

Creación de Empresas y Gestión Emprendedora

Arctic Devland, S.L.



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**

David Pérez Núñez
Luis Álvarez
José Antonio Domínguez Gómez
Nikita Stetskiy

Índice

Misión de la empresa	4
Objetivos de la empresa	4
Análisis externo de la empresa	4
Análisis del entorno general de nuestra empresa	4
Factores económicos	4
Factores sociales	5
Factores tecnológicos	5
Factores políticos o legales	5
Análisis del entorno específico de la empresa	6
Estudio sobre el volumen de demanda	6
Estudio sobre la competencia	6
Proveedores y clientes potenciales	6
Análisis interno de la empresa	7
Recursos físicos	7
Recursos humanos	7
Recursos financieros	8
Recursos intangibles	8
Análisis D.A.F.O. de nuestro negocio	9
Plan organizativo de la empresa	10
Plan de recursos humanos	10
Planificación de los puestos de trabajo	10
Diseño de puestos	11
Plan de contratación	11
Remuneración	12
Seguridad e higiene en el trabajo	12
Plan de producción	13
Proceso de producción	13
Instalaciones, maquinaria y materias primas	13
Costes de producción	15
Necesidades de almacenamiento	15
Distribución de planta	16

Plan de Marketing	17
Decisiones sobre el producto	17
Fijación de precios del producto	17
Distribución del producto	18
Campaña publicitaria	19
Campaña promocional	19
Investigación de mercado mediante test	20

Misión de la empresa

Orientar a las familias consumidoras de productos de primera necesidad hacia una compra local más eficiente, inteligente y económica.

Objetivos de la empresa

- Tener el producto “Lista de la compra” programado para mayo.
- Realizar pruebas beta del producto a mediados de junio.
- Lanzar el producto a la plataforma Play Store en julio.
- Alcanzar la solvencia económica de la empresa para noviembre.
- Duplicar el volumen de ventas para el semestre siguiente.
- Expandir el producto a nuevos países, empezando por Portugal y Francia en la primera mitad del año que viene.

Análisis externo de la empresa

Análisis del entorno general de nuestra empresa

Factores económicos

- Subida constante de los precios con una rapidez mayor que el aumento de los salarios o pensiones de la población. (Oportunidad)
- La mayoría de la población no llega a fin de mes, con lo cual tienen la necesidad de ahorrar. (Oportunidad)
- Según un artículo de la ABC de 2019, los españoles han perdido 133 euros de poder adquisitivo en 2 años, lo que significa que deben administrarse mejor a la hora de gastar el dinero, incluyendo los productos básicos. (Oportunidad)
- Crisis actual sin precedentes debido al coronavirus, crea un pánico en todos los mercados lo cual dificulta la inversión en prácticamente todos los ámbitos (Amenaza)

Factores sociales

- No existe actualmente otra aplicación similar en funcionalidad a la nuestra (Oportunidad)
- El público objetivo de la aplicación sería general tanto en edad como en género. El rango de edad estimada sería entre los 20 y los 50 años (Oportunidad)
- El cliente no precisa de formación profesional para usar la aplicación debido a su sencillez (Oportunidad)
- Debido a la falta de personal, no se podrá hacer una aplicación completamente inclusiva con las personas con discapacidad visual. (Amenaza)

Factores tecnológicos

- El esquema de creación de dicha aplicación es muy sencillo, por lo que existe la posibilidad de la duplicación por parte de otro desarrollador (Amenaza)
- Es una aplicación totalmente nueva, sin implementar hasta este momento (Oportunidad)
- Por la naturaleza innovadora del producto, se podrán acceder a las ayudas del gobierno en I+D, abaratando el coste de mantenimiento y producción (Oportunidad)

Factores políticos o legales

- Al realizar un contrato de desarrollo, acuerdo de colaboración o licencia dejamos claro quién o quiénes son los propietarios del software y cuáles van a ser sus derechos y limitaciones, así como los del cliente o socio. (Oportunidad)
- Al elegir el tipo de licencia con la que se distribuirá, licencia privativa o licencia de software libre/código abierto, nos vemos obligados a cumplir con las obligaciones y derechos que se establecen en estas licencias. (Amenaza)
- Protegiendo el nombre del software registrándose con la debida marca, captamos un público objetivo, pero debemos asegurarnos de que no infringimos derechos de propiedad intelectual de terceros. Aunque protegemos nuestra inversión del riesgo de apropiación indebida estableciendo mecanismos. (Oportunidad)

Análisis del entorno específico de la empresa

Estudio sobre el volumen de demanda

Debido a la naturaleza de nuestro producto estrella “Lista de la compra inteligente” y ya que es un hecho todos los individuos deben de realizar la compra de productos para alimentarse a diario podemos asegurar que el volumen potencial de demanda de nuestro servicio sería muy elevado.

El servicio estaría centrado principalmente en el uso desde un dispositivo móvil con conexión a internet, según las estadísticas de uso de la tecnología digital en España realizada en el 2018 un 80% son usuarios móviles.



Estudio sobre la competencia

En realidad, existen ya en el mercado varios productos similares de competidores potenciales, pero que realizan únicamente una función y no agrupan las dos principales utilidades de nuestro producto.

Productos/servicios de la competencia: *Listonic*, *Out of milk*, *Carritus.com*, *soysuper.com*, etc., por citar los competidores más directos.

Nuestro producto sustituirá a la competencia aunando lo mejor de cada una de ellas en una sola plataforma, pudiendo guardar una lista de la compra y a su vez buscar el mejor precio global en los diferentes supermercados para dicha lista entre otras muchas opciones.

Proveedores y clientes potenciales

Ya que nuestros productos son intangibles (digitales) o más bien servicios, no necesitaremos de materias primas como en otras industrias, pero tenemos la necesidad de disponer de proveedores de infraestructuras tecnológicas, hardware y software.

Los potenciales proveedores de infraestructuras podrían ser: Azure, Amazon AWS, Google Cloud, OVH, Acens, Telefónica, Orange u otras telecom.

Potenciales proveedores de hardware y software podrían ser directamente distribuidoras mayoristas B2B como la granadina megasur.es, globomatik.com, mcr.com, bigbuy.eu entre otros.

También tenemos la necesidad de proveernos de datos con los que poder prestar nuestro servicio, es decir, los datos relativos a los productos alimentarios, sus precios y sus demás atributos. Estos proveedores serán directamente los propios Distribuidores de alimentación (Los supermercados) los que nos permitan acceso a sus bases de datos o directamente haciendo extracción de datos por nuestra cuenta desde sus canales públicos.

Como clientes potenciales (a parte de los consumidores y familias que usarían nuestra aplicación gratuita) serán también las propias cadenas de distribución, supermercados y fabricantes de la industria primaria de alimentación que se publiciten con nosotros.

Análisis interno de la empresa

Recursos físicos

- 4 equipos informáticos con estructura de torre, de capacidades enfocadas en la programación, como CPU rápida, memoria RAM amplia y memoria SSD grande.
- 4 equipos de periféricos de entrada y salida de información conformados por ratón, teclado, altavoces y pantalla. En adición, 2 equipos de repuesto para los periféricos.
- 2 equipos informáticos con estructura portátil de capacidades enfocadas en la programación, como CPU rápida, memoria RAM amplia y memoria SSD grande
- Impresora, junto con el papel y la pintura necesaria.
- Local donde se realizaría el trabajo de la empresa, siendo este el mismo domicilio fiscal.
- Mobiliario interior del lugar del trabajo, comprendido por sillas, mesas, máquinas de servicio y dispositivos de ocio y trabajo.

Recursos humanos

En principio no necesitamos contratar a nadie, por lo que los únicos recursos humanos necesarios sería la acreditación propia como personal de nuestra empresa, comprendiendo la seguridad social y la nómina propia.

Recursos financieros

- Alrededor de 650€ por equipo de sobremesa. 2600€ por los cuatro.
- Alrededor de 200€ por conjunto de periféricos, 1200€ por los seis.
- Alrededor de 750€ por portátil, 1500€ por los dos.
- Alrededor de 50€ impresora.
- Alrededor de 10€ por recarga de cartuchos compatibles (4 cartuchos, uno de cada color).
- Alrededor de 10€ por recarga de folios (3 paquetes).
- Alrededor de 400€ mensuales por alquiler del local.
- Alrededor de 120€ por escritorio.-mobiliario
- Alrededor de 100€ por mesa de oficina. 400€ las cuatro.
- Alrededor de 80€ por silla de oficina. 400€ por las cinco.
- Alrededor de 20€ por silla de conferencia. 60€ por las tres.
- Alrededor de 500€ por dos televisores. 350€ por el grande y 150€ por el pequeño.
- Alrededor de 70€ por un microondas.
- Alrededor de 70€ por una máquina de café.
- Alrededor de 250€ por un proyector.
- Alrededor de 200€ por un dispositivo de entretenimiento.
- Alrededor de 30€ por una pizarra blanca magnética.
- Alrededor de 15€ por un tablón de corcho.
- Alrededor de 200€ mensuales por servicio de alojamiento web o infraestructura cloud inicial.

Recursos intangibles

- Servicios de informática de alojamiento web en la nube y la compra de un dominio público. Sistemas Operativos y herramientas software (tanto libres como privativas) para poder con la mayor eficiencia posible, tantas licencias como ordenadores haya.
- Sistema Operativos, Linux (libre) y Windows (privativa).

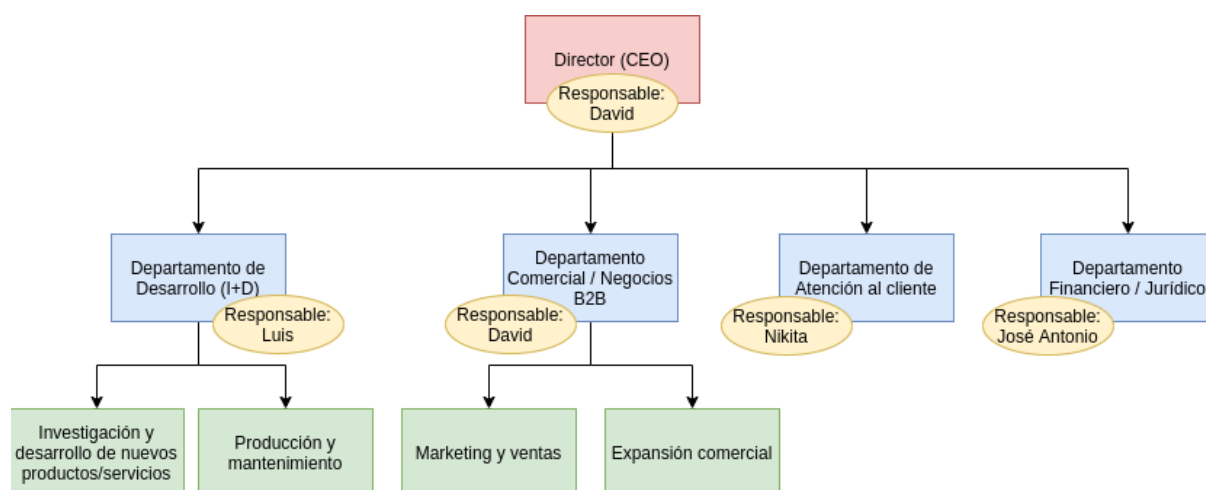
- Herramientas Software, Studio Visual Code (libre), Visual Paradigm (privativa), Math Lab (privativa), XAMPP (libre), GitHub (libre) y Cisco Packet Tracer (privativa).
- La declaración de copyright bajo la Licencia Pública General de GNU.
- También llegaremos a utilizar servicios como la luz y el agua.

Análisis D.A.F.O. de nuestro negocio

<p>DEBILIDADES: aspectos negativos de mi empresa (que dependen de nosotros)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al ser 4 trabajadores, se avanzará muy despacio en el desarrollo de los distintos módulos de las aplicaciones. - Somos una empresa joven, con una capacidad económica reducida, por lo que somos muy vulnerables a los altibajos. - Poca visibilidad que tendrá la aplicación en sus inicios. - Como somos pocas personas en la empresa, la ausencia de una de ellas afecta en un 25% al rendimiento de la empresa, por lo que es muy vulnerable a enfermedades o contratiempo. 	<p>AMENAZAS: aspectos negativos del entorno de mi empresa (que no dependen de nosotros) (Surgen del análisis de entorno que hemos realizado)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Existen aplicaciones que no engloban todas las funcionalidades de nuestra aplicación, y ninguna de ellas ha logrado un éxito notorio. - A pesar de que la aplicación es nueva en su tipo, el mercado está saturado de aplicaciones. - Poca confianza en las aplicaciones online que tengan que ver con el dinero (sobre todo con personas de avanzada edad). - Los analistas afirman que la situación económica internacional se va a tornar muy inestable, por lo que el ambiente para que crezca una empresa no es el más adecuado.
<p>FORTALEZAS: aspectos positivos de mi empresa (que dependen de nosotros)</p> <ul style="list-style-type: none"> - La capacidad reactiva de la empresa es muy rápida, debido a su sencilla estructura de mando y a la escasez de burocracia involucrada. - Al ser una empresa pequeña hay más conexión entre cliente y servicio, trato personal con el cliente, etc. 	<p>OPORTUNIDADES: aspectos positivos del entorno de mi empresa (que no dependen de nosotros) (Surgen del análisis de entorno que hemos realizado)</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe ninguna aplicación con nuestras características en el mercado. - Posibilidad de monopolio en un sector muy aprovechable por explotar.

<ul style="list-style-type: none"> - Posibilidad de trabajar desde casa, sobre todo cuando haya una pandemia. - La poca necesidad de inversión económica, se puede realizar la actividad sin disponer de lugar físico y grandes desembolsos monetarios (pero sí de trabajo intelectual y RRHH). 	<ul style="list-style-type: none"> - Los analistas afirman que la situación económica internacional se va a tornar muy inestable, por lo que el ahorro de dinero por parte de productos básicos se va a volver esencial, haciendo de nuestra aplicación la ideal para paliar esta necesidad. - Ser reconocidos por la originalidad de la aplicación y que grandes empresas lleguen a invertir o incluso a comprarla. - Expansión de la empresa a otros ámbitos como la domótica que interaccionen con los productos ya desarrollados.
---	--

Plan organizativo de la empresa



Cada departamento contaría con su propio director departamental, cada uno de nosotros como dueños fundadores podríamos ser directores departamentales y el CEO ser contratado exclusivamente para el puesto como administrador de la Empresa. En la etapa inicial solo existiría el Departamento de Desarrollo y Financiero, donde todos seríamos desarrolladores y directores de partes funcionales de la aplicación, hasta poder disponer de ingresos y contratar personal según las necesidades.

Plan de recursos humanos

Planificación de los puestos de trabajo

Los mismos propietarios de la empresa serán simultáneamente trabajadores de la misma. Estos están especializados en el desarrollo de aplicaciones software, por lo que pueden usar sus dotes para la creación de aplicaciones para Android, teniendo en la base 4 puestos de trabajo como técnicos desarrolladores. El número de departamentos es igual al número de propietarios, por lo que se le asignará a cada uno un departamento. Ellos trabajarán en las tareas de su determinado departamento, mientras que trabajan en la primera aplicación de la empresa. Una vez crezca la empresa, se contratará personal especializado para el puesto de jefe de departamento, pasando los fundadores al puesto de CEOs de la empresa.

Debido a lo delicado del departamento financiero y jurídico, sólo los propietarios, en conjunto de abogados y contables contratados y cualificados, serán capaces de participar en dicho departamento.

De forma adicional, la falta de experiencia en el ámbito empresarial hará necesario la asistencia de becarios, personal de prácticas o trabajadores que tengan nociones en los ámbitos comerciales y de marketing.

Con todos los requisitos encima de la mesa, el total de puestos de trabajo serían de 7, formados por los 4 propietarios como técnicos y jefes de departamento, 2 personas que vendrán en régimen de prácticas o como becarios que ayudarán en el apartado comercial, y 1 asesor legal que nos aconseje.

Diseño de puestos

- Director (CEO): Socio fundador encargado de la administración de la empresa. Adicionalmente, podrían ser contratados los servicios de asesores empresariales.
- Jefe de departamento: Persona con capacidades de liderazgo y organización del trabajo grupal con especialización en el ámbito en el que se desenvuelva.
- Desarrollador: Ingeniero Informático, Matemáticos, Físicos o similar con experiencia e iniciativa para convertir ideas en realidad mediante código y el uso de la lógica.
- Técnico: Ingeniero Informático o técnico profesional de apoyo en tareas de desarrollo, mantenimiento y despliegue en producción.
- Asistente comercial: Personal con don de gentes que tengan experiencia en gestión y trato directo con clientes y socios comerciales.

- Marketing: Equipo encargado de analizar el entorno y averiguar las necesidades de este y el lugar de nuestros productos en el mercado. Serán los que propongan proyectos, que digan a dónde y cómo enfocarlo.
- Contable financiero: Personal formado y puesto al día de las obligaciones fiscales pertinentes en las jurisdicciones donde la empresa opere, como Economistas y Abogados.

Plan de contratación

El plan de contratación inicial de la empresa sería hacia los mismos propietarios, es decir, cuatro contratos fijos (sin limitación temporal), de jornada laboral completa (40 horas semanales) de lunes a viernes. El horario sería de 09:30 hasta 13:30 y de 15:30 a 19:30, las horas entremedias son de descanso y comida. La formación requerida para este puesto de trabajo es título del grado de Ingeniería Informática. Uno de los miembros fundadores estaría en régimen de autónomo, mientras que los otros 3 estaban en régimen general de seguridad social. La elección del fundador en régimen de autónomo se hará por sorteo, y como beneficio por esta posición el voto de dicho fundador contará por 2. También se incluirá posibilidad de teletrabajo o trabajo a distancia, con las mismas condiciones de trabajo.

Por otra parte, la ayuda opcional en las fases tempranas de la empresa serían como máximo dos contratos de prácticas, para cubrir el departamento comercial y el de desarrollo, con funciones como la gestión del marketing de la empresa y la producción de código. Serían acordados con la plataforma virtual ÍCARO y con la Universidad de Granada, por lo que los términos del contrato serían los precisados en esta relación, serán de tipo extracurricular y habrá un seguimiento por parte de los tutores académicos y empresariales. La formación necesaria para estos puestos serán conocimientos o nociones básicas en informática o marketing, ya que se buscará a personas a partir del tercer año de carrera. Además, se ajustará a la normativa de seguridad laboral (con un régimen general) y el periodo será de 6 meses, con una jornada parcial (20 horas semanales). El horario será adaptativo, es decir se podrá escoger el horario de tarde o de la mañana, para que el becario se pueda permitir una alternancia entre la actividad laboral y su formación académica.

Remuneración

- Director (CEO): 40000-60000€ anuales.
- Jefe de departamento: 25000-35000€ anuales.
- Desarrollador: 20000-28000€ anuales.
- Técnico: 23000-30000€ anuales.

- Asistente comercial: 16000-20000€ anuales.
- Marketing: Subcontratado.
- Contable financiero: 14000-18000€ anuales.
- Becarios: 300-600€ mensuales.

Seguridad e higiene en el trabajo

Puesta en marcha de políticas que garanticen la higiene personal y limpieza diaria de los entornos de trabajo por parte de terceras empresas contratadas para dicho fin.

Disponibilidad de aseos adaptados, geles higienizantes y desinfectantes de teclados y otros periféricos de uso por múltiples trabajadores.

Todas las instalaciones deberán de disponer de los anteriores elementos además de botiquín médico básico, desfibrilador, guantes antiestáticos y aislantes eléctricos, señalización de salidas de emergencia, extintores de incendios u otros elementos de seguridad que sean obligatorios según la normativa vigente.

Plan de producción

Proceso de producción

La actividad principal de nuestra empresa es el desarrollo de aplicaciones software, los cuales son considerados productos intangibles o servicios.

Las etapas de producción serán las etapas de desarrollo y de ciclo de vida del software principal de nuestra empresa: la lista de la compra inteligente.

En general solo se utilizarán procesos productivos por proyectos, en los cuales el proyecto es el software completo por desarrollar, bien sean proyectos propios de la empresa o pedidos de clientes. En cambio, dentro de cada proyecto pueden existir procesos de producción por lotes o repetitivos en caso de grandes proyectos que se puedan modularizar en forma de plugin y ser reutilizados.

Principales etapas por orden:

- Brainstorming: Puesta en común de ideas a desarrollar a corto plazo (y/o entrevistas con clientes y usuarios).
- Puesta a punto del entorno de desarrollo (herramientas software y hardware).
- Análisis de requisitos (datos, funcionales y no funcionales).
- Diseño conceptual de clases y relaciones (modelo de dominio).
- Diseño de la base de datos.
- Prototipado de la interfaz de usuario (sin funcionalidad).
- Programación de la funcionalidad.
- Prueba interna (versión alfa).
- Depuración de errores.
- Prueba restringida con clientes potenciales (versión beta).
- Refinamiento y cambios.
- Lanzamiento versión de producción al público en general.
- Mantenimiento, mejoras y nuevas funcionalidades (empieza el ciclo de nuevo).

Instalaciones, maquinaria y materias primas

Las instalaciones que necesitaremos serán servicios de informática como alojamiento web en la nube y la compra de un dominio público. Utilizaremos hosting VPS, el cual es uno de los servicios de alojamiento más populares que podemos elegir para nuestro sitio web. Utiliza tecnología de virtualización para proporcionarnos recursos dedicados (privados) en

un servidor con múltiples usuarios. En particular nos centraremos en utilizar AWS (Amazon Web Services).

En cuanto al dominio (.es), el cual actualmente se está estableciendo como la extensión de dominio más popular en España, por lo que adquiriremos un nuevo nombre de dominio bajo el nombre de nuestra empresa (articdevland.es) y lo asociaremos con una dirección IP elástica que necesitaremos crear. Finalmente tendremos que configurar el sistema de nombres de dominio (DNS) para que apunte a esta dirección a fin de que los demás puedan encontrar nuestro sitio web.

**¡Dominio
articdevland.es
disponible!**

Obtén este dominio ahora y
Crea algo sorprendente hoy
mismo

AHORRA 42 %

~~11,99 €~~

6,99 €/año

Añadir al carro

La maquinaria necesaria sería:

- 4 equipos informáticos compuestos por:
 - Thermaltake Core P1 TG Mini ITX Wall-Mount - Chasis de la Torre, Color Negro .
 - Intel Core i5-8400 2.8GHz BOX.
 - ASRock H310M-HDV - Placa base (Intel H310, Realtek GbE, USB 3.1 gen 1A, microATX, 1 PCIe 3.0 x16/1 PCIe 2.0 x1) color negro.
 - Team Group T-Force Night Hawk Legend RGB DDR4 3200 PC4-25600 16GB 2x8 CL14.
 - Gigabyte GeForce GTX 1050Ti OC 4GB GDDR5.
 - BX500 480GB Crucial.
 - DT01ACA200, 2 TB.
 - Corsair VS650.
 - Thermaltake Water 3.0 Extreme S.
- 4 equipos de periféricos de entrada y salida de información, conformados por:
 - Ratón con 3 botones y cable USB, 5V - 100mA.
 - Logitech K120 Teclado con Cable Business.
 - Woxter Big Bass 70 - Altavoces para PC.

- LG 22MK400H-B - Monitor Gaming FHD de 55.8 cm (22").
- En adición, 2 equipos de repuesto para los periféricos.
- 2 equipos informáticos MSI PS42 8RC-001ES 14 FullHD.

Costes de producción

La plataforma de Amazon nos permite tener un VPS gratis durante un año, aunque este servidor VPS tiene una limitación de tráfico de 15 Gb al mes, por lo que en el futuro deberíamos elegir un plan con mayor escalabilidad.

Para el dominio, utilizaremos la página web *hostinger*, la cual nos oferta nuestro dominio *articdevland.es* por 6,99€ al año.

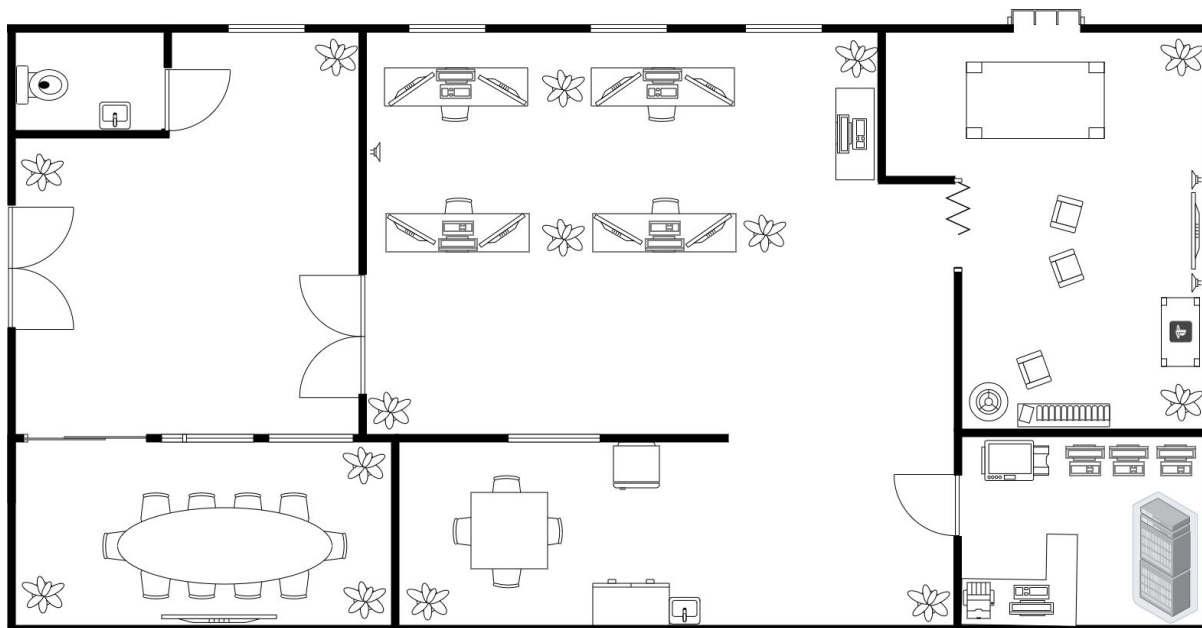
El precio para publicar nuestra aplicación en la tienda Google Play Store será 25\$ (poco más de 20€) por darse de alta como desarrollador. Hay que tener en cuenta que el 30% de la facturación total de la venta de las aplicaciones que se tengan disponibles en la tienda también será para Google. En cambio, para poder publicarla en iOS el coste del alta como desarrollador es de 99\$ con renovación anual. Con esta licencia podremos subir aplicaciones al App Store.

Necesidades de almacenamiento

Necesitaremos un servidor externo donde se aloje la aplicación. Este servidor debe contar con las características necesarias para soportar la carga de usuarios potencial de la aplicación y para ofrecer un producto de calidad. Dicho de otro modo, debe garantizar la concurrencia, la disponibilidad, la escalabilidad, el paralelismo, la resiliencia y la seguridad, además de facilitar el mantenimiento del sistema en producción. Además, el servidor debe de ser capaz de hacerse responsable del gran volumen de datos que se espera generar a largo plazo. De ahí la necesidad de un servidor que ofrezca su funcionalidad de manera escalable, pues, de esa manera, se abarataría los costes, pues se dispondrá del menor servicio necesario, tanto de los componentes que garantizan la calidad como de almacenamiento.

Adicionalmente, se necesitará disponer de un almacenamiento externo en la nube de un tamaño aún por definir y otro generalmente más pequeño en físico, para tener en la nube datos importantes para la empresa y los datos más cruciales tanto en la nube como en físico en un almacenamiento físico complementario al que está en la nube responsabilidad de la empresa.

Distribución de planta



El local consta de una sola planta que se divide en 7 estancias:

- Un recibidor con sillas y una máquina de agua. También servirá como sala de espera.
- Una sala de reuniones a la derecha. Aquí se harán las reuniones con los clientes.
- Una sala de trabajo enfrente. Aquí se encontrarán los puestos de trabajo.
- Una sala comedor, a la derecha de la sala de trabajo, semi separada por un tabique. Aquí se podrá tomar café o almorzar. Dispondrá del material necesario (microondas, mesa y sillas, menaje y fregadero).
- Una sala de ocio al fondo, sin separación física de la sala de trabajo, donde se podrán realizar actividades de ocio.
- Una sala de máquinas, donde estará físicamente el servidor local de la empresa y demás dispositivos tecnológicos. También servirá como almacén.
- Unos servicios al entrar a la izquierda.

Plan de Marketing

Decisiones sobre el producto

El producto se distribuirá a través de Internet: en la página web en caso de haber una versión de escritorio, en Play Store para Android y en la App Store para iOS.

La apariencia del producto comprende tanto la capa de presentación del software como los elementos que se utilizarán en la publicidad y marketing del producto. Esta imagen debe causar en la sociedad una sensación positiva relacionada con el producto asociada con su utilidad, a la vez que reflejar la misión y la visión de la empresa y nuestros valores.

A estas alturas podemos concretar que la capa de presentación de la aplicación utilizará colores pastel y será minimalista y simplista en su diseño con el objetivo de no sobrecargar al usuario, con lo cual creemos que lograremos que el mayor número de personas posibles acaben utilizando nuestra aplicación una vez la prueben.

Además, podemos decir acerca del marketing que se refleja convenientemente una sensación de dinamismo, pues el objetivo de la aplicación es hacer más dinámica y eficiente la compra y, además, en la sociedad de hoy en día es una característica positiva y otorga valor al producto que se trata de vender. Los elementos de la marca deben también corresponderse con esta decisión.

También podemos dar alguna pincelada acerca del enfoque que se tomará en la publicidad y en el marketing: como ya se especificó anteriormente, se enfocará principalmente a las familias, pero sin dejar de lado al resto de perfiles de usuarios potenciales. Se planea publicidad orientada a cada perfil, dando la sensación de cercanía a cada uno de los usuarios recogidos en estos perfiles. Esta publicidad debe transmitir al usuario una sensación de que la aplicación le es útil y de cómo le es útil.

Como el público objetivo es, en general, quienes vayan a hacer la compra, que es un conjunto bastante heterogéneo. El enfoque más centrado en las familias por ser el grupo de usuarios del que esperamos más participación y del que pensamos que es más probable que vayan a usar la aplicación más asiduamente y que ésta será más crítica para ellos, no quita tanto que siga siendo aún un conjunto heterogéneo como que debemos tener en cuenta al resto de usuarios, por lo que ofreceremos un diseño en alguna medida adaptado para usuarios con problemas de accesibilidad, aunque las primeras versiones estén más centradas en ofrecer funcionalidad y en las siguientes se intente adaptar la aplicación según la retroalimentación obtenida de los usuarios y adaptar la estética para que se ajuste mejor la imagen que queremos transmitir.

Fijación de precios del producto

El producto estará basado en el modelo de aplicación gratuita, cuya rentabilidad se sustentará mediante la plataforma de anuncios de Google, AdSense. Sin embargo, este modelo de aplicación no es perfecto debido a que:

- En las primeras etapas del programa en el mercado los beneficios brutos obtenidos serán reducidos, debido a que el ingreso total es directamente proporcional al impacto de la aplicación.
- Los precios de nuestros espacios publicitarios no son regulados por nosotros, debido a que el intermediario es un servicio en sí mismo. Es decir, AdSense da a la aplicación un 68% del valor que paga el anunciante a AdSense por clic sobre el anuncio, otro 68% del valor que paga el anunciante por visualización de 1000 anuncios, y un 51% del valor que paga el anunciante por redirección al producto anunciado. Como se puede ver, en ningún punto de esta cuenta aparece la opinión de los responsables de la aplicación.

Por otra parte, que sea una aplicación gratuita tiene un gran beneficio: las aplicaciones no necesitan ser producidas. La aplicación no es más que un programa, el cual se produce mediante copias de la copia original, lo que reduce su coste de producción a 0 euros, dejando solo su coste de desarrollo, un coste único, aunque elevado. Esto no significa que no se tenga que pagar por la aplicación a lo largo del tiempo, ya que la aplicación debe ser mantenida y actualizada.

Por todo esto, el margen de beneficio no es estable, sino la diferencia de los beneficios y gastos obtenidos en el tiempo.

En cuanto al precio fijado por la competencia no es algo de lo que debemos preocuparnos, porque no hay aplicación más barata que la gratuita. Además, como se ha mencionado anteriormente, las aplicaciones de la competencia no han alcanzado un nivel de éxito significativo, por lo que su precio en el mercado no es algo de lo que preocuparse.

Distribución del producto

Nuestra empresa se centrará en la venta indirecta, haremos llegar la aplicación al consumidor a través de los intermediarios, eligiendo los canales más adecuado y los medios o vías capaces de proporcionar el mejor servicio al menor coste posible.

Las dos distribuidoras más importantes ahora mismo son App Store y Google Play, para publicar aplicaciones en Google Play es necesario registrarse como desarrollador de Google Play, haciendo un pago único de por vida de 25 dólares. Además, deberemos pasar diversos formularios y acuerdos, como la clasificación de contenido, que te permitirá calcular la edad mínima de tu aplicación, ficha de Play Store y distintas revisiones.

Para poder inscribirnos como desarrolladores en la App Store, necesitaremos crear una cuenta corporativa. Para ello necesitamos una tarjeta de crédito y un número de identificación fiscal, así como el número D-U-N-S (Sistema de Numeración Universal de Datos). Una vez inscrito en el programa de desarrolladores, debemos ocuparnos de algunos ajustes en la aplicación, ya que cada aplicación iOS ofrecida a través de la App Store debe contar con algunos certificados de Apple firmados.

Por último, a ambos intermediarios tenemos que proporcionar toda la información necesaria para la página de nuestra aplicación (como, por ejemplo, una descripción del contenido, capturas de pantalla de la aplicación, palabras clave para la búsqueda en la App Store o Play Store).

Campaña publicitaria

Desde nuestra empresa creemos que la mejor publicidad es la recomendación y el boca a boca entre usuarios que han probado la aplicación y les ha sido de utilidad, por eso una aplicación bien hecha, de utilidad, fácilmente usable y entendible por todos será en sí misma la mejor publicidad, no obstante, se realizarán campañas de publicidad al inicio y en momentos clave:

- Sin inversión dineraria: Optimización de nuestros canales web con sitemaps (mapas del sitio web), friendly URL (direcciones web amigables), descripciones, metadatos, etiquetas y enlaces en diversas webs para que los buscadores nos sitúen en la primera posición dadas unas palabras clave concretas relacionadas con nuestros servicios. Generalmente llamado SEO (optimización para motores de búsqueda), no requiere inversión, pero sí mucho trabajo y dedicación.
- Pagadas (con una pequeña inversión): En las redes sociales, buscadores más populares e incluso campañas físicas tipo buzoneo comercial con enlace QR para descargar la aplicación, o patrocinio de actividades como ferias de muestras o similares. Estas nos requerirán de un desembolso de capital monetario.

La intención principal será reducir el gasto económico que la publicidad nos ocasione y en cualquier caso amortizar los costes en conversiones de nuevos usuarios, además de diseñar por nuestra parte todo tipo de material publicitario para ahorrarnos los costes añadidos que supone subcontratar los servicios de diseñadores profesionales.

Campaña promocional

Eventualmente, con un relativo éxito de la aplicación, podremos entrar en acuerdos con las sucursales de los supermercados a nivel local o regional, para promocionar sus ofertas o incluso crear en conjunto con nuestra aplicación ofertas exclusivas.

Estas ofertas podrían ser: cupones canjeables que reduzcan el precio, obtenibles por compras superiores a umbrales establecidos; mercancía exclusiva como tazas, camisetas

o bolsas reutilizables, basados en un sistema de puntos, obtenibles mediante el uso de otras campañas de la misma aplicación; en pos de recuperar festividades alimenticias anuales o estacionales, dependiendo de la época del año y del lugar de uso habitual mostrar ofertas relacionadas con la zona, como frutas estacionales; etc.

Investigación de mercado mediante test

La investigación de mercado se realizará mediante un cuestionario con las siguientes preguntas. Las hay de tipo test de varios tipos y alguna de respuesta libre, pero intentaremos que sean las menos posibles para que sea más probable que el usuario termine completando la encuesta. Las preguntas intentarán cubrir las necesidades, representar y crear la necesidad de utilizar nuestra aplicación al mayor número de usuarios potenciales posible, de ahí la necesidad de proporcionar opciones tan generales para responder las preguntas.

Las preguntas han sido seleccionadas tanto para entender las necesidades del usuario de cara a la funcionalidad de nuestra aplicación como para presentarle a éste la funcionalidad ofrecida y crearle la necesidad de utilizarla.

¿Qué edad tiene?

- ☐ Entre 14 y 17 años
- ☐ Entre 18 y 24 años
- ☐ Entre 25 y 39 años
- ☐ Entre 30 y 44 años
- ☐ 45 años o más

¿Con qué frecuencia hace la compra?

- ☐ Semanalmente
- ☐ Bisemanalmente
- ☐ Cada 3 semanas
- ☐ Mensualmente
- ☐ Cuando lo necesite

¿Qué productos suele comprar? - Elección múltiple

- ☐ Carnicería y charcutería
- ☐ Pescadería
- ☐ Frutería y verdulería
- ☐ Droguería
- ☐ Panadería y repostería
- ☐ Bodega y licorería
- ☐ Droguería
- ☐ Perfumería
- ☐ Textil
- ☐ Bazar

¿Cuánto dinero se suele gastar de media al hacer la compra?

- ☐ Menos de 10€
- ☐ Menos de 20€
- ☐ Menos de 30€
- ☐ Menos de 50€
- ☐ Menos de 100€
- ☐ Menos de 200€
- ☐ Más de 200€

¿Cuánto suele tardar en hacer la compra de media?

- ☐ Menos de 10 minutos
- ☐ Menos de 20 minutos
- ☐ Menos de 30 minutos
- ☐ Menos de 45 minutos
- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ Menos de 2 horas
- ☐ 2 horas o más

¿Suele hacer la compra siempre en el mismo supermercado?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿En cuántos supermercados diferentes suele hacer la compra cada vez que va a realizarla?

- ☐ En 1
- ☐ En 2
- ☐ En 3
- ☐ En más

En caso de realizarla en varios sitios, ¿suele hacer la compra siempre en los mismos supermercados?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Qué problemas suele experimentar a la hora de realizar la compra? -
Respuesta libre

¿Suele utilizar lista de la compra?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ A veces

En caso de utilizar lista de la compra, ¿suele comprar artículos que inicialmente no estaban incluidos en ella?

- ☐ Ninguno
- ☐ Alguno
- ☐ Pocos
- ☐ Bastantes

¿Suele comprar artículos que considera caprichos o antojos?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ A veces

¿De qué sección y cuáles suelen ser los artículos que compra improvisadamente (incluyendo caprichos)? - Elección múltiple y respuesta libre

- ☐ Carnicería y charcutería
- ☐ Pescadería
- ☐ Frutería y verdulería
- ☐ Droguería
- ☐ Panadería y repostería
- ☐ Bodega y licorería
- ☐ Droguería
- ☐ Perfumería
- ☐ Textil
- ☐ Bazar

¿Cuánto dinero suele gastar en artículos comprados improvisadamente al mes?

- ☐ No compro artículos improvisadamente
- ☐ Menos de 10€
- ☐ Menos de 20€
- ☐ Menos de 30€
- ☐ Menos de 50€
- ☐ 50€ o más

Indique su grado de identificación con las siguientes afirmaciones:

Siento que gasto demasiado dinero en mis compras.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Siento que gasto demasiado dinero en alimentación y artículos de necesidad.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Siento que gasto demasiado dinero en artículos comprados de manera improvisada o en caprichos.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Siento que podría ahorrar en mi lista de la compra si me organizara mejor mis compras.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Siento que podría ahorrar en mi lista de la compra si tuviera información acerca de los precios en diferentes supermercados.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Usaría una aplicación que me ofreciera el precio de los diferentes artículos en los diferentes supermercados.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Usaría una aplicación que me ofreciera el precio de los diferentes artículos (incluyendo marca) en los diferentes supermercados.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Usaría una aplicación que me ofreciera el precio de los diferentes artículos incluyendo ofertas.

- ☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Utilizaría una aplicación que me permitiera organizar varias listas de la compra.

☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Utilizaría una aplicación que me permitiera realizar el inventario de mi despensa y llevarlo al día.

☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Utilizaría una aplicación que me permitiera organizar mis listas de la compra según los ingredientes que necesitan las recetas de los platos que voy a preparar y las existencias en mi despensa.

☐ Nada ☐ Poco ☐ Algo ☐ Bastante ☐ Mucho

Desde Arctic Devland S.L. queríamos ofrecer una aplicación que sirviera principalmente para ofrecer al usuario los precios de los artículos en los diferentes supermercados, pero hemos pensado también en que también pudiera servir de lista de la compra y para controlar los productos que el usuario necesite comprar para reponer su despensa.

¿Cuánto pagarías por una aplicación así?

- ☐ No pagaría por ella
☐ Entre 0,50€ y 1,50€
☐ Entre 1,50€ y 2,50€
☐ Más de 2,50€

Comentarios u otras observaciones o consideraciones. - Respuesta libre

--