

Kinder City

KINDER
CITY



KINDER
CITY



#5492F5

#8E73DD

#F3A6F3

Descripción del Producto

Servicio que ayudará a familias a encontrar **puntos de interés** para sus niños y niñas en su ubicación inmediata, o en distintas localidades, repotenciando el poder del paso de información “de boca a boca” a través de la tecnología. El servicio será desarrollado como App web y como App para móviles.

Las características funcionales que se planea tener como punto de partida de la App son las siguientes:

- Los *puntos de interés* podrán ser temporales, a los que se llamará ‘Eventos’, o permanentes, a los que se llamará ‘Lugares’.
- Los *puntos de interés* serán agregados por los mismos usuarios. Cada *punto de interés* tendrá unas coordenadas específicas para evitar *puntos de interés* duplicados.
- Los *puntos de interés* serán fácilmente localizados a través de servicios de mapas interactivos como Google Maps, Apple Maps o similares. Estos mismos servicios serán los que permitan la creación de nuevos *puntos de interés* con sus coordenadas específicas.
- Cada *punto de interés* dispondrá de la siguiente información:
 - Descripción (nombre, dirección, horario...)
 - Categoría (parque, museo, música...)
 - Rango de edad recomendado.
 - Precio, si lo hubiera.
 - Presencia de ayuda técnica para personas con discapacidad, y si la hubiera, tipo de ayuda.
 - Reseñas y puntuación.

Esta información permitirá a cada padre o madre filtrar Lugares o Eventos según sus preferencias y necesidades, y las de sus hijos.

También se planea comenzar con las siguientes funcionalidades sociales:

- Funcionalidad para añadir otros usuarios a una lista de amigos.
- Funcionalidad para crea grupos de usuarios (ej.: grupo del cole)
- Chat entre usuarios en la lista de amigos.
- Funcionalidad para avisar que se está en un *punto de interés* a usuarios en la lista de amigos.

Por último, se ofrecerán los siguientes servicios a terceros:

- Se ofrecerá la posibilidad a terceros a añadir *puntos de interés* **patrocinados**, ya sean Eventos, o su propia ubicación como Lugar.

Descripción del Nombre Comercial

Se ha optado por un nombre que sea fácil de entender independientemente del idioma, con el propósito de expandir el interés en la App a nivel internacional. La palabra “Kinder” es asociada con niños en muchas lenguas y el significado de la palabra “City” es muy reconocido a nivel internacional pese a ser una palabra en inglés.

Descripción del Logo y Colores

Se ha optado por el nombre comercial de la empresa junto a un grupo de iconos de niños y niñas, con la intención de dar un contexto infantil al logo.

El tipo de fuente “escrita a mano” utilizada para el texto también añade a este tinte infantil.

Igualmente, los colores azul, morado y rosa, suelen ser asociados con niños, más aún los tonos pasteles que se han elegido como colores corporativos y que dan color al nombre de empresa en el logo.

Finalmente se ha incluido un icono de ubicación, como pista visual a la funcionalidad de la App.

El logo sin el grupo de iconos de niños y niñas, es decir, únicamente el nombre de la empresa, puede ser utilizado como logo minimalista.

Los iconos han sido creados por Freepick y Ardiansyah, de www.flaticon.com

Valor Diferencial

La mayor parte de la información sobre actividades para hacer con niños, o al menos la información más fácil de encontrar está en blogs y artículos de páginas web y suelen ser listas muy limitadas debido al mismo formato en que se presentan, por ejemplo, “Los 10 mejores planes para hacer con niños en _____”, “Qué ver con niños en _____” o “Qué hacer este fin de semana con niños”. No solo suelen ser listas limitadas, sino que también suelen enumerar sitios muy conocidos que no aportan ningún valor informativo, salvo quizás a personas ajenas a la localidad que se mencione.

Por otro lado, existen varias aplicaciones para descubrir eventos por localidades, como “Eventbrite”, “All Events in City” y más, pero también aportan poca o ninguna información sobre eventos familiares. Además, para que estas aplicaciones listen eventos, suele ser necesario que el mismo organizador se encargue de la creación del evento en la App.

Un caso de mención aparte para la App web “POiN”, que ha sido diseñada específicamente para familias con el propósito de facilitar planes con niños y que, entre todas las opciones estudiadas, es la que tiene una funcionalidad más parecida a la que se planea tener con Kinder City. Esta App no es fácil de encontrar, sin embargo, y no ha sido desarrollada para móviles.

Destacar que todos los competidores potenciales estudiados se centran en eventos/lugares llamativos en grandes ciudades, con poca o ninguna información sobre localidades más pequeñas.

Los siguientes puntos resumen el valor añadido de Kinder City con respecto a la competencia:

- Está diseñado específicamente para familias, a diferencia de los competidores (con la excepción de la App “POiN”)
- Permite el crecimiento orgánico de la información, al ser los propios usuarios los encargados de crear los *puntos de interés* en la App. Esto permite un mayor alcance de la red de *puntos de interés* hasta incluso incluir localidades, eventos y lugares más pequeños y ordinarios, en vez de limitarse a eventos y lugares llamativos en grandes ciudades.
- Al permitir el crecimiento orgánico la información es dinámica y tiene mayores probabilidades de permanecer actualizada, a diferencia de información estática en blogs y páginas de internet.
- Actualizar o añadir nueva información/puntos de interés no depende de intereses comerciales de terceros.
- Ofrece funcionalidades sociales que no ofrece ninguno de los competidores.
- En comparación con la App “POiN”, ofrece todas las ventajas de ser desarrollada para móviles, como el acceso a la información en todo momento, la geolocalización en tiempo real según la ubicación actual del usuario, y más.

Misión de la Empresa

Ayudar a familias a descubrir nuevas actividades para hacer con sus niños a través de la transmisión de información de persona a persona y mantener a las familias conectadas en involucradas en el proceso de crecimiento y mantenimiento de la información de dichas actividades.

Visión de la Empresa

Crece para crear una gran comunidad de usuarios, idealmente de alcance internacional, y que la base de información crezca de manera proporcional a la base de

usuarios. Que esta información comunitaria ayude a mejorar la calidad de vida de familias y la calidad de servicios orientados a familias en sus localidades.

Valores de la Empresa

Solidaridad: la empresa busca en la solidaridad el paso fluido de información entre usuarios.

Comunidad: la empresa busca fomentar la interacción entre miembros de una misma comunidad y entre comunidades a través de las funcionalidades sociales de la App.

Calidad: la empresa busca fomentar el flujo de información de calidad que tenga un valor real para los usuarios y para la misión de empresa, en vez de información superficial de escaso valor y que sea compartida únicamente bajo una motivación comercial.

Responsabilidad: la empresa tendrá que manejar datos de usuarios en mayor o menor medida, dependiendo del modelo final de empresa y el funcionamiento de la App. Dichos datos serán tratados con la mayor responsabilidad y el mayor respeto a la privacidad de los usuarios.

Seguridad: las funciones sociales de la App serán desarrolladas teniendo siempre en cuenta la seguridad de los usuarios.

Respeto, Inclusión y Tolerancia: no se tolerarán ataques verbales, comentarios denigrantes ni ningún otro tipo de violencia verbal entre usuarios.

Modelo de Negocio

**** “Padres, madres, tutores legales y familiares” y “Empresas que ofrecen servicios lúdicos, actividades ...” son entidades externas a la empresa y críticas para su funcionamiento y a su vez son consumidores del servicio que ofrece la App, por lo que han sido incluidas en el Modelo de Negocio como Socios Claves y como Clientes, deliberadamente.**



Estudio de Mercado

Kinder City se desenvolverá como un servicio del sector terciario y tendrá como objetivo inicial el crecimiento a través de la captación de clientes y la calidad del servicio que ofrece. Su lanzamiento inicial será en España.

A continuación, se presentan las variables del entorno en las que se desarrollará la empresa.

Macroentorno

Economía

La economía de las familias españolas empeora a día de hoy por la inflación, en concreto por el incremento de la factura de la luz y del gas, el encarecimiento de los productos básicos de alimentación y de los **precios del ocio y de la restauración** ¹. Kinder City ofrece su servicio de manera gratuita para familias, con lo que respeta su economía. Por otro lado, facilita el descubrimiento de nuevas actividades familiares que puedan adaptarse al nivel económico de cada familia.

Un empeoramiento en la economía de familias se traduce lógicamente a una pérdida de poder adquisitivo ². Kinder City aprovecha esta oportunidad con opciones de **patrocinio** a empresas que ofrezcan actividades familiares para facilitar su captación de clientes.

Política

España es un país con políticas orientadas a la conciliación familiar con el trabajo³. Además, estas políticas han sido mejoradas recientemente a partir de la crisis sanitaria causada por el COVID-19⁴. La buena conciliación entre familia y trabajo permite a padres y madres compartir más tiempo con sus hijos, lo que puede traducirse en una ventana horaria más amplia para el uso de la App Kinder City.

Cultura y Sociedad

La sociedad española es una sociedad activa, que suele usar su tiempo libre para salir de casa. Según el *Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)* "las actividades preferidas por los ciudadanos de España son comunes a multitud de otros países, tales

¹ <https://www.economiadigital.es/economia/hogares-espanoles-empeoran-situacion-financiera-ahorros.html>

² https://www.elconfidencial.com/economia/2022-08-04/perdida-ingresos-familias-espanolas-inflacion_3471488/

³ <https://protecciondatos-lopd.com/empresas/conciliacion-laboral-familiar/>

⁴ https://www.uppers.es/economia-y-dinero/vida-laboral/20220811/pedir-horario-conciliacion-familiar-sin-reducir-jornada_18_07001592.html

como salir a tomar algo, ver la televisión, leer o escuchar música o navegar por la red”. En el ranking de ocupaciones a las que se dedica el tiempo de ocio, ir a dar una vuelta o un paseo es la actividad favorita de los españoles con un 71,8 % de encuestados que marcaron esta respuesta⁵. Los datos del CIS también muestran qué aspectos son considerados como más importantes por los españoles a la hora de invertir su tiempo de descanso. Más de la mitad de los encuestados colocan en primera posición dedicar más tiempo a la familia (56,7 %).

Estas costumbres son muy positivas para el desarrollo de la empresa debido a que son condiciones óptimas para que los usuarios interactúen con la App.

Tecnología

La población española tiene acceso a tecnologías que son más que suficientes para poder interactuar con la App de Kinder City y hacerlo sin que su experiencia de usuario se vea afectada.

Microentorno

Proveedores

Hosting: Hay una gran variedad de proveedores de hosting en el mercado ^{6 7}. El precio y la calidad del servicio de cada proveedor varía significativamente. Un hosting económico que sea capaz de crecer a medida que aumenten los usuarios activos de la App es la solución más probable para el desarrollo de la misma. Sin embargo, es una decisión que se debe posponer hasta saber con certeza los requisitos técnicos de la App. Con la cantidad de opciones que hay, es posible escoger un servicio que se adapte a la situación económica y las necesidades de la empresa a lo largo de su crecimiento.

Generadores de publicidad: Existe una gran variedad de proveedores para generar campañas de publicidad para captación de nuevos usuarios. Google Ads, sixads, Bing Ads, Facebook Ads, Instagram Ads son alguno de ellos. Esta variedad de proveedores permite escoger el más adecuado según las necesidades de captación y la situación económica del momento.

Generadores de anuncios: Los anuncios en la App (tanto web como móvil) serán una de las maneras de monetizar el servicio ofrecido por Kinder City. Uno de los

⁵ <https://www.lasprovincias.es/sociedad/dedican-espanoles-tiempo-20170707144335-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

⁶ <https://www.hostingadvice.com/how-to/best-scalable-hosting/>

⁷ <https://codeless.co/best-scalable-hosting/>

generadores de anuncios más populares es Google AdSense ⁸, aunque como en los dos casos anteriores, existe gran variedad de proveedores ⁹ que permiten escoger el más adecuado según el momento que viva la empresa.

Cientes

La empresa tendrá dos tipos de clientes:

Familias (madres, padres, tutores legales, familiares de niños): son los consumidores del servicio que ofrece la App. Su interacción se monetizará mediante anuncios in-app y suscripciones premium, que en un principio ofrecerá una experiencia sin anuncios, pero que deja la posibilidad de incluir distintos niveles con distintos precios en un futuro, dependiendo del desarrollo y la evolución de la App.

Empresas: otra manera de monetizar el servicio, empresas terceras tendrán la oportunidad de pagar para patrocinar sus eventos/locales/actividades y que estas destaquen sobre los puntos de interés agregados por otros usuarios.

Competidores

Eventbrite

Eventbrite¹⁰ es un sitio web de gestión de eventos y venta de entradas con sede en Estados Unidos. El servicio permite a los usuarios navegar, crear y promover eventos locales. El servicio cobra una tarifa a los organizadores del evento a cambio de servicios de venta de entradas en línea, salvo que el evento sea gratuito¹¹.

A diferencia de Kinder City, Eventbrite se enfoca únicamente en eventos y la presencia de eventos familiares depende de que el responsable del evento promueva el mismo en la página web. Los eventos familiares están listados bajo la categoría “Familia y Educación”. Esta categoría no puede verse en la página principal de la web, hay que navegar a otra página para poder acceder a ella.

Eventbrite está asentado a nivel mundial y recibe millones de visitas mensuales¹². Kinder City ofrece un servicio lo suficientemente distinto a Eventbrite como para poder existir a la par de un competidor tan formidable.

⁸ <https://adsense.google.com/start/>

⁹ <https://kinsta.com/blog/adsense-alternatives/>

¹⁰ <https://www.eventbrite.es/>

¹¹ <https://es.wikipedia.org/wiki/Eventbrite>

¹² <https://www.similarweb.com/website/eventbrite.com/#overview>

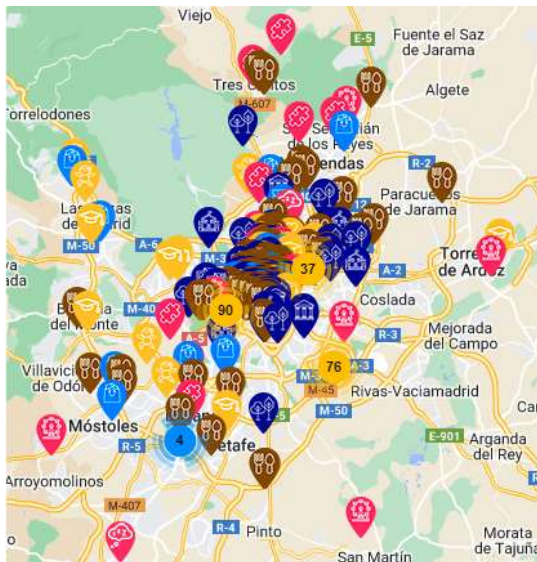
POiN

POiN¹³ es una “herramienta destinada a facilitar el turismo familiar en la que grandes y pequeños pueden contribuir a mejorar su propia experiencia” ¹⁴. POiN es el competidor más parecido a Kinder City, con la diferencia de estar pensado en facilitar y mejorar el turismo en familia, en lugar de buscar una interacción mas del día a día.

Al igual que Kinder City, POiN muestra los lugares de interés en un mapa de la ciudad. Los lugares pueden ser calificados por los padres para luego otorgarles Puntos POiN, un sistema de calificación que mide el bienestar y la experiencia del niño en el lugar¹⁵. Además, ofrece servicio de reserva para eventos y servicios.

POiN permite a padres y empresas enviar solicitudes para agregar nuevos lugares, que son publicados después de pasar por un proceso de moderación ¹⁶. Kinder City busca un proceso más directo e inmediato que fomente una aportación mayor de información por parte de la base de usuarios.

Según su web, POiN cuenta con más de 5.000 lugares y actividades en 3 países¹⁷. Sin embargo, una rápida exploración del mapa de la web muestra que la mayor parte de estos lugares y actividades están concentrados en grandes ciudades, dejando localidades pequeñas faltas de información. Por ejemplo, un vistazo a Madrid muestra (lógicamente) una gran concentración de lugares de interés, mientras que Girona muestra solo 5 lugares de interés y uno de ellos es un hotel.



¹³ <https://poinplaces.com/>

¹⁴ https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/poin-app-que-localiza-mejores-lugares-para-viajar-familia_16113

¹⁵ <https://poinplaces.com/puntos-poin>

¹⁶ <https://poinplaces.com/anade-un-lugar>

¹⁷ <https://hi.poinplaces.com/quienes-somos>

Esto sugiere que la mayor parte de lugares son agregados por la misma empresa o empresas terceras y que tiene una comunidad de usuarios poco activa. Esta concentración de lugares de interés en grandes ciudades, y a su vez, pocos o ningún lugar de interés en comunidades menos grandes, es la tendencia que busca romper Kinder City, precisamente mediante una participación más activa y directa de sus propios usuarios.

POiN no ofrece funcionalidades sociales en su App.

POiN no tiene presencia en móviles en forma de App de manera que hay que utilizarlo a través del navegador web. Sí que ofrece un “asistente de planes en familia” por WhatsApp llamado ANNA¹⁸.

POiN no es un servicio que sea fácil de encontrar; han sido necesarias varios intentos en motores de búsqueda web para dar con la página web.

¹⁸ <https://poinplaces.com/> “Have you met ANNA?”

Matriz DAFO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>El crecimiento orgánico de la información permite prestar el servicio en localidades a las que los competidores no llegan.</p> <p>Las funcionalidades sociales de la App ayudarán a mantener a la comunidad de usuarios involucrados.</p> <p>Necesidades económicas bajas en el punto de partida.</p> <p>Las necesidades económicas de la empresa son muy dinámicas y aumentarán o disminuirán fluidamente depende del momento en el que se encuentre la misma, permitiendo así la rápida adaptación a cambios en el entorno económico.</p>	<p>Dependencia en los usuarios para evolucionar en dirección a la visión de empresa.</p> <p>Falta de información en el punto de partida. Probablemente sea necesario un estudio de lugares de interés familiares como información inicial.</p> <p>Falta de experiencia con estrategias de marketing.</p> <p>Falta de experiencia en la elaboración de empresas.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Financiación.</p> <p>Mejoras de precios en servicios externos (hosting, publicidad, anuncios).</p> <p>Interés por parte de organizaciones no comerciales (ayuntamientos, asociaciones de padres...) en el servicio.</p> <p>Mejoras políticas / sociales en la consolidación familiar con el trabajo que permitan a padres y madres compartir más tiempo con sus hijos y aumente el tiempo en el que es probable que interactúen con el servicio.</p>	<p>Poca interacción de los usuarios con la app.</p> <p>Poco interés de los usuarios en compartir información.</p> <p>Aumento de precios en servicios externos (hosting, publicidad, anuncios).</p> <p>Que el competidor más fuerte (POiN) incluya servicios que eliminen diferencias de valor con respecto a esta empresa.</p>