



RDASPORTSAPP: APLICACIÓN MULTIPLATAFORMA PARA CENTROS DEPORTIVOS

Proyecto de empresa

Descripción breve

Desarrollo de nuestra idea de negocio y proyecto de empresa
junio de 2022

Alberto Rodríguez Taboada
Raúl Martín Catalán
David de San Lázaro Lorente

2º curso de Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma

Contenido

1.	PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	2
1.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.2.	PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES.....	3
1.3.	ANÁLISIS DEL FUTURO DE LA EMPRESA	3
2.	ESTUDIO DE MERCADO.....	4
2.1.	ESTUDIO DEL SECTOR	4
2.2.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	5
2.3.	ESTUDIO DE LOS CLIENTES.....	5
2.3.1.	CLIENTES POTENCIALES DE LA EMPRESA.....	5
2.3.2.	ESTUDIO DEL CONSUMIDOR.....	6
2.4.	ANÁLISIS DAFO	7
3.	PLAN DE MARKETING	8
3.1.	OBJETIVOS	8
3.2.	PRODUCTOS/ SERVICIOS.....	8
3.3.	COMUNICACIÓN.....	9
3.4.	DISTRIBUCIÓN	9
3.5.	PRECIO	9
4.	CONCLUSIONES.....	10

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

¿Cómo verías poder reservar tus sesiones deportivas desde el salón de tu casa? Realizar este paso habitualmente supone desplazamientos y tiempo, con nuestra App queremos acercar el gimnasio a los usuarios.

Nuestra App es de fácil manejo, con un coste muy ajustado y un elemento que te permitiría diferenciarte de tu competencia porque ellos no ofrecen este servicio.

Con nuestra solución pretendemos organizar de una manera ágil y sencilla que los clientes del centro deportivo puedan visualizar, conocer nuestras actividades y su programación y en ese mismo momento poder anotarse en alguna de ellas.

Pensamos en los centros deportivos más pequeños y sin el respaldo de una gran empresa detrás, que pueden necesitar mejorar el canal de comunicación con sus clientes. Con una solución que les permita gestionar los datos de los clientes y empleados y a su vez acercar la programación diaria de sus actividades a los clientes.

Desarrollamos la misma para permitir también el acceso desde un entorno web facilitando de este modo la gestión de la empresa.

1.2. PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES

El equipo está compuesto por 3 desarrolladores cada uno de ellos especializado en ámbitos diferentes.

- Raúl Martín Catalán
 - Ciclo superior de desarrollo de aplicaciones multiplataforma
 - Especializado en desarrollo de aplicaciones móviles Android con MaterialDesing y RetroFit 1 año de experiencia en el sector.
 - Lenguajes de programación: Java, SQL, PHP, HTML, CSS
 - Conocimientos adicionales: diseño web, ApiRest, Swagger, SpringBoot.
- David De San Lázaro Lorente
 - Ciclo superior de desarrollo de aplicaciones multiplataforma
 - Especializado en diseño WEB con conocimientos de PHP, JavaScript, HTML, CSS, 1 año de experiencia.
 - Lenguajes de programación: Java, SQL
 - Conocimientos adicionales: ApiRest, Swagger, SpringBoot, Ajax.
- Alberto Rodríguez Taboada
 - Ciclo superior de desarrollo de aplicaciones multiplataforma
 - Especializado en creación de ApiRest con 1 año de experiencia.
 - Lenguajes de programación: Java, SQL, PHP, HTML, CSS
 - Conocimientos adicionales: diseño web, ApiRest, Swagger, SpringBoot.

1.3. ANÁLISIS DEL FUTURO DE LA EMPRESA

La empresa pretende seguir adquiriendo nuevos proyectos para dar soluciones a pequeñas empresas, y poder crecer durante los próximos años tanto en volumen de proyectos, como de clientes como incorporando a nuevos desarrolladores para poder hacer frente a los mismos y también incorporar a un diseñador grafico y desarrollador especializado en front-end para trabajar mejor esta parte de los proyectos.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ESTUDIO DEL SECTOR

En los últimos años, se ha visto que la relación con el cliente debe facilitarse y orientarlo a un entorno digital. La Pandemia de la Covid, ha incrementado esta necesidad. También se ha visto un incremento de la demanda de actividades deportivas tras el periodo de confinamiento.

Muchas empresas pequeñas se encuentran con dificultades para poder asumir los costes y el desarrollo de los entornos digitales al no poder asumir ellos mismos estos desarrollos y tener que contratar a empresas de consultoría externa y adquirir una licencia de producto muy costosa.

La evolución y el crecimiento del sector del fitness en nuestro país van de la mano y siguen la misma línea que las tendencias de los países líderes del sector. El número de socios de los gimnasios españoles ha ido aumentando en los últimos 5 años, debido a los nuevos conceptos que atraen a los socios a los gimnasios españoles, algo que no ha pasado desapercibido entre los inversores en franquicias de gimnasios y fitness.

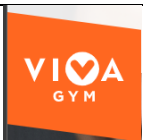

En la actualidad, 5,3 millones de personas son socios de un gimnasio o club de fitness, casi medio millón más que en 2014 y la tendencia muestra un incremento anual de entre el 2% y el 3% (lo que supone 100.000 nuevos socios cada año). Hoy en día, el 11,4% de la población española es socio de un gimnasio o club de fitness (13,5% si nos fijamos en la población mayor de 15 años).

A la vista de estas cifras, no cabe duda de que España se ha convertido en uno de los principales mercados europeos de fitness, ocupando el quinto lugar en Europa por detrás de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia en términos de ingresos totales de un sector que no ha dejado de evolucionar en las últimas dos décadas.



Los gimnasios, para diferenciarse de la competencia están centrando la propuesta de valor en dos factores: entrenamiento personal fuera de cuota, así como desarrollar una nueva propuesta digital.

2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

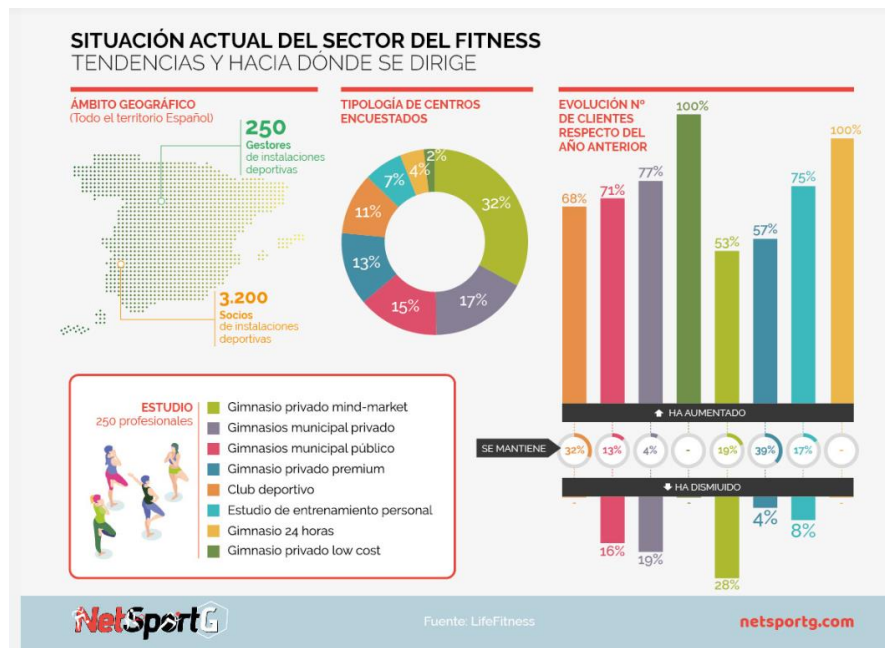
FACTORES		
MERCADOS	ACTIVIDADES DEPORTIVAS	ACTIVIDADES DEPORTIVAS
PRODUCTOS	ACTIVIDADES DEPORTIVAS, ASESORAMIENTO DEPORTIVOS, CLASES PERSONALIZADAS. CONSULTORÍA DEPORTIVA PERSONALIZADA	ACTIVIDADES DEPORTIVAS, ASESORAMIENTO DEPORTIVOS, CLASES PERSONALIZADAS. CONSULTORÍA DEPORTIVA PERSONALIZADA.
PRECIOS	PRECIOS AJUSTADAS Y CAMPAÑAS DE CAPTACIÓN MASIVAS CON DESCUENTOS MUY AGRESIVOS	PRECIOS AJUSTADAS Y CAMPAÑAS DE CAPTACIÓN MASIVAS CON DESCUENTOS MUY AGRESIVOS
COMUNICACIÓN	CAMPAÑAS DE MARKETING MUY AGRESIVAS, CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES Y ENTORNOS WEB MUY TRABAJADOS Y DESARROLLADOS. APP PROPIA	EQUIPO DE MARKETING PROPIO, REDES SOCIALES, ENTORNO WEB Y MUY TRABAJADOS. APP PARA SOCIOS.
RECURSOS TÉCNICOS	DESARROLLO TECNOLÓGICO Y TÉCNICO CON EMPRESAS EXTERNAS Y MUY ACTUALIZADAS.	DESARROLLO TECNOLÓGICO Y TÉCNICO CON EMPRESAS EXTERNAS Y MUY ACTUALIZADAS.
RECURSOS ECONÓMICOS	ACCIONISTAS EXTERNOS QUE INVIERTEN EN ESTOS GRUPOS	ACCIONISTAS EXTERNOS QUE INVIERTEN EN ESTOS GRUPOS
RECURSOS HUMANOS	GRANDES EQUIPOS DE PROFESIONALES, ESPECIALIZADOS	GRANDES EQUIPOS DE PROFESIONALES, ESPECIALIZADOS

2.3. ESTUDIO DE LOS CLIENTES

2.3.1. Clientes potenciales de la empresa

Nuestra solución se dirige especialmente a los gimnasios y centros privados que necesitan desarrollar el canal digital de comunicación con sus clientes.

Se trata sobre todo de pequeñas empresas o autónomos que gestionan centros de tamaño pequeño o mediano y necesitan incorporar App de gestión de las actividades prestadas y de gestión con sus socios para mejorar la comunicación y facilitar la relación con el cliente. Y que necesitan por tanto fidelizarlo y convencerlo de que pueden ofrecerles una atención personalizada frente a los grandes centros deportivos.



2.3.2. Estudio del consumidor

Hemos analizado el mercado basándonos en varios estudios de posicionamiento del mercado y usando Google trends. Para conocer el perfil de los usuarios de los gimnasios y poder desarrollar mejor la solución.

Nuestra fuente de información principal a sido un estudio de mercado que se puede consultar:

Sanchez Martín. J. (2011). Business & Fitness: El negocio de los centros deportivos. Editorial UOC. <https://books.google.es/>

También hemos realizado búsquedas concretas sobre el sector en internet:

Evolución del sector fitness y gimnasios en España. (s.f). Evolución del sector fitness y gimnasios en España [artículo web]. netsportg.com. Recuperado de: <https://netsportg.com/evolucion-del-sector-fitness-y-gimnasios-en-espana/> [24/06/2022].

2.4. ANÁLISIS DAFO



3. Plan de Marketing

3.1. Objetivos

Nuestro principal objetivo a corto plazo es ofrecer el producto en pequeños centros deportivos de Zaragoza, esto supondrá inicialmente un volumen de ventas más limitado, pero nos permitirá realizar una validación de la herramienta con una estrategia de costes muy acotada y que nos permitirá la especialización y diferenciación para poder ofertar la herramienta a posteriori en otros mercados.

A corto plazo deberíamos extender el producto dentro de los centros de la comunidad autónoma y ya pensando más en el futuro conseguir una implantación de la herramienta en el mercado estatal.

3.2. Productos/ servicios

Base de datos para almacenamiento de la información, utilizando para ellos MySQL.

Diseño de una Open API 3.0 para posterior consumo de la información por parte de la App de Android, para ello hemos basado la misma en el framework de SpringBoot y desarrollada en lenguaje Java.

Plataforma WEB para la gestión de la empresa, desarrollada en PHP, HTML, CSS y JavaScript, y utilizando el framework de Ajax que consume registra y muestra directamente de la base de datos.

Desarrollo de una App Android de clientes y empleados, desarrollada en lenguaje Java y con MaterialDesing que se comunicará de manera reactiva con la API usando para ello Retrofit.

A mayores se ofertará a nuestros clientes el mantenimiento y asistencia técnica para todos estos servicios. Así como, una solución de desarrollo continuo de las herramientas para poder dar respuesta a las necesidades detectadas por los usuarios, y desarrollo de nuevas funcionalidades.

3.3. Comunicación

Basaremos nuestra estrategia de comunicación sobre todo en la venta directa y en pequeñas acciones de promoción, en ferias y encuentros especializados del sector. En el futuro lanzaremos una campaña promocional inicial buscaremos asociaciones con empresas de consultoría locales que puedan ofertar el producto en sus zonas de acción.

Nuestra atención y servicio ante incidencias y el desarrollo continuo y posibilidad de adaptación de la herramienta a cada cliente será nuestra principal baza para la fidelización de los clientes.

3.4. Distribución

La distribución se realizará mediante presentaciones personales, redes sociales y participación como indicamos ya anteriormente en ferias y encuentros especializados del sector. Cuando se decida dar el salto al mercado estatal ampliaremos nuestros canales de distribución por medio de empresas de consultoría de cada zona.

3.5. Precio

Se establece una política de precios en función del paquete contratado, de este modo, podremos llegar a mas clientes y nuestro producto se adaptable y escalable en función de las necesidades de los clientes.

Diferenciaremos nuestro producto en tres paquetes: paquete básico, paquete avanzado y paquete integral.

4. conclusiones

Se ha desarrollado un gran proyecto que pueda ser una opción de elección para pequeñas empresas, centralizando en varios productos el control y gestión de todos los procesos asociados con su centro.

Realizando los desarrollos de manera diferenciada, se permite una mayor manejabilidad por parte de los usuarios definitivos y se facilita por nuestra parte las labores de actualización posterior y el mantenimiento de estas.

Los próximos pasos deberían ir en la línea de seguir incorporando funcionalidades tanto en la App móvil como en la versión de escritorio, para mejorar la funcionalidad de ambas. Esto no ha podido desarrollarse en este momento por la premura que los clientes mostraban por disponer de la herramienta para poder mejorar su relación con los clientes.