

# STARTINNOVA

## 2021 / 2022



María Carnero / Sofía Martínez Castro / Pablo Nieto  
Álvaro Roncero / Alfonso Sagarra



Lásedoor 

 KEIS

Sistema AUTODOOR 

Seguridad y  
comodidad al  
entrar en tu  
hogar 



**¡Un millón de gracias!**

¡Tu cerradura segura, no tengas miedo a probar 😊!



### ● Segmento de cliente

- **¿para quién estamos creando valor?** Lo bueno de nuestro producto es su relación con el hogar y las familias, acercándose a ellas y creando valor para todos sus miembros. Esto es algo que nos favorece pues es un mecanismo atrayente y servicial tanto para los más pequeños como para los más mayores.



- **¿quiénes son nuestros clientes más importantes?** Nuestros clientes más importantes serían las personas de edad comprendida entre 25 y 40 años que estén buscando una casa o que quieran hacer reformas en la suya propia, las constructoras y por último, para los hoteles y las casas de alquiler para que no haya que quedar con el propietario para la entrega de llaves
- Otro tipo de clientes favorecidos por nuestro producto serían las personas mayores, por su seguridad básicamente, pues nuestro sistema autodoor, en caso de emergencia, permitiría a los servicios sanitarios entrar a socorrerlos en caso de accidente o imprevisto.

### - **SEGMENTACIÓN DE CLIENTES:**

- **Segmentación geográfica:** Europa y América de Norte porque son países desarrollados y en los que se busca innovar, sin embargo en África y la mayoría de América del Sur no están tan desarrollados y no valdría la pena entrar en ese mercado. En Asia ya van teniendo cerraduras tecnológicas, menos avanzadas pero ya van teniendo por lo tanto si nos metemos en ese mercado podríamos mantenernos en lo alto unos pocos años pero luego seguramente innovarían las competencias con algo mejor, por lo tanto a corto plazo tendríamos beneficios.
- **Segmentación demográfica:** personas de 18 a 50 años, es decir, personas jóvenes que quieran más comodidad e innovar tecnológicamente su casa. Consideramos que las personas de mayor edad no querrán complicaciones y si llegan a tener una cerradura de este estilo se la habrá podido comprar su hijo para más comodidad o casos por el estilo.

### - **Segmentación conductual:**

#### - Por beneficios:

-Por ocasión: habrá bastantes clientes que compren por ofertas que se hagan

-Enfoque en la lealtad: al ser una empresa nueva empezaremos aquí desde 0, pero si a una persona le gusta mucho lo recomendará a amigos y familiares.

- Por frecuencia de uso: únicamente contaremos con consumidores ocasionales ya que vendemos cerraduras y es algo que se compra cada bastante tiempo.
- Por cantidad de uso: según nuestra estimación y el afán renovador de la población de los tiempos de hoy en día tendremos un buen número de ventas ya que se utilizará mucho y a diario en la vida de nuestros clientes.
- **Segmentación psicográfica:** en este apartado nos centramos en clientes según su conducta, estilo de vida... Por lo tanto tendremos la gran mayoría de ventas en gente que se compre lo último tecnológicamente hablando o que viva en un chalet para que sea más fácil y rápido salir y entra en sus viviendas.



## 6. ¿CUÁL ES NUESTRA PROPUESTA DE VALOR?

Nuestra propuesta de valor es: “**Seguridad y comodidad para entrar en casa, sin depender de las llaves**”.

Las claves de la propuesta de valor son:

**I. Reducción de tiempos de espera y desplazamientos innecesarios.**

**II. Dar acceso integral a nuestra propiedad por tiempo limitado a arrendatarios.**

**III. Aumentar la seguridad en el acceso a nuestra propiedad.**

**IV. Ofrecer un sistema de aviso a servicios de urgencias para casos de accidente o emergencia**

Somos diferentes a nuestra competencia porque eliminamos toda necesidad de llaves. Ya que, a día de hoy, somos los únicos en ofrecer un sistema que resuelve por completo la problemática del acceso a edificio, vivienda y estancias. Además, ofrecemos un sistema de seguridad para los más mayores para que en caso de accidente, los servicios de urgencia puedan entrar en la vivienda a socorrer a heridos o ancianos en caso de emergencia

## 7. ¿CUÁL ES EL TAMAÑO DEL MERCADO?

El **número aproximado de potenciales clientes** en Europa con su casa con sistemas de seguridad Keis es de 600.000 para 2022.

Esta aproximación la hemos hecho en base a la empresa LUKKO, empresa que ofrece servicios similares a los nuestros y que ya en el año 2017 alcanzó 1.100.000 ventas de cerraduras con apertura tecnológica.

Pensamos que si en ese año ya se vendieron tantos sistemas de apertura modernos, ahora que cada vez se demandan más novedades y comodidades, creemos que la gente deseará comprar **MÁS** cerraduras de este tipo. No obstante, como es nuestro primer año, seguramente nuestras ventas se aproximen a un número un poco más bajo que el de LUKKO y acorde con nuestro reciente ingreso en el mercado, en este caso, **600.000**.

Teniendo en cuenta el porcentaje del mercado que representa España, según <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/llegar-al-consumidor>, la media del porcentaje que invierten los españoles en el hogar es de un 21,7% (según el año 2017), además de un 4,3% en muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar. Es por ello que sí que pensamos que podemos tener éxito pues entramos dentro de estos porcentajes (fundamentales para la vida cotidiana de las personas).



Sabemos también que es un mercado en continua expansión, con tasas del 10% de crecimiento anual. Durante los dos primeros años enfocaremos nuestra fuerza de ventas a cubrir España, y será a partir del tercer año cuando comenzaremos nuestra expansión en Europa.

## 8. ¿CÓMO LLEGAMOS A ELLOS?

La captación de los clientes de nuestra empresa la llevaremos a cabo con una importante acción de marketing, con una inversión el primer año de **37.500€** que se invertirán para realizar distintas acciones de marketing en el Norte de Castilla, Amazon y Antena 3.

## 9. ¿CÓMO HACEMOS DINERO

KEIS prevé unas ventas estimadas en el primer año de 1.000.000€ (vendiendo 2000 puertas en un año) con una proyección de para el quinto año de 10.000.000€. Las ventas se han calculado en base a nuestras acciones de marketing y la tasa de crecimiento del sector de los alquileres colaborativos.

El precio venta público (PVP) de KEIS HOME y KEIS SECURITY es de 400€.

## 10. ¿CUÁNTO NOS CUESTA?

Los costes iniciales de KEIS para el primer año son de 680.000€, las partidas principales son:

- I. Compra de recursos para la fabricación por 350.000€
- II. Coste de personal cualificado por 150.000€
- III. Marketing para captación de clientes 37.500€
- IV. Para alquiler del local y herramientas necesarias necesitaríamos 10.000€
- V. Ahorraríamos 132.500€ para futuras inversiones o imprevistos

El marketing es muy importante para nosotros porque nos tenemos que dar a conocer y crear una necesidad en nuestros clientes de comprar el producto

La aportación inicial estará compuesta por 680.000€ en recursos propios, donde la aportación de los socios fundadores supondrá un 55% y los inversores externos un 45%. Asimismo, esperamos contar con recursos ajenos como los que nos puede ofrecer WOLARIA, (un sistema de la junta de Castilla y León).



---

# STARTINNOVA

## 2021 / 2022



María Carnero / Sofía Martínez Castro / Pablo Nieto  
Álvaro Roncero / Alfonso Sagarra