# PORTADA

**INVESTIGACIÓN**

# Intrudución

El desarrollo de aplicaciones moviles en Argentina se encuentra en un constante crecimiento, la Argentina se está posicionando para competir fuerte en un mercado global que ya cuenta con casi 5000 millones de usuarios de celulares, mas del 30% de los cuales accede a la Red desde sus teléfonos móviles. La escalabilidad del negocio es enorme dado que los costos de producción no varían y el volumen de mercado es gigante.

A continuación se hizo una busqueda previa con el fin de asentar en este informe valores, funciones y recomendaciones sobre la competencia y sobre Morfando.

# Objetivo

Morfando se centra en que cualquier restaurante pueda recibir reservas via internet, incluso desde teléfonos móviles. Brindandole al comensal una atención eficaz y rápida al momento de comer. A su vez, le brinda al restorán nuevos comensales mejorando la atención y fácil administración del local reduciendo costos.

# Vision

Mejorar la forma de comer y de disfrutar una salida a comer donde uno no se tiene que preocupar nada más que por tener espacio para seguir con el siguiente plato.

# Cuerpo

Se realizaron encuestas, análisis y se recopilaron cifras de las aplicaciones más descargadas mundialmente y nacionalmente hasta quiénes eran los que descargaban la aplicación. Se analizó que sectores aún no están explotados completamente en el mercado Argentino. Según nuestros análisis previos encontramos que globalmente hay varias empresas como Morfando, entre las que se encuentran OpenTable, AllSet, Restorando, entre otras. Estas empresas, al igual que Morfando, se dedican a brindar el servicio de reservas en restoranes brindándole a los comensales descuentos, recomendaciones, etcétera, a su vez, le brinda al restorán una fácil administración de las reservas, estadísticas y nuevos comensales.

# Competencia

OpenTable, AllSet, Restorando

El mercado argentino se encuentra en un constante crecimiento tanto en el ámbito de desarrollo de aplicaciones como en la tecnología en general. Por otro lado, a nivel internacional, el mercado se encuentra en constante crecimiento pero más avanzado que el mercado local. Además los usuarios tienden a tener una mayor adaptabilidad y disposición a las nuevas tendencias.

OpenTable tiene ya dieciocho años en el mercado estadounidense desde Julio del 1998. A partir de Octubre del 2010 ingreso al mercado de Gran Bretaña a través de la adquisición de otra empresa. Esta le permite a los usuarios buscar y reservar restoranes a través de ciertos parámetros tales como día, tiempo, cocina y precio, a su vez, brinda un sistema de puntos que le otorgan al usuario descuentos. Por otro lado, al restorán le brindan un servicio de gestión de reservas que les permite reconocer a los invitados y realizar email marketing.

Restorando fue lanzado en 2011, que al igual que OpenTabledesarrolla las mismas activades pero en latinoamerica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Mexico, Panama, Perú y Uruguay) lo cual lo convierte en el principal y único el mercado latinoamérica y argentino. Restorando para poderse insertar en este mercado le agrego un componentes locales muy importantes, tal como agregar el parámetro de restoranes con descuento, es decir, que por reservar a través de la aplicación temes descuento.

Por último, esta AllSet que desarolla las mismas actividades que OpenTable únicamente en ocho ciudades de Estados Unidos en la cual tiene trae al mercado una nueva metodología de reservas llamada wait-free (libre de espera), la cual brinda la posibilidad de ver la carta y ordenar antes de ir al restoran. Pudiendo pagar con tarjeta de crédito o/y debito, a su vez, permite dividir la cuenta entre los comensales. AllSet se centra especialmente en almuerzos de semana, por lo cual, permite reservar para el mismo dia o el dia siguiente, busca facilitar los almuerzos para clientes corporativos, reuniones de trabajo y almuerzo de empleados así reducen el tiempo de almuerzo.

# Conclusiones y recomendaciones

A partir de la investigación realizada se llegó a la conclusion de que hay varias empresas que brindan el mismos servicio que Morfando por lo que para poder triunfar deberá brindar servicios nuevos, innovadores y revolucionarios. Se podría tener en cuenta la calificación por plato en cada restorán, en vez de por restorán, brindandole a los comensales por ellos mismos los mejores platos del restoran. A su vez, la recomendación de platos según el perfil del comensal.

Se recomienda realizar promociones tales que atraigan nuevos clientes brindandoles un descuento en su primer reserva y a través de las eventos locales. Ademas se encontró que aquellos que buscan un restorán, llevan adelante la busqueda a traves se sus celulares, por lo tanto, se recomienda desarrollar una plataforma dedicada para Android como para iOS ya que son los dos sistemas operativos más usados en Argentina y mundialmente. Al mismo tiempo, se recomienda que las plataformas les brinde a los comensales una solucion integral que abarque desde realizar un pedido hasta el momento de pagar.

Por último se aconseja que sistema permita al restorán llevar a delante sus ventas y analizarlas para poder presentarse en el mercado competitivo de una mejor manera.

# Usuario tipico

Según el analisis del consumo en Argentina se llevo acabo la investigacion, por lo cual quien sale a comer a restoranes son la clase C3, C2, que forman el 45% de la poblacion argentina, y ABC1, que representan el 5% de la poblacion. Tambien se pude tener en cuenta D1, que forman el 31%, que esporadicamente salen a comer. Con respecto a la edad, se considera al usuario tipico entre 16 a los 55 años ya que son aquellos quienes planifican una salida a un restoran. Por otro lado, su sexo es indiferente porque las salidas planificadas a restoranes varian de hombres y mujeres.