

SIESTORIO



18 DE DICIEMBRE DE 2023

SIESTORIO

Marcos Cáceres Jiménez, Eva Camacho Martínez,
Javier Chicote Frías y Juan Antonio Cubiles Gaviria

INDICE

| | |
|---|----|
| 0. INTRODUCCIÓN | 3 |
| 0.1 ANÁLISIS INTERNO | 4 |
| 0.1.1 ANALISIS CAME | 5 |
| 0.2 ANÁLISIS EXTERNO..... | 6 |
| 0.2.1 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES | 6 |
| 0.2.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES | 6 |
| 0.2.3 FILOSOFÍA DE LA SOCIEDAD | 7 |
| 1. PROPUESTA DE VALOR..... | 8 |
| 2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO..... | 12 |
| 3. SOCIEDADES CLAVE..... | 13 |
| 4. FUENTE DE INGRESOS..... | 15 |
| 4.1 FUENTES..... | 15 |
| 4.2 PONDERACIÓN INGRESOS | 15 |
| 4.3 INGRESOS PARA INVERSIONES..... | 15 |
| 5. CANALES | 16 |
| 5.1 VÍAS DE COMUNICACIÓN: | 16 |
| 5.2 VÍAS DE DISTRIBUCIÓN..... | 17 |
| 6. RELACIONES CON EL CLIENTE..... | 18 |
| 6.1 VENTAJAS EN RESTAURANTES | 18 |
| 6.2 VENTAJAS DEL SERVICIO | 18 |
| 6.3 VENTAJAS CON LA AEROLINEA..... | 18 |
| 7. RECURSOS CLAVE: | 19 |
| 7.1:TANGIBLES | 19 |
| 7.1.1. NAVE..... | 19 |
| 7.1.2.INSTALACIÓN DE LAS CÁPSULAS | 19 |
| 7.1.3. OBRAS DEL LOCAL | 19 |
| 7.1.4. EQUIPO INFORMÁTICO..... | 19 |
| 7.1.5. UTILLAJE: | 19 |
| 7.2:INTANGIBLES:..... | 19 |
| 8. ACTIVIDADES CLAVE | 20 |
| 9. ESTRUCTURA DE COSTES | 21 |
| 10. VALORACIÓN GLOBAL | 24 |
| 11. BIBLIOGRAFÍA..... | 25 |

0. INTRODUCCIÓN

En el vertiginoso mundo de los viajes aéreos, donde los retrasos, escalas y desplazamientos pueden generar fatiga y estrés, nace “Siestorio”, nuestra innovadora propuesta que busca transformar la experiencia de descanso en el Aeropuerto de Málaga. Con la finalidad de ofrecer un lugar de tranquilidad y confort, Siestorio se ofrece como la solución perfecta para aquellos viajeros que buscan recargar energías de manera rápida y eficiente.

Situados junto al aeropuerto, las cápsulas dormitorio de Siestorio ofrecen un espacio reservado y acogedor donde los viajeros pueden disfrutar de una siesta y descansar durante sus escalas. Equipados con la última tecnología, nuestros espacios garantizan una experiencia de descanso inigualable. La misión de Siestorio es simple pero fundamental: proporcionar un lugar para aquellos que buscan un descanso.



0.1 ANÁLISIS INTERNO

| ANÁLISIS DAFO | |
|--|--|
| Debilidades: | Amenazas: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dependencia de Convenios: El negocio depende en gran medida de los convenios con otras empresas. Cualquier cambio en estas asociaciones podría afectar negativamente a la empresa. • Competencia de Alternativas: Los viajeros pueden optar por otras alternativas para descansar durante las esperas en el aeropuerto, como salas VIP o servicios de hotelería cercanos. • Limitación de Servicios: La oferta de habitaciones individuales con baños comunes puede no ser atractiva para todos los clientes, especialmente aquellos que valoran la privacidad y comodidades exclusivas. | <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la Industria de Viajes: Cambios en las tendencias de viaje, regulaciones aeroportuarias o situaciones inesperadas (como pandemias o huelgas) podrían afectar negativamente a la demanda de servicios de descanso en el aeropuerto. • Competencia: La competencia con otras empresas que ofrecen servicios similares o alternativas de alojamiento cerca del aeropuerto podría afectar la cuota de mercado. • Dependencia Tecnológica: La dependencia de reservas en línea y lockers automáticos podría exponer a la empresa a riesgos tecnológicos, como interrupciones en el sistema o ciberataques. |
| Fortalezas: | Oportunidades: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación Estratégica: La proximidad al aeropuerto de Málaga es una ventaja clave, ya que facilita el acceso a los viajeros con vuelos de conexión o largas esperas. • Convenios Estratégicos: Los convenios con otras empresas generan oportunidades para atraer a más clientes y ofrecer descuentos, proporcionando un valor adicional a los usuarios. • Reservas en Línea y Lockers Automáticos: La facilidad de realizar reservas en línea y el uso de lockers automáticos para acceder a las habitaciones son características modernas y convenientes que pueden atraer a un segmento de clientes más tecnológicamente orientado. | <ul style="list-style-type: none"> • Expansión de Servicios: Explorar la posibilidad de ampliar los servicios ofrecidos, como habitaciones con baños privados, servicios exclusivos, o paquetes de descanso personalizados, para atraer a un público más amplio. • Marketing Digital: Utilizar estrategias de marketing digital para llegar a más clientes potenciales y mejorar la visibilidad en línea, aprovechando las redes sociales y sitios web de reservas. • Colaboraciones Adicionales: Buscar nuevas colaboraciones con empresas relacionadas con el turismo, servicios aeroportuarios o marcas de renombre para mejorar la oferta y diversificar las fuentes de ingresos. |

0.1.1 ANALISIS CAME

El análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar) es una extensión del análisis DAFO que se centra en las estrategias y acciones que una empresa puede emprender para aprovechar las oportunidades, enfrentar las amenazas, corregir las debilidades y mantener o potenciar las fortalezas identificadas en el análisis DAFO.

| ANALISIS CAME | |
|---|--|
| Corregir (C): | Afrontar (A): |
| <ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de Servicios: Corregir la limitación de servicios ofreciendo habitaciones con baños privados y comodidades exclusivas para atraer a clientes que buscan una experiencia más personalizada. • Reducción de Dependencia: Diversificar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de convenios específicos buscando oportunidades para atraer a clientes fuera de los acuerdos existentes. | <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de Crisis: Establecer un plan de gestión de crisis para abordar cualquier cambio inesperado en la industria de viajes o situaciones que puedan afectar negativamente a la demanda, como eventos pandémicos u otras emergencias. • Innovación Tecnológica: Afrontar la dependencia tecnológica mediante inversiones en seguridad cibernética y actualizaciones tecnológicas para garantizar la continuidad del servicio en línea y la seguridad de las reservas. |
| Mantener (M): | Explotar (E): |
| <ul style="list-style-type: none"> • Optimización de Convenios: Mantener y fortalecer las relaciones con aerolíneas, Pikolin y restaurantes del aeropuerto mediante la optimización de los convenios existentes y la exploración de oportunidades para mejorar los beneficios mutuos. • Servicio al Cliente: Mantener altos estándares de servicio al cliente y atención personalizada para garantizar la satisfacción y fidelización de los clientes existentes. | <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Digital: Explotar las oportunidades de marketing digital para aumentar la visibilidad en línea y llegar a nuevos clientes a través de estrategias publicitarias y presencia en redes sociales. • Colaboraciones Estratégicas: Explotar la posibilidad de nuevas colaboraciones estratégicas con empresas del sector turístico, aeropuertos o marcas de renombre para ampliar la oferta de servicios y aumentar la visibilidad de la empresa. |

La implementación de estas estrategias CAME ayudará a la empresa a maximizar sus fortalezas, corregir debilidades, aprovechar oportunidades y mitigar las amenazas, contribuyendo así a su desarrollo y sostenibilidad a largo plazo.

0.2 ANÁLISIS EXTERNO

Esta idea de los hoteles cápsula existe en Japón desde los años 80, donde fueron alumbrados no tanto para el turismo, sino como solución a situaciones en las que el regreso a casa en días laborables se convertía en un problema como la de perder el último tren en una ciudad sin transporte público de madrugada o la de vivir en un área rural y necesitar un lugar donde dormir para llegar pronto al trabajo en pleno centro.

Con el tiempo, los hoteles cápsula (también conocidos como hoteles pod) fueron aumentando en popularidad hasta extenderse su uso a los turistas que, en lugar de pernoctar en una habitación de tamaño normal, optan por dormir en un pequeño cubículo que, pese a su tamaño, resultan cómodos, prácticos. Además de wifi gratuito, a menudo, incluyen acceso a instalaciones de lujo, como spa y sauna.

El Capsule Inn Osaka fue el primer hotel cápsula del mundo, que abrió sus puertas en 1979 bajo la acepción de kapusera (cápsula), que fue adoptada por el idioma japonés en la década de los 60 y tiene un significado similar al equivalente en inglés: pequeño y futurista.

Hoy en día no solo existen cientos de hoteles cápsula en Japón, sino que se han extendido a otros muchos países. El primer hotel cápsula de China se inauguró en 2012, mientras que el primer hotel cápsula europeo abrió en Bélgica en 2014.

Algunas de las empresas más conocidas que podrían tener servicios relacionados incluyen:

- **Minute Suites (Cadena en EE.UU):** Proporciona suites privadas en aeropuertos para que los viajeros se relajen, descansen o trabajen durante sus esperas. Ofrecen servicios similares de reserva en línea y acceso a comodidades.
- **Sleepbox (Moscú):** Ofrece cápsulas para dormir en ubicaciones de tránsito, como aeropuertos. Los clientes pueden reservar en línea y acceder a espacios privados para descansar.

Es importante tener en cuenta que el éxito de las empresas que ofrecen cápsulas dormitorio puede depender de diversos factores, como la ubicación, la calidad de los servicios, la competencia local y la gestión empresarial. Además, la evolución de estas empresas puede estar influenciada por cambios en las preferencias de los consumidores, la situación económica y las tendencias globales de viaje.

0.2.1 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

La existencia de otro “siestorio” en la ciudad de Málaga con un servicio similar al nuestro, les proporciona un poder de negociación mayor a los clientes. Ya que tienen la elección de ir a uno u a otro. Esto nos obliga a implementar estrategias destacadas para nuestra empresa.

0.2.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Dado que nuestra empresa prevé establecer convenios con diferentes aerolíneas, con empresas proveedoras de colchones y restaurantes del aeropuerto de Málaga, la

dependencia de proveedores exclusivos podría ser baja, ya que la diversificación de asociaciones reduce el impacto de la influencia de un proveedor único.

0.2.3 FILOSOFÍA DE LA SOCIEDAD

Con una ubicación estratégica junto al aeropuerto de Málaga, nuestra empresa se erige como un oasis de descanso y comodidad para los viajeros modernos. Inspirados en la necesidad de brindar soluciones eficientes y confortables durante las esperas en el aeropuerto, ofrecemos habitaciones individuales con reserva en línea, proporcionando un refugio tranquilo para recargar energías. Nuestra filosofía se fundamenta en la innovación, representada por la introducción de lockers automáticos para un acceso sin complicaciones.

En colaboración con aerolíneas y marcas destacadas como Pikolin, nos esforzamos por ofrecer experiencias excepcionales a nuestros clientes, implementando servicios de alta calidad y descuentos exclusivos. Deseamos ser más que un lugar de descanso, siendo un socio confiable para aquellos que valoran la conveniencia, la privacidad y la conexión con marcas reconocidas. Nuestra visión abarca la expansión de servicios, la adaptabilidad ante desafíos y la creación de alianzas estratégicas para garantizar una estancia inigualable en el corazón del aeropuerto de Málaga.

En muchas ocasiones tras viajes largos en avión u otros medios de transporte, tenemos que realizar escalas o transbordos y entre viaje y viaje normalmente tenemos ciertas horas libres las cuales no sabemos en qué emplear. Como en muchas ocasiones nos gusta descansar para nuestro siguiente viaje se nos ocurrió realizar este proyecto. En el que por un módico precio puedes alquilar una habitación en la que disfrutar unas horas de descanso antes de tu siguiente viaje.



1. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de este proyecto se basa en una problemática actual relacionada con los viajes en transporte público, concretamente en el medio aéreo dónde, a menudo, hay que hacer largas esperas en las terminales bien por retrasos en los vuelos o por las escalas entre vuelos.

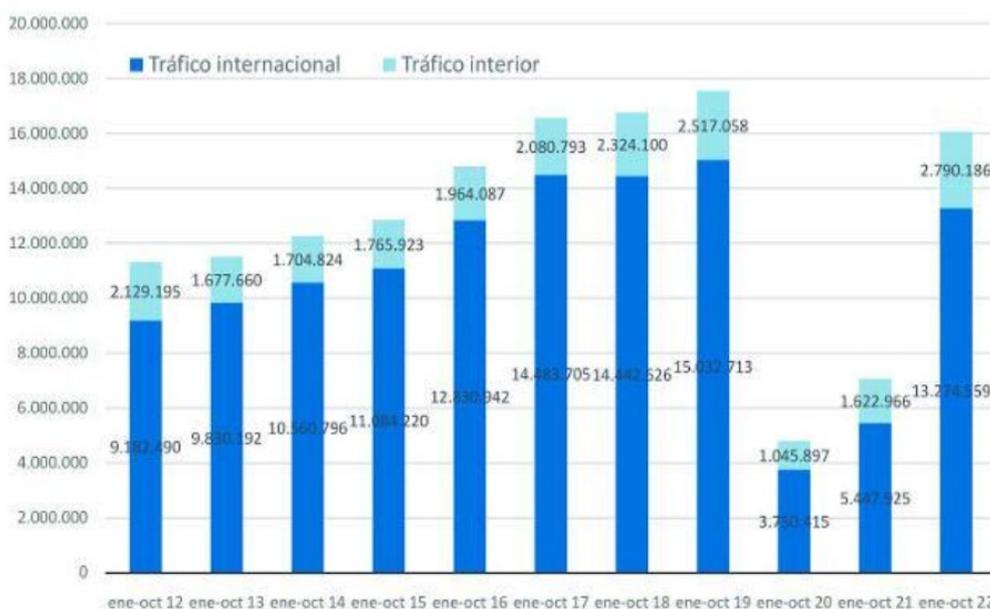
Todo esto genera un cansancio en los viajeros que incomodan su viaje y la percepción del mismo, lo que podría desencadenar un cierto descontento y en consecuencia una pérdida de clientes.

Dichos clientes pueden viajar por ocio, como turistas, trabajo o, incluso, para regresar a su lugar de origen y ver a su familia.

Normalmente los viajeros suelen solventar estas dificultades de dos maneras, por un lado, se alojan en hoteles alejados del aeropuerto, lo que conlleva un desembolso económico en transporte y alojamiento. Esto, además, genera pérdidas de tiempo en los traslados aeropuerto-hotel-aeropuerto, la dificultad para conseguir un medio de transporte para dicho traslado según las horas de salida del vuelo y lo que es más importante, la posibilidad de perder el vuelo.

Por otra parte, algunos viajeros optan por acomodarse en las instalaciones aeroportuarias llegando incluso a quedarse dormidos, distracción que aprovechan algunos malhechores para sustraer las pertenencias de valor y documentación, entre otros objetos. Es decir, el tiempo perdido en conseguir su documentación les ocasionará, normalmente, la pérdida del siguiente vuelo.

Como podemos ver a continuación, son numerosas las personas que utilizan el medio aéreo para acudir a sus lugares de reunión.

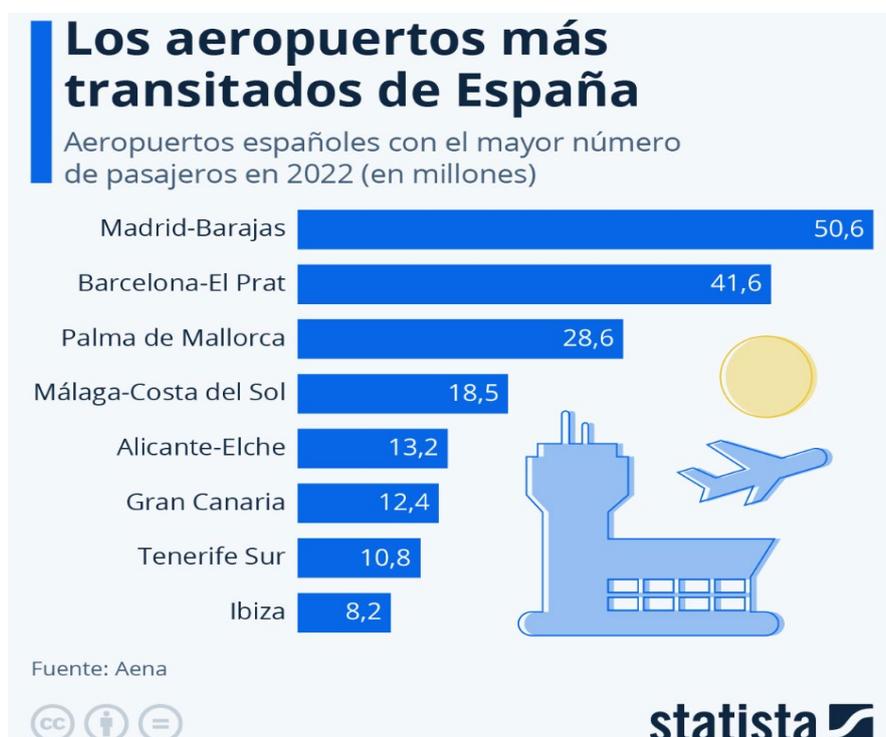


En esta gráfica se muestra el tráfico aéreo nacional e internacional desde el año 2012 hasta el 2022.

A la vista de este gráfico podemos concluir que a lo largo del tiempo el tránsito aéreo ha tenido una clara tendencia a la alta, exceptuando la época de restricciones del Covid-19. En la actualidad, la utilización del avión como medio de transporte ha vuelto a igualar las cifras anteriores a la pandemia.

Atendiendo a esta problemática se ha realizado una revisión de los servicios ofrecidos por los principales aeropuertos nacionales, observando como los aeropuertos de Madrid-Adolfo Suárez y Barcelona-El Prat ofrecen la posibilidad de alojarse en habitaciones en el propio complejo aeroportuario. Por ello, nuestra propuesta va enfocada en esa misma línea, proponiendo una zona de alojamiento segura dentro del aeropuerto para aquellos viajeros que necesiten descansar sin tener que alejarse de la terminal.

La implantación de este proyecto sería en la ciudad de Málaga, ya que como podemos ver a continuación es uno de los aeropuertos nacionales con más tránsito.



La gráfica refleja el tránsito de los aeropuertos españoles en millones de pasajeros durante el año 2022.

De la gráfica anterior se puede extraer la siguiente conclusión: Málaga sería el cuarto aeropuerto más transitado de España. Llegados a este punto se puede plantear la siguiente pregunta: ¿Por qué no implantar nuestro negocio en uno de los tres primeros aeropuertos de la gráfica que son los que más pasajeros albergan?

La respuesta a esta pregunta reside en dos aspectos clave:

El primero es que este tipo de negocio ya existe en dichos aeropuertos, con lo cual, la problemática de nuestros clientes ya tiene solución y el segundo, es que el terreno para comprar o alquilar locales en los que implantar el negocio sería mucho más caro y, por tanto, el precio para nuestros clientes tendría que ser más elevado para la rentabilidad del negocio. El principal objetivo del negocio es ofrecer gran variedad de prestaciones a precios asequibles.

La idea del proyecto es ofrecer un lugar de descanso en forma de cápsulas, individuales o dobles, insonorizadas para el descanso de viajeros. Dicha instalación se situará a cinco minutos caminando desde el aeropuerto, por lo que no será necesario que el cliente utilice ningún medio de transporte para llegar.

Las prestaciones de las cápsulas incluirán lo siguiente:

- Enchufes universales y USB para cargar todo tipo de dispositivos electrónicos.
- Wifi gratis.
- Aire acondicionado.
- Luces regulables y cálidas para favorecer el descanso.
- Colchón, un juego de sábanas, una manta, una almohada y unas toallas.
- Un espejo en una de las paredes.

Otros servicios que ofrecerá la instalación el “Siestorio” son unos baños con lavabos, retretes y duchas, los cuales se encontrarán fuera de la cápsula y serán de uso común. Los baños tendrán gel/champú en dispensadores dentro de las duchas, así como secadores de pelo. También, habrá taquillas de dos tamaños, pequeñas y grandes, para guardar el equipaje en un lugar seguro.

No disponemos de personal físico de recepción, pero sí atención telefónica las 24 horas. De manera que, una vez realizada la reserva, se les facilitará un único código con el que accederán a las instalaciones y a la cápsula.

Las tarifas serán por horas y el tiempo mínimo es 1 hora:

| HORAS | PRECIO INDIVIDUAL | PRECIO DOBLE |
|--------------|--------------------------|---------------------|
| 1 | 10 EUROS | 15 EUROS |
| 2 | 15 EUROS | 25 EUROS |
| 4 | 25 EUROS | 40 EUROS |
| 8 | 40 EUROS | 70 EUROS |
| 16 | 70 EUROS | 100 EUROS |
| 24 | 100 EUROS | 130 EUROS |

El tiempo de contratación incluye el tiempo que pueden usar las instalaciones, es decir, una vez finalizado el tiempo contratado tienen 30 minutos para abandonar el Siestorio, incluidos baños y taquillas. Si sobrepasan esos 30 minutos el código no les permitirá salir del local y tendrán que llamar al teléfono que aparece al lado del marcador dígitos para que les abramos la puerta, lo cual conlleva 10 euros de penalización. Las reservas se pueden hacer efectivas de 3 maneras:

1. A través de nuestra página web.
2. Mediante app que podrán descargar tanto en Applestore como en Play store.
3. O mediante vía telefónica en el teléfono que encontrarán en la página web.

En los tres casos se les facilitará el código correspondiente que usarán en la entrada y salida del siestorio.

