Plan de Marketing de Glös

Materia: Marketing

División: 5º TIC “A”

Grupo: Glös

Integrantes: Lautaro Hernando, Milena Rosman, Federico Sonkin, Guido Ungar e Iñaki Arango

Docente: Clara Rujinsky

# 

Índice

[**Introducción al trabajo**](#_yrbqxs93k1qc) **2**

[Objetivos](#_fh01w578i8n1) 2

[Alcance](#_3x51rqjufslo) 2

[**Desarrollo**](#_ayw6fd1foq5p) **4**

[**Introducción al Proyecto**](#_4iv5h4p3tha) **4**

[Comportamiento del Consumidor](#_keaefmcsow7g) 4

[Investigación de Mercado](#_5os04hwlte3p) 4

[Mercado Objetivo y Posicionamiento](#_kh66unbd6ak1) 4

[Análisis Estratégico](#_an0q2ywbdhiu) 4

[Descripción de Producto o Servicio](#_hlit7iyu1mz7) 4

[Elevator Pitch](#_wd0ve05auv9o) 4

[Estrategia de Precio](#_5cvs5z0b1eo) 4

[Estrategia de Distribución](#_kekeklz1x5ip) 4

[Estrategia de Comunicación](#_tz4zznil26b3) 4

[Marca](#_t781mb217day) 4

[Publicidad](#_ouq9c0glzorp) 4

[Merchandising](#_201pl6934wr9) 5

[Promociones](#_m8tdxha03fme) 5

[Relaciones Públicas](#_71oh1u6rpjq3) 5

[Marketing Directo](#_8lipmjo146cx) 5

[Eventos y Experiencias](#_5i95eisfygtm) 5

[Plan de Medios](#_an6ukje1lhb4) 5

[Manifesto de la Marca](#_5lscl6mb5t6z) 5

[**Conclusiones**](#_w4npb21t6z6e) **6**

[**Anexos**](#_xt3sn8q9fp4p) **6**

[Bibliografía consultada](#_lgkvrar12mqj) 6

[Referencias](#_a7bhbnns87nf) 6

# 

# Introducción al trabajo

## Objetivos

Esperamos a partir de este trabajo poder entender mejor qué funciones de nuestro software resultarán de mayor utilidad para el mercado al que estamos apuntando, y cuáles se utilizarán más. Esto permitirá enfocar nuestros esfuerzos de desarrollo de software, por lo menos en una primera instancia, específicamente en esta funcionalidad. Mejorando tanto el MVP como el producto final.

## Alcance

Por los objetivos que nos definimos, el proceso de investigación se adhiere más a una investigación descriptiva ya que buscamos describir el potencial de cada una de las funciones del software que estamos desarrollando y de las actitudes de los consumidores que nos conciernen por su relación con la funcionalidad ofrecida (ej: gente con bebés, individuos con visión reducida, etc.).

Por nuestra ubicación, y por ser el lugar donde primero podremos distribuir la aplicación de forma eficiente y eficaz, concentramos nuestros esfuerzos de investigación en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y sus alrededores, pero nos gustaría que el funcionamiento de la app se expandiese a toda la Argentina, y de ser posible, al mundo, porque hay usuarios posibles que cumplen con las características en todos los países.

# Resumen ejecutivo

Glös es una aplicación diseñada para mejorar la experiencia de navegación de todos, pero concentrándose en las personas con algún tipo de discapacidad. Usa algoritmos de creación propia para calcular las rutas de navegación en base a las necesidades del usuario balanceando la duración, la distancia, la iluminación (seguridad) y la cantidad de obstáculos.

Se planea distribuir la aplicación de forma gratuita por las plataformas comunes. Los costos de mantenimientos son sumamente bajos. La competencia es casi nula, con muy pocos competidores con funcionalidad levemente similar.

Con respecto a la publicidad, se establecerán tres campañas, una para concientizar sobre el problema que sufren las personas con discapacidad en la vía pública, para incentivar el reporte de obstáculos comunitario, y para incentivar el uso de la funcionalidad de navegación. También planeamos organizar eventos donde además de aportar a nuestras campañas publicitarias, se incentive la comunicación y socialización entre las personas que reportan.

# Desarrollo

## Introducción al Proyecto

Glös es una plataforma virtual para dispositivos móviles que le facilita al usuario la circulación por la vía pública. A partir de la información sobre el estado de las veredas, se eligen los caminos más cortos, en mejor estado o mejor iluminados. La fuente de esta información es el crowdsourcing. Tanto los navegantes como personas que quieran aportar a mejorar el sistema pueden reportar problemas y el estado en el que se encuentran la veredas.

La necesidad es poder advertir el mal estado de las veredas para que los ciudadanos pueden circular por la vía pública tranquilamente.

Específicamente para la población ciega, es importante que puedan transitar de forma segura. Para la gente que tenga que arrastrar cosas, sirve la app porque recomienda caminos sin pozos/obstrucciones, por lo que ayuda.

Apuntando a la gente que camina de noche, la app cumple la función de proveer un camino corto y seguro (iluminado) entre un punto y otro.

## Comportamiento del Consumidor

### Reconocimiento de la necesidad

Hay tres mercados a los que apuntamos, por lo que la parte de reconocimiento se divide en tres.

La gente con visión reducida, luego de caminar por la calle y encontrarse con veredas rotas, pozos, u objetos colgante que los agarran desprevenidos y los golpean, se dan cuenta de que tienen que encontrar una solución al problema.

La gente que suele tener que transportar cosas con ruedas por la calle, como papás de un bebé recién nacido, se dan cuenta después de unos días de arrastrar un carrito por veredas rotas que dañan las ruedas y que evitan que el bebé tenga un paseo placentero, que tienen que encontrar una solución.

Personas que quieren salir a pasear de noche, o tienen que volver a la casa de noche, se dan cuenta de que es inseguro y tienen que encontrar alguna manera de poder determinar de antemano, qué camino va a ser seguro (iluminado), y relativamente corto, entre el punto en el que están y dónde quieren ir.

### Búsqueda de información

En la parte de búsqueda de información, se encontrará nuestra app sola en algunas categoría mientras que en otras se encontrará acompañada por otras apps.

Por ejemplo, aplicaciones de navegación para ciegos, se verá acompañada de otras como Lazarillo, BlindSquare, Proyecto ARGUS, entre otras.

Para las otras dos categorías, la de navegación nocturna, y la de transporte de cosas, según nuestra investigación, no hay otras aplicaciones en este mercado.

Como fuentes públicas, planeamos tener principalmente a las instituciones de apoyo a las personas no videntes.

Esperamos desarrollar software de calidad, que mejore la calidad de vida de la gente, por lo que suponemos que dentro de las comunidades de gente con recién nacidos, y no videntes, se esparcirá el nombre y la calidad de nuestra app.

Por lo menos por ahora, no esperamos tener fuentes comerciales para informar al público sobre nuestro producto, aunque no descartamos algún tipo de publicidad para el futuro.

### Evaluación de alternativas

Como nuestra app, y las otras alternativas son gratuitas, no creemos que los posibles clientes analicen en mucho detalle la funcionalidad de cada una de las apps, sino que probablemente prueben una por una, y estamos convencidos, por las características de la nuestra comparada con las demás, que será elegida en la mayoría de los casos.

BlindSquare cuesta 27€, y tiene funcionalidad muy reducida en comparación, ya que no puede armar caminos optimizados y no avisa ni tiene en cuenta de ninguna manera, los obstáculos de la calle.

Lazarillo, tiene una interfaz mucho mejor que la de BlindSquare, y es gratis, pero tampoco tiene en cuenta los obstáculos ni a la hora de la navegación y ni a la hora del cálculo de los caminos.

El Proyecto ARGUS tiene la debilidad de que requiere de auriculares con tecnología de sonido 3D, que son caros y difíciles de conseguir en todos lados.

### Decisión de compra

Nuestro análisis de comportamiento del consumidor no es completamente estándar debido a que durante la parte de desición de compra, el usuario no tiene que gastar dinero en adquirir la app.

No entendimos bien los factores de “actitudes de los otros” y de “factores de situaciones inesperados”.

### Comportamiento posterior a la compra

Después de la adquisición de la app, que esperamos hacerla gratuita, no creemos que los usuarios tengan mucha expectativa, debido a que uno espera menos de las apps gratuitas. Nosotros terminaremos una versión primitiva de la app dentro de poco, por lo que tendremos medio año más para pulirla y perfeccionarla, por lo que creemos que superaría las expectativas de los futuros clientes.

## Investigación de Mercado

Luego de estar en contacto con personas ciegas y que nos contaron la problemática nos dimos cuenta que nuestro mercado es bastante grande. Además nuestro mercado fue ampliado a casi cualquier persona por el hecho de que agregamos funcionalidad específica para la navegación más segura por la calle durante la noche.

Al ser una aplicación única en su tipo no tendríamos ningún tipo de competencia para la navegación nocturna ni con carritos. Para la parte de navegación de gente no vidente, tendríamos competencia en forma de las apps previamente mencionadas, las cuales ya analizamos.

Sin embargo, buscaríamos realizar una encuesta de fácil distribución para consultar si la gente estaría dispuesta a realizar los reportes.

## Mercado Objetivo y Posicionamiento

El mercado objetivo de Glös es principalmente gran parte de personas con discapacidad ya sea discapacidad visual como discapacidad motriz. Podemos abarcar a estos dos grupos ya que nuestra plataforma es ideal para que ellos tengan una mejor experiencia en la vía pública. Desde ya con esta misma funcionalidad podemos incluir a personas que quieran o necesiten transportar estas pueden ser como, personas que salgan a pasear con un cochecito y personas dedicadas a transportes los cuales tengan que bajar una carga. También apuntamos a un mercado de personas que anden por la calle de noche ya que junto a la funcionalidad de calles iluminadas ellos podrán tener una experiencia más segura. Nosotros entendemos que nuestra empresa va a ser un factor fundamental para la vida de una persona con algún tipo de discapacidad ya que cambiará la manera en la que se moviliza.

## Análisis Estratégico

### Fortalezas

Nuestra compañía tiene múltiples capacidades internas, unas que nos diferencian de la competencia, ambiente de trabajo amigable, nuestros productos son totalmente gratuitos, disponemos de una vasta base de datos con obstáculos, nuestra clave es el crowdsourcing, es decir que la misma sociedad ayuda a mejorar su propia navegación. Dentro de nuestros recursos son, contactos con Cilsa, disponemos de un capacitado equipo en varias ramas, programación y diseño. Tenemos un diseño no vidente muy superior que el resto de las aplicaciones.

El resto de las aplicaciones para personas no videntes no tienen en cuenta con la cantidad y el posicionamiento de obstáculos en el camino. Esa es una ventaja fundamental que tenemos por sobre el resto de las aplicaciones.

Oportunidades

Nuestro proyecto es una oportunidad única ya que creemos que debido a su evidente importancia y la falta de competencia se puede alcanzar rápidamente una buena penetración en el mercado, tenemos bajas tarifas (pocos gastos), la demanda en el mercado es muy alta, es decir que hay una necesidad del producto, pero la mayoría de la gente no lo sabe, la poca necesidad de personal.

### Debilidades

Entre nuestras debilidades se encuentra la necesidad de que los usuarios estén dispuestos a reportar, la falta de ingresos directo por la aplicación que condiciona a necesitar donaciones, la dependencia de terceros en gran parte del proyecto, en cuanto al mapa con Google maps y a los servidores con Aws, no tenemos un establecimiento físico (por ahora) que de seguridad a los usuarios en caso de algún reclamo puntual.

### Amenazas

Que surja otra aplicación similar y logre un mayor alcance o mayor adhesión de los usuarios. Que google maps u otra aplicación similar adopte nuestra modalidad de funcionamiento y debido a poseer un mayor alcance logre adueñarse del mercado, que alguna de las aplicaciones por las cuales somos dependientes, funda o mute, en ese caso nos generaría un problema por ejemplo, que Aws no brinde más un servicio público para todo el mundo, otra amenaza puede ser el gobierno queriendo adueñarse de nuestra idea, hagan su propio proyecto gratuito y al tener mayores recursos de distribución, ocupen el mercado.

## Descripción de Producto o Servicio

Nuestra app brinda al usuario un servicio de navegación adaptado para ofrecer una ruta equilibrada entre una distancia corta y un camino con las veredas en mejor estado. Esto es posible gracias a la otra sección de la app, la sección de reportes, mediante la cual, los usuarios o simplemente gente que quiera ayudar, puedan reportar los daños encontrados en las veredas. De esta manera se procesa la solicitud en nuestro servidor y utilizando la base de datos de obstáculos se genera una ruta óptima.

## Elevator Pitch

Las personas que sufren de discapacidades visuales o motrices suelen encontrarse con una gran dificultad a la hora de moverse por la vía pública debido al deficiente estado de las veredas. Por eso creamos Glos, una aplicación de navegación que guía al usuario por la ruta más óptima utilizando una base datos sobre el estado de las veredas. Esta base de datos es alimentada por el aporte de la comunidad y los mismos usuarios.

## Estrategia de Precio

La aplicación se ofrecerá gratuitamente así que en un principio buscaremos financiación mediante donaciones, los aportes de empresas con responsabilidad social y ONGs, aunque no descartamos en un futuro la posibilidad de incorporar publicidades en el mapa. Estimamos un costo de mantenimiento de alrededor de US$500 mensuales.

## Estrategia de Distribución

Como canales de Distribución utilizaremos las tiendas de iOS Appstore y Google Play para garantizar un fácil acceso a la aplicación.

## Estrategia de Comunicación

Buscamos darnos a conocer mediante las redes sociales de CILSA y otras ONG que nos apoyen.

### Propósito

Nuestro propósito es permitir que la gente con discapacidad pueda acceder a la vía pública de la misma manera que las personas sin disapacidad.

### Marca

Nuestra marca se centra en remarcar la confiabilidad de nuestra app, que todos la pueden usar y todos pueden ayudar para que sea mejor. Que utilizamos proveedores reconocidos a nivel mundial y que atendemos a una necesidad real de personas con y sin discapacidad.

### Merchandising

Por ahora no tenemos planificado ningún tipo de merchandising, pero a futuro se podrían hacer artículos básicos, como gorras y remeras. Una posible idea interesante a futuro es la impresión de pequeñas piezas en 3d que puedan ayudar de alguna manera específica a nuestros usuarios. Parecido a lo que IKEA hizo con sus muebles, pero para gente con discapacidades visuales y motrices en la calle. Por ejemplo, podrían ser aditamentos para el palo blanco o para la silla de ruedas.

### Promociones

#### Publicidad

Por ahora tenemos pensadas tres campañas.

Para la aplicación es crucial tener dos tipos de usuarios, los que reportan, y los que disfrutan los frutos de los reportes.

Por esta razón, tenemos tres campañas planificadas.

La primera es para concientizar a la sociedad en general sobre la existencia de la app y su funcionalidad.

La segunda se concentra en incentivar los reportes de obstáculos en las verdes y de iluminación.

La tercera incentiva el uso por parte de nuestros usuarios finales de la funcionalidad de navegación.

#### Relaciones Públicas

Nuestra empresa busca mantener una relación amistosa entre los usuarios y nosotros, mostrando confiabilidad ante los usuarios y un ambiente amigable y entendible, buscar publicidades inclusivas al 100%, teniendo una atención al cliente entrenada y muy bien atendida, una UX exelente serán nuestros objetivos, que el usuario se sienta como en casa.

#### Marketing Directo

Nuestra forma pensada hasta ahora para conectarnos directo con el usuario final es a través de notificaciones targeteadas mediante la app. Las personas que normalmente se dedican a reportar, recibirán recuerdos, o felicitaciones, por ejemplo por haber ayudado a x cantidad de personas ese mes con sus reportes.

Y en general, a todos los usuarios, les avisaremos de nuestros eventos o experiencias por correo electrónico, y por las notificaciones.

### Eventos y Experiencias

Podríamos tener una serie de eventos similares en los que se haga lo siguiente:

* Generemos conciencia en la gente sobre las problemáticas de las personas con discapacidad. Se puede hacer en conjunto con CILSA e incluso se puede utilizar el proyecto SAE para demostrar las dificultades que tienen los ciegos para transitar por la vía pública.
* Incentivar el reporte.
* Incentivar el uso de la navegación.
* Fomentar la comunicación y conocimiento entre los dos tipos de usuarios.

### Plan de Medios

Nosotros apuntamos a utilizar principalmente los medios del gobierno para nuestra publicidad, la televisión pública, carteles en la calle, redes sociales del gobierno, además de poder acceder a publicidad de boca a boca entre la gente, que sería a donde mas apuntamos.

Manifesto de la Marca

**Principios generales**

**Inclusión y colaboración**

La inclusión es la base de una sociedad justa e igualitaria, en la que todos convivimos en paz y armonía. El valor de la inclusión se debe transmitir generacion a generacion, para que todo el mundo pueda convivir y colaborar entre sí. Debemos aceptar que todos somos iguales y tenemos los mismos derechos y merecemos los mismos tratos, todos formamos parte y colaboramos para establecer la igualdad social. Los ciudadanos, gobernantes, niños, niñas, ancianos, ancianas, tenemos el deber de garantizar la igualdad de circulación para todos los ciudadanos.

**Colaboramos entre todos**

Continuando con el concepto de inclusión en la sociedad, es necesario que todos colaboremos con un granito de arena para tener un mundo mejor. La circulación por la via pública necesita de todos para que sea igualitaria y segura para los ciudadanos en un cien por ciento de capacidad.

**Nos comprometemos a**

**Tener un buen trato**

Nos comprometemos a ser respetuosos y cuidadosos en la manera en que tratamos a nuestra comunidad y a hablar cuando sea seguro hacerlo. La bondad es una responsabilidad que comienza por cada uno de nosotros.

**Denunciar las injusticias**

Nos comprometemos a estar alertas ante cualquier injusticia en la vida cotidiana y denunciar, cualquier accionar que irrumpa con la igualdad e inclusión mundial que buscamos, así mismo aquellos que hagan oídos sordos a estas denuncias.

# **Tomar medidas**

Nos comprometemos a accionar para poder solucionar estas injusticias hasta que, sean eliminadas, o cesen en su actividad

# Anexos

## Bibliografía consultada

* <https://www.technologyreview.es/s/10261/hololens-se-convierte-en-un-exito-para-guiar-ciegos-por-interiores>
* <https://www.cambio16.com/un-gps-para-ciegos-con-sonidos-3d-para-llegar-a-su-destino/>
* <https://versinlimitesaccesibilidad.com/blindsquare/>
* <https://www.lazarillo.cl/en/#>
* <https://www.saavedraonline.com.ar/la-ciudad/habilitan-una-herramienta-colaborativa-para-controlar-obras-en-veredas-desde-el-celular/>

## Referencias