

Memoria Descriptiva Grupal SITES

VÍCTOR MANUEL ARROYO MARTÍN
ÁLVARO BELTRÁN CAMACHO
SERGIO CABEZAS GONZÁLEZ DE LARA
PEDRO GALLEGU LÓPEZ

DOBLE GRADO DE INGENIERÍA INFORMÁTICA Y
MATEMÁTICAS



*Nuevos Paradigmas de Interacción
Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática y Telecomunicaciones
Universidad de Granada*

Índice

1. SITES	2
1.1. Causas del proyecto	2
1.2. Quiénes somos	2
1.3. Breve desarrollo de la idea	2
1.4. Objetivos del proyecto. Objetivos SMART	3
1.5. Situación del mercado y competencia	3
1.6. Las 4P	4
1.6.1. Producto	4
1.6.2. Precio	5
1.6.3. Punto de venta	5
1.6.4. Promoción	5
1.7. Estrategia de Marketing	5
1.8. Calendario	6
1.9. Presupuesto	6

SITES

1.1. Causas del proyecto

No somos conscientes muchas veces de lo poco que conocemos una ciudad aunque vivamos en ella: siempre hay rincones que no conocemos. Pero, ¿cómo nos damos cuenta de que esos rincones existen?

La respuesta es muchas veces “por un amigo”, otras veces “por casualidad”,... Pero, ¿y si dejaramos de lado las casualidades y la aleatoriedad para descubrirlos? Así surgió la idea, crear una herramienta que te permita descubrir los lugares más escondidos y bonitos de Granada. Llevar a cabo la idea de explorar y descubrir sitios siempre que se quiera.

Los sitios para descubrir pueden ir desde miradores hasta bares y locales de distinta índole. En el caso de los miradores es muy común no saber bien qué es eso que vemos a lo lejos, intentar identificar sitios que conoces, pero nunca tener la certeza. Con nuestro proyecto abarcaremos esa necesidad, mostrándote siempre que necesites qué es lo que estás mirando.

Aquí surge otra necesidad, la necesidad de compartir el descubrimiento con los demás. Crear una sociedad de “exploradores”, tanto para compartir tus experiencias vividas como para encontrar más “exploradores” que quieran compartir contigo las futuras experiencias.

1.2. Quiénes somos

Somos 4 estudiantes del Doble Grado de Ingeniería Informática y Matemáticas. Tenemos una muy buena base científica dada a la carrera y a los cursos que hemos experimentado, cursos de diversos tipos, muchos enfocados a inteligencia artificial. Estamos acostumbrados a buscar soluciones a problemas de la vida real con la tecnología. Alguno de nosotros ha participado anteriormente en proyectos de emprendimiento (propuestos por UGR emprendedora, como el explorer del banco Santander).

1.3. Breve desarrollo de la idea

Nuestro proyecto quiere crear una herramienta para toda persona que quiera descubrir Granada (extrapolable a cualquier ciudad en un futuro). Una herramienta que le dotará de lo necesario para elaborar un plan por Granada. Con ello podrá incluso conocer gente e incorporarla a su plan si se quiere. Podrá ir a miradores, teatros, deportes, restaurantes, zonas de ocio, etcétera.

Podrá compartir sus experiencias por la red y reaccionar a experiencias de otros usuarios. La idea es que usted solo con la aplicación sea capaz de hacer cuanto quiera por la ciudad con la seguridad de que el grado de satisfacción tras acabar el plan diseñado por la aplicación será máximo.

La aplicación será su brújula y su mapa. Como todo explorador, ha de saber situarse, y nosotros haremos que sea capaz de hacerlo. Un ejemplo claro de este uso es que nuestra aplicación puede decirle qué zonas de interés están en la dirección a la que mira y a la distancia a la que se encuentra. Tomando el camino que elija podrá descubrir puntos de interés como monumentos: cuando se acerque a uno se le notificará con una alerta y se le ofrecerá información del mismo.

1.4. Objetivos del proyecto. Objetivos SMART

Objetivos SMART: Specific, Mensurable, Achievable, Relevant and Timely.

- **De uso:** se espera crear una gran red de usuarios que se retroalimente de los mismos, dando feedback entre ellos: Esperamos que un sexto de los estudiantes (unos 10.000) utilicen la aplicación de forma regular en sus salidas para visitar Granada al final del año. Este objetivo es relevante para la empresa puesto que hará que la familia de usuarios se retroalimente con ellos, siendo ellos los que acabarían promocionando nuestro propio proyecto a familiares, compañeros e incluso futuros estudiantes.
- **Culturales:** se espera dotar de información de interés y útil a nuestros usuarios. Nuestro objetivo se consigue si alcanzamos llegar a un contrato a final del año 2021 con al menos 4 organizaciones importantes de Granada para usarnos como instrumento de información para visitar sus monumentos o lugares de interés como podría ser la Alhambra. Este objetivo significaría un gran paso ya que aumentaríamos la fuente de ingresos por esa parte, pudiendo ayudar a financiar la investigación para el aumento de datos e información de nuestra base de datos.
- **Económicos del proyecto:** se espera que nuestro proyecto sirva de medio publicitario, a su vez, de los sitios que nuestros usuarios se recomiendan en la red. Se espera llegar a acuerdos publicitarios con más de 200 establecimientos para mostrarlos en nuestra aplicación al final del año 2021. Este objetivo es alcanzable ya que al ver que mucha gente elabora un plan según las recomendaciones de la aplicación, les parecería interesante a los hosteleros por ejemplo. Esto es relevante ya que supondría una fuente de ingresos adicional.
- **Económicos de la localidad:** se espera conseguir aumentar la economía de la ciudad un 5 % al final del año a través del turismo cultural. La entrada y salida de turistas es algo esencial en nuestro país y ahora más que nunca con la pandemia es necesario reactivar este sector ya que muchas ciudades viven de los ingresos del turismo. Granada es un ejemplo, que no vive solo de ello, pero sí es una fuente principal de ingresos por sus grandes atractivos, por ello es alcanzable. Es relevante ya que el hecho de que le vaya bien a la ciudad a la que nos hemos enfocado nos abre puertas para extendernos a otras ciudades.

1.5. Situación del mercado y competencia

El mercado está saturado de aplicaciones que marcan sitios de interés. Hay varias aplicaciones que hacen un amago de realizar la función que nosotros hacemos: bien sea la función de informar sobre la ciudad, bien sea la función de llevarte a algún monumento que te ofrezca la aplicación. Actualmente, con la situación del COVID, es sabido que el turismo está pasando por un momento duro y esto hace que la gente haya dejado de apostar por él.

El momento en el que nosotros vamos a irrumpir en el mercado es ahora que empiezan a liberarse las restricciones de movilidad y que empiece a sentirse menos miedo en las calles, permitiendo poco a poco la vuelta del turismo. Nuestra diferencia respecto a la competencia es:

- El crear una red de gente que quiera explorar la ciudad o que la haya explorado: crear compañerismo con gente que ni conoces pero que compartís algo, las ganas de explorar. La parte humana es esencial en el proyecto para destacar, pero también es esencial la retroalimentación de información de los usuarios que serán ellos quienes poco a poco vayan aumentando la fiabilidad de nuestra aplicación con sus reseñas, permitiéndonos también a nosotros saber qué mejorar y dónde enfocarnos más.
- La incertidumbre de descubrimientos que nos esperan por el camino: cualquier otra aplicación te marcaría los monumentos que vas a ver en una ruta predefinida. Nosotros no, nosotros dejamos que el usuario elija la ruta que más le convenga dejando así a su elección los monumentos que se encontrará por el camino. Nuestra aplicación no te dice dónde hay un monumento hasta que estés cerca, que te lo notificará, es por ello que nunca vas a saber qué te va a deparar el camino que elijas. Sea cual sea la ruta, estará llena de sorpresas.

Nuestro público en un momento inicial serán sobre todo jóvenes, que siempre tienen más ganas de salir, más ganas de comerse el mundo. Progresivamente, conforme la gente coja confianza y vayan saliendo más a la calle y viajando más, se tendrá en cuenta todos los públicos, amantes de los viajes y de descubrir ciudades.

1.6. Las 4P

1.6.1. Producto

Nuestro proyecto consiste en una aplicación de móvil que te sugiere un plan de ruta por la ciudad, en primera instancia, Granada. Este plan de ruta conlleva desde miradores, monumentos y demás zonas culturales hasta zonas de hostelería como bares y restaurantes recomendables en función del usuario. Aquellos lugares donde se tenga que pagar una entrada se le ofrecerá al usuario la posibilidad de pagarla a través de la aplicación.

Lo novedoso del producto es que, siguiendo las recomendaciones de la aplicación, la ruta será tomada por el usuario a partir de un mapa y una brújula, como si de un explorador se tratara. Así conseguimos que el usuario interaccione con la ciudad más, haciendo que sea él el que razone las calles por las que ir, ¡porque no has visitado Granada si no te has perdido por el Albaicín!

Camino a cualquiera de los puntos recomendados le podrán saltar alarmas al usuario avisándole de que está pasando cerca de un monumento o punto de interés, siendo toda una sorpresa para el usuario, al que incentivará a callejear más para encontrar más puntos de interés.

Además, algo muy característico de nuestra aplicación es que es capaz de decirte qué estás viendo desde cada mirador, localizando las zonas y puntos destacados de la ciudad que se ven desde el punto de vista que estás enfocando, consiguiendo así situar al usuario dentro del mapa y poder referenciarse mejor.

Nuestra aplicación posee además de un asistente virtual que te ofrecerá toda la ayuda y recomendaciones que necesites en cualquier momento dependiendo de tu ubicación, de la hora y más datos relevantes. Además se podrá jugar a juegos que tienen que ver con la ciudad para salir de la monotonía de la ruta o incluso para descansar en algún lugar a mitad de la misma.

Ofrece también una red social, SocialSITES mediante la cual podrá compartir sus experiencias en la ciudad y sus rutas, además podrá reaccionar a la de otros usuarios. Incluso puede ofrecer la ruta y que otros usuarios se apunten a hacerla.

1.6.2. Precio

La aplicación será completamente gratuita. Esto incentivará a su descarga y su uso. Se puede poner de forma gratuita ya que la elaboración de la aplicación no ha supuesto gastos.

1.6.3. Punto de venta

La aplicación se podrá descargar desde las tiendas de aplicaciones de Microsoft, Apple y Android.

1.6.4. Promoción

La forma de promocionar la aplicación será a través de:

- Un video promocional distribuido por distintas redes sociales
- Anuncios indirectos en plataformas educativas de la UGR y correos al correo electrónico de la Universidad.
- Cartelitos con códigos QR para la descarga situados en zonas de interés como miradores y monumentos.
- De vivo a voz: en sitios con gran afluencia de turistas como hoteles, recomendarán la aplicación.

1.7. Estrategia de Marketing

La idea es abarcar en primer lugar al público joven, que son los que más movimientos tienen de un lado para otro. Para ello en nuestra aplicación hemos centrado nuestra atención en miradores y bares, muy transcurridos por los jóvenes. Promocionándolo en estos lugares además de en facultades, bibliotecas, plataformas educativas, correo electrónico de la Universidad y redes sociales, los jóvenes acabarán conociendo de una u otra forma la aplicación, y solo es cuestión de que les agrade, que lo hará puesto que la aplicación en primera instancia se ha centrado en ellos.

Una vez abarcado el público inicial: una cantidad suficiente de jóvenes, esta red crecerá de manera casi exponencial, ya que serán los propios estudiantes los que compartan la aplicación con sus compañeros, además de retroalimentar los datos de la aplicación con sus opiniones y experiencias. En cuanto vean que son capaces de establecer contacto social a través de la aplicación, el público joven estará dentro del proyecto.

Cuando hayamos superado esta barrera, abriremos la aplicación para enfocarla a todo el público, haciendo que los padres y abuelos de estos jóvenes también se sientan a gusto usándola y la conciban casi como una necesidad. Cuando la red de usuarios sea grande, el marketing correrá a cuenta de los usuarios, quienes serán los que recomienden la aplicación, mientras nuestra atención se centra simplemente en seguir cumpliendo con las necesidades de los usuarios, creando así un círculo de satisfacción con el cliente y la empresa.

Al cabo de un tiempo, cuando se empiecen a cumplir los objetivos establecidos, sobre todo el económico para la ciudad, esto nos ayudará a salir y crecer en otras ciudades con métodos parecidos.

1.8. Calendario

El momento del lanzamiento es en invierno, un tiempo antes de que empiece a nevar en la Sierra que provoca que mucha gente se desplace hasta Granada. En ese momento mucha gente aprovecha para visitar otros atractivos de la ciudad, y más si se le ofrece un plan tan fácil. Este momento es clave ya que estamos en mitad de una tercera Ola, y que se pronostica que sea la última tan gorda, lo que quiere decir que los planes turísticos están en un mínimo y que a partir de ahora lo más probable es que empiecen a subir: para cuando la gente quiera planes turísticos SITES estará preparado para ofrecérselos.

1.9. Presupuesto

Solo se necesita invertir en infraestructura de base de datos. En base al presupuesto nos podremos amoldar a la plataforma.