

PLAN DE NEGOCIO

AppsWorld

**Diseño y desarrollo de aplicaciones
móviles**

PLAN DE NEGOCIO

1- Proyecto y objetivos

Qué es AppsWorld?

AppsWorld es un proyecto de diseño y desarrollo de aplicaciones móviles nativas para los sistemas operativos IOS y Andorid.

Dentro de nuestra línea de productos ofrecemos aplicaciones profesionales y para empresas y somos los primeros en desarrollar aplicaciones personales.

Nuestras aplicaciones móviles ofrecerán a los clientes diversas funcionalidades, entre ellas una de las más importantes son las Notificaciones Push. Éstas son mensajes o "alertas" sobre ofertas, actualizaciones, información y promociones que llegan directamente a los teléfonos móviles de sus clientes). Además ofrecemos un servicio de geo-localización a través de Google Maps integrado en las apps.

Por otra parte proveemos un servicio web de base de datos (CRM) para permitir la actualización de la información en las aplicaciones por parte de los clientes cuando se requiera.

El proyecto surge de la idea de atender una necesidad no cubierta hasta el momento:

"Colocar la empresa de los clientes en la mano de sus consumidores a través del teléfono móvil"

La tecnología móvil ha cambiado nuestras vidas. Se ha colado en nuestras relaciones familiares, sociales y laborales. Nos permite enviar y recibir todo tipo de archivos y estar constantemente conectados. Esta tendencia se extiende a casi todo el planeta; sus aplicaciones y el ingenio humano salvan los inconvenientes. Por ello el móvil se ha convertido, para algunos, en "nexo de unión de la red social y la herramienta de integración por excelencia".

A través de nuestras aplicaciones ofrecemos a los clientes un canal de comunicación directo con su publico, una mejora sustancial de la imagen de su empresa, la posibilidad de fidelizar a sus clientes y diferenciarse de su competencia. Y en consecuencia la capacidad de multiplicar sus beneficios.

AppsWorld cuenta con el apoyo de el estudio de diseño gráfico WiduDesign para supervisar la calidad de cada aplicación. Dicha empresa pertenece al mismo emprendedor.

Estos van a ser los principales elementos estratégicos que nos convertirán en los **PRIMEROS** del mercado, ya que vamos a satisfacer unas necesidades no atendidas hasta el momento y a ofrecer unos servicios totalmente innovadores y de gran utilidad para nuestro usuario.

Bajo este planteamiento de negocio, nos hemos fijado los siguientes objetivos:

- Ser un referente en España en el sector de las aplicaciones móviles.
- Posicionarnos en la mente del consumidor como empresa pionera, innovadora y de calidad.
- Alcanzar altos niveles de satisfacción y de fidelización por parte de los clientes.
- La expansión internacional de la empresa en un horizonte temporal de medio/largo plazo, haciendo especial hincapié en aquellas economías emergentes que actualmente presentan unas tasas de crecimiento de consumo en las cifras de nuestro público objetivo.

• **Equipo Emprendedor**

Este proyecto surge de la ilusión y mente emprendedora de Agustín González que junto a un equipo de programadores y diseñadores ha creado esta idea de negocio.

Agustín González

CEO y Co-Fundador de AppsWorld, CEO y Co-Fundador de WiduDesign y Director comercial y creativo en The Loft Studio Barcelona, emprendedor y empresario durante más 10 años en Argentina y en España. En los últimos años desarrolló sus habilidades empresariales en las 3 empresas mencionadas.

Además durante el año 2011 fue un importante miembro dentro del Departamento Comercial del portal de Internet de compra colectiva "Letsbonus". La experiencia profesional adquirida en estos años, su espíritu emprendedor y su gran capacidad de liderazgo, le han impulsado a desarrollar AppsWorld.

Como competencias profesionales destacamos su clara orientación a la obtención de resultados y su fortaleza a la hora de tomar decisiones, que le convierten en un líder eficaz y en un gran comercial.

Le gusta trabajar en equipo y confiar en ir todos juntos hacia un mismo objetivo, él cree que es la CLAVE DEL EXITO en los negocios.

PLAN DE NEGOCIO

2- Producto y Mercado

VISION GENERAL

Las aplicaciones móviles de AppsWorld tienen por objetivo:

MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE

Con una app se facilita al cliente la compra de productos o la reserva de servicios sin necesidad de realizar llamadas ni desplazamientos.

CAPTAR Y FIDELIZAR AL PÚBLICO OBJETIVO

El uso del móvil cada vez es mayor. Tener una app empresarial puede atraer nuevos clientes al negocio.

COMUNICACIÓN DIRECTA CON LOS CLIENTES

Con una app se genera un feedback entre empresa y cliente. También mejora la comunicación directa entre ellos y se obtiene sus opiniones de forma inmediata.

DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA

Una app para empresa complementará un negocio.

Los clientes estarán al día de las últimas actualizaciones en productos, así como de cualquier cambio en horarios, servicios o contactos.

Una buena app puede conseguir un posicionamiento favorable sobre la competencia y conseguir la suscripción de nuevos clientes. Compartir productos y servicios ofrece la oportunidad de que estos puedan ser socializados por los propios usuarios compartiéndolos vía mail o en redes sociales.

POTENCIAR LA IMAGEN, SER DIFERENTE, SORPRENDER

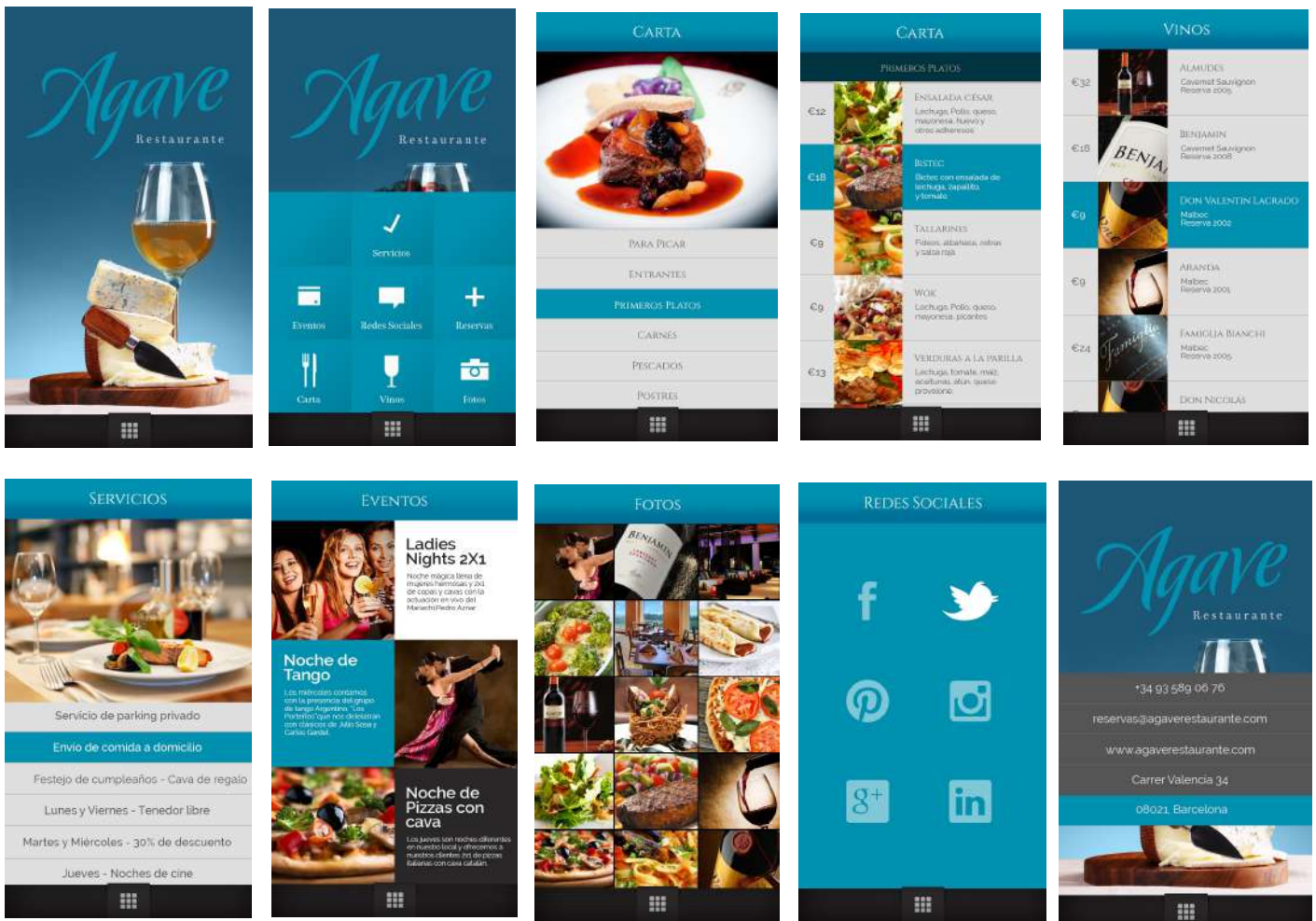
Para los clientes que les gusta seguir las nuevas tendencias y destacar a la hora de presentarse, la mejor opción es una app Móvil personalizada. Si es

adolescente o una persona que siempre sigue las nuevas tendencias, si pertenece a un grupo social y quiere destacarse a la hora de presentarse, la mejor opción es una app Móvil personal.

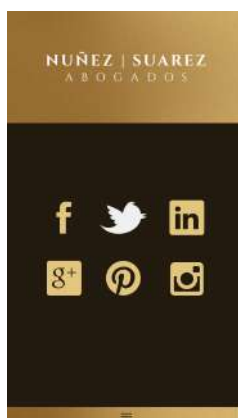
Tendrá su propia aplicación con toda la información personal: **vídeos, fotografías, Currículum Vitae y mucho más.** Podrá invitar a sus amigos o a cualquier persona a la que quiera sorprender invitándolos a que bajen tu aplicación con tu información personal.

Una **aplicación personal** es un sello de autenticidad, distinción o el atributo diferencial muy importante en sus presentaciones o citas personales.

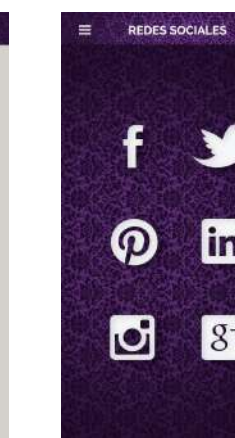
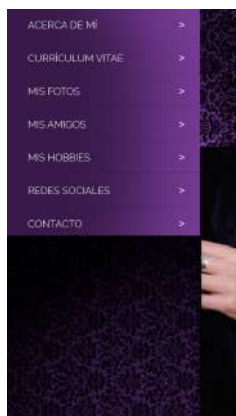
Aplicaciones para empresas:



Aplicaciones para profesionales:



Aplicaciones personales:



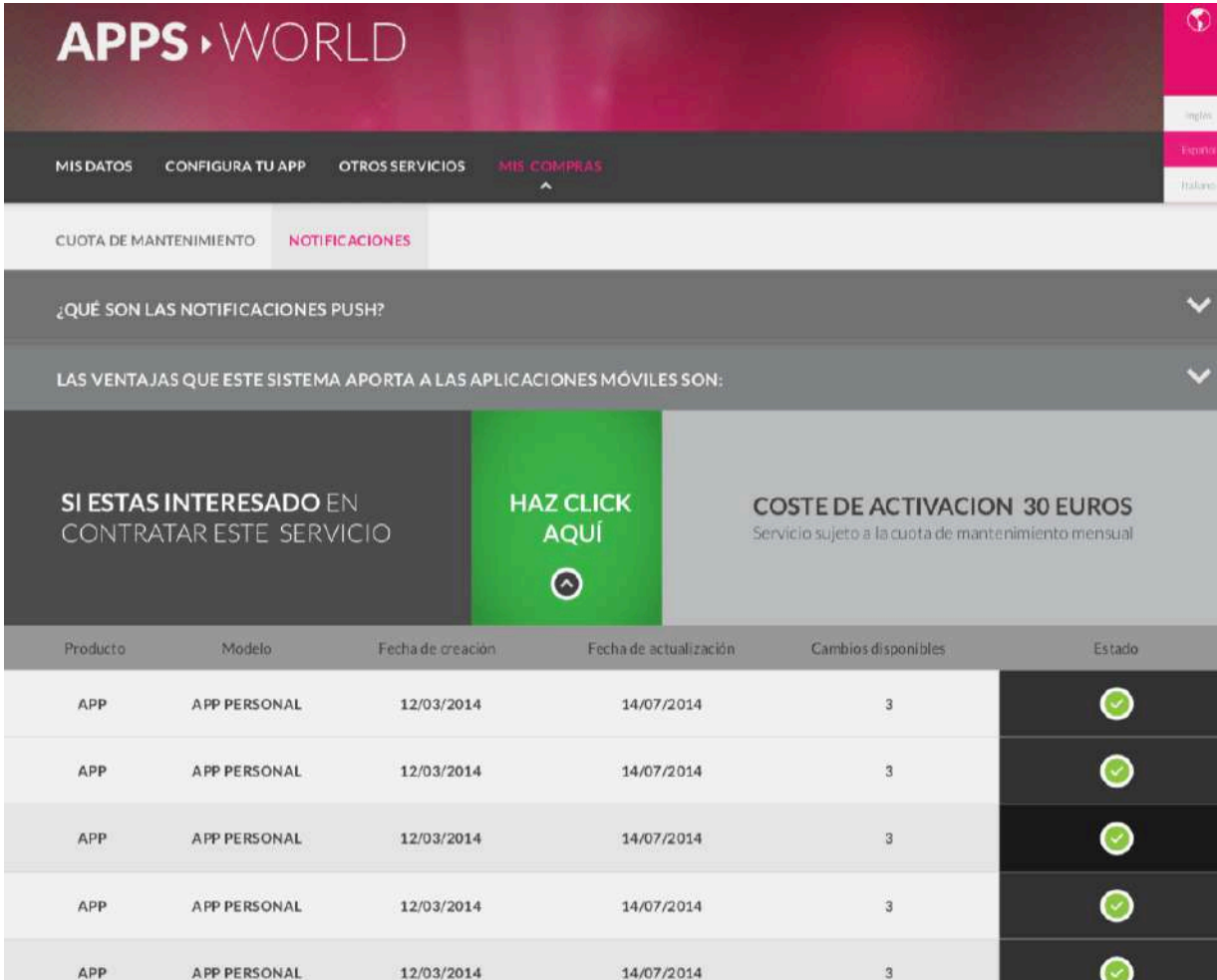
Puntos fuertes y ventajas

- Apoyados por la fuerte tendencia mobile, las aplicaciones móviles de AppsWorld se centran en mejorar el vínculo con el cliente, a través de una comunicación más fluida y directa. Esto se consigue gracias a sus funcionalidades como por ejemplo las "Notificaciones Push" (servicio mensajería directa a la pantalla de móvil de los clientes).

- Nuestro sistema para crear aplicaciones móviles se basa en un CRM simple pero muy completo el cual permite reducir los costes de producción.

Su funcionamiento consiste en que el cliente puede personalizar a su gusto la aplicación con el contenido deseado. Además tiene un visualizador en el que en todo momento puede ver el resultado de la configuración.

- Las aplicaciones serán totalmente gratuitas para el consumidor final que las descargue en su móvil.



APPS WORLD

MIS DATOS CONFIGURA TU APP OTROS SERVICIOS **MIS COMPRAS**

CUOTA DE MANTENIMIENTO NOTIFICACIONES

¿QUÉ SON LAS NOTIFICACIONES PUSH?

LAS VENTAJAS QUE ESTE SISTEMA APORTA A LAS APLICACIONES MÓVILES SON:

SI ESTAS INTERESADO EN CONTRATAR ESTE SERVICIO

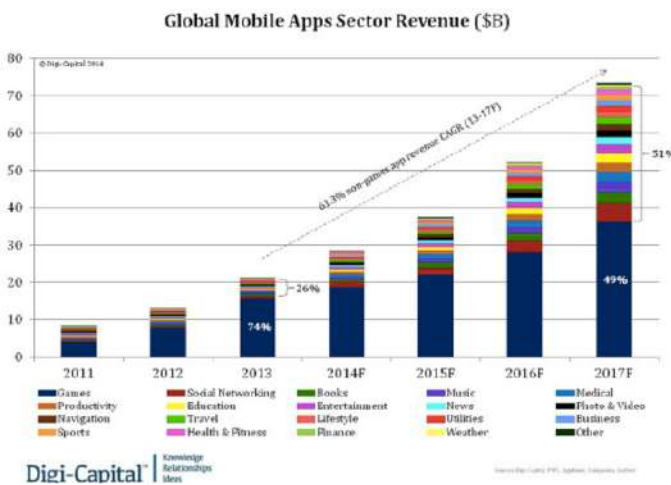
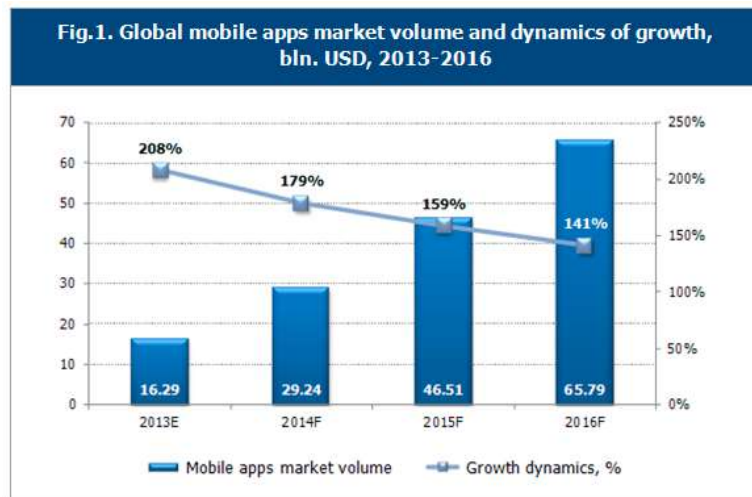
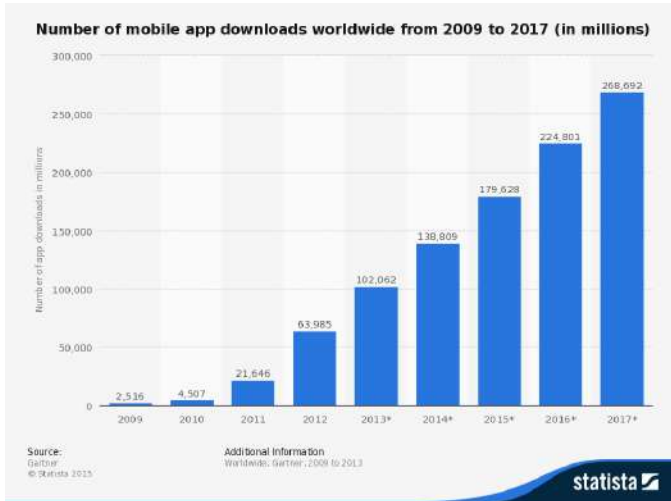
HAZ CLICK AQUÍ

COSTE DE ACTIVACION 30 EUROS
Servicio sujeto a la cuota de mantenimiento mensual

Producto	Modelo	Fecha de creación	Fecha de actualización	Cambios disponibles	Estado
APP	APP PERSONAL	12/03/2014	14/07/2014	3	✓
APP	APP PERSONAL	12/03/2014	14/07/2014	3	✓
APP	APP PERSONAL	12/03/2014	14/07/2014	3	✓
APP	APP PERSONAL	12/03/2014	14/07/2014	3	✓
APP	APP PERSONAL	12/03/2014	14/07/2014	3	✓

El mercado potencial

Mercado actual:



Según BBC "En el 2010 se descargaron más de 8000 millones de aplicaciones, y para el 2012 se estimaron alcanzar a 50.000 millones de descargas, así que para el 2015 la industria global de aplicaciones se estima que estuvo valorada en \$30.000 millones de dólares" y estas cifras siguen en aumento.

¿Cuánto cuesta Crear o desarrollar una app para un negocio?

El precio varía según las características, el mercado y el país donde se desarrolle. Además de las funcionalidades que se necesite en la aplicación y en qué tipo de sistema operativo se desea que funcione. Por que no es lo mismo realizar una programación para un sistema Android o un sistema iOS.

El precio puede ir entre los 4000 € a 20.000 €, claro esto dependerá mucho de las características que tenga la App.

El precio del desarrollo de una app móvil puede resultar caro para algunas startups con pocos recursos, pero si está bien conceptualizada y desarrollada con el tiempo se convertirá en uno de las herramientas más rentables, sobre todo por su perdurabilidad en el tiempo y su facilidad a la hora de gestionarla.

PLAN DE NEGOCIO

3- Competitividad

AppsWorld es muy claro en toda la comunicación que refleja en su página web, un punto fuerte a destacar es la manera en la que se enseñan claramente los tipos de apps que el cliente puede comprar, diseñadas cuidadosamente para cada profesional y empresa. Además la experiencia del usuario es totalmente intuitiva y esto genera más confianza. Hemos podido observar que somos más fuertes en estos puntos frente nuestros competidores.

En AppsWorld somos los primeros y únicos en ofrecer aplicaciones personales. El CRM sigue la misma línea de comunicación que ofrece AppsWorld, es de fácil acceso, muy intuitivo para navegar y modificar información dentro de él.

a. Principales competidores.

- King of app (<http://kingofapp.es/>)

Trabajan sobre una plataforma de código abierto.

Las aplicaciones están construidas, enfocándose en mejorar la relación entre las empresas y los clientes a través de la plataforma.

Diseñan y desarrollan una herramienta Open-Source para la comunidad profesional que les permita construir apps para todos de una forma rápida, asequible y ágil.

- **Ohlalapps** (<http://www.ohlalapps.com>)

Plataforma marca blanca para para crear y vender apps.

NOTA: Hemos realizado pruebas con el configurador de apps y hemos detectado numerosos bugs.

PLAN DE NEGOCIO

4- Plan de Marketing

a. Política de Producto.

En este apartado explicaremos los procesos de gestión, mecánicas y relación con los proveedores, necesarios para el desarrollo de las aplicaciones móviles y los servicios vinculados a las mismas:

1) COMPRA

Los clientes tendrán la posibilidad de comprar una aplicación móvil de AppsWorld a través de la página web, las redes sociales, y de diferentes acciones comerciales que se explicarán más adelante.

Una vez realizada la compra, el cliente recibirá un correo electrónico con información de acceso (usuario y contraseña) al CRM.

2) EDICION DE APP

Cuando el cliente acceda al CRM deberá rellenar su información personal en un formulario. Esta información será vital para que los "Appis" puedan contactarle en caso de que sea necesario.

A partir de allí, el cliente comienza a configurar su aplicación móvil en el " Builder App", al mismo tiempo que carga contenido (Fotos y texto) tiene la posibilidad de visualizarlo en el "Viewer App" en tiempo real.

Al finalizar la configuración de la aplicación, el cliente la envía y queda guardada en la base de datos.

3) CONTROL DE APLICACIÓN POR PARTE DE LOS APPIS

Los "Appis" reciben las aplicaciones en orden cronológico en su bandeja de entrada. En el panel de control tienen la opción de visualizarla y/o editarla. Ellos se aseguran de que no haya errores en cuanto a calidad de imágenes, ortografía ni que haya elementos que estén afectando al diseño y a la estética de la aplicación. Este proceso de revisión deberá ser dinámico para que la aplicación pueda entrar rápidamente en Fase de "Compilación y subida en los Apps Stores".

4) COMPILACIÓN Y SUBIDA EN LOS APPS STORES

Una aplicación que ya ha sido revisada está lista para ser subida a los correspondientes Apps Stores. En este momento es necesario realizar la compilación de la información y posteriormente generar los certificados correspondientes que solicitan los Stores, es una tarea que debe asignarse al programador de aplicaciones ya que requiere efectuar unos ligeros cambios en el código de la app. Gran parte de la información requerida para esta etapa se recoge del CRM, en el apartado "Metadata" concretamente es donde se reúnen y generar automáticamente estos datos.

5) PUBLICACIÓN DE LA APP

Una aplicación móvil que se publica en Google Play suele demorar un plazo de 24 horas en estar disponible.

En el caso de Apple Store, las aplicaciones pueden demorar hasta una semana en ser publicadas, ya que requieren procesos de revisión mas exhaustivos por parte de del equipo de Apple Store. Si la información se visualiza correctamente, contiene funcionalidades, y el contenido es apto para todos los públicos, las aplicaciones suelen ser publicadas sin problemas. En caso contrario, se solicitará las modificaciones que ellos consideren oportunas para poder aprobarla.

SERVICIOS OFRECIDOS:

CUOTA DE MANTENIMIENTO

El servicio de mantenimiento incluye las actualizaciones necesarias de la app para que se adapte a la evolución constante de los sistemas operativos. Además este servicio permite al cliente generar cambios en el contenido de la app a través del "App Builder".

Se ofrece la cuota de mantenimiento con diferentes precios según la cantidad de cambios permitidos cada mes.

NOTIFICACIONES PUSH

Las Notificaciones Push son una de las ventajas más importantes que tienen las aplicaciones móviles para grandes empresas, pymes y profesionales ya que les permite tener un contacto directo con sus clientes enviando mensajes ofreciéndoles promociones, descuentos, regalos, etc. Estos mensajes de texto o multimedia se pueden enviar a través de un servidor a los usuarios que tengan instalada una app en su smartphone. Podrían entenderse como "alertas" sobre ofertas, actualizaciones, información, promociones, etc. Es necesario que la app se haya programado para recibir notificaciones (todas las apps de Apps World tienen la posibilidad de incorporar esta funcionalidad) y se necesita un servidor para poder gestionar esta comunicación. Todo esto está incluido dentro del servicio.

Por ejemplo, las Notificaciones Push son muy útiles para el envío de:

- Promociones especiales de corta duración que se pueden contratar directamente desde el móvil.
- Ofertas de interés para el usuario en la zona en la que se encuentra en ese momento.
- Ofertas en función de compras anteriores del usuario en sus horarios de interés.
- Noticias de última hora a las que se haya suscrito un usuario previamente

Este servicio tiene un coste adicional, ya que el usuario debe enviarlas ingresando en el CRM al apartado "Notificaciones Push", y tanto la aplicación como el CRM han de estar vinculados con el servicio. Allí puede visualizar el historial de notificaciones enviadas y tener control sobre la información enviada.

b. Política de precios:

El coste real de una aplicación móvil de estas características oscila entre €2.500 y € 4.000. Nuestra propuesta es romper esos precios de mercado disminuyendo considerablemente los costes de producción. El negocio se basa en una estrategia Low Cost donde la clave se centra en la optimizar producción y logística del producto.

Opciones de compra:

Aplicación móvil según plantilla de 5 páginas **€ 89**

Aplicación móvil según plantilla de 7 páginas **€ 119**

Servicio cuota de mantenimiento:

- 1 cambio al mes **€ 3,60**
- 3 cambios al mes **€ 8,90**
- Hasta 5 cambios **€17,90**
- Sin límite de cambios **€ 29,90**

Servicio de Notificaciones Push **€ 30** coste de activación (este servicio requiere tener contratada la cuota de mantenimiento).

Además AppsWorld generará ingresos con la publicidad:

Consiste en conseguir un patrocinador que distribuya su publicidad en la aplicación de un cliente. La retribución se divide a partes iguales entre el cliente y el proveedor del servicio, en este caso AppsWorld.

De esta manera se propone una estrategia de venta Win-to-Win donde todos ganan.

El importe de esta publicidad dependerá del trato al que se llegue con el patrocinador.

c. Política de promociones y descuentos

Nuestra política de precios se adapta perfectamente al modelo de negocio de las empresas de compra colectiva a través de internet. Como por ejemplo: Groupon, Atrapalo, LetsBonus, Groupalia, Offerum, etc.

El éxito de la estrategia comercial de estas empresas se basa en aplicar un importante descuento al precio real y en consecuencia forzar la compra compulsiva.

En una aplicación móvil valorada en €2500 se aplica un descuento del 96% para conseguir un precio definitivo de venta de € 89.

De esta manera se consigue una propuesta muy atractiva para que el consumidor materialice la compra.

Otra ventaja de estas acciones es que permiten generar publicidad y difusión de la marca de manera gratuita.

Además estas empresas tienen presencia en muchos países de Europa y del mundo, esto facilitará la distribución de la marca a través de internet en diferentes ciudades. La empresa más importante en este campo es Groupon.

d. Comunicación

1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE MARKETING

El plan de marketing tiene como objetivo prioritario conseguir alcanzar el volumen de ventas fijado para la viabilidad del proyecto.

AppsWorld es un modelo de empresa totalmente nuevo con un modelo de negocio que no existe en el mercado. Por lo tanto, el objetivo principal de las acciones de marketing para crear notoriedad de marca será difundir un mensaje clave con unos objetivos concretos:

- Mostrar la marca como un modelo ÚNICO y PIONERO en el mercado.
- Identificar la marca como una empresa innovadora.
- Relacionar la marca con una empresa que ofrece productos actuales y de calidad a precios rebajados.
- Transmitir confianza a los consumidores a través de una imagen corporativa impecable tanto en la web, CRM, como a través de las redes sociales y de esta

manera diferenciarnos de la competencia. Crear un cuidadoso diseño con matices minimalistas, colores acordes a la identidad gráfica y navegabilidad intuitiva para difundir una imagen sólida de marca.

e. Plan de Acciones de Marketing

- Acciones de marketing en buscadores SEO y SEM
- Publicación diaria en el Blog de la página web de la AppsWorld
- Campañas en Facebook Adds
- Campañas en Google Adwords
- Campañas y promociones en LinkedIn
- Publicaciones de calidad en las redes sociales
- Envío de emails (Email Marketing)
- Videomarketing
- Venta a puerta fría a cargo del equipo comercial
- Telemarketing
- Publicación de ofertas con descuento en empresas de compra colectiva
- Alianzas estratégicas con empresas relacionadas con el sector para generar ventas
- Esponsorizar eventos

PLAN DE NEGOCIO

5- Plan de Ventas

4.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

AppsWorld tiene planificado realizar acciones de venta programadas para un nicho de mercado aun virgen (Pymes y profesionales), en este campo se ofrecerán tanto las aplicaciones basadas en plantillas como también aplicaciones desarrolladas 100% a medida.

Marketing Online:

1) Acciones de MK en buscadores: SEO Y SEM

Este tipo de acciones tienen como objetivo el posicionamiento de nuestra Web en los principales motores de búsqueda: Google, Yahoo y Msn, ya que sólo entre los tres abastecen el 90% del volumen de búsqueda.

¿Por qué la importancia de esta estrategia?

Porque conseguimos:

Branding: Generamos confianza e imagen de marca al tener el respaldo de los buscadores.

Visibilidad: Los buscadores son la principal fuente de entrada a Internet. Si no estamos, somos invisibles.

Conversión: El usuario te está buscando. Es el momento de darle lo que pide.

2) Acciones de MK en social media: SSM

Este tipo de acciones tienen por objetivo la presencia y participación activa en los más importantes y representativos Medios Sociales. Este término no sólo engloba las redes sociales como Facebook, LinkedIn, Twitter, etc., sino también los foros, blogs, wikis, podcast, comunidades online.

Todas estas plataformas nos abren las puertas de forma gratuita a un enorme volumen de público. Por tanto, es nuestra responsabilidad aprovechar estos nuevos canales de promoción.

¿Por qué la importancia de esta estrategia?

Porque los Medios Sociales son el terreno de mayor poder de alcance y penetración en estos momentos. Gracias a ellos lo que conseguimos será poder comunicarnos al mismo nivel que el usuario para debatir, sugerir, hablar, compartir información....En definitiva, nuestro objetivo será intercambiar opiniones y contenidos que nos acerquen a nuestros usuarios y nos impliquen en su día a día.

Quizás la característica más llamativa de los medios sociales es la capacidad viral que adquieren los contenidos. Los mensajes, como si de un virus se tratase, se expanden de boca a boca.

Pero en este terreno de juego, hay que interiorizar 2 principios fundamentales:

- El usuario es el centro

- El contenido es el rey

Tanto Facebook como Google y LinkedIn permiten además realizar campañas de publicidad, segmentando un público objetivo y de esta manera consiguiendo muy buenos resultados en áreas específicas de actuación.

3) Growth-Hacking: Publicar contenido de valor destacando los beneficios que tiene crear una aplicación móvil para el negocio. Crear, además, concursos en las redes sociales con el objetivo de que el público participe y lo comparta a su entorno. Crear publicaciones de calidad de marketing emocional en el blog.

4) Campaña de email marketing: envío de correos con propuestas, ofertas y promociones destacando el producto, a bases de datos relacionadas al sector de las Pymes y profesionales. (Se adjunta Newsletter diseñada).

5) Vídeo Marketing: Creación de vídeos conceptuales vendiendo la experiencia y el beneficio de tener una app para el negocio. (AppsWorld ha realizado 4 vídeos aplicando el servicio, destacando el producto).

NOTA: Se han hecho dos videos con el famoso Frank Diaz del grupo musical Parchis.

Marketing Offline:

1) **Creación del equipo comercial para visitar Pymes y profesionales y ofrecer los productos de AppsWorld.** Es una estrategia tradicional pero que, según nuestra experiencia, podemos afirmar que sigue funcionando en cuanto a la captación de clientes.

2) **Telemarketing:** Llamado telefónico a bases de datos de empresas ofreciendo el producto, ofertas y promociones.

3) Publicación de ofertas con descuento en empresas de compra colectiva: consiste en ofrecer un importante descuento sobre el precio real de mercado del producto, en empresas que cuentan con grandes bases de datos que además nos ofrecen la posibilidad de hacer publicidad de manera gratuita de AppsWorld en diferentes países y ciudades.

4) Alianzas estratégicas con empresas relacionadas con el sector para generar ventas. Estas empresas ofrecerán nuestros productos llevándose una comisión sobre la venta.

5) Esponsorizar: Promocionar la marca en eventos, ferias de emprendedores, congresos, etc. Generando publicidad offline y online y regalando presentes.

6) Alianzas con colectivos de profesionales (Ejemplo: presentar propuesta al presidente de la cámara de abogados de Madrid para crear un vínculo comercial con todo el grupo profesional de abogados).

4.4. SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MARKETING

Una de las ventajas del marketing online es analizar la efectividad de las acciones emprendidas acumuladas en el tiempo y a tiempo real, gracias a las herramientas de analítica Web.

Por esta razón, crearemos una cuenta en **Google Analytics** para hacer el seguimiento de la efectividad de las acciones de marketing puestas en marcha en Internet.

Veamos el tipo de información que podremos obtener de esta herramienta:

Evolución de la visibilidad y reconocimiento en Internet: número de visitas, comentarios en perfiles, posición en buscadores por palabras clave, número de interacciones en redes sociales, número de compradores procedentes de las redes sociales...

Analizar los intereses de los clientes: qué productos buscan, cuáles compran, a qué hora se conectan, desde qué dispositivo acceden y en qué momento...

Detectar estrategias inadecuadas de precio, información y servicios: qué páginas visitan más, qué productos consultan y no compran, qué productos generan mayores consultas.

La rentabilidad obtenida: para ello mediremos la inversión realizada en acciones de marketing frente a las ventas conseguidas.

En conclusión, el uso de una herramienta de analítica Web será nuestra **brú-**

jula y nos indicará en todo momento hacia dónde dirigir nuestras acciones, qué corregir y qué reforzar para optimizar nuestros movimientos y rentabilizar el negocio online.

Medir el número de “sís” en las ventas dentro de los diferentes sectores de clientes a través de nuestro equipo comercial y sus acciones tanto en las visitas presenciales como también a través del telemarketing. De esta manera identificar nichos que mejor respondan para centrar el esfuerzo comercial en esos grupos de clientes.

PLAN DE NEGOCIO

6- Oportunidades

El mercado de las aplicaciones móviles sigue su imparable **crecimiento** tanto a nivel nacional como mundial, tal y como muestran las últimas cifras aportadas por los diferentes estudios de mercado realizados.

El nacimiento de un **nuevo tipo de consumidor** como consecuencia de la democratización del uso de las nuevas tecnologías, un menor tiempo disponible para realizar las compras y una mayor fijación por los artículos ‘off price’ (productos y servicios con descuento).

La integración de los **Medios Sociales** en los hábitos de consumo, ya que un alto porcentaje de los usuarios del e-commerce utiliza estos medios para informarse, consultar, debatir y opinar sobre la compra de nuevos productos y servicios.

RIESGOS

No hay negocio sin riesgo, pero este es un riesgo controlado, ya que:

Existe la demanda y crece vertiginosamente.

No existe una oferta real que ofrezca y aglutine en un único portal todos nuestros servicios.

El cliente todavía no se ha dado cuenta de la ventaja en tiempo y dinero que puede suponerle un modelo de negocio como el que nosotros ofrecemos.

El mayor riesgo es **tardar demasiado** en lanzarse sin recursos para posicionarse adecuadamente antes que lo haga la competencia.

PUNTOS FUERTES

Diversos estudios demuestran que quienes compran desde el móvil prefieren las apps. Éste es el principal motivo para que tengas una app para tus clientes, pero vamos a argumentar por qué pasa esto.

Desde el punto de vista de las funcionalidades la app nativa tiene una serie de ventajas respecto a la web responsive:

Notificaciones push: las apps nativas permiten utilizar esta potente funcionalidad.

Mejor usabilidad: la programación nativa permite crear una mejor experiencia de usuario. Es decir, la app es de uso más fácil para el usuario.

Mejores funcionalidades: ciertas funcionalidades sólo se pueden tener en una app nativa, como por ejemplo, un scanner de cupones, interactividad, jugabilidad, etc.

Mejora el posicionamiento orgánico en buscadores: el tener una app mejora el SEO de tu proyecto.

Mayor visibilidad: cada vez más los usuarios buscan en las tiendas de apps. Estar ahí hace ganar visibilidad.

Potencia: pueden aprovechar al máximo las capacidades de hardware específicas del dispositivo, tales como el acelerómetro, el giroscopio, la brújula, la cámara, el micrófono o, incluso, los accesorios de terceros.

Mejor integración con aplicaciones de sistema: puede acceder a los datos de las aplicaciones integradas, tales como Contactos, Calendario, Mail o Mapas.

PLAN DE NEGOCIO

7- Que hay realizado en el proyecto y el coste de lo invertido.

-Planificación, coordinación, ejecución y testeo del proyecto (3 años):

€ 54.000

- Página web diseñada y programada en 3 idiomas (Castellano, ingles e italiano) y con carrito de compra adaptada para pagos con tarjeta y paypal.

€ 4.600

- Diseño de la aplicación de AppsWorld

€ 500

- Diseño CRM de configuración de aplicaciones móviles con carrito de compra adaptada para pagos con tarjeta y pay pal.

€ 10.000 + € 19.500

- JSON desarrollado y en funcionamiento para interacción entre CRM y aplicaciones

€ 4.200

- Notificaciones Push desarrollado en el CRM y en las aplicaciones móviles.

Diseño € 400 + € 1.300

- 4 videos promocionales del producto y de la marca (2 de ellos con el famoso Frank Diaz de Parchis)

€ 1.700 x 4 = € 6.800

- 23 diseños de apps con sus PSD editables.

€ 700 x 23 uds. = € 16.100

- 6 plantillas de apps desarrolladas en iOS y 8 plantillas desarrolladas en Android.

€ 3.200 x 14 = € 44.800

- Documentos de funcionamiento y configuración del CRM

€ 350

- Presencia en 10 redes sociales con seguidores y con diseños corporativos en portadas y en perfil.

Diseño: € 800 + Community manager trabajo: € 650

- Diseño gráfico de Newsletter para lanzamiento

€ 250

€ 164.250