

PLAN DE MARKETING DE UNA APLICACIÓN MOVIL/WEB DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN

Autor: Cayetano Ledesma Palomares

LINARES | Diciembre 2022

Tabla de contenidos

PARTE 1. MARKETING ANALÍTICO

- Presentación de la App
- Análisis interno y Objetivos
- Análisis de los consumidores
- Análisis del volumen global del sector
- Análisis de competidores
- Análisis DAFO
- Análisis de las 5 fuerzas de Porter
- Diagrama de Gantt

➤ PRESENTACIÓN

En 2019, antes de que el COVID-19 azotara la economía mundial, el sector de la restauración representaba un 4.7% del PIB nacional. Con la llegada del virus, este sector se ha visto severamente afectado, aumentando las cifras de paro en un 35%. Aunque las predicciones son positivas, no se cree que la restauración se recupere del todo hasta 2023, con un 2022 de transición.

Estos datos, unidos al paulatino aumento de las reservas online, ha provocado que un grupo de alumnos de Estech hayamos decidido **crear una aplicación** que aprovecha este impulso de la digitalización en el sector de la restauración para fomentar el consumo **en bares y restaurantes**.

➤ ANALISIS INTERNO

El objetivo del presente trabajo es desarrollar un Plan de Negocio viable para el sector hostelero mediante una app que busca flexibilizar y optimizar el proceso de rotación de mesas en bares y restaurantes con el objetivo de que obtengan la máxima ocupación de una manera sencilla, y a su vez, proporcionar al usuario una mesa cercana a su ubicación en pocos segundos.

Es una app muy versátil cuyo principal objetivo es ayudar a clientes y restaurantes a ahorrar tiempo, así como aumentar la visibilidad de los últimos.

En el corto-medio plazo, esta web se centra en aquellas personas que por cualquier motivo, se ven obligados a comer o cenar fuera de casa.

Este es nuestro público objetivo, así como los establecimientos que ofrecen un servicio de comida. De entre todos estos establecimientos, vamos a centrarnos en aquellos situados en el centro de Linares y procederemos a realizar entrevistas en profundidad a varios dueños de bares y restaurantes.

Lo que pretendemos con esto es ser capaces de identificar una necesidad que creemos que lleva latente desde hace años:

- La necesidad de los clientes de poder comer en un restaurante o bar sin tener que “engullir” la comida debido a su limitado tiempo para comer.
- La necesidad de determinados establecimientos de poder tener una rotación de mesas mayor para poder dar servicio a más clientes de manera más organizada

Lo que pretendemos ofrecer es una app en donde la visualización de mesas disponibles sea en tiempo real y que solo muestre los restaurantes o bares más cercanos según ubicación que cumplan con dicha disponibilidad.

Con este servicio de comida sin esperas permitirá a los usuarios ver las mesas disponibles de los bares y restaurantes más cercanos a ellos en tiempo real diferenciando nuestra app de cualquier otra aplicación de reserva de mesas.

Esta innovadora app beneficia tanto a los dueños de los establecimientos como a sus clientes.

Respecto de los dueños, estos podrán tener mayor rotación de mesas de una manera rápida y sencilla, permitiendo que la mesa quede libre el menor tiempo posible.

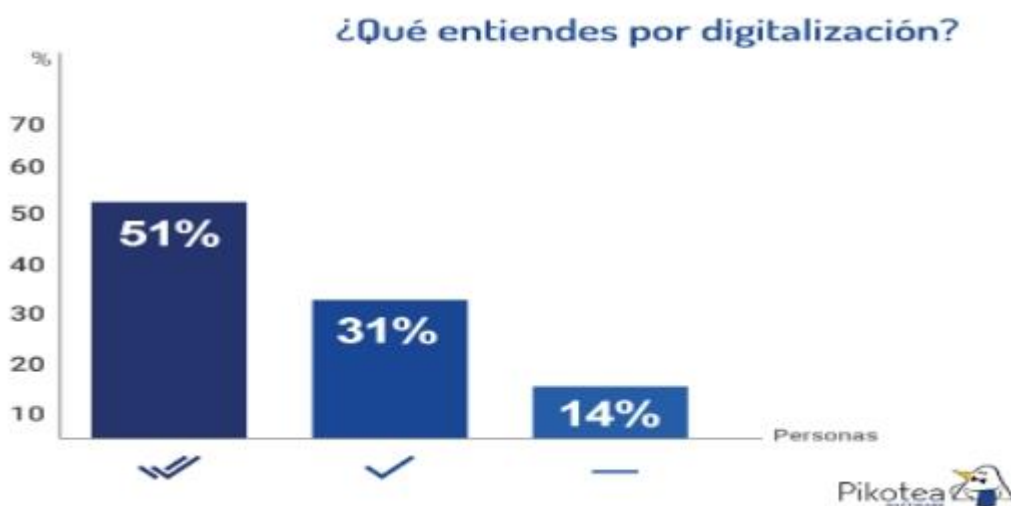
Respecto de los clientes, estos podrán comer con más calma gracias al tiempo ahorrado al encontrar en pocos segundos un lugar para comer o cenar.

➤ ANALISIS DE LOS CONSUMIDORES

Las opiniones de los usuarios al igual que el mercado, van evolucionando y cambiando. Por tal motivo, hemos recogido diferentes datos de hostelería de varios estudios.

“ ¿Qué opinan los encuestados sobre la digitalización?

- En la hostelería tradicional el 57% de los entrevistados creen que la digitalización es “estar a la última en tecnología”.
- En los grupos pequeños de restauración (61%) y cadenas y franquicias (70%) creen que la digitalización es “ahorrar en costes y automatizar tareas”.



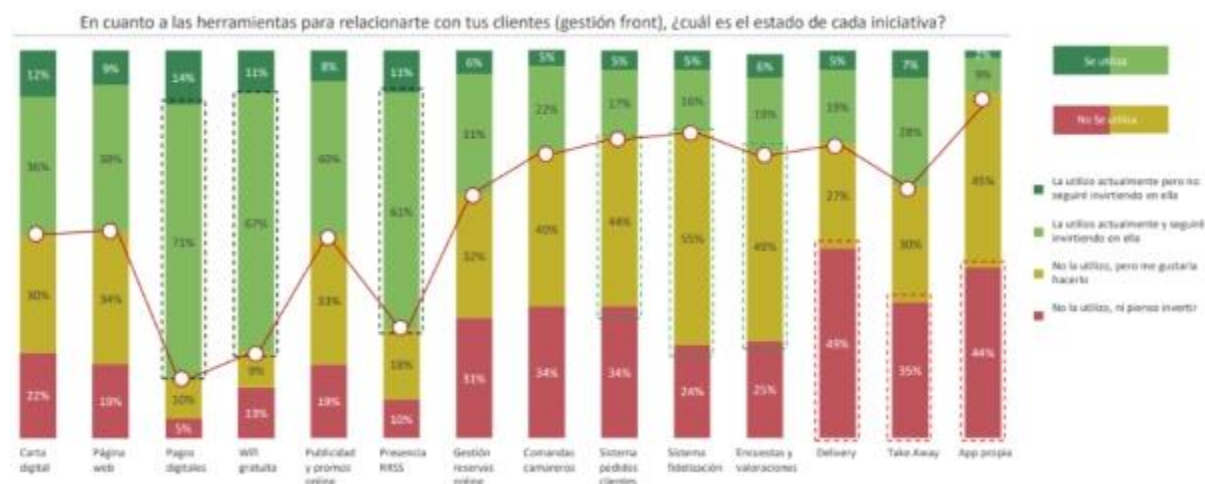
Fuente: elaboración propia por los datos proporcionados de Cluster Segittur

- Para un 51% de los encuestados la digitalización es clave o muy importante y la están ejecutando, un 35% lo consideran importante, pero aún no se han puesto en marcha, y sólo un 14% se muestra escéptico ante los beneficios de la digitalización.

- Los bares y cafeterías son a los que más les ha motivado el Covid para digitalizar sus negocios.
- El 55% de los establecimientos asegura que el mayor motivo para digitalizar el negocio hostelero viene por la búsqueda de nueva clientela.

Hay más aceptación en las herramientas del *front* (visibles al negocio) que las herramientas del *back* (por detrás de lo que podemos ver).

¿Por qué? Por la complejidad en la formación y mayor inversión en información y comunicación.
([Cluster Segittur](#))



A continuación, mostramos una recopilación de información centrándonos en España.

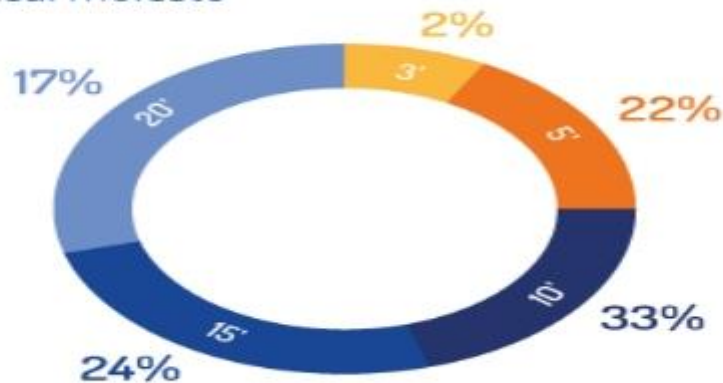
El 44% de los encuestados come fuera de casa 1 o 2 veces al mes. Este dato disminuye al 25% cuando la frecuencia de comer fuera se contabiliza semanalmente.

Esta gráfica relaciona el tiempo que los comensales ponen como máximo para ser atendidos hasta que superan el límite para molestarse.

Entre el primer y segundo minuto de sentarse en la mesa, ya consideran que tienen que ser atendidos (2% de media).

Mientras, que una estimación del 25% (dato extraído de la media entre el sumatorio de los siguientes porcentajes: 22, 33, 24 y 17) se molesta cuando el tiempo supera los 10 minutos de estar sentados.

Tiempo de ser atendidos
vs. comensal molesto



Pikotea

Este problema es muy común cuando la lista de espera para poder sentarse es muy larga. Una solución es incluir el sistema de reserva disponible online con nuestra app, para que el usuario coma en el momento que el decida, sin esperas. Esta sensación de espera eterna en un restaurante o bar para que te den mesa se erradicaría totalmente y la experiencia de usuario mejoraría notablemente.

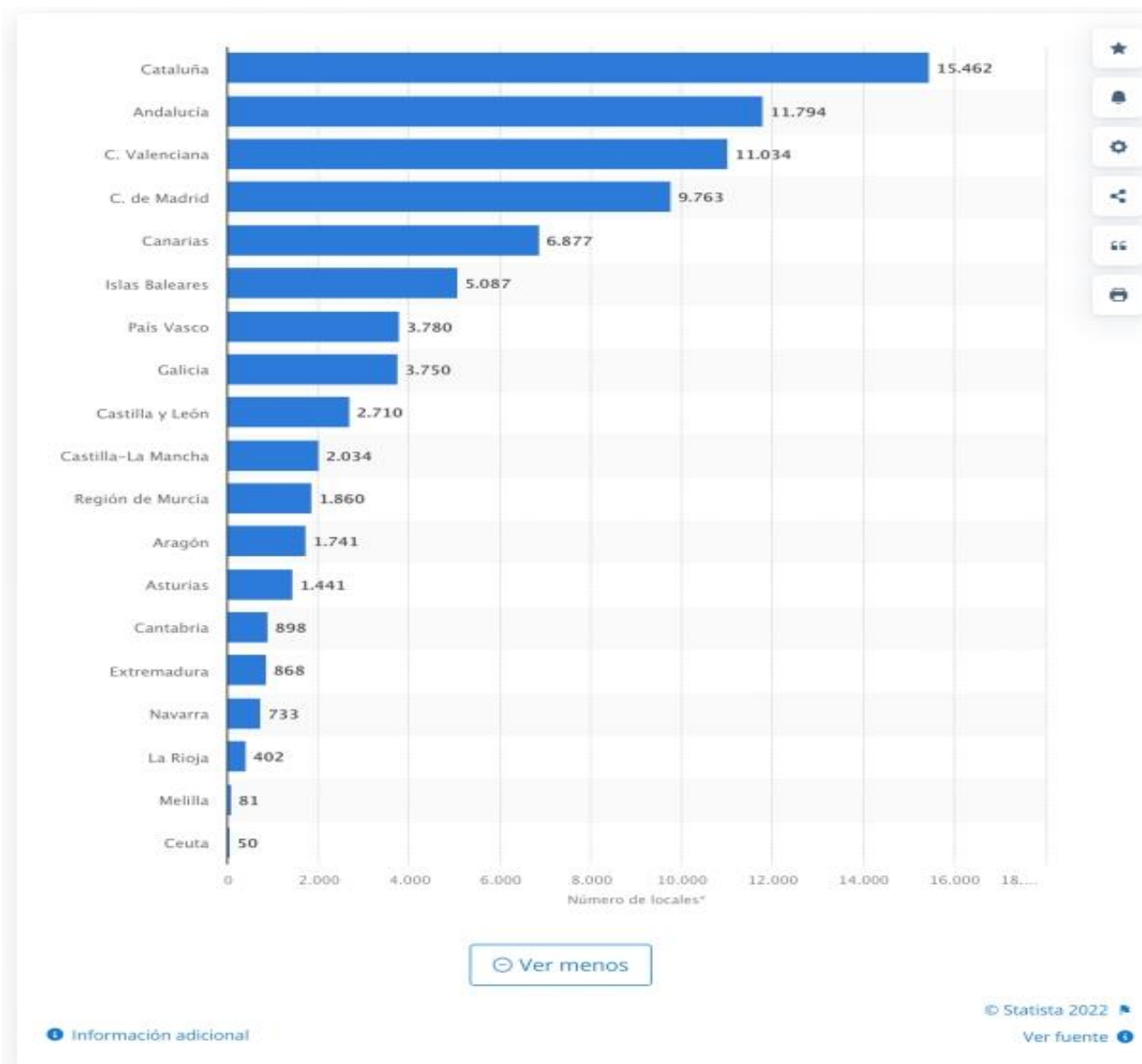
➤ ANALISIS DEL VOLUMEN GLOBAL DEL SECTOR

El informe UVE MARKET 2021 indicaba la existencia de 261.879 establecimientos en España, mientras que, en el mismo periodo del 2022, los datos arrojan una cifra de 268.370 locales(uno por cada 175 habitantes), aumentando el número de establecimientos en un 2,5 %, ostentando el récord de ser el país con más bares y restaurantes del mundo.

La gráfica muestra el número de restaurantes por cada 1000 personas a nivel de provincia en toda España.

Provincia	Actividades de restauración y bares/1000 habitantes		
Total Prov. Cáceres	8,01	Total Prov. Tarragona	6,17
Total Prov. Balears (Illes)	7,78	Total Prov. Bizkaia	6,06
Total Prov. Coruña (A)	7,60	Total Prov. Cuenca	5,88
Total Prov. Segovia	7,44	Total Prov. Valladolid	5,85
Total Prov. Asturias	7,43	Total Prov. Castellón/Castelló	5,78
Total Prov. Huesca	7,32	Total Prov. Teruel	5,75
Total Prov. León	7,30	Total Prov. Gipuzkoa	5,68
Total Prov. Lugo	7,29	Total Prov. Rioja (La)	5,64
Total Prov. Salamanca	7,18	Total Prov. Cádiz	5,61
Total Prov. Ávila	7,18	Total Prov. Ciudad Real	5,60
Total Prov. Cantabria	7,18	Total Prov. Granada	5,41
Total Prov. Burgos	7,10	Total Prov. Zaragoza	5,28
Total Prov. Santa Cruz de Tenerife	7,03	Total Prov. Badajoz	5,06
Total Prov. Girona	7,00	Total Prov. Córdoba	5,03
Total Prov. Araba/Álava	6,94	Total Prov. Huelva	4,96
Total Prov. Palencia	6,91	Total Prov. Almería	4,96
Total Prov. Navarra	6,85	Total Prov. Murcia	4,96
Total Prov. Soria	6,83	Total Prov. Madrid	4,89
Total Prov. Málaga	6,77	Total Prov. Barcelona	4,85
Total Prov. Zamora	6,71	Total Prov. Albacete	4,77
Total Prov. Ourense	6,68	Total Prov. Toledo	4,74
Total Prov. Palmas (Las)	6,48	Total Prov. Valencia/València	4,65
Total Prov. Lleida	6,34	Total Prov. Sevilla	4,60
Total Prov. Alicante/Alacant	6,28	Total Prov. Jaén	4,27
Total Prov. Pontevedra	6,19	Total Prov. Melilla	3,99
		Total Prov. Guadalajara	3,70
		Total Prov. Ceuta	3,66

En la siguiente gráfica mostramos el número de restaurantes por provincia



No podemos olvidar la estrecha vinculación de este sector con el sector del turismo que, en 2019, representó el 12,4% del PIB español (INE, 2020).

En ese año llegaron a España 83.509.153 de turistas, casi un millón más que en el año anterior. Con la llegada del COVID-19, estas cifras disminuyeron preocupantemente hasta los 18.933.103 en 2020 (Datosmacro, s.f.).

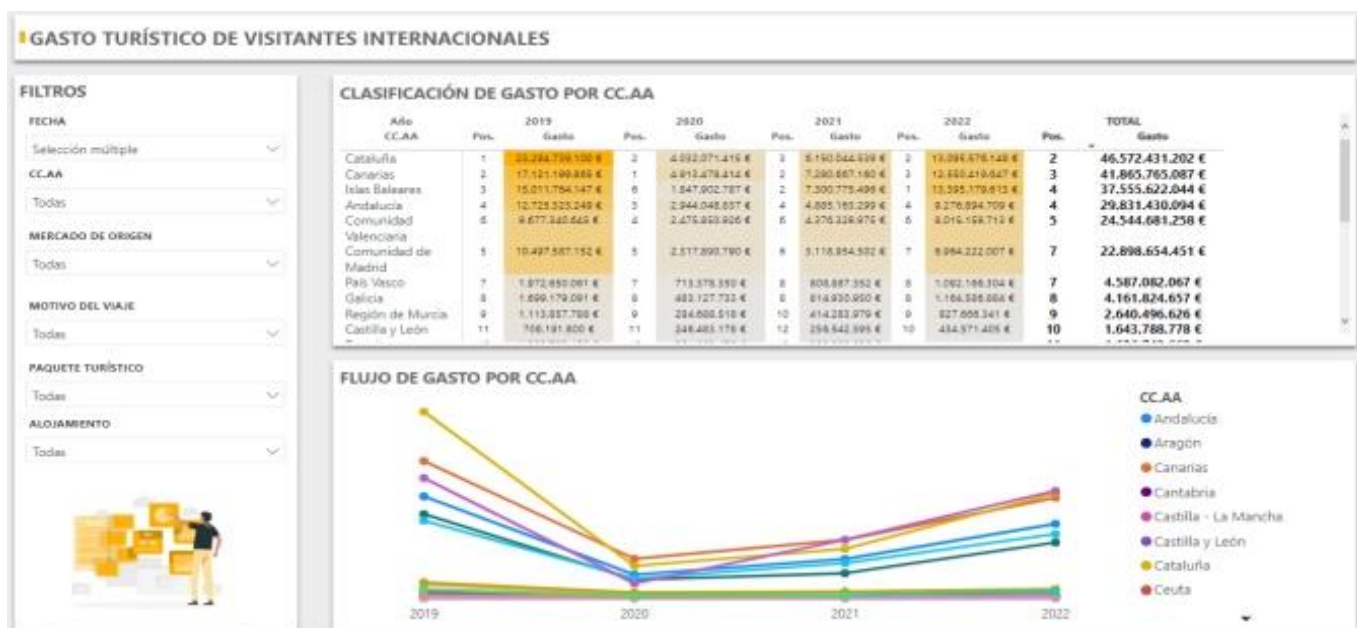
No obstante, el año 2021 vino con un aliento esperanzador, año en el que estas cifras aumentaron hasta los 31.180.802 de turistas (Datosmacro, s.f.).

Todo estos datos indican que nuestra app debe estar en varios idiomas, con el fin de dar un servicio de calidad a todo tipo de clientes independientemente su país de origen.



<https://www.dataestur.es>





➤ ANÁLISIS DE COMPETIDORES

Por competidores entendemos aquellos productos que satisfagan necesidades idénticas o similares a las que nuestra app va a cubrir.

Tras una completa búsqueda se han seleccionado las aplicaciones más relevantes del sector con funciones muy parecidas a las del producto a desarrollar como aquellas que por sus características y posibilidades pueden suponer competencia directa, bien porque ofrecen un servicio sustitutivo o porque podrían suponer una amenaza hacia los servicios que la aplicación va a ofrecer.

A continuación, presentamos los principales competidores del sector:

Google Maps



Aunque solemos usarla para navegar desde un sitio a otro, Google Maps es una de las mejores aplicaciones para descubrir nuevos sitios en los que comer.

No tenemos más que abrirla y buscar restaurantes y bares cerca de nuestra zona.

Además, al ser una app de Google, tiene un sistema de reseñas en el que participan miles de personas, por lo que tendrás las opiniones de muchas personas para tener una referencia del sitio

Hoy en día, Google Maps se ha vuelto un servicio indispensable que millones de personas usan a diario. De ahí la importancia de asegurarte de que tu negocio aparece entre los mapas de tu ciudad. Además, no solo es que permite a tus clientes que te encuentren fácilmente, es que también da la posibilidad de puntuar la experiencia, colgar fotos y dejar reseñas. Y cada vez son más las personas que se dejan guiar por estas opiniones para elegir o descartar un restaurante. También proporciona a sus usuarios otra información importante sobre los negocios registrados, como horarios, menús, promociones, precios, etc.

- Precio: Gratis
- Descargar: [Para Android en Google Play](#)
- Descargar: [Para iOS en App Store](#)

TripAdvisor



En ella podemos buscar bares y restaurantes por zonas, con valoraciones de los usuarios para saber si el sitio merecerá o no la pena. Es uno de los mejores servicios para este propósito, completamente gratuito.

A día de hoy, Tripadvisor es la página web por excelencia para encontrar opiniones sobre bares, restaurantes, hoteles o incluso experiencias. Teniendo en cuenta estas opiniones, nuestros clientes tomarán la decisión de ir a uno u otro establecimiento.

Tripadvisor es una plataforma online en la que se recogen millones de opiniones en torno a determinados negocios del sector turístico (hoteles, restaurantes, bares, discotecas, cruceros, etc). El sector del turismo vive más que nunca pendiente del boca a boca digital.

Tiene sistema de valoración de burbujas que oscila entre “1” y “5”. Esto quiere decir que aquellos restaurantes que alcancen entre 4 a 5 burbujas se posicionarán por encima de aquellos que tengan puntuaciones menores (se incluyen valores de 4,5, 3,5, etc.).

El algoritmo de Tripadvisor le da importancia a la cantidad de valoraciones sobre un mismo local. Puesto que, a más opiniones positivas, mayor certeza hay de que el restaurante realmente podrá aportar a los viajeros una formidable experiencia gastronómica y es capaz de diferenciar que no es lo mismo tener 300 reseñas con 4,5, que dos con un 5. Incluso la relevancia de que las primeras tengan dos meses y las segundas, cuatro años.

Crear un perfil en el portal de reseñas es gratis. Basta con registrarse para acceder a una serie de herramientas gratuitas que permiten crear/gestionar el perfil de tu restaurante.

Otras herramientas de marketing que ofrece Tripadvisor gratuitamente son widgets y botones para redes sociales, consejos en su blog o pegatinas para tu local.

A estas opciones sin coste, Tripadvisor añade otras de pago para ayudar a promocionar los perfiles y asegurarse una entrada extra de capital, además de la publicidad.

El portal tiene dos soluciones de pago para restaurantes:

- Tripadvisor Premium: cambia el aspecto del restaurante en los resultados de búsqueda interna, da acceso a un carrusel de imágenes para la portada llamado Storyboard y añade nuevas secciones como "3 razones principales para comer aquí", "Fotos destacadas" u "Opiniones favoritas".
- Anuncios: espacios promocionados dentro de la plataforma para llevar más tráfico hasta la sección de tu restaurante.



TripAdvisor

- Precio: **Gratis**
- Descargar: [Para Android en Google Play](#)
- Descargar: [Para iOS en App Store](#)

El Tenedor o TheFork



El Tenedor es una genial app para encontrar nuevos bares y restaurantes, pero además nos permite obtener muy buenos descuentos. Podemos realizar la reserva online desde la aplicación y acceder a promociones exclusivas desde la misma. Una genial forma de descubrir nuevos sitios y, por el camino, ahorrar unos cuantos euros.

Es una plataforma digital descargable tanto en Google Chrome, como en Play Store e iOS. Permite a sus usuarios registrarse y poder localizar más de 80.000 restaurantes para reservar en el momento que se requiera y con promociones exclusivas ofertadas por esta aplicación.

Los ingresos de la compañía vienen por dos líneas claras: por el software de gestión de reservas que ofrecen a los restaurantes (con distintas funcionalidades y costes) y por la comisión que ganan por cada comensal que reserva mediante El Tenedor.

También aporta el valor añadido de que sus usuarios pueden elegir entre un abanico de posibilidades, lo que permite que mejoren su experiencia como usuario en la aplicación. Ya que tienen diversas posibilidades que se adaptan a la necesidad surgida en cada momento específico.

También ha expandido su plataforma a nivel internacional, contando con permisos para reservar en ciudades como Lisboa, Marsella, Lyon, Roma, Turín o Ámsterdam. Es decir, ha conseguido expandirse desde una startup a nivel nacional hasta ser una plataforma internacional extendida al mercado italiano, holandés, portugués y francés.

Finalmente, podemos concluir con la idea de que El Tenedor es una plataforma muy innovadora, y con un gran potencial tanto a nivel nacional como internacional. Lo es porque ha conseguido facilitar el acceso a un sector muy amplio como es el sector de la restauración, aprovechándose de una oportunidad de negocio única. Y desarrollando esta oportunidad y emprendiendo su idea, que hoy en día es reconocida en el mercado y cuenta con miles de usuarios



El Tenedor

- Precio: **Gratis**
- Descargar: [Para Android en Google Play](#)
- Descargar: [Para iOS en App Store](#)

Yelp



Yelp es otro de los clásicos a la hora de descubrir nuevos sitios para comer. Podemos explorar la carta, ubicación del sitio, reseñas y más, con una interfaz sencilla, pero más que útil. La app es completamente gratuita y cuenta con una comunidad extensa.

Es una página web que tiene como objetivo promover el comercio local haciendo visible los pequeños y grandes restaurantes que se encuentran a nuestro alrededor. Los usuarios que visitan estos lugares pueden compartir sus experiencias con la comunidad.

Mientras mayor sea el número de comentarios y valoraciones positivas, más famoso se volverá el local. Al entrar a la web los usuarios descubrirán locales con opciones y servicios completamente innovadores, ideales para pasar una tarde divertida con toda la familia y amigos o romántica con tu pareja.

Tú puedes aportar al contar tu experiencia, puedes publicar comentarios, valorar el local e incluso subir fotos para darle a tu opinión más credibilidad. Una de las cosas más increíbles de esta web es

que a través de sus diferentes y precisos filtros puedes encontrar los locales más populares y con mejor servicio de toda tu localidad o país.

Este es una plataforma idónea para aquellas personas que les gusta vivir experiencias nuevas. Las herramientas que ofrece Yelp, facilitan la búsqueda de locales pero no creas que los únicos beneficiados son los clientes.

Las empresas pueden realizar diversas campañas publicitarias en la plataforma para darse a conocer; no importa si eres una PYME o una multinacional, tendrás varias opciones que, al manejarlas de manera correcta, te volverán bastante popular.

Tener presencia online es extremadamente importante. Como consumidor podrás criticar con libertad la calidad y servicio del local que visites. Tus opiniones son valoradas pues es lo que ayudará a mejorar la clientela del establecimiento o evitar que otros usuarios pierdan su dinero en un local con servicios, productos y comidas que están por debajo del promedio aceptable.

Si quieres encontrar el establecimiento ideal, te recomendamos utilizar los filtros para afinar tu búsqueda al máximo. Primero seleccionas el tipo de local que quieres encontrar, por ejemplo restaurantes y bares. Luego pones la ubicación y cuando le das a buscar, te aparecerán opciones como Reparto a Domicilio, Para llevar, Precios, Abierto Ahora, sugerencias, categorías, características zonas y distancia.

Puedes ordenar la búsqueda para que primero te aparezcan las que poseen la puntuación más alta. Después de tu experiencia en el local, publica tus críticas accediendo a la ficha del negocio y seleccionado la sección Escribir comentario. Tienes la oportunidad de colocar fotos, describir tu estancia en el establecimiento, introducir una valoración en estrellas, entre otros.



Yelp

- Precio: **Gratis**
- Descargar: [Para Android en Google Play Store](#)
- Descargar: [Para iOS en App Store](#)

OpenTable

OpenTable es una plataforma de gestión de restaurantes que ofrece reservas online, pedidos para llevar, herramientas de marketing, recompensas de fidelización de clientes y más. Es adecuada para restaurantes de todos los tamaños, así como para bares, bodegas, hoteles y otras empresas. Es una de las aplicaciones móviles líderes para realizar reservas en restaurantes. Los usuarios pueden consultar la carta, ver fotografías, consultar opiniones o dejar la suya propia.

Basándose en sus necesidades exclusivas, OpenTable permite a las empresas personalizar las experiencias de los clientes con horas felices, menús degustación o eventos especiales. Además, fomenta la fidelización de los clientes con un sistema de acumulación de puntos de recompensa por cada reserva con los que obtener ventajas en las siguientes que se realicen. La empresa, fundada en 1998, tiene presencia actualmente en más de 40 capitales del mundo (entre las que se encuentran Madrid y Barcelona). Los restaurantes asociados (40.000 en todo el mundo) han ingresado a lo largo de la vida de la empresa más de 16 mil millones de dólares, los comensales escriben 850 mil críticas mensuales y en este momento más del 50% de las reservas se hacen a través de la aplicación móvil.

Estas cifras muestran que OpenTable es una de las plataformas más fuertes y más expandidas del sector, que cuentan con una enorme cantidad de usuarios y restaurantes asociados.



OpenTable

- Precio: **Gratis**
- Descargar: [Para Android en Google Play Store](#)
- Descargar: [Para iOS en App Store](#)

Tras realizar un análisis de de los principales competidores de nuestra app: Google Maps, TripAdvisor, El Tenedor , Yelp y OpenTable, podemos sacar como conclusión 3 ideas importantes.

En primer lugar, nos encontramos a un mercado principalmente dominado por una única empresa: *El Tenedor*.

A pesar de que otras *apps* han conseguido hacerse un hueco en el mercado, su cuota es prácticamente insignificante en comparación.

En segundo lugar, nos encontramos ante un mercado en auge, sobre todo tras el impulso de la digitalización con la llegada del COVID-19. Esto ha provocado que otras empresas hayan visto el potencial de este sector.

Finalmente, la propuesta de valor de *nuestra app* es parecida, pero a su vez distinta a todo lo que podemos encontrar en este mercado.

Todas estas *apps* cuentan con una característica común: todas permiten a sus usuarios realizar reservas en un amplio número de restaurantes desde la *app*. No obstante, cada una de las *apps* añade valor de forma distinta.

Como **elemento diferenciador**, *nuestra app* trata de agilizar la experiencia de sus usuarios permitiendo que prescindan del tiempo de espera lo que, a su vez, facilita una mayor rotación de mesas, lo que beneficia a los dueños de bares y restaurantes.

A su vez, nuestra app trata de incorporar las tecnologías de la información para mostrar las mesas disponibles de manera online.

Como podemos comprobar, nuestra app cubre una necesidad real, y es por ello por lo que no sólo existe mercado para nuestra app, sino que, además este es cuantioso y de calidad.

Además, aunque ya existen competidores en el mercado, la estrategia de diferenciación permite que nuestra app aporte valor de manera innovadora.

➤ ANALISIS DAFO

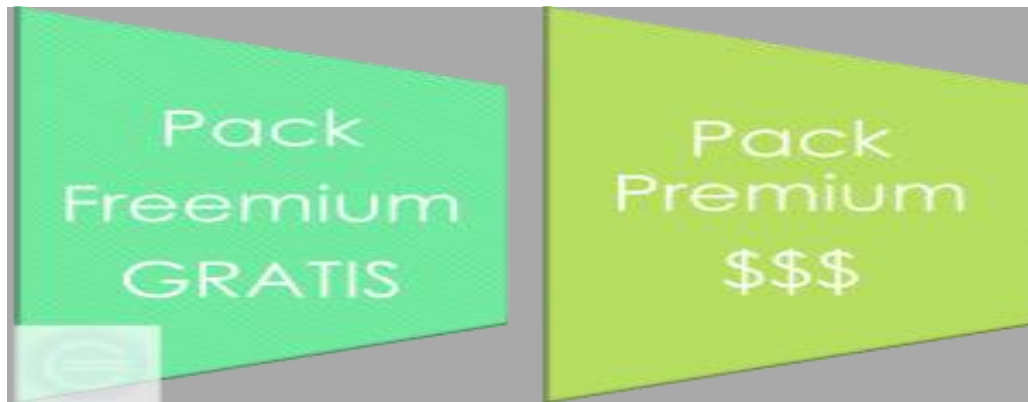
FORTALEZAS

- **UNA APP TOTALMENTE GRATUITA**
- **LA POSIBILIDAD DE PROBAR LA APLICACIÓN SIN TENER QUE REGISTRARSE**

Este modelo económico también sigue siendo uno de los más populares para las aplicaciones. Actualmente, el modelo Freemium respalda al 90% de las aplicaciones, brindando a los

usuarios la oportunidad de utilizar las funciones básicas de la aplicación de forma gratuita y sin registro.

“modelo de negocio en el que la mayor parte de los servicios se ofrecen de manera gratuita (freemium), aunque existe un pequeño paquete de servicios de pago (premium) para algunos clientes que lo deseen.”



Si posteriormente, el usuario desea beneficiarse de las funcionalidades avanzadas de la aplicación, deberá pagar una suscripción. Este modelo económico es extremadamente efectivo para atraer nuevos usuarios, porque les permite probar la aplicación libremente, sin restricciones y sin compromiso.

- **TECNOLOGÍA PUNTA, PERO SIMPLICIDAD DE USO DE LA APLICACIÓN**
- **COSTES DE CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN REDUCIDOS.**

DEBILIDADES

- **APLICACIÓN COMPLETAMENTE NUEVA, SIN REFERENTES Y SIN BASE DE USUARIOS PREVIA.**
- **NECESIDAD DE CAPTAR UNA GRAN CANTIDAD DE CLIENTES (RESTAURANTES) YA QUE DE ELLO DEPENDE EL ÉXITO ENTRE LOS USUARIOS.**
- **IMPORTANTE INVERSIÓN DE CAPITAL EL PRIMER AÑO DE VIDA**

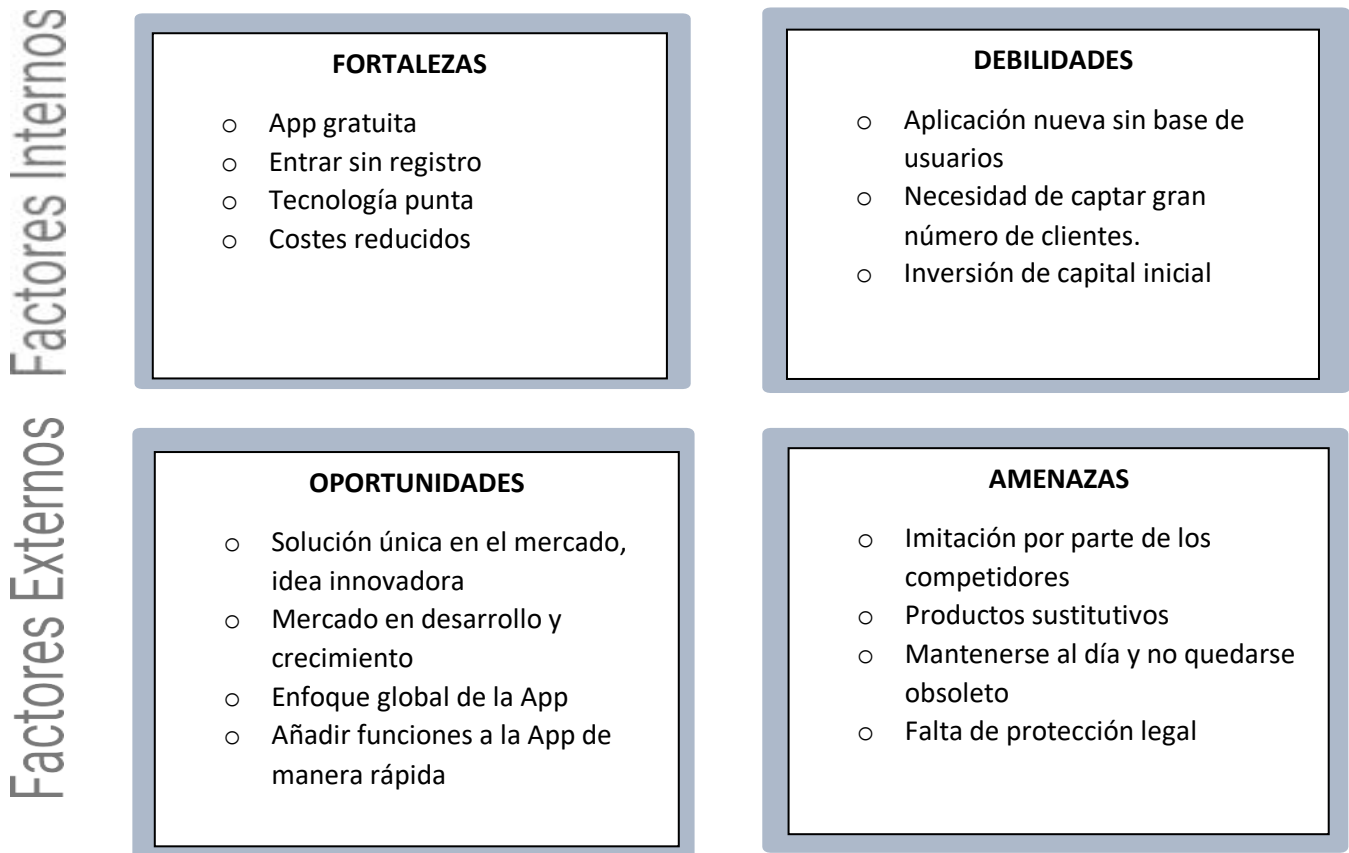
OPORTUNIDADES

- **UNA SOLUCIÓN ÚNICA EN EL MERCADO, IDEA INNOVADORA**
- **MERCADO EN DESARROLLO Y CRECIMIENTO**
- **APP ENFOCADA A CUALQUIER TIPO DE USUARIOS, MILLONES DE USUARIOS Y CLIENTES POTENCIALES**
- **POSIBILIDAD DE AÑADIR FUNCIONES DE FORMA RÁPIDA Y SENCILLA**

AMENAZAS

- **COMPETIDORES QUE PUEDEN IMITAR FACILMENTE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA APLICACIÓN.**
- **PRODUCTOS SUSTITUTIVOS**
- **DIFICULTAD DE MANTENERSE AL DIA EN UN SECTOR QUE EVOLUCIONA Y CAMBIA A UN RITMO MUY ELEVADO.**
- **FALTA DE PROTECCIÓN LEGA. CUALQUIERA PODRIA CREAR UNA APLICACIÓN MÓVIL CON FUNCIONALIDADES SIMILARES.**

TABLA RESUMEN DEL DAFO



➤ ANALISIS DE PORTER

Según el modelo de las 5 Fuerzas de Porter vamos a investigar las oportunidades y amenazas de nuestra app

1.-Amenaza de productos entrantes

La amenaza de otros productos entrantes es probablemente una de las amenazas más peligrosas que vamos a tener. Nos encontramos ante un mercado que no deja de crecer y en el que poco a poco entran competidores con más conocimiento del sector y de las nuevas tecnologías.

Estos competidores son capaces de ofrecer productos que pueden quitar cuota de mercado a nuestra app. Es por ello por lo que nos hemos centrado en una estrategia de diferenciación.

2.- Amenaza de productos sustitutivos

Esta es de las amenazas que menos debe preocuparnos. Podríamos entender que el uso de apps para reservar en restaurantes es un producto que nació como sustitutivo de las tradicionales llamadas telefónicas.

Con el paso de los años, los restaurantes crearon sus propias páginas web, lo que permitió que también se realizaran reservas por este canal.

No obstante, las apps de reserva han llegado para sustituir estas antiguas formas de realizar reservas y, a su vez, para facilitar la gestión y eficiencia de éstas.

3.- Poder de negociación de los proveedores

No podemos considerar que nuestra app tenga más proveedores que los propios desarrolladores de apps, ya que tanto clientes de bares y restaurantes, como los propios bares y restaurantes son clientes y no proveedores de nuestra empresa.

Respecto de los desarrolladores de apps, su principal poder de negociación se basa en su capacidad de establecer el precio que consideren adecuado para desarrollar el software de nuestra app.

Más allá de este punto, los desarrolladores de apps tratan de adaptarse a las necesidades de sus clientes y de crear la app que más les interese.

4.- Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de nuestros clientes es inmenso debido a su capacidad de acudir a cualquier otro medio para realizar reservas, ya sea otra aplicación o llamando directamente al restaurante. La única función que puede rebajar un poco este poder es la función de “reservar mesa en el instante” que ofrece nuestra app.

Esta función es exclusiva de nuestra app, por lo que no podrán encontrarla en ninguna otra plataforma.

Específicamente en relación con el poder de negociación de bares y restaurantes, éste es todavía mayor. Es muy importante que bares y restaurantes utilicen nuestra app para que, ulteriormente, los clientes de dichos bares y restaurantes puedan reservar su mesa de manera fácil y rápida a través de nuestra aplicación.

De alguna forma, se crea un circuito de doble sentido en el que a los restaurantes y bares sólo les interesa usar nuestra app si ésta es utilizada por un gran número de potenciales clientes y, a su vez, dichos clientes sólo se descargarán y usarán nuestra app si hay una gran oferta de restaurantes y bares.

Por ello, el poder de negociación de ambos aumenta y se nutre en dos direcciones.

5.- Rivalidad entre los competidores

Actualmente, el sector de las reservas de restaurantes a través de apps no cuenta con demasiada rivalidad.

Nos encontramos ante un mercado cuya estructura principal se basa en un único competidor que acapara la mayor cuota de mercado, seguido de un conjunto de empresas de tamaño significativamente menor.

Es por ello por lo que la rivalidad, durante estos primeros años no parece muy agresiva.

El público se basa en un pequeño grupo de clientes que tienden a utilizar más de una aplicación para el mismo objetivo, en función de cuál ofrezca las mejores prestaciones en un momento determinado.

Es muy probable que la competitividad llegue en un futuro, cuando otros individuos se den cuenta del potencial que tiene este mercado y el potencial de nuestra app.

➤ **DIAGRAMA DE GANTT**

Planificación

Realizamos una planificación del proyecto mediante un diagrama de Gantt con una temporalidad de 6 meses, comprendidos entre el 10 de Noviembre del 2022 al 1 de Junio del 2023.

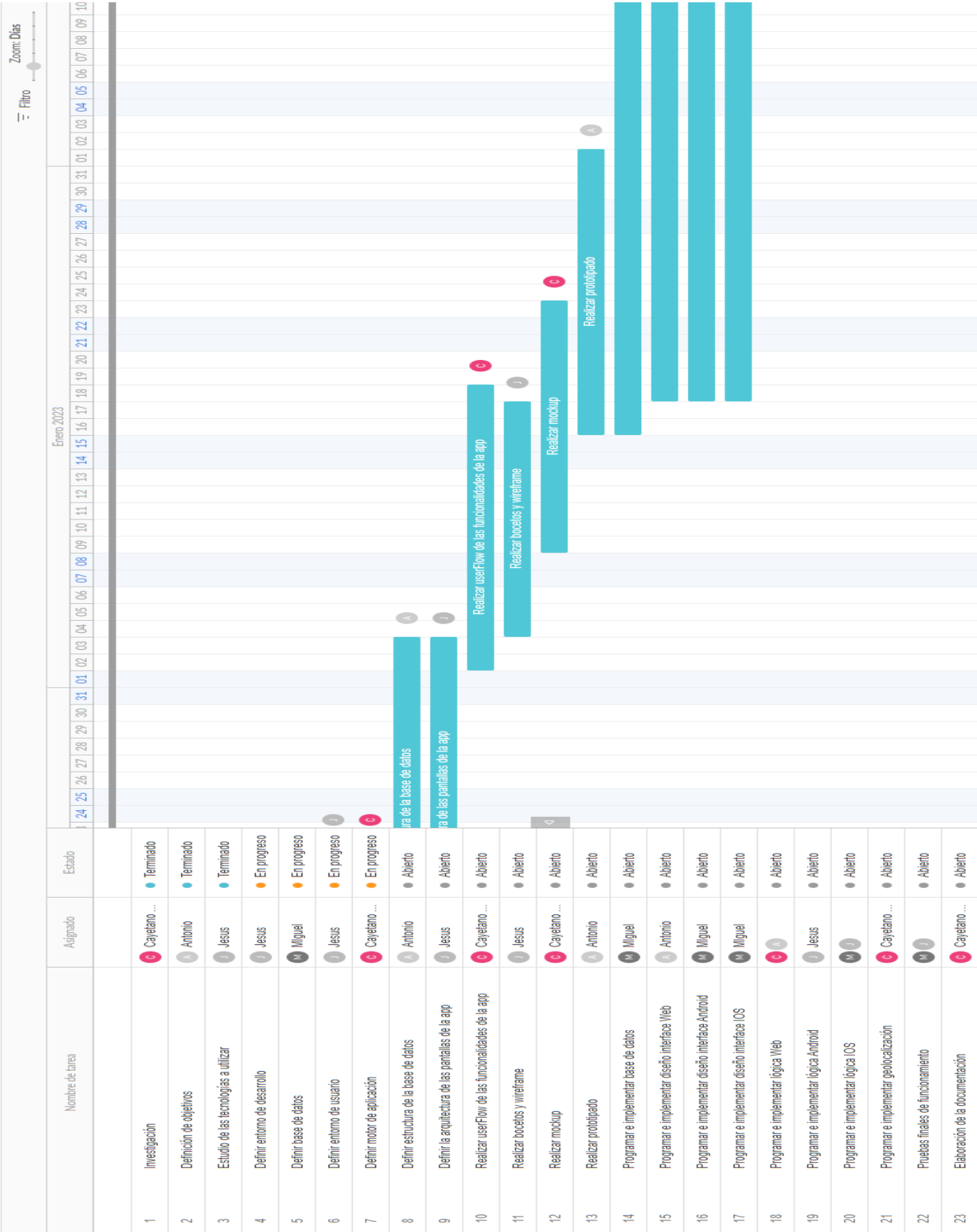
De este modo, el proyecto estará terminado unos días antes de la entrega, y no habrá problema en el tiempo.

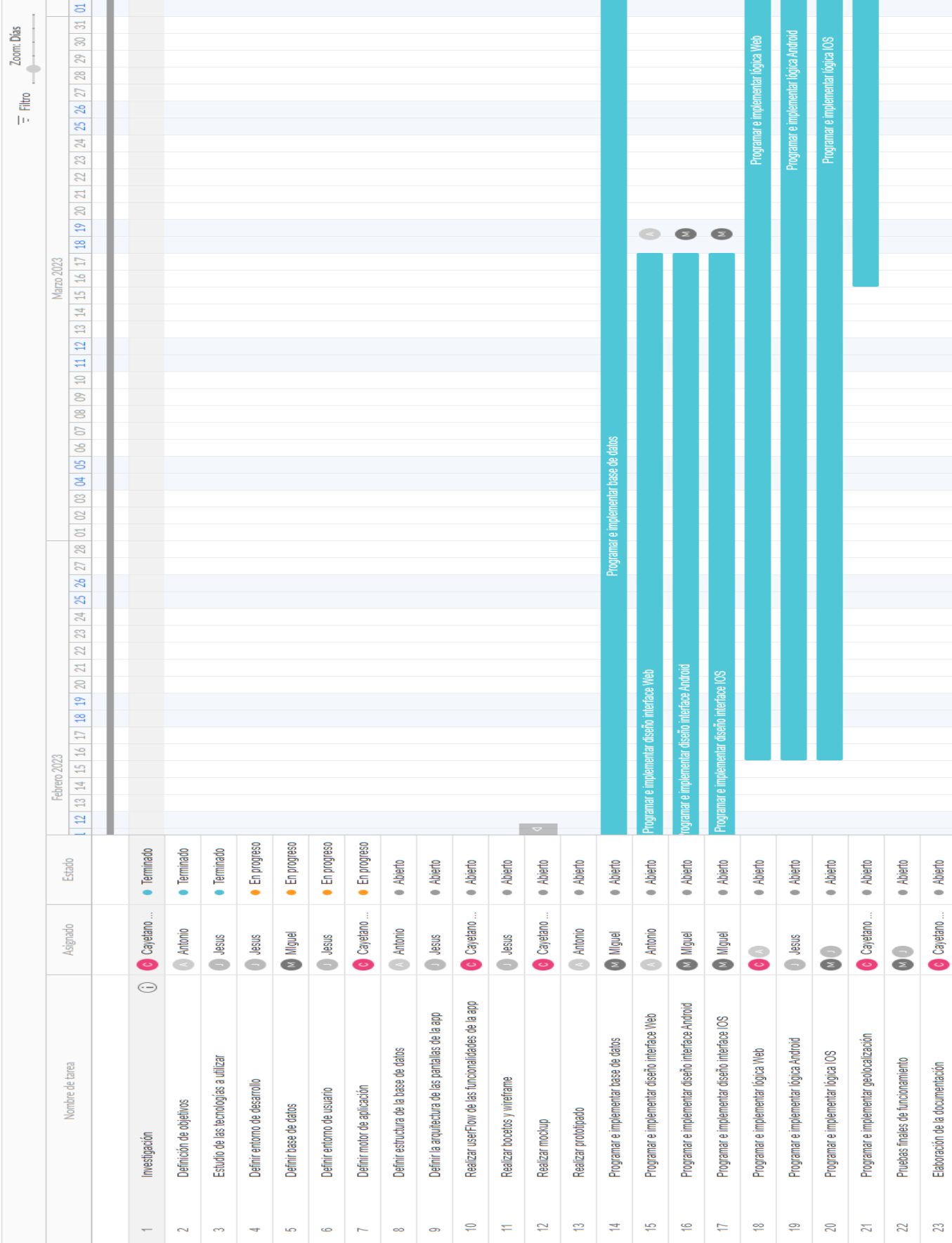
Como se puede observar, en el diagrama de Gantt, aparecen las tareas que se deben realizar en el eje de ordenadas, y el tiempo de realización, en el eje de abscisas.

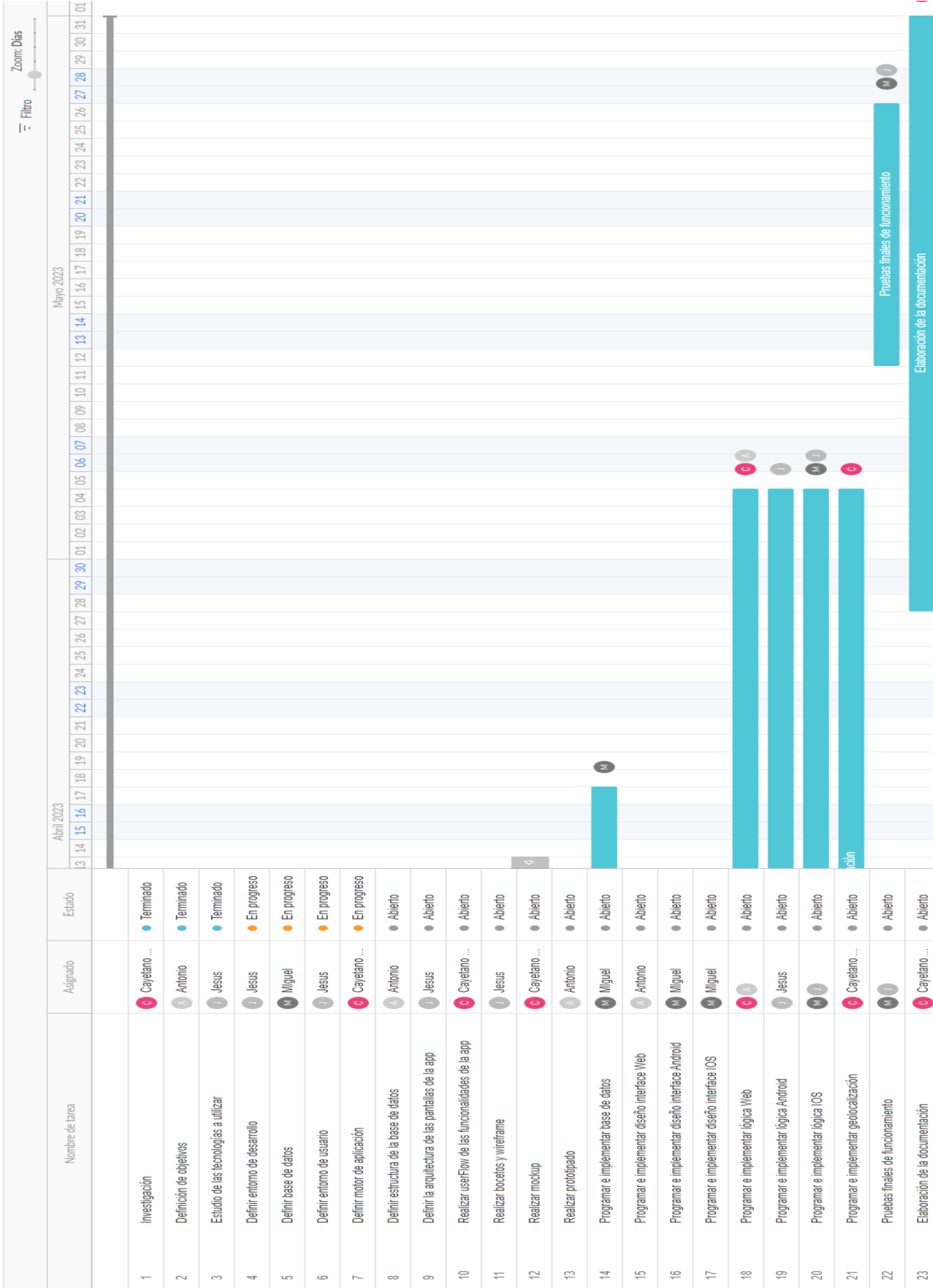
Cada tarea tiene una temporalidad limitada y el porcentaje de consecución esta marcado en azul oscuro.

El proyecto esta formado por 4 desarrolladores y cada uno de ellos tiene asignadas unas tareas específicas que tendrán un seguimiento constante. En el caso de que uno de ellos se atrase en la finalización de su tarea se reestructurará las funciones del resto de personas para que ayuden a sacar el trabajo y que no se retrase el proyecto.

A continuación procedo a explicar la planificación de las tareas:







¡Obtenga diagrama de Gantt completo!

<https://app.ganttpro.com/shared/token/d43ca8c3acd22b414687d54928453454c99bb6af2af517bbd50cbf759dc59be8/962960>



➤ Investigación

Realizamos la investigación sobre el entorno en el que se va a desarrollar nuestra aplicación, con análisis de competencia, de mercado y de usuario.

➤ Definición de objetivos

En este apartado definimos nuestro objetivo de manera clara tras estudiar detenidamente las investigaciones previas sumándole un análisis DAFO y Porter

➤ Estudio de las tecnologías a utilizar

En este apartado valoramos y decidimos que tecnologías vamos a utilizar para poner en marcha nuestro proyecto, tales equipos informáticos, programas de desarrollo, etc

➤ Definir el entorno de desarrollo

Para la implementación de la aplicación se utilizarán diversos entornos de desarrollo, en función de las necesidades que implica el proyecto. Estos entornos de desarrollo pueden ser aplicados de forma simultánea y por tanto deben ser compatibles entre ellos.

Estos entornos podrán ser HTML, CSS, JAVASCRIPT, PHP, SWIFT, KOTLIN

➤ Definir bases de **datos**

El sistema de gestión de base de datos elegido para el desarrollo del proyecto es MySQL. MySQL es un sistema de gestión de base de datos relacional, multihilo y multiusuario, entre otras características. Este sistema nos permite almacenar y realizar consultas complejas de los datos de manera eficiente y varios usuarios al mismo tiempo.

➤ Definir entorno de usuario

Mostramos la información e incluso se le solicita información al usuario. Esta capa se implementará utilizando lenguaje HTML y el uso de CSS.

En un archivo de estilo , definiremos diversas etiquetas que luego utilizaremos en los archivos con lenguaje HTML.

Principalmente definiremos cuatro elementos: un gestor de autenticación (conocido normalmente como log-in), un menú lateral, el contenido y un cuerpo de página. Como complemento definiremos una cabecera y un pie de página.

Además definiremos el estilo de cabeceras, enlaces, tipos y tamaños de letras y demás elementos que necesitemos.

➤ **Definir motor de aplicación**

El motor de la aplicación será el encargado de relacionar el entorno de usuario con la capa de datos. Esta capa elegirá y generará los contenidos a mostrar por el entorno de usuario que, en la mayoría de casos, estarán almacenados en la base de datos de la aplicación. Así mismo, el motor de la aplicación, también recibirá información del entorno de usuario para que sea tratada por la capa de datos. Para implementar esta interacción entre las tres capas se recurrirá al patrón de arquitectura de software Modelo-Vista-Controlador (MVC), adaptado a las necesidades del proyecto.

Las diferentes aplicaciones estarán implementadas en archivos .php independientes. De esta manera facilitamos futuras ampliaciones o modificaciones de código

➤ **Definir estructura de la base de datos**

La base de datos diseñada para el presente proyecto estará estructurada en tablas diseñadas en función de las necesidades del proyecto. Cada tabla contendrá campos, donde almacenaremos la información deseada. Además, existirán relaciones entre las diferentes tablas, para facilitar el uso de la BBDD y para crear consultas complejas.

➤ **Definir la arquitectura de las pantallas de la aplicación**

Diseñaremos mediante la aplicación miro.com la arquitectura de todas las funcionalidades que tendrá la aplicación (Android, IOS, WEB).

➤ **Realizar userflow de las funcionalidades de la app**

En esta etapa de trabajo analizaremos todos los flujos de usuario en nuestra App con el fin de que no haya errores de usabilidad y eficiencia más adelante y los dibujaremos con la ayuda del programa Figma

➤ **Realizar Bocetos y wireframes, Mockup y prototipado**

Mediante el programa Figma realizamos los wireframes para empezar a dar forma a la vista de nuestra app, realizando posteriormente el Mockup en color, terminando con un prototipado fiel de lo que será nuestra app.

➤ **Programar e implementar la base de datos**

En este proceso conectamos la base de datos a la aplicación y empezamos a construirla mediante código.

➤ **Programar e implementar diseño de interface Web, Android e IOS.**

Construimos mediante código toda la interface ya prediseñada tanto de la Web, como de la app de Android e IOS. Cada una de ellas en su respectiva plataforma tanto Visual studio, Android Studio y Xcode.

➤ **Programar e implementar lógica de la web, Android e IOS.**

En esta etapa introducimos lógica y funcionalidad mediante código php, swift, kotlin y javascript a toda la app

➤ **Programar e implementar geolocalización**

Implementamos las licencias de geolocalización en todas las plataformas para dar una correcta funcionalidad

➤ **Pruebas finales de funcionamiento**

En este proceso se realizarán pruebas que determinen el buen funcionamiento de la app, tales como pruebas de compatibilidad, pruebas de seguridad, etc

➤ **Elaboración de la documentación**

Se procede a recabar toda la documentación que se ha necesitado para realizar el proyecto y a redactar detalladamente todo el proceso.