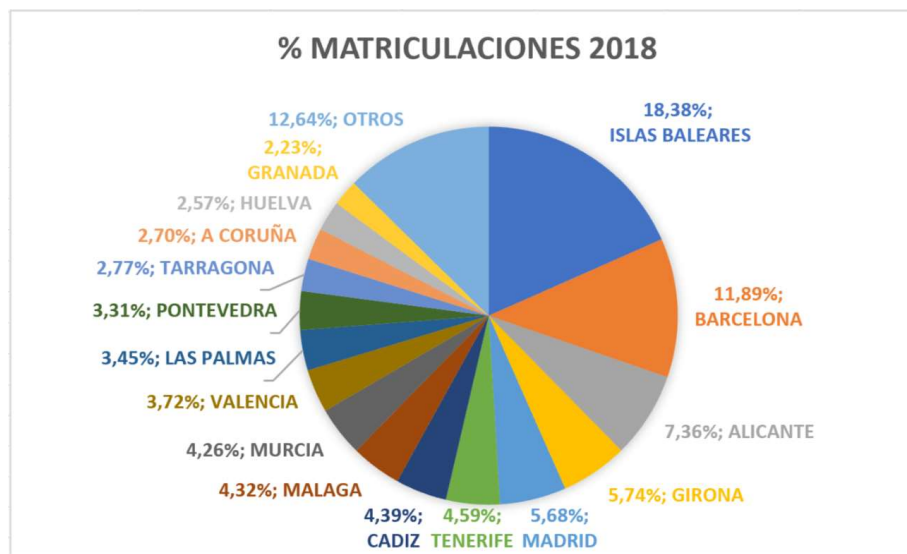
Vemos que las motos de agua son las que más han crecido en el último año junto con las embarcaciones a motor que aumentan en casi un 11% con respecto al año anterior.

Con los datos obtenidos sabemos que los usuarios de la náutica de recreo principalmente adquieren motos de agua y embarcaciones de recreo de menos de 8m. Además, este tipo de embarcaciones son las que mayor crecimiento vienen experimentando en los últimos dos años.

Este sector es en el que nos hemos centrado para desarrollar nuestro dispositivo, ya que los grandes yates y las más modernas embarcaciones de más de 8 m de eslora ya cuentan con este tipo de tecnología en sus mandos de control.

El gráfico 3 muestra el porcentaje de matriculaciones con respecto al total por Comunidad Autónoma:

Gráfico 3: % Matriculaciones en España por CCAA



% de embarcaciones matriculadas en España por Comunidades Autónomas. Fuente: ANEN con datos de la DGMM. Abril 2018

Como bien hemos comentado anteriormente en la introducción, vamos a realizar un proyecto piloto en Águilas (Murcia), donde se conoce el mercado, y puede ser una muestra representativa del mercado nacional. Como vemos en el gráfico anterior, las matriculaciones en el último año en la región de Murcia suponen el 4,26% del total. A partir de ahora nos centraremos en esto para realizar nuestro Plan de Marketing. Se han analizado cuáles son las amenazas y las fortalezas del entorno de la náutica de recreo, en concreto con respecto a la implementación de dispositivos de este tipo.

2.2. Entorno. *Internet of Things* (IoT)

Internet of Things (IoT), en castellano, llamado Internet de las Cosas, es un sistema capaz de transferir datos a través de una red entre las distintas cosas sin la intervención humano-humano o humano-máquina.

Podemos llamar *cosa* a una persona que lleva incorporado un implante que monitoriza su corazón; un animal con un *biochip*; un coche al que se le instalan distintos sensores para advertir al conductor de que la presión de los neumáticos ha disminuido; o la domótica de nuestra vivienda, la cual podemos programar para que si empieza a llover baje las persianas o que nos llegue un aviso en caso de que se detecte que aumenta la concentración de sustancias asfixiantes.

Cada vez más, las empresas están utilizando estos sistemas para llevar a cabo sus operaciones de manera más eficiente, ofreciendo un mejor servicio a sus clientes y mejorando por lo tanto el valor de su negocio.

El IoT ofrece a las empresas una visión en tiempo real de sus negocios, conociendo en todo momento cómo funcionan sus sistemas.

Permite a las empresas automatizar procesos y disminuye los costes de mano de obra, mejorar los servicios de entrega, así como reducir los costes de producción.

Este sistema llega a todas las industrias y servicios, de hecho ya han surgido conceptos como las *Smart cities* que aprovechan esta tecnología para reducir el malgasto de energía y ser mucho más sostenibles.

Vamos a mencionar algunas de las ventajas del IoT:

- ✓ Permite acceder a la información desde cualquier lugar y en cualquier momento o desde cualquier dispositivo.
- ✓ Mejora la comunicación entre dispositivos conectados.
- ✓ Al transferir los datos a través de las redes se ahorra dinero y tiempo.
- ✓ Las tareas automáticas ayudan a mejorar la calidad de los servicios prestados y reducen la necesidad de la intervención humana.

Por otro lado tenemos algunas desventajas de este sistema:

- ✓ Al tener cada vez más dispositivos conectados y cada vez más información circulando por las redes, somos más vulnerables a que nos *hackeen*.
- ✓ Las grandes empresas necesitan un alto número de dispositivos conectados entre ellos, lo cual puede resultar complicado de manejar.
- ✓ Aún no están estandarizado este sistema, lo cual puede crear incompatibilidades entre los distintos dispositivos.

2.3. Estudio de la competencia

Con respecto a la competencia, ya existe un producto similar en el mercado. Se llama *Watching Man* (<https://info.watchingman.com/>). Dicho producto es un sistema de alertas para embarcaciones que entre otras alarmas se encuentra la alarma de carga de la batería. Este producto ha sido desarrollado por una empresa española llamada *Marine Instruments* (<https://www.marineinstruments.es/>). Se trata de una empresa dedicada al diseño y fabricación de equipos electrónicos principalmente para el sector pesquero. Se encuentra situada en el litoral gallego por lo que sus principales clientes se encuentran al otro lado de la Península y puede ser motivo por el cual en la zona de Levante este producto no es conocido ni utilizado.

Con respecto a *Watching Man*, han desarrollado dos modelos: el modelo Básico y el Completo. En la tabla 10 vamos a describir las funciones que lleva cada uno de los dos modelos.

Tabla 10: Características generales Watching Man Básico y Completo

FUNCIONES	DESCRIPCIÓN FUNCION	MODELO BÁSICO	MODELO COMPLETO
CONTROL DESDE EL MÓVIL O WEB.	Controla tu barco desde la App de <i>Watching Man</i> o entrando con tu <i>login</i> en la web	✓	✓
TRACKING GPS DEL BARCO	Podrás ver la posición actual del barco y la ruta recorrida	✓	✓
ALERTA DE POSICIÓN (GEOFENCE)	<i>Watching Man</i> te avisará si el barco se desplaza de 20 a 185 metros de la zona de amarre	✓	✓

FUNCIONES	DESCRIPCIÓN FUNCION	MODELO BÁSICO	MODELO COMPLETO
ALERTA DE NIVEL DE BATERÍA	<i>Watching Man</i> te avisará si el nivel de batería supera los niveles mínimos o máximos configurados	✓	✓
ALERTA DE CORTE DE ALIMENTACIÓN	<i>Watching Man</i> te avisará si se corta la red de alimentación del pantalán	✓	✓
TRACKING FUERA DE COBERTURA GSM	<i>Watching Man</i> almacenará todas las rutas realizadas incluso en zonas fuera de cobertura.	✓	✓
ALERTA DE DETECCIÓN DE INTRUSOS	Aviso si detecta un intruso en tu barco	✗	✓
ALERTA DE AGUA EN LA SENTINA	Avisa si detecta agua en la sentina.	✗	✓
ALERTA DE TEMPERATURA DEL MOTOR	Avisa si el motor alcanza la temperatura máxima o mínima. Posibilidad de conectar dos sensores.	✗	✓
ALERTA DE APERTURA DE PUERTA	Avisa si alguien abre la puerta	✗	✓

FUNCIONES	DESCRIPCIÓN FUNCION	MODELO BÁSICO	MODELO COMPLETO
PRECIO	PVP	599€+IVA	777€+IVA

FUENTE: <https://info.watchingman.com/producto>.

Como podemos observar en la tabla anterior, se trata de un producto con muchas funciones y muy buenas prestaciones. Además, se trata de una empresa especializada y que viene desarrollando productos electrónicos desde 2002.

Sin embargo, podemos decir que no se trata del mismo producto, ya que el nuestro es mucho más simple, sólo nos da la información que queremos: el estado de carga de la batería. Los productos desarrollados por Marine Industries están pensados para usuarios diferentes a nuestros potenciales clientes. Ellos están enfocados al sector pesquero, y *E-me Tech* lo desarrolla pensando en el usuario de embarcaciones de recreo de tamaño medio.

El precio de *Watching Man* es también superior al que se venderá e-Batt. El precio de *Watching Man Básico* es de 599€ (IVA no incluido), y el de *Watching Man Completo* de 777€ (IVA no incluido). El objetivo de *e-Batt* en cuanto a precio es que el dispositivo no supere los 199€. Por lo tanto, podemos decir, que la intención es la diferenciación de nuestro producto haciéndolo sencillo y de bajo coste.

La empresa que desarrolla *Watching Man* es *Marine Instruments* es una empresa española que desarrolla productor de naturaleza eléctrica destinados al sector pesquero. Sus actividades *core* están enfocadas a facilitar y hacer más efectivas las tareas de pesca profesional. Por lo tanto, existe un nicho de mercado para desarrollar productos enfocados a la náutica de recreo donde se requiere que sean más sencillos, más baratos y menos profesionalizados.

2.4. Clientes

El potencial cliente al que va destinado nuestro dispositivo es el propietario de embarcaciones a motor con un poder adquisitivo medio-alto, el cual ya hemos visto anteriormente que se ve altamente influenciado por la situación socio-económica del país.

En épocas anteriores de crisis económica el mercado de la náutica de recreo se ha visto altamente afectado.

Especialmente, nos interesa los clientes del entorno mediterráneo que como también hemos visto antes, es donde más se concentra el número de embarcaciones de recreo en España. Esto probablemente se debe a que el clima y la cultura española y en concreto la mediterránea propicia la práctica de deportes náuticos y de la navegación.

Por otro lado, el propietario de embarcaciones de recreo está cada día más concienciado con el mantenimiento predictivo. Es decir, prefiere invertir en evitar que se produzcan fallos o roturas en sus embarcaciones realizando un correcto mantenimiento y siendo capaz de predecir una rotura antes de que se produzca en vez de dar lugar a que tenga lugar el fallo y el coste de la reparación sea mucho mayor, incluso irreparable.

2.5. Amenazas y Oportunidades

Las principales amenazas que podemos identificar en este análisis externo son que el sector de la náutica de recreo es un sector al cual le influye altamente la coyuntura económica de la sociedad. Al tratarse de un hobby y no de una primera necesidad, en caso de crisis económica se ve altamente influenciado, disminuyendo el dinero invertido en él, así como su valor. Es un sector muy especializado y cerrado, ya que las empresas que se dedican a la náutica de recreo no suelen dedicarse a otros sectores. El entorno tecnológico es un sector cambiante y en constante evolución. Se crean nuevos productos o se desarrollan mejoras de productos existentes constantemente, por lo que es necesario estar siempre alerta de las nuevas tendencias del sector y los avances de la competencia. Con respecto a la competencia, existe un producto similar que satisface la misma necesidad que nuestro producto. Además, siempre existe la amenaza de que entren nuevos competidores en nuestro mismo mercado.

En cuanto a los potenciales clientes, ya hemos visto que su poder adquisitivo se ve altamente afectado por la situación económica, lo cual puede hacer que nuestras ventas disminuyesen considerablemente.

Por último, nos encontramos en un entorno cambiante en el que los cambios tecnológicos son tan rápidos que podrían hacer que nuestro producto fuese obsoleto en poco tiempo. En cambio, si hablamos de oportunidades vemos que el sector del IoT está en auge. Hoy en día todas las empresas están desarrollando nuevos productos centrados en lo que llamamos Internet de las Cosas (IoT por sus siglas en inglés), o desarrollando productos ya existentes para adaptarlos tecnológicamente a las soluciones del mercado. Por lo tanto, existe un nicho de mercado importante en la náutica de recreo ya que aún no se ha desarrollado o lo ya desarrollado tiene precios muy elevados. El mercado tecnológico y el IoT es un mercado emergente al que van enfocados los objetivos estratégicos de las grandes empresas. Otro de los objetivos sociales que se nos presenta hoy en día es la concienciación con el Medio Ambiente. Nuestro dispositivo aumenta el tiempo de vida de las baterías, reduciendo el número de baterías descargadas que son desechadas.

El negocio de la náutica de recreo es un negocio tradicional mediterráneo, donde se viene practicando estas actividades desde tiempo atrás y donde gracias al clima que tenemos se puede practicar durante todo el año.

El poder adquisitivo de estos clientes es alto, ya que como hemos mencionado antes la náutica de recreo podemos considerar que no es una necesidad básica sino un hobby.

Por último, mencionar que este potencial cliente así como la industrial en general, tiene a la implementación del Mantenimiento Predictivo ante el Mantenimiento Correctivo. Es decir, invierten más en los mantenimientos programados con el fin de evitar roturas y por lo tanto tener que realizar reparaciones no previstas.

3. Análisis interno de la empresa

3.1. Información general de la empresa

Tabla 5: Datos generales de la empresa

Nombre de la empresa	<i>e-me Tech</i>
Año de constitución	2019
Ubicación	Águilas (Murcia)
Sector de la actividad	Tecnológico/náutica de recreo.
Número de empleados	3
Correo electrónico	info@emetech.es
Página web	www.emetech.es
Breve descripción de la empresa	<i>e-me Tech</i> es una <i>start up</i> dedicada al desarrollo de dispositivos y aplicaciones móviles enfocadas al sector de la náutica de recreo.

Gráfico 4: Logotipo de la empresa



La finalidad fundamental de *e-me Tech* es proporcionar soluciones tecnológicas y de conectividad *low cost* a usuarios particulares del sector de la náutica deportiva.

Se trata de una *start up*. Es decir, cumple con las características propias de este tipo de empresas:

- ✓ Es una empresa de nueva creación que ha nacido aplicando las nuevas tecnologías para desarrollar un modelo de negocio innovador.

- ✓ Los costes iniciales de la empresa son muy bajos, por lo que no requiere de una gran inversión de capital para su desarrollo. En caso de necesitar financiación más adelante, se podría recurrir a inversores privados o *business angels*.
- ✓ Con un componente tecnológico tan alto, ya se puede adelantar que la principal herramienta que usaremos para darnos a conocer será internet.

3.2. Recursos de la empresa

La start up está compuesta por los siguientes socios fundadores:

Gráfico 5: Presentación de los socios fundadores



A continuación, vamos a describir cuáles son los perfiles de cada uno de los socios con más detalle, qué es lo que aportan sus aptitudes a *e-me Tech* y cuáles son sus principales responsabilidades. Entre ellos forman la sinergia necesaria para entender las necesidades que tienen los clientes del sector, pudiéndose adelantar a las mismas y ofrecer un producto o servicio adecuado a dichas necesidades.

Tabla 6: Dossier Básico de Competencias del Business Manager


 BUSINESS MANAGER	
Formación Académica	Ingeniero Técnico Naval. Máster en Prevención de Riesgos Laborales. Máster en Organización Industrial. Formación específica en Gestión de Proyectos.
Experiencia profesional relevante para la empresa y Aptitudes relevantes para el trabajo a desarrollar	Durante 10 años ha desarrollado sus labores profesionales en el sector naval, participando en grandes proyectos del sector militar. Conoce cómo se gestiona un proyecto y es capaz de adaptarse a los hitos del mismo. Ha realizado labores comerciales en cuanto a tareas de Ingeniería, siendo Business Manager en una multinacional de Ingeniería, donde ha estudiado y entendido las necesidades de los clientes y ha desarrollado propuestas técnico-económicas para dichas necesidades. Experiencia en gestionar equipos de trabajo y reportar tanto a Dirección como a Cliente.

Tabla 7: Dossier Básico de Competencias del Product Manager



 PRODUCT MANAGER	
Formación Académica	Ingeniero Telecomunicaciones.
<p>Experiencia profesional relevante para la empresa y Aptitudes relevantes para el trabajo a desarrollar</p>	<p>El <i>Product Manager</i> cuenta con una gran experiencia en desarrollo de aplicaciones web y móviles. Posee grandes conocimientos relacionados con la Industria 4.0 tales como la <i>Inteligencia Artificial, Machine Learning, Internet de las cosas (IoT), Data Análisis</i> y herramientas del estilo. Es un perfil clave para desarrollar productos innovadores, fiables y de vanguardia que permitan que e-me Tech sea una empresa puntera e innovadora y que los productos que desarrolle estén dentro de un ámbito actual y en línea con las tendencias del sector. Estará en todo momento al tanto de las últimas novedades tecnológicas y su premisa será la mejora continua. Dispone de un <i>background</i> puramente tecnológico.</p>

Tabla 8: Dossier Básico de Competencias del Socio de Supervisión Técnica e Instalación a Bordo

 SERVICE MANAGER	
Formación Académica	Ingeniero Telecomunicaciones.
Experiencia profesional relevante para la empresa y Aptitudes relevantes para el trabajo a desarrollar	<p>Es la parte práctica de la empresa, el primer cliente ya que se encarga de las pruebas de los dispositivos desarrollados, y por lo tanto es el primero en probarlos. Aporta el conocimiento del sector, conoce las distintas casuísticas del mundo náutico, las principales averías y las herramientas y equipos que llevan la mayoría de las embarcaciones a bordo. Maneja las interfaces con las que se encontrarán nuestros dispositivos a bordo tratando de que no distorsionen la información de entrada y de salida. Será la voz y oídos de la empresa en el mercado ya que se encuentra en constante contacto con los clientes. Tiene grandes dotes de atención al cliente y es la imagen visible de la empresa en el sector. Sus conocimientos técnicos hacen que la imagen de la empresa en cuanto a servicio técnico sea seria, formal y resolutiva.</p>

3.3. Organización de la empresa

La empresa opera con un organigrama horizontal, donde cada individuo asume sus responsabilidades de manera individual, pero compartiendo y trabajando en equipo. Al ser una empresa de reciente creación y con un número tan bajo de personas, la comunicación es directa y sencilla.

Gráfico 6: Organigrama de la empresa

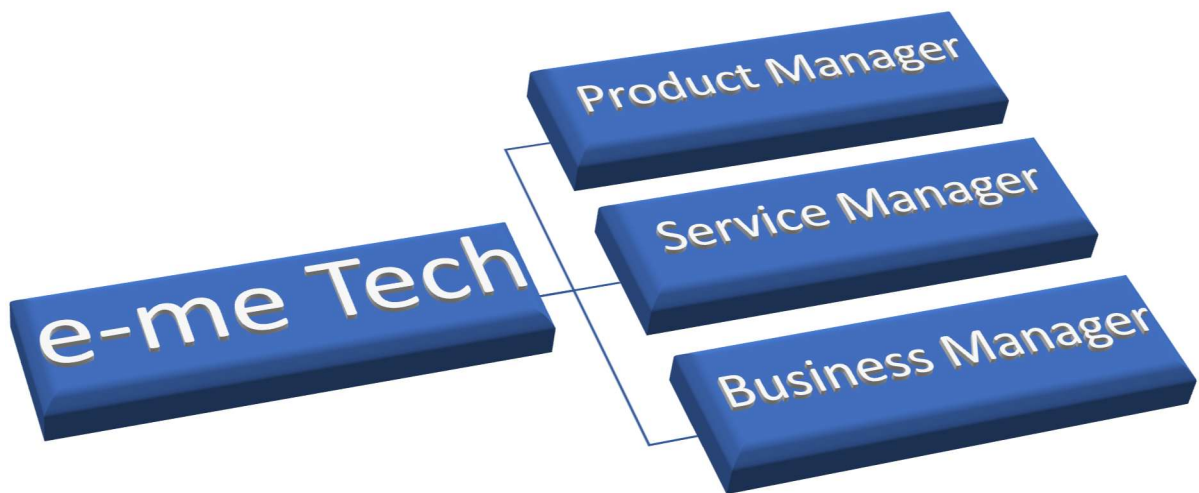





Tabla 9: Asignación de responsabilidades por rol

PUESTO/ROL	RESPONSABILIDADES
BUSINESS MANAGER	✓ Desarrollar el Plan de Negocio de la empresa.

PUESTO/ROL	RESPONSABILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar nuevas oportunidades de negocio y estudiar su viabilidad desde el punto de vista de Ingeniería Naval. ✓ Seguimiento del Proyecto. ✓ Elaboración, lanzamiento y seguimiento del Plan de Marketing.
<p>PRODUCT MANAGER</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar el nuevo dispositivo de manera eficaz. ✓ Investigar para desarrollar nuevos productos. ✓ Atender incidencias de funcionamiento de los dispositivos ya instalados. ✓ Mejora continua de los dispositivos desarrollados.
<p>SERVICE MANAGER</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asistencia técnica <i>on site</i> para la instalación del dispositivo a los clientes que así lo requieran. ✓ Asistencia técnica vía teléfono o internet. ✓ Elaboración y actualización de la documentación de procedimientos de montaje e instalación a bordo. ✓ Propuestas de nuevos productos atendiendo a las necesidades del mercado.

3.4. Debilidades y Fortalezas

Tras el análisis interno de la empresa que hemos realizado vemos que las principales debilidades que presenta la organización son dos: que tanto el producto como la empresa son de nueva creación; y que dispone de bajos recursos económicos o financieros.

A pesar de ello, cuenta con habilidades y recursos muy positivos para desarrollar las actividades con éxito.

Para empezar los componentes de la organización tienen un conocimiento muy amplio del sector, disponiendo de una importante cartera de potenciales clientes y acceso directo a ellos. La empresa dispone de acuerdos comerciales con empresas de reparaciones náuticas lo cual le permite ofrecer un servicio profesional y fiable a sus clientes sin disponer de los recursos como parte de la empresa, disponiendo como resultado de una mano de obra especializada en su servicio técnico. Por último cabe destacar que al desarrollar el producto de manera interna y no necesitando mano de obra propia ni grandes instalaciones, la inversión inicial es baja.

3.5. Análisis DAFO

Como resultado de los análisis tanto interno como externo realizados anteriormente, tenemos el siguiente esquema de Análisis DAFO donde podemos ver de manera gráfica los aspectos positivos y negativos que nos afectan tanto a nuestro producto como a nuestra organización.

Gráfico 6: Análisis DAFO

Interno	Externo
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ☒ Empresa y producto de nueva creación. ☒ Bajos recursos económicos/financieros 	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Entrada de nuevos competidores en el mercado. ☒ Existencia de un producto similar. ☒ Los cambios que se dan en el sector tecnológico son tan rápidos que pueden hacer que el producto se quede obsoleto en poco tiempo. ☒ La náutica de recreo no es una necesidad por lo que, en época de crisis, desciende considerablemente su demanda.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento del sector. ✓ Bajos costes de inversión inicial. ✓ Cartera de potenciales clientes. ✓ Acuerdos comerciales con empresas de reparaciones náuticas. ✓ Mano de obra especializada (servicio técnico). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mercado emergente. ✓ Aumento constante de la preocupación social por el Medio Ambiente. ✓ El clima y cultura española y en concreto la mediterránea propicia la práctica de deportes náuticos. ✓ Implementación del Mantenimiento Predictivo ante el Mantenimiento Correctivo. ✓ Poder adquisitivo de los clientes potenciales es alto.

4. Estrategia de la empresa

El principal objetivo que tiene la empresa y en concreto este producto, es innovar, creando un producto de base tecnológica que ofrezca un servicio útil y ventajoso para los propietarios de embarcaciones de recreo.

La ventaja competitiva que ofrece este producto es su precio y sencillez. La ventaja competitiva en cuanto a precio la vamos a obtener ya que el precio de venta está muy por

debajo de los que ofrece la competencia, en concreto un tercio menos que *Watching Man*, de tal manera que esté al alcance de los usuarios estándar del sector.

Una vez conocido que la situación del mercado de las embarcaciones de recreo menores de 8 metros está en auge; que los productos actuales que existen en el mercado tienen precios elevados y que la *start up* cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar el producto con éxito, vamos a establecer los objetivos a lograr en términos de ventas:

5. Definición de objetivos

Los objetivos que queremos alcanzar en el primer año son en primer lugar ser los líderes del mercado en la zona mediterránea. Por ello todas las acciones de comunicación que llevaremos a cabo estarán intensificadas en esta zona. Queremos que el dispositivo para monitorizar la batería de una embarcación más vendido en la zona del mediterráneo sea el nuestro.

Por otro lado para que la empresa sea sostenible se establecen los siguientes objetivos de ventas:

- Dispositivos vendidos: 3000
- Asistencias Técnicas: 800
- Suscripciones al servicio de tareas de mantenimiento total: 1000

De esta manera estimamos una facturación anual de alrededor de 900.000€.

6. Desarrollo del *Marketing Mix*

6.1. Producto

El lanzamiento del producto se va a realizar inicialmente en una zona localizada para tratar de ver el comportamiento de compra de los consumidores, localizar a los clientes geográficamente, por si surgiesen problemas técnicos, ofrecer un buen servicio de atención al cliente y posteriormente, en función de los resultados, lanzar el producto al resto de las geografías.

E-me Tech es una empresa *start up* que nace de la creación del dispositivo *e-Batt* a partir de la necesidad de los usuarios de un segmento concreto de la náutica deportiva y de recreo.

La finalidad de este dispositivo es aplicar el internet de las cosas (IoT) al mantenimiento en el sector de la náutica de recreo.

La necesidad de desarrollar este tipo de dispositivo surge a partir de un estudio que se realiza de las principales tareas de mantenimiento no planificadas que se llevan a cabo durante la temporada alta en una náutica de recreo situada en la costa murciana.

Los usuarios de embarcaciones de motor con eslora inferior a 8 metros planifican sus tareas de mantenimiento con el fin de tener su barco preparado para disfrutarlo durante la temporada alta de verano que en el Levante español va desde Mayo a Octubre.

Sin embargo, aun habiendo hecho estas tareas de manera periódica, se detecta que hay una avería que se repite especialmente: la descarga de la batería de arranque.

Los propietarios de las embarcaciones de recreo no siempre las utilizan durante todo el año, o en ocasiones, se encuentran sin uso durante temporadas largas de tiempo. Una de las principales problemáticas que se dan a la hora de volver a poner en marcha el motor de una embarcación que lleva parada algún tiempo son las baterías. Al no mantenerlas en uso, las baterías se descargan quedando en ocasiones incluso inutilizadas.

Al quedar la batería inutilizada, por un lado está perjudicando al propietario, que tendrá que adquirir una nueva batería, cuyo precio oscila entre los 100 y los 300€ dependiendo del tipo de embarcación que sea y al que habría que añadirle la mano de obra especializada, y que estas situaciones suelen darse en periodos vacacionales, festivos o fines de semana, que hacen que el precio de la mano de obra suba considerablemente; y además perjudica el Medio Ambiente, ya que las baterías son altamente contaminantes.

Además del coste económico de la nueva batería y el coste que supone para el Medio Ambiente, también hay que tener en cuenta el tiempo que el propietario deja de disfrutar de su tiempo libre y de ocio.

Para evitar estas situaciones *e-me Tech* ha desarrollado *e-Batt*, que es un dispositivo que irá instalado en la embarcación, conectado mediante un sensor a la batería de arranque.



La misión del dispositivo es monitorizar la carga de la batería en todo momento, pudiéndose visualizar a través de una APP o a través de Internet.



Al abrir la aplicación de E-Batt, nos sale una pantalla de bienvenida que se muestra en la siguiente Figura:



A continuación, se abre la pantalla principal de la aplicación en la que podemos ver el valor de la carga de la batería sensorizada de la siguiente forma:

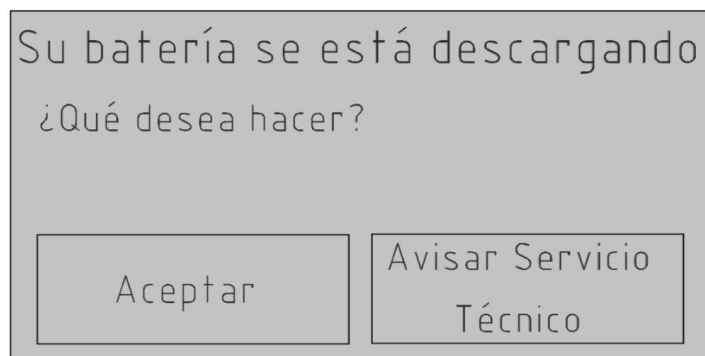


Como podemos observar en la aplicación se nos muestra el valor numérico de la carga que está midiendo el sensor en la batería del barco. El cuadro “Estado”, nos dará el valor “OK” y se recuadrará en verde cuando el valor numérico esté por encima del valor que hemos establecido al configurar nuestra aplicación de acuerdo a los valores recomendados por especialistas para nuestra batería específicamente. Además, tenemos el botón “Actualizar”, el cual podemos pulsar para refrescar los datos y comprobar si ha habido variación.

En el caso de que el valor de la carga de la batería baje de un valor establecido por el usuario, saltará una alarma en la APP para avisar de la caída. En la siguiente figura se muestra cómo aparecería en este caso la pantalla de nuestro dispositivo móvil.



Una vez recibido el aviso, el usuario tiene la opción de apagarlo, para encargarse de dicho aviso por su cuenta, ya sea desplazándose o avisando a quien considere oportuno de realizar el chequeo; o también puede, con un solo *click*, avisar a su técnico de confianza para que haga el chequeo in situ.



De esta manera el usuario se asegura de que conoce en todo momento el estado de la carga de la batería de su motor marino y que cuando quiera disponer de él, la batería no suponga un problema.

6.2. Precio

A la hora de establecer el precio de venta de nuestro producto hemos de tener muy en cuenta la estrategia que hemos establecido inicialmente y la cual es uno de los pilares en los que nos apoyaremos para conseguir éxito en este proyecto: bajo coste.

Decir bajo coste es algo muy genérico por lo que tendremos que saber el precio de los productos similares que hay en el mercado para poder realizar la comparativa correspondiente.

Como bien hemos comentado antes cuando hemos realizado el estudio de los productos que consideramos son nuestra competencia, el precio de los dispositivos desarrollados por la competencia son:

WATCHING MAN MODELO BÁSICO	WATCHING MAN MODELO COMPLETO
<ul style="list-style-type: none"> • CONTROL DESDE EL MÓVIL O WEB. • TRACKING GPS DEL BARCO. • ALERTA DE POSICIÓN (GEOFENCE). • ALERTA DE NIVEL DE BATERÍA. • ALERTA DE CORTE DE ALIMENTACIÓN. • TRACKING FUERA DE COBERTURA GSM. 	<ul style="list-style-type: none"> • CONTROL DESDE EL MÓVIL O WEB. • TRACKING GPS DEL BARCO. • ALERTA DE POSICIÓN (GEOFENCE). • ALERTA DE NIVEL DE BATERÍA. • ALERTA DE CORTE DE ALIMENTACIÓN. • TRACKING FUERA DE COBERTURA GSM • ALERTA DETECCIÓN DE INTRUSOS • ALERTA DE AGUA EN LA SENTINA • ALERTA DE TEMPERATURA DEL MOTOR • ALERTA DE APERTURA DE PUERTA
599€+IVA	777€+IVA

Estos precios suponen un desembolso importante para un usuario estándar de embarcaciones de recreo de motor con esloras inferiores a 8 metros. Además, las

funcionalidades que incluyen no serían del todo de utilidad para el uso que se les da a los barcos en el segmento de mercado al cual pertenece nuestro público objetivo.

Por lo tanto, nuestro precio tiene que ser coherente tanto con la estrategia que tiene la empresa a nivel interno de desarrollo de mercado, como la funcionalidad y servicio que va a aportar al usuario.

E-BATT
ALERTA DE NIVEL DE BATERÍA.
199€+IVA

De los dos productos desarrollados por la competencia, nos debemos de comparar con el de mayor sencillez y por lo tanto el más económico de los dos que es el *Watching Man Modelo Básico*. Este modelo cuesta 599€ más IVA, es decir el triple que *E-BATT*.

Además del precio que se paga por el dispositivo, deberemos tener en cuenta otros gastos asociados al uso de nuestro dispositivo.

Inicialmente se hará un desembolso inicial con el que se adquirirá el dispositivo que irá instalado a bordo y las credenciales para disfrutar del servicio de E-BATT durante un año.

Transcurrido el año, el usuario deberá pagar una cuota anual de suscripción de 39,99€ destinados al servicio de red necesario para que E-BATT funcione. Esta cuota es la que renovará el acceso a la APP. Si al cabo de un año el usuario decide no pagar la cuota, automáticamente su dispositivo dejará de estar vinculado a la red y por lo tanto no podrá visualizar en la APP los datos de su batería.

Adicionalmente, y únicamente de manera voluntaria, cuando el dispositivo cree una alerta de bajada de voltaje de batería, el usuario podrá decidir avisar al Servicio Técnico establecido en la configuración inicial. Este servicio se pagará adicionalmente de manera automática a través de la APP.

E-me Tech dispondrá de acuerdos con distintos servicios técnicos especializados en cada localidad que permitirán realizar estos trabajos. Esto supondrá otra fuente de ingresos para e-me Tech.

Por último, y como manera de fidelización de los clientes y con el fin de disponer de la máxima información posible del sector y del comportamiento de los usuarios, se ofrecerá un servicio de tarifa plana anual para el Mantenimiento de las embarcaciones, de tal manera que los mismos Servicios Técnicos que acudirían bajo petición de los usuarios, podrían realizar el mantenimiento de las embarcaciones de manera programada. Para estos usuarios, el servicio de Asistencia Técnica en caso de bajada de voltaje de la batería estaría incluido en el precio de la tarifa plana que se pagaría.

En la siguiente tabla vamos a resumir estos servicios:

Concepto	Descripción	Periodicidad del pago	Importe
Adquisición del dispositivo	Dispositivo + cuota anual del primer año	Una vez, al inicio	199€
Cuota anual E-BATT	Obligatorio a partir del segundo año. El primer año viene incluido en la adquisición del dispositivo	Anual	39,99€
Asistencia Técnica	Opcional. Sólo en caso de que el usuario requiera del servicio.	Cuando se requiera el servicio	49€
Tareas Mantenimiento	Opcional. Incluye las tareas anuales de mantenimiento propias de una embarcación. En caso de tener contratado este servicio, tendrá incluida la Asistencia Técnica.	Anual	300€

6.3. Distribución

La distribución del producto será principalmente a través de Internet. La venta online supone hoy en día un alto porcentaje de las ventas que se realizan y es un canal de distribución que está en auge.

Además, el producto se venderá en puntos de venta especializados (tiendas náuticas, talleres de reparación). Estos son considerados los *partners* de *e-me Tech* en el desarrollo y comercialización de *E-BATT*, así como en el desarrollo de nuevos dispositivos y aplicaciones relacionadas con el sector de las embarcaciones de recreo.

Por lo tanto, el producto, podrá ser adquirido físicamente en dichos establecimientos o por internet. Un punto a tener en cuenta será la instalación del dispositivo, como ya hemos comentado cuando hemos presentado las características del producto, *E-BATT* viene con un completo manual de instalación, tanto instrucciones técnicas en papel como un videotutorial donde se explicará toda la información de instalación y uso de manera detallada.

Entonces, el usuario podrá elegir entre realizar por sí mismo la instalación del dispositivo a bordo de su embarcación o podrá solicitar a los técnicos que forman parte de los denominados *partners* que realicen la instalación del mismo ya sea durante las tareas periódicas de mantenimiento o puntualmente cuando el cliente lo solicite.

En los puntos de venta se dispondrá cartelería en la entrada principal del establecimiento con cartelería y un código QR para acceder al vídeo corporativo que explica de manera detallada en qué consiste *E-BATT* y cuáles son sus principales utilidades.



Para la venta a través de Internet, utilizaremos la plataforma *Amazon* para llegar a nuestros potenciales cliente. Nos registraremos en Amazon con una cuenta de vendedor Pro, lo cual supone un coste de 39€ mensuales. Las ventajas clave de vender nuestro producto mediante este servicio, según el portal de Amazon, son las siguientes:

- ✓ Encontrar tus productos online es más fácil con Amazon.
- ✓ Vender tus productos en los 5 marketplaces europeos de Amazon.
- ✓ Poner tu marca a la vista de millones de clientes en Amazon.
- ✓ Beneficios de la confianza en la experiencia de compra en Amazon
- ✓ Amazon te ofrece seguridad y protección frente al fraude
- ✓ Sin tarifas por publicación de tus productos
- ✓ Inventario unificado para todos los 5 marketplaces europeos de Amazon
- ✓ Asistencia a los vendedores
- ✓ Vender productos que ya están en el catálogo de Amazon
- ✓ Añadir nuevos productos al catálogo de Amazon
- ✓ Vender productos en todas las categorías de Amazon
- ✓ Tus productos disponibles con la función de compra 1-Clic
- ✓ Acceder a ficheros e informes de pedidos
- ✓ Subir tu inventario y productos usando herramientas automatizadas (subidas de gran volumen)

El coste de vender en Amazon es, además de la suscripción que hemos comentado anteriormente, en torno a un 12% de tarifa por producto vendido.

Otro aspecto a tener en cuenta en la distribución del producto es la logística. Este servicio también lo ofrece Amazon. Este servicio, según su web, incluye lo siguiente:

- ✓ Almacenaje de los productos en sus centros logísticos. Esto supone no tener almacenes propios y pagar sólo por el stock necesario.
- ✓ Servicio Atención cliente
- ✓ Venta en otros canales
- ✓ Etiquetado
- ✓ Preparación y embalaje

- ✓ Servicio de envoltorio para regalo.

En principio, el servicio que utilizaremos de Amazon será únicamente el de gestión logística ya que inicialmente no se prevé un gran volumen de ventas y el tamaño del producto no es grande, por lo que lo almacenaremos en nuestro inventario local. Este servicio tiene un coste desde 1,82€ por unidad, lo cual tendremos que tener en cuenta como coste fijo por unidad de producto vendida mediante este canal de distribución.

Con respecto a la logística inversa, no supone un coste extra para los productos que se venden físicamente. En caso de querer realizar una devolución, se realizará en el mismo punto de venta, dentro del periodo de 30 días después de la compra.

Para los productos vendidos mediante la web, Amazon también nos ofrece un servicio de Logística Inversa para las posibles devoluciones.

6.4. Comunicación

En ese apartado vamos a definir la estrategia de promoción que vamos a seguir a la hora de comercializar nuestro producto. La finalidad de realizar dicha promoción, al tratarse de un nuevo producto y una nueva marca, será dar a conocer el producto y posicionar la marca que este representa.

Una vez que los consumidores conocen la existencia del producto, deberemos conseguir maximizar las ventas para rentabilizar la empresa y paralelamente, conseguir atraer a nuevos clientes, ya sean nuevos usuarios de este producto, o de nuevos productos que la empresa desarrollará posteriormente.

Utilizaremos una estrategia combinada en la cual incentivaremos a los vendedores (*partners* oficiales) para que promuevan el producto y por otro lado atraeremos al cliente en ferias, clubs náuticos, revistas y páginas webs especializadas, así como en redes sociales.

Para conseguir estos objetivos, se realizarán las siguientes actividades:

- **Promoción en los distribuidores oficiales**

Tal y como hemos comentado en el punto anterior, las tiendas especializadas en náutica deportiva, las cuales colaboran con e-me Tech en las tareas de asistencia técnica y mantenimiento, serán un punto clave a la hora de promocionar el producto.

Para ello se colocará cartelería en la entrada principal del establecimiento con la siguiente imagen en donde aparece un código QR para acceder al vídeo corporativo que explica de manera detallada en qué consiste *E-BATT* y cuáles son sus principales utilidades.



- **Formaciones a los vendedores**

En este caso, los vendedores son los propios trabajadores de las empresas denominadas *partners*. Para conseguir que estos vendedores estén comprometidos con las ventas del producto, inicialmente realizaremos una presentación inicial de manera formal a estos vendedores. En esta presentación se les explicará en qué consiste el producto, cuál es su utilidad y sus principales características. Esto se realizará haciendo hincapié en técnicas de venta para conseguir fomentar dichas ventas. Una vez conocido el producto y estando en disposición de venderlo de una

manera eficaz, se les planteará una serie de incentivos de ventas, de manera que por cada producto vendido se le recompensará económicamente con un 2% sobre el Precio de Venta del Producto (PVP).

Posteriormente, se realizará seguimiento personalizado con llamadas cada dos semanas y visitas presenciales bimensuales para comprobar que los objetivos se cumplen y resolver las dudas que hayan podido surgir.

A la finalización del primer año desde el lanzamiento de la campaña, se regalará un viaje valorado en 500€ al vendedor que más dispositivos haya vendido.

- **Participación en ferias**

- **Salón Náutico de Barcelona (Octubre)**

Según la página web oficial de este evento (<http://www.salonnautico.com/>), el pasado año 2018 este salón obtuvo 54.671 visitantes. Según esta fuente las razones que pueden motivar exponer en este evento son las siguientes:

- ✓ Presentar nuevas tendencias
- ✓ Responder a los intereses de los consumidores
- ✓ Lanzar las nuevas novedades
- ✓ Fidelizar a los clientes
- ✓ Beneficiarse de la campaña de comunicación
- ✓ Contactar con un público profesional y con amantes de la náutica.

La idea de participar en este evento será de una manera muy específica, y será mediante la participación en el *Nautic Tech International Investment Forum*. Se trata de un certamen para impulsar las *start up* relacionadas con la industria Náutica. El premio del ganador son 80.000€. Las condiciones para poder participar son las siguientes:

- ✓ Tener definido un plan de negocio de negocio de forma clara, legalmente constituido y relacionado o aplicable a la industria náutica
- ✓ Preferiblemente en fase Beta de producto/servicio/app/ portal
- ✓ En fase de comercialización

Para las *start up* interesadas en participar ponen a disposición un *booth* propio de 6m2 durante 4 días.

Este será el hito que inicie la comercialización de nuestro dispositivo y la presentación oficial de la empresa.

Para apoyar nuestra presencia en el stand de la feria y dar a conocer nuestra empresa y nuestro producto, dispondremos de:

- 5000 flyers DIN A5 (14,8x21 cm) a doble cara
- 100 carteles DIN A3 29,7x42 cm 100gr. Brillo
- Banner de lona 120x200 cm.

Las imágenes que se mostrarán en los flyers son las siguientes:



The flyer features a blue background with the text 'E-BATT' in large white letters at the top. Below it, the tagline 'Conoce la carga de la batería de tu barco en todo momento' is written in white. The flyer is divided into two main visual sections: the top left shows a motorboat on the water, and the bottom left shows a person's hands holding a smartphone. To the right of these images, there are four bullet points with checkmarks, followed by the price 'Desde 199€+IVA' and the developer's name 'Desarrollado por: e-me Tech' with a logo.

E-BATT

Conoce la carga de la batería de tu barco en todo momento

- ✓ Desde su móvil a través de una APP.
- ✓ Fácil instalación.
- ✓ Válido para todo tipo de baterías.
- ✓ Seguro y eficaz.

Desde 199€+IVA

Desarrollado por: 

Las imágenes que se mostrarán en la cartelería son las siguientes:

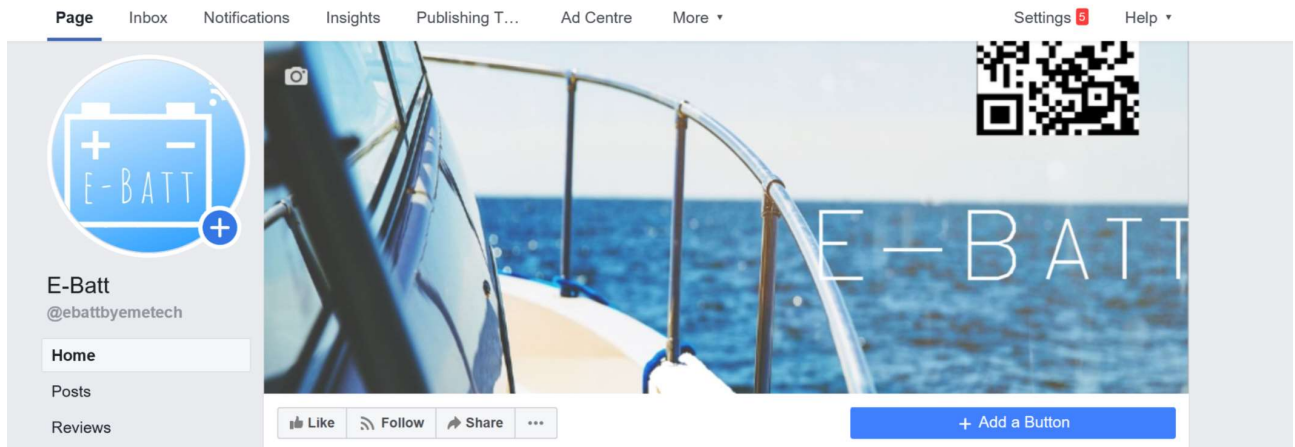


Dentro de este entorno se contratará el servicio de *Visibilidad en social Media* del Salón Náutico. La web tiene más de 182.135 visitas, y este servicio incluye lo siguiente:

- ✓ 1 post patrocinado en Facebook, Instagram.
- ✓ Post en Twitter.
- ✓ Difusión de contenido en el apartado de noticias y novedades web del Salón.

Para ello es necesario disponer de Identidad en RRSS.

○ **Facebook**

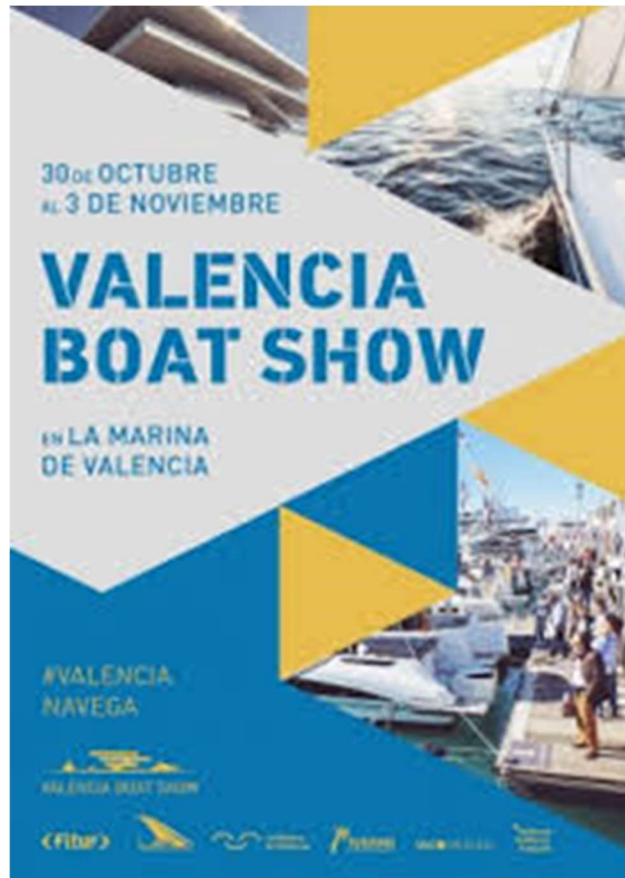


○ **Instagram**



De la misma forma, pero simplemente con un *stand* y utilizando el mismo material que en el Salón Náutico de Barcelona, se tendrá presencia en los siguientes salones o ferias náuticas:

- **Valencia Boat Show (noviembre)**



- **Feria Náutica Marina de las Salinas (San Pedro del Pinatar) (Abril)**



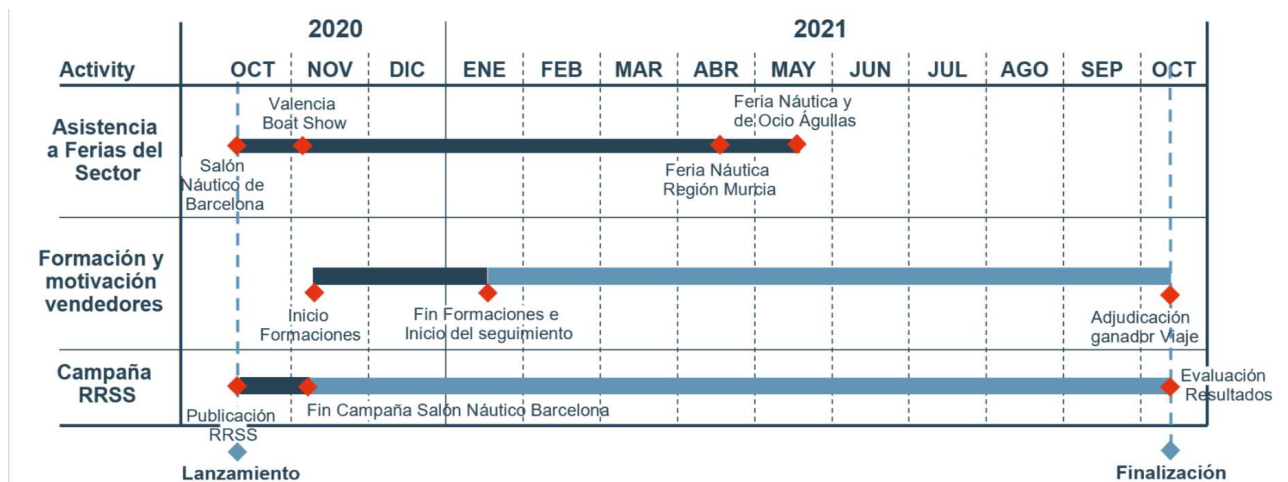
○ FERIA Náutica Ocio & Tiempo Libre Águilas, Murcia (Mayo)



7. Plan de acción

Este programa de actividades para conseguir el éxito de la campaña de comercialización del producto y su plataforma tiene una duración de 1 año.

Tendrá su comienzo en inicio en Octubre donde se presentará oficialmente en el Salón Náutico de Barcelona y donde aprovecharemos la campaña de Redes Sociales que se lanzará asociada al mismo para dar a conocer nuestro producto. A partir de este momento, se lanzarán el resto de actividades, quedando programadas de la siguiente manera:



8. Presupuesto

STAND SALÓN NÁUTICO BARCELONA

Consiste en un booth propio de 6m² durante 4 días donde poder exponer nuestro producto, hacer demostraciones/simulaciones de su uso a bordo y captar potenciales clientes y/o colaboradores. El coste de este stand para los participantes en el Nautic Tech International Investment Forum es de 600€ para los 4 días.

VISIBILIDAD EN SOCIAL MEDIA DEL SALÓN NÁUTICO

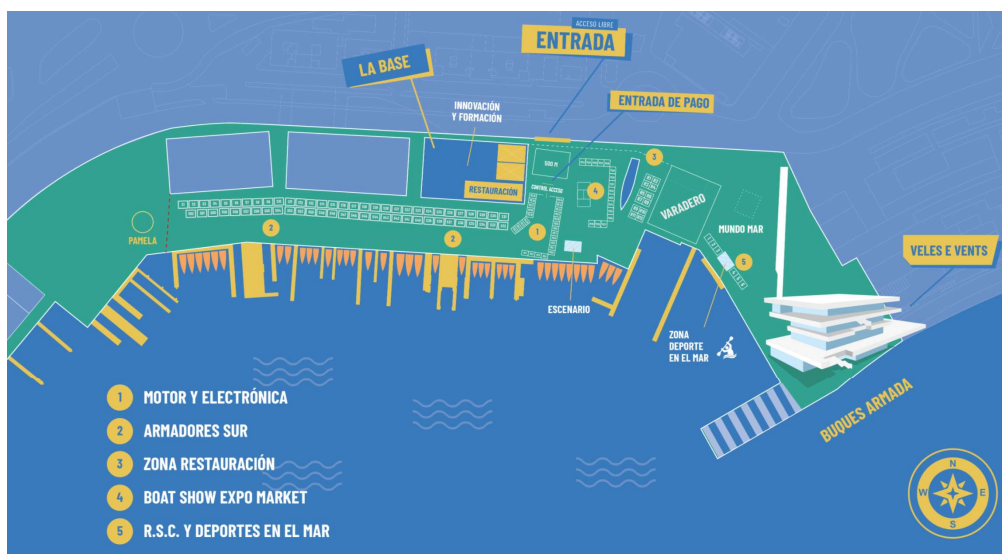
Es una modalidad de participación que se puede contratar de manera extra para los participantes en el salón. Se trata de un pack de publicidad online que consta de:

- ✓ Un post patrocinado en Facebook e Instagram
- ✓ Difusión de contenido en el apartado de noticias y novedades web del Salón.

El coste de este servicio denominado *Visibilidad en Social Media* es de 1.000€.

STAND VALENCIA BOAT SHOW

La presencia de este Salón Náutico será en la Zona Armadores en un Stand Premium 3x5 que incluye tarima, techo y paredes rígidas, almacén, mostrador, mesa y 3 sillas. El precio es de 2.415€ e incluye electricidad, iluminación, moqueta y rotulación identificativa del expositor.



STAND FERIA NÁUTICA REGIÓN MURCIA

En este caso al ser una feria con menor número de visitantes que las dos anteriores el precio del stand disminuye considerablemente, siendo éste de 600€ incluyendo un stand de 3x5 con todo lo necesario. El precio es de 600€ incluyendo electricidad, iluminación, y la rotulación identificativa correspondiente.

FERIA NÁUTICA OCIO&TIEMPO LIBRE

Análogamente al caso anterior esta feria espera un número de visitantes menor que las dos anteriores, por lo tanto hablamos de un coste simbólico de 150€ que se aporta a la organización con el fin de cubrir los gastos de dicho evento.

5000 FLYERS

Compraremos 5000 flyers DIN A5 (14,8x21 cm) a doble cara con la siguiente imagen:

E-BATT

Conoce la carga de la batería de tu barco en todo momento

- ✓ Desde su móvil a través de una APP.
- ✓ Fácil instalación.
- ✓ Válido para todo tipo de baterías.
- ✓ Seguro y eficaz.

Desde 199€+IVA

Desarrollado por: 

El precio de estos flyers es de 83,88€.

CARTELERÍA

Se imprimirán 100 carteles DIN A3 29,7x42 cm 100gr. Brillo con la siguiente imagen:



El precio de la cartelería es de 48,90€.

BANNER LONA

Por último también dispondremos de un Banner de lona 120x200 cm para exponer en cada una de las ferias a las que asistiremos. En esta lona pondremos la misma imagen que en la cartelería. Su coste es de 49€.

A continuación vemos que el coste de nuestras acciones publicitarias es de unos 5.000€ aproximadamente.

ACCIÓN	PRESUPUESTO
Stand Salón Náutico Barcelona	600,00 €
Visibilidad en social Media del Salón Náutico	1.000,00 €
Stand Valencia Boat Show	2.415,00 €
Stand Feria Náutica Región Murcia	600,00 €
Feria Náutica Ocio&Tiempo Libre	150,00 €
5000 flyers	83,88 €

Carteles	48,90 €
Banner lona	49,00 €
TOTAL	4.946,78 €

9. Conclusiones

Una vez planteado el Plan de Marketing enfocado a cumplir los objetivos: ser líderes en el mercado de la costa Mediterránea y alcanzar una facturación el primer año de 900.000€, habiendo vendido en torno a 3000 dispositivos, llevaremos a cabo las acciones planteadas. Dichas acciones suponen un coste de alrededor de 5.000€, lo cual supone un 5,5% de la facturación invertido directamente en Marketing. Una vez finalizado el primer año se hará la evaluación de cada una de las actividades realizadas y se comprobará si se han alcanzado los objetivos propuestos. Además durante el primer año surgirán nuevas tendencias del mercado y nuevas necesidades que harán que e-me Tech sea una empresa que tenga que estar en constante evolución y cuyo departamento de I+D+i siempre tienda hacia la mejora.

10. Bibliografía

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de marketing/por Gary Armstrong y Philip Kotler.--trad. Astrid Mues Zepeda (No. 658.8 A7y 2013.).
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Báez, E. P., Martínez, J. F. J. D., Nicolesco, J. D., & Garza, A. C. (2004). Fundamentos de marketing.