



GamesForAll

De uno para todos y de todos para uno

INTRODUCCIÓN

Este documento abordará el proyecto final de 2ºDAM de los Salesianos de Triana, en el que se nos solicita realizar una aplicación que se centre en una idea original o propuesta personal.

La elección del proyecto ha sido realizar un aplicación de compra/venta de videojuegos de segunda mano. Esta aplicación permitirá a los usuarios poder acceder fácilmente a un listado de productos que los demás usuarios ponen en venta, pudiendo contactar con ellos vía chat.

Por favor, en este pdf las capturas móviles no se cargan al ser imágenes estáticas, para verlas visite el siguiente enlace:

https://docs.google.com/document/d/17Gz32VdvXIQ6SMADr8AWUZ8JjtqpOz_EfOB-VMoMwjK/edit?usp=sharing

PLAN DE EMPRESA

Hace mucho que contamos con aplicaciones de segunda mano o de compra/venta como Wallapop o Milanuncios. De hecho ha habido tantas, que hemos llegado a un punto de exceso de ofertas y una sobresaturación de anuncios. Es por esto que existe GamesForAll , una plataforma específica y amigable para los usuarios que disfruten del sector gaming o de videojuegos, que tiene un amplio sector de dicho mercado y cada vez crece más.

Es verdad que siempre podemos encontrar videojuegos en dichas plataformas de videojuegos, pero serán más difícil encontrarlos entre tantos anuncios y quizás sean carentes de términos o facilidades que queremos los aficionados a los videojuegos.

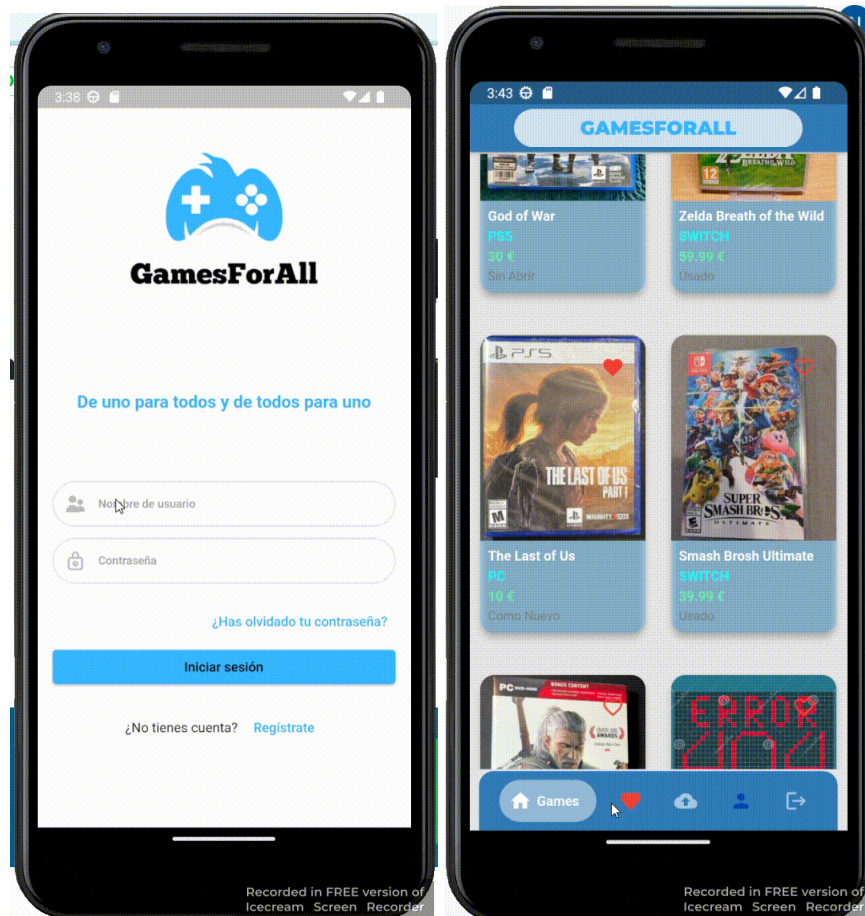
La idea de GamesForAll es acercar la terminología, conceptos, búsquedas y visualizaciones que todo jugador querría disponer a la hora de buscar su videojuego de segunda mano, a diferencia de otras plataformas más genéricas enfocadas a otros productos.

La finalidad y visión que tiene la marca por tanto es dar libertad al usuario, acercarle a conocer posibilidades y juegos a los que no podía acceder antes al ser más caros de primera mano o porque no encontraban lo que buscaban exactamente en otras plataformas.

Es por eso que hemos llamado a la app GamesForAll con la frase: De uno para todos y de todos para uno. Porque todo comienza desde uno mismo subiendo los productos y poniéndolos al alcance de todos, y todos los demás también seguirán moviendo la maquinaria para que los juegos sigan de nuevo para otros jugadores, alargando el ciclo de vida de los juegos y haciendo que estos sean más asequibles que comprarlos clásicamente.

Quedarse con el dinero del juego es totalmente viable, pero la plataforma estará enfocada en aprovechar ese ciclo y acercar lo máximo posible los juegos a los que no los hayan probado todavía. Hemos elegido el águila en el logo precisamente para representar estas ideas sobre la libertad que tiene el usuario.

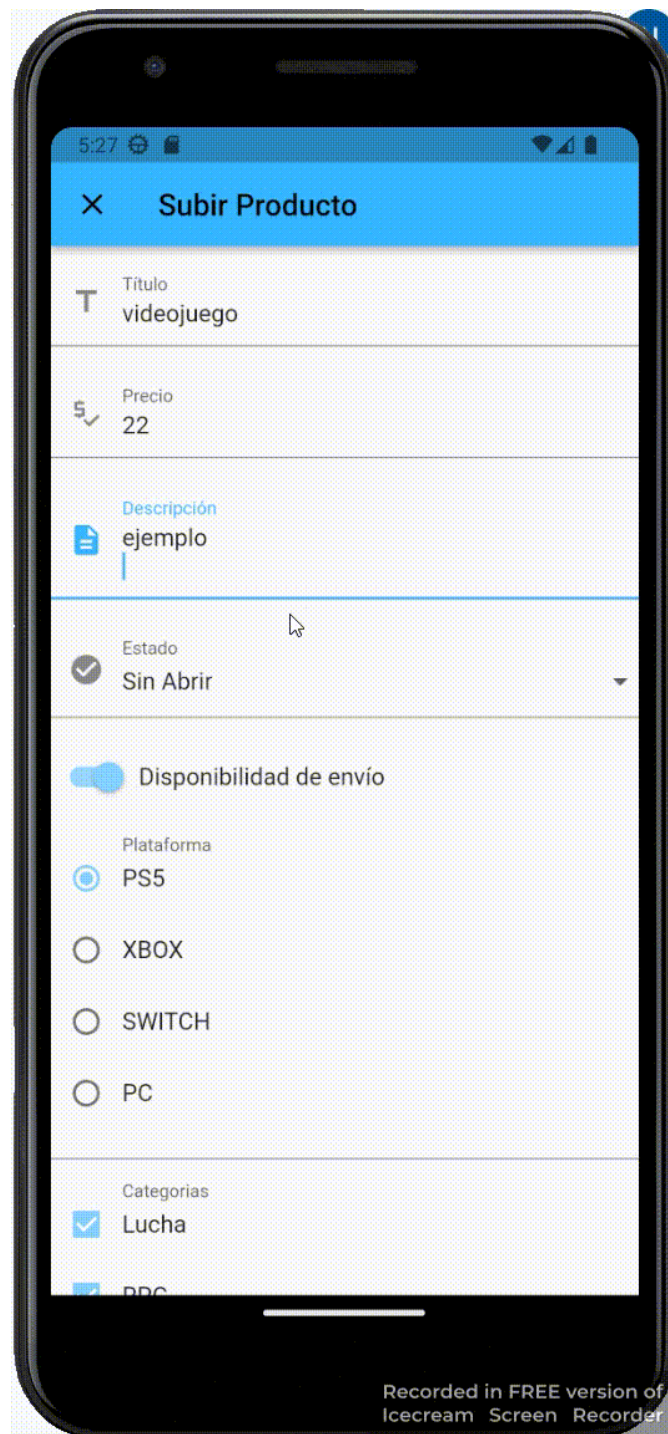
El producto por tanto ofrece la capacidad de registrarse con un usuario, este usuario tendrá la capacidad de marcar los videojuegos que tenga en su punto de mira con los favoritos. Al entrar verá la lista principal con todos los videojuegos disponibles, pero podrá alternar para ver únicamente sus favoritos, o únicamente los que tiene dicho cliente en venta o ha vendido:



También ofrecerá la posibilidad de de ver los detalles de los productos para saber más acerca de ellos o del vendedor, pudiendo iniciar una conversación con estos para aclarar los precios o el sitio de encuentro para la venta.



Otras funcionalidades disponibles son subir y editar tus productos:



En futuras actualizaciones implementaremos la opción del envío del producto, en el que la empresa se encargará de la recogida del producto y del envío a su destinatario por una comisión.

MODELO DE NEGOCIO

GamesForAll proporcionará un servicio de intermediación seguro y eficiente , que gestionará la logística de la entrega a través de servicios de envío establecidos, con empresas de reparto consolidadas como Seur y Correos. La aplicación pone a la disposición de los clientes una plataforma segura y fácil de usar para la compra/venta de videojuegos, en la que se puede manejar todo el proceso de logística de envío automáticamente si el cliente así lo desea. Esto ahorra tiempo a los usuarios, aporta comodidad y garantiza la entrega rápida y segura de los productos.

A la hora de hacer una venta, el cliente puede poner su producto como disponible para el envío. Si el producto es comprado por otro usuario, se iniciará un proceso de recogida en casa por una comisión, o en los cada vez más frecuentes almacenes “lockers” donde también se pueden hacer entrega y recogida. El cliente vendedor tendrá unas 48 horas desde que el cliente solicitó la compra para realizar el envío, una vez hecho, el cliente comprador tendrá 48 horas para evaluar el producto y dar su conformidad. Será entonces cuando el dinero se emitirá finalmente del comprador al vendedor.

Esto conllevará siempre una **comisión** mínima de 2.5 euros que se aplicará al comprador por los gastos de envío y de 2.5 euros mínimos si el vendedor quiere recogida en casa.

Para productos que sobrepasen los 50 euros, se aplicará una tarifa porcentual.

Los principales **consumidores** de la app son gente con no mucho nivel adquisitivo y que use parte de su tiempo libre en jugar a videojuegos. Jugadores activos, es decir, personas que juegan videojuegos regularmente, tanto casuales como competitivos. Tienen un fuerte interés en las nuevas versiones de videojuegos y pueden estar buscando una plataforma donde puedan comprar o vender juegos usados. Tienen entre 15 y 40 años y son de ambos sexos.

La zona en la que viven los consumidores puede variar ampliamente, sin embargo podemos destacar :

- Zonas Urbanas: Los consumidores en zonas urbanas a menudo tienen fácil acceso a la tecnología y a Internet de alta velocidad, lo que facilita el uso de la aplicación.
- Zonas Suburbanas/Rurales: En estas áreas, la disponibilidad de tiendas físicas de videojuegos puede ser limitada, lo que puede hacer que la aplicación sea una opción interesante para la compra de videojuegos.

La **competencia** sería Wallapop principalmente, ya que son plataformas ampliamente utilizadas y reconocidas por los usuarios y con una gran cantidad de usuarios registrados. Sin embargo, últimamente también han surgido muchas plataformas de compra de claves digitales que están empezando a combinar sus servicios con la compra/venta de productos, como por ejemplo Eneba.

La **promoción** se haría principalmente en Instagram, usando publicaciones e historias de pago para extender el alcance. En estas se haría hincapié de forma visualmente atractiva en las posibilidades de la app. Además se pagaría adicionalmente a “influencers” y “youtubers” del mundillo del gaming para promocionarla.

Para terminar también se usarían tarjetas y póster en puntos estratégicos, como son salones manga, conferencias de videojuegos y bares gaming.

A continuación, el análisis DAFO

GAMES FOR ALL

Análisis DAFO

D

Debilidades

Necesidad de establecer confianza en la plataforma y en los vendedores

Posibilidad de fraude o estafa por parte de los usuarios.

A

Amenazas

Competencia con otras aplicaciones similares y tiendas físicas de videojuegos.

Posible extinción o reducción del formato físico en el futuro.

F

Fortalezas

Ofrece una opción de compra más económica a través de juegos usados.

Potencial para tener una gran variedad de videojuegos disponibles y una comunidad.

O

Oportunidades

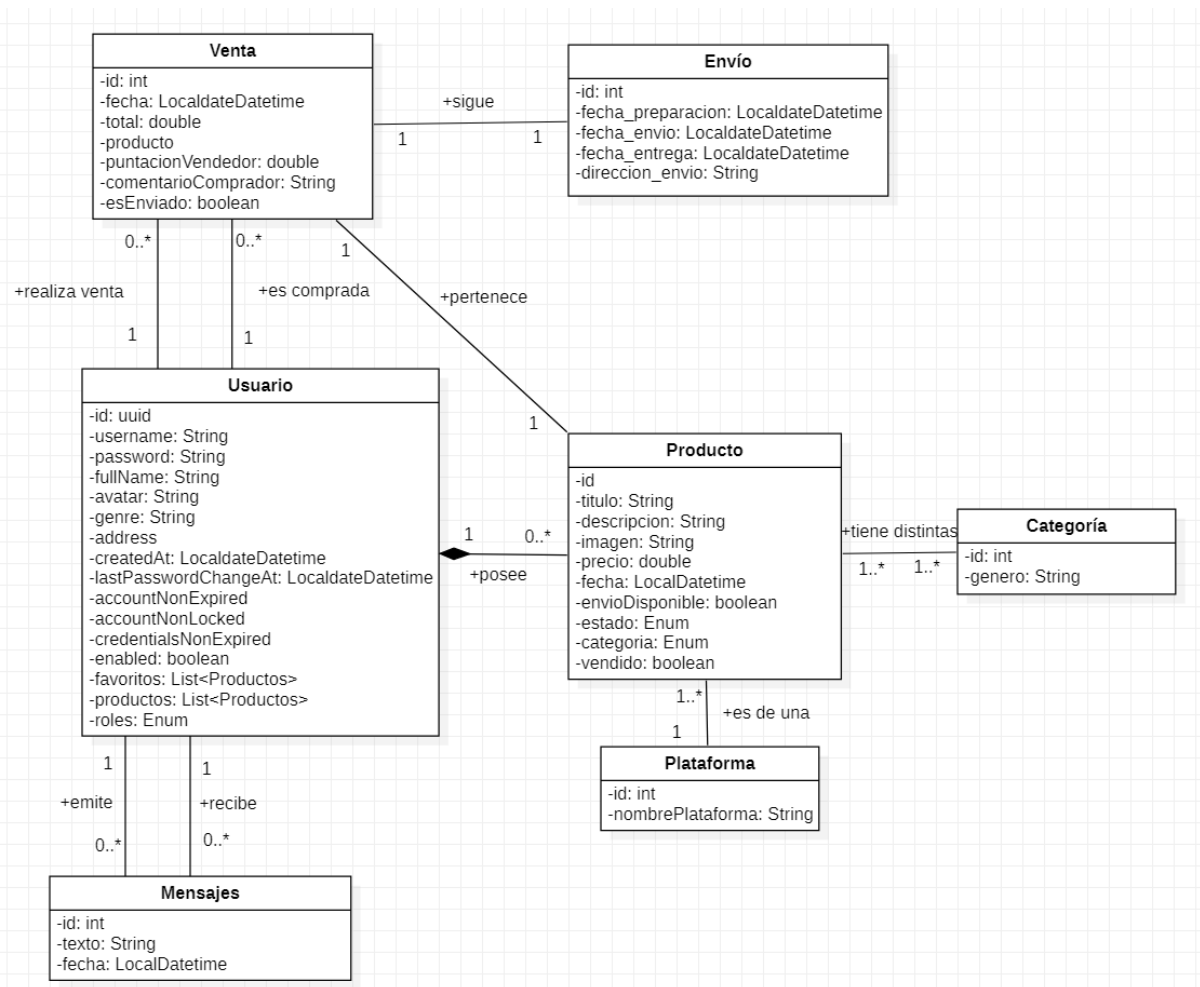
Posibilidad de expandirse a mercados internacionales

Crecimiento constante del mercado de videojuegos a nivel mundial

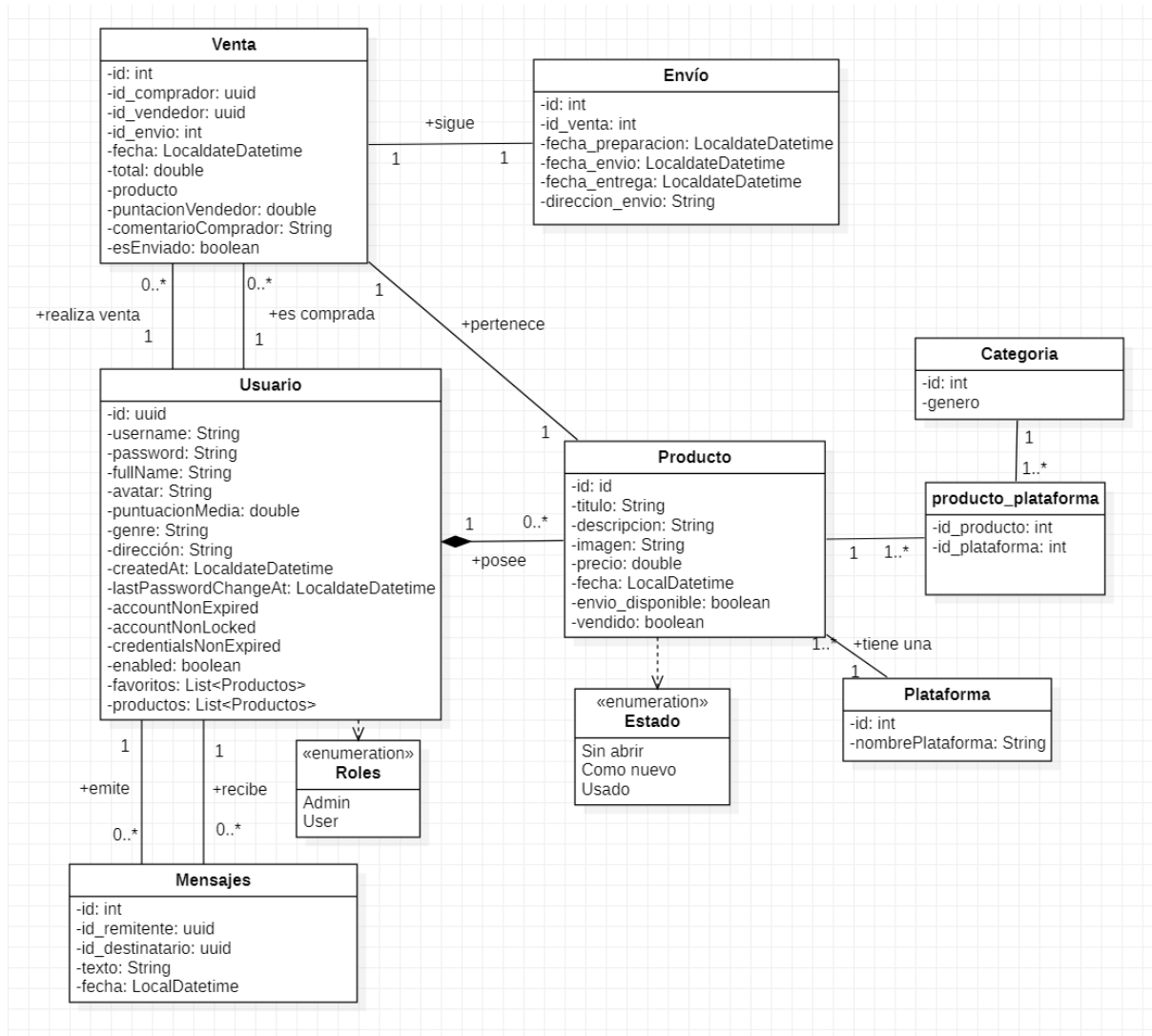
MODELADO Y DISEÑO

El diseño de las entidades y asociaciones se ha realizado con StarUML.
Es decir, el diagrama de clases del modelo de dominio de la API:

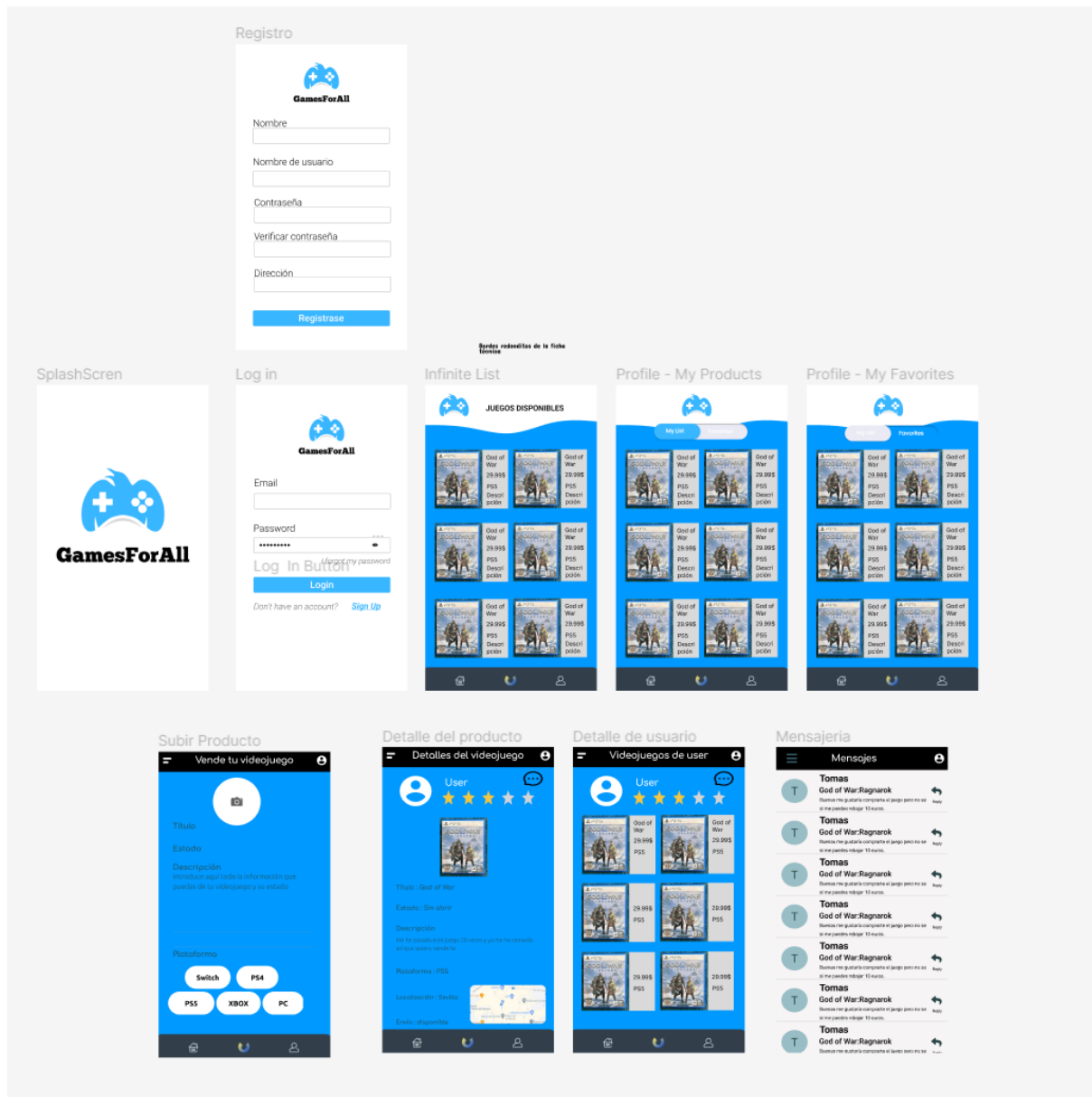
Modelo de análisis



Modelo de diseño



El prototipado se ha realizado en **Figma**, se puede acceder a este boceto accediendo al enlace debajo de la imagen:



<https://www.figma.com/file/WYazfLqXiPnEPIBDWfmveF/GAMESFORALLMOBILE?type=design&t=SgrGR35RolzSiXoV-1>