

# Estudio de mercado: Find Restaurants

---

**Realizado por:** Grupo 3  
**Fecha:** 26 de octubre de 2020  
**Versión:** 1.0

## Historial de cambios

Fecha	Versión	Descripción	Autor
26-10-2020	1.0	Estudio de mercado	Juan Manuel Castillo Nieves Francisco José González García Víctor Torres de la Torre

## Índice

<b>1. Objetivos del estudio</b>	<b>4</b>
1.1. ¿Qué queremos obtener con el estudio? . . . . .	4
<b>2. Pre-análisis</b>	<b>4</b>
2.1. Descripción inicial del problema . . . . .	4
2.2. Aplicaciones/Sistemas/Servicios de referencia . . . . .	5
<b>3. Análisis DAFO</b>	<b>6</b>
<b>4. Resultado de la investigación</b>	<b>7</b>
<b>5. Definición de objetivos</b>	<b>7</b>

## 1. Objetivos del estudio

### 1.1. ¿Qué queremos obtener con el estudio?

Los objetivos que se pretenden conseguir con este estudio de mercado son los siguientes:

- La posibilidad de sustituir el sistema de reservas tradicional con la gestión de reservas online.
- Conocer la frecuencia con la que los clientes utilizarían esta aplicación.
- Saber si esta aplicación beneficia realmente a los bares y restaurantes teniendo en cuenta las opiniones que pueden ofrecer los clientes sobre ellos.
- Saber si los bares y restaurantes están dispuestos a innovarse tecnológicamente.
- Saber si esta aplicación realmente reduciría las aglomeraciones en los bares y restaurantes, y por lo tanto reduciría el número de contagios.
- Saber si los bares y restaurantes organizarían sus reservas de forma más fácil que utilizando el sistema de reservas tradicional.
- Saber si los clientes están dispuestos a ofrecer sus opiniones y valoraciones de forma fiable.

Con este estudio de mercado se pretende concluir qué innovación aporta una aplicación como esta, y si estas innovaciones conseguirían llamar la atención de todos los clientes independientemente de su edad o conocimiento tecnológico. Este estudio de mercado sirve para conocer qué funcionalidades de la aplicación pueden ser las más relevantes, y de esta forma cuidar su diseño e implementación para que los usuarios finales puedan tener una muy buena experiencia de usuario.

## 2. Pre-análisis

### 2.1. Descripción inicial del problema

Debido a la alerta sanitaria que vivimos, es necesario que los negocios de restauración y bares puedan de una forma telemática ofrecer a sus usuarios la posibilidad de conocer el aforo en tiempo real del local, su carta, horarios y establecer un canal de comunicación tanto entre los comensales que hacen la reserva, como entre el propio local y los clientes.

El problema a resolver es un problema de transmisión de información en tiempo real principalmente, aunque, ligado a otros tipos de problemas como el de comunicación mencionado anteriormente.

## 2.2. Aplicaciones/Sistemas/Servicios de referencia

### Findyt:

Esta aplicación, en su propia página, se define de la siguiente manera: “Findyt te ofrece una solución fácil y segura para planificar tus salidas. Si tienes un local podrás gestionar y promocionar tu negocio y si eres un cliente podrás encontrar una mesa libre al instante.” Tras describir su idea de negocio, nos indica las funcionalidades que posee la aplicación como se muestra en Figura 2.



Figura 1: Funcionalidades de **Findyt**

Esta aplicación nos ofrece la funcionalidad de saber en tiempo real la disponibilidad de un local, y recibir una notificación cuando se ha quedado una mesa disponible.

Su gran ventaja competitiva es, sin duda, esta funcionalidad de conocer en tiempo real el estado de un local en referencia a su aforo. Además nos proporciona la posibilidad, como hemos nombrado antes, de recibir notificaciones de mesas libres lo que también representa una ventaja competitiva importante.

En cuanto a las limitaciones que cubre nuestra aplicación con respecto a **Findyt** encontramos la falta de comunicación directa tanto entre comensales como entre cliente/negocio y la disponibilidad de información relevante como la carta, etc.

Por otro lado **Findyt** no nos da la posibilidad de elegir que mesa queremos de forma gráfica y

accesible y tampoco nos da la posibilidad de hacer reservas y dejar opiniones de los locales.

**Findyt** es un fuerte competidor de nuestra idea pero cubre menos necesidades y no es un sistema con una fuerte implantación, al menos aún.

### 3. Análisis DAFO

ANÁLISIS DAFO	
Debilidades	Amenazas
1 Posible escasa rentabilidad	Existen en el mercado muchas 1 aplicaciones sobre restauración
2 Presupuesto limitado	Quizás los usuarios prefieran seguir utilizando los métodos clásicos en vez 2 de nuestra propuesta
Es necesario un gran compromiso de los 3 restaurantes asociados	En caso de usar algún tipo de geolocalización, podría crear rechazo en 3 los usuarios celosos de su privacidad
Es necesario más personal para llevar a 4 cabo este proyecto	Cambios legislativos podrían afectar a 4 los servicios que proponemos
5 Falta de experiencia en este sector	Muchas aplicaciones y tecnologías 5 emergentes en este sector
Fortalezas	Oportunidades
Presentamos un servicio integral Todo- en-1 que resulta muy atractivo para el 1 sector de la restauración	Podemos ocupar un nicho de mercado que, pese a existir aplicaciones similares, ninguna incluye todo lo que 1 incluimos nosotros
Es posible generar una nueva tendencia 2 de consumo a través de la aplicación	Expansión de la digitalización y el 2 eCommerce
Los usuarios se sentirán seguros usando 3 la app	En este sector, el usuario medio ya está acostumbrado a usar aplicaciones para 3 la restauración
Aunque existen alternativas en el mercado, nuestra propuesta tiene más 4 funcionalidades	Los restaurantes locales buscan ampliar las fronteras de sus negocios usando plataformas digitales como la que 4 proponemos

Figura 2: Análisis DAFO

## 4. Resultado de la investigación

Hemos podido comprobar que, a pesar de que existen aplicaciones similares, ninguna integra todas las funcionalidades que proporciona nuestro sistema, tanto de cara a los clientes como de cara a los negocios implicados.

Al incentivar la comunicación previa entre los comensales de una misma mesa, hacemos más atractiva la opción de reserva y, a pesar de generar un coste en tiempo y recursos para los negocios implicados, los resultados pueden ser notablemente mejores que el de nuestros competidores.

## 5. Definición de objetivos

1. Hacer uso de aplicaciones móviles para conocer en tiempo real el aforo de un sitio en concreto
2. Chat entre las personas de un grupo
3. Mostra al usuario el número de comensales disponible para el momento de la reserva
4. Mostrar una ficha de cada restaurante
5. Crear un sistema de valoraciones, reseñas y opiniones de restaurantes
6. Dar recomendaciones de restaurantes cercanos o recomendados
7. Evitar elementos que influyan en la privacidad de los usuarios
8. Crear una plataforma que sea atractiva tanto para usuarios como para restaurantes