

FestApp

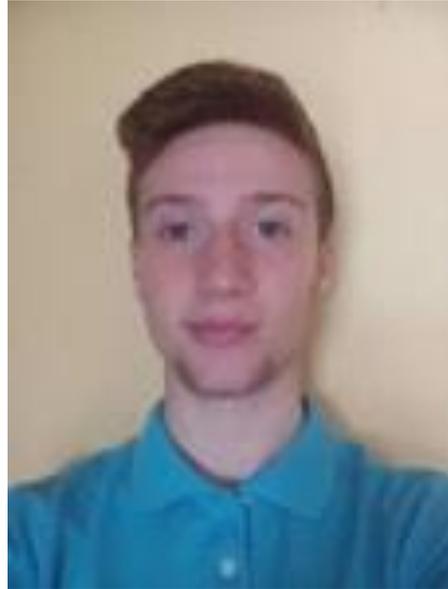


Eduardo Cardera Fernández

ÍNDICE

Promotor.....	1
Motivación.....	2
Estudio de mercado.....	3-5
Análisis DAFO.....	6
Plan de marketing.....	7-10
Patente.....	11-14
Recursos Humanos.....	15-21
Plan Económico Financie.....	22

Promotor



Como se puede ver en la portada, mi nombre es Eduardo Cardera Fernández.

Tengo 19 años y estoy cursando el 2º curso de Grado Superior de Sonido para Audiovisuales y Espectáculos en el IES Vila-Roja de Almazora. Finalizado el Bachiller de Humanístico me quedé a las puertas de entrar en la carrera de Comunicación Audiovisual y mi intención es de cursarla cuando acabe estos estudios. Mi única experiencia laboral ha sido en ventas, concretamente he ejercido de Agente Comercial en el Sector Energético. Tengo un elevado nivel de Inglés y aptitudes comunicativas.

Motivación

¿Cómo surgió la idea?

Hubieron 3 situaciones clave que suscitaron que se encendiera la bombilla:

- El fin de semana al acabar los exámenes de la 1ª Evaluación unos cuantos compañeros de clase y yo queríamos salir de fiesta para celebrarlo. De modo que teníamos que saber que ofrecía cada discoteca para poder decidir a cuál acudiríamos. Este proceso era un tanto enrevesado, puesto que tuvimos que revisar una a una las páginas de Facebook de cada discoteca o contactar con amigos que fueran relaciones públicas. Ahí vi la posibilidad de solucionar situaciones similares, más fácil y rápidamente.

- La segunda situación se dio cuando un compañero de clase que lleva poco tiempo viviendo en Almazora, quería llevar de fiesta a sus amigos, que como él, eran de Alicante y no sabían dónde podrían pasarlo bien por aquí. Nuestro compañero nos fue preguntando a toda la clase hasta recaudar la información suficiente sobre qué discotecas le habíamos recomendado y dónde se localizaban. Todo esto habría sido más fácil teniendo FestApp en su móvil.

- La tercera pero no menos importante creo que la hemos vivido más de uno, y es saber cuándo hay fiestas patronales en un pueblo u otro. Yo personalmente solo me entero por terceros y me gustaría tener esa información de primera mano.

Estudio de Mercado

Hoy en día un móvil no es solo un dispositivo para llamar sino que es una herramienta indispensable en el día a día de un ciudadano moderno. Nos mantiene conectado con el mundo y nos facilita la vida. Dentro de esta tecnología punta, las aplicaciones son la herramienta clave para el usuario.

Actualmente hay 12 millones de usuarios activos de App en España y se descargan una media de 2,7 millones de Apps al día. Existen Apps para muchas cosas diferentes, tanto para momentos de ocio, para información, localización, etc.

Se puede observar que casi la mitad de los usuarios utilizan una App para localización y obtener información. Se considera que una aplicación como FestApp entraría dentro de estas dos categorías y por tanto se deduce que tiene un público receptivo a usarla.

Cada vez son más las personas que sacan partido a las Apps, de hecho, su número de usuarios ha superado los 900 millones en todo el mundo apenas 5 años y sigue creciendo.

Esto traduce que desde la aparición de los teléfonos inteligentes de tercera generación (3G), y del aumento de contratos de datos de tarifa plana de las compañías de telecomunicaciones, cada vez más los usuarios se conectan a Internet a través de su dispositivo móvil. Hoy en día ya hay más usuarios que se conectan a la red a través del móvil que desde su ordenador. En España, el 54% de los internautas acceden a internet a través de su teléfono móvil y, en concreto, 4 de cada 10 tiene un Smartphone (superando los cuatro millones y medio de usuarios).

Aplicaciones funcionales

Entendemos como aplicaciones funcionales aquellas que tienen una aplicación práctica y que permiten, por ejemplo, ahorrar tiempo, gestionar quehaceres, despreocuparse de algunos asuntos y proporcionar una mayor comodidad.

Muchas personas desde que se levantan a primera hora del día hasta que se van a dormir utilizan varias Apps funcionales que le facilitan su día a día. Empezando por algo tan elemental como el despertador del móvil para levantarnos, mirar la previsión meteorológica para saber si lloverá o hará frío, apuntar citas o reuniones, buscar y reservar restaurantes, o incluso mirar los horarios de la Renfe. Estos son solo algunos ejemplos de la multitud de funcionalidades que tenemos disponibles en un solo dispositivo móvil. Todas estas son Apps funcionales, que se han vuelto necesarias para organizar su día a día se han adaptado a la rutina de los usuarios sin ellos casi darse cuenta.

Productos sustitutos

Realmente no tiene productos sustitutos porque de hecho lo es en sí mismo. Es una alternativa a las páginas de Facebook, los anuncios de TripAdvisor y Foursquare. Se centra en un servicio más específico en cuanto a eventos se refiere.

Competencia

He buscado exhaustivamente posibles competidoras que ya estén en el mercado, y las pocas que hay presentan defectos significativos que podrían explicar su poco éxito:



PartyEspaña

500 descargas

- El registro no está conectado a ninguna red social, lo cual alarga el proceso, e incluso no deja finalizarlo por problemas del servidor. No utiliza geolocalización.



LiveClubs

10000 descargas

Caso parecido al de Partyespaña. Este sí permite el registro con Facebook, pero tampoco podemos ni acabar de utilizar la app debido a su inestabilidad. Se supone que utiliza geolocalización, pero realmente no se puede comprobar.



RadarBar

10000 descargas

- El más estable de los 3. Sí utiliza geolocalización pero está centrado en otro tipo de locales, concretamente bares, como el nombre indica.

Análisis DAFO

DEBILIDADES

- Falta de experiencia y desconocimiento del sector.
- Poco capital.
- Capacidad de gestión empresarial mínima.

AMENAZAS

- Aparición de nuevos competidores.
- Falta de interés de los locales.
- Rechazo o indiferencia por parte del target.

FORTALEZAS

- Innovación.
- Buena atención al cliente.
- Tratamiento del marketing.

OPORTUNIDADES

- Escasez de competencia.
- Estilo de vida cíclico del target.
- Inversión relativamente barata.

Plan de Marketing

Es posible que algunos de los proyectos que hayan leído y revisado planteen la típica pregunta de: "¿Qué es?"

Pero en mi caso creo que la propia portada del mismo responde gran parte de dicha pregunta.

Yo más bien cambiaría ese "¿Qué es?" por unos cuantos "Porqués"

Y es que está claro que todos sabemos qué es una fiesta, y el hecho de combinarlo con el sufijo "-App" ayuda a entender que hablamos de una aplicación. Pero aquí llega el primer "porqué" :

¿Por qué entonces se llama FestApp y no FiestApp?

Pues bien, es evidente que se trata de una cuestión de idioma, y es lógico pensar que el primero que nos viene a la cabeza es el valenciano. Y tiene que ver, desde luego, puesto que será creada por un valenciano y por ende seguramente los primeros en usarla serán valencianos. Pero sería controversial justificar la elección del nombre de esa manera, y me considero bastante neutro en esos aspectos (de hecho el proyecto íntegro está escrito en castellano). He dicho que "se trata de una cuestión de idioma" , no de honrar un idioma u otro. Esto va más allá. Marketing, puro y duro. A la hora de crear el nombre de una marca lo primero que se busca es la universalidad. Y es que si queremos que nuestra marca llegue al mayor público posible, debemos hacer que sea identificable por el mayor número de personas posible.

Entonces llega otro "porqué" :

¿Por qué entonces no se ha buscado un nombre en inglés, ya que es el idioma más hablado en todo el mundo?

Es simple, también por marketing. Y por empeño, cabe decir. Me he empeñado en hacer el juego de palabras con el sufijo –App, como he explicado al principio, pero en inglés no había palabra que la representara correctamente y quedara bien, de modo que he renunciado a tenerlo como prioridad. Pero sin perder la universalidad. Y es que, tras mucha investigación y traducciones llegué a un común lingüístico; en euskera también se llama festa (con lo que captaríamos a otra comunidad autónoma, y con ella se contagiarían las demás, llegando así a alcanzar todo el país) pero no acaba ahí. También en alemán y en sueco utilizan una palabra similar; fest, que podemos aprovechar igualmente en nuestro nombre. Por lo tanto, con el tiempo y un elaborado plan publicitario ya podríamos expandirnos por estos países, y por consiguiente por el resto de Europa. Poco a poco iríamos ganando terreno, con el objetivo de cruzar el charco y finalmente llegar a los Estados Unidos y Sudamérica.

Pero claro, estamos hablando de una app, necesitamos un icono que la identifique y podamos pulsar en la pantalla. Por ello he diseñado un logo corporativo, que a la vez será el que reconoceremos en el “store” de nuestro dispositivo móvil indiferentemente del sistema operativo del mismo (ya sea Android, iOS, o Windows Phone) para así no privar a ningún usuario de su descarga y utilización.

De nuevo surge otro “porqué” :

¿Por qué elegiste el rojo como color identificativo?

Mirando en el menú de mi móvil vi que prácticamente todos estaban cogidos y con FestApp buscamos la originalidad y un puesto en el mercado que nos diferencie del resto.

-El azul es el más común, en aplicaciones populares como Facebook  , con un tono más claro tenemos Twitter  Shazam  , Skype  o Telegram  .

-Le sigue el verde con WhatsApp  y Spotify  .

-También el amarillo está bastante identificado con Snapchat  .

- ¿Naranja quizás? Tampoco, ya lo ha tomado SoundCloud  .

-Las únicas rojas de verdadera relevancia son YouTube  y Pinterest  , y ambas son adaptaciones de páginas web.

Yo personalmente no creo que mi aplicación requiera de página web, ya que según nuestro funcionamiento será más bien para usarla en la calle, por lo que la gente teniendo la app en su móvil no verá la necesidad de utilizar el navegador, y en consecuencia la página web no será a penas visitada y por tanto percibiremos pocos ingresos de ella.

Pero la identificación no es el único motivo de mi elección, trasciende al subconsciente, a la asociación del ser humano a este color, que suele estar relacionado con las emociones. La gente sale de fiesta para pasarlo bien en general, pero en muchos casos (por no decir que la mayoría) también para encontrar el amor, o al menos saciar su lujuria (dicho de algún modo).

Pasando al diseño, vemos que generalmente las aplicaciones tienen como icono la letra inicial del nombre o un símbolo que represente su utilidad. Para diferenciarla de Facebook, que ya ha apropiado su icono con una 'f' en el, he pensado objetos que hagan referencia a la fiesta, en general.

Se me ocurrieron varios como, máscaras, globos o banderines, pero finalmente me decanté por el confeti, que considero el más identificativo. Y el hecho de que se asemeje al emoticono de WhatsApp que utilizamos para referirnos a la fiesta, ayuda a relacionarlo fácilmente.

También en la forma del contorno he intentado buscar originalidad, la mayoría de aplicaciones tienen como figura o un cuadrado  o un círculo , en FestApp  hemos tratado de encontrar un punto intermedio entre ambas opciones, de nuevo para destacar sobre el resto y además no debatir en demasía sobre cuál es la más apropiada.

Teniendo en cuenta que en toda la provincia hay alrededor de unos 50 establecimientos, a 10€ por anuncio se convierten en 2000€/mes contando que publiquen un

Patente

No es de extrañar que alguna otra empresa vea potencial en este proyecto. De modo que para poder proteger nuestra innovadora idea, la patentaremos y así nos beneficiaremos de otras empresas que pretendan hacernos competencia creando una app o página web similar. De esta manera lograremos asegurar nuestro liderazgo en el sector y asentarnos definitivamente en el mercado. Para ello he realizado un raudo proceso de investigación con el objetivo de averiguar que es necesario para conseguir dicha patente. El procedimiento para la obtención de una patente en España consta de 4 fases: Solicitud, I.E.T, Tramitación y Mantenimiento.

Solicitud

En primer lugar mencionar que las patentes en España son tramitadas en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

Elaborar una solicitud de patente correctamente es algo tedioso que entraña un conocimiento específico de la materia y experiencia, especialmente en la redacción de la memoria descriptiva sobre la invención que se adjunta con la solicitud.

La tasa oficial de solicitud de patente en España a día de hoy es de 74,92€. En caso de que la solicitud de patente en España se haga reivindicando prioridad internacional de otro país a este importe hay que sumar la tasa de prioridad extranjera 19,85€.

I.E.T

El I.E.T corresponde con las iniciales de Informe sobre el Estado de la Técnica y es un informe elaborado por la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) tras la solicitud. Su realización es imprescindible para la concesión de una patente española. Debe solicitarse y abonarse las tasas correspondientes de forma específica bien en el momento de la solicitud o en los próximos 15 meses.

Este I.E.T. contiene los resultados de la búsqueda llevada a cabo por un examinador experto en la materia que cita los documentos que se consideran relevantes para determinar la novedad o actividad inventiva de la invención de acuerdo a lo que se reivindica en la solicitud objeto del informe.

En la actualidad las tasas oficiales de solicitar el I.E.T. son de 691,50€.

Tramitación

A partir de aquí se abren 2 posibles vías; tras la publicación de la patente es necesario elegir si la solicitud de patente será sometida a un examen previo de novedad y actividad inventiva para lo que será necesario el abono de una tasa y su solicitud explícita, o bien se continúa la tramitación por el procedimiento general de concesión.

Examen Previo

En la actualidad el importe de las tasas oficiales para solicitar examen previo es de 393,67€.

A pesar del esfuerzo económico que implica en la mayoría de los casos es muy recomendable elegir esta vía de tramite pues se una patente sometida a examen otorga un derecho más sólido que una patente tramitada por el procedimiento general de concesión.

Concesión

En la actualidad la tasa de derechos de concesión es de 26,46 €.

Una vez abonados se publica la concesión de la patente y la OEPM expide el correspondiente título.

Mantenimiento

Tras la concesión de la patente deben abonarse tasas anuales de mantenimiento para que el expediente permanezca en vigor hasta un máximo de 20 años. Si no se realiza el pago de dicha anualidad se pierde la patente, pasa a dominio público y puede ser utilizada y explotada por cualquiera.

Dado que la tramitación de una patente en España implica un periodo largo, las 2 primeras anualidades de mantenimiento están incluidas en las tasas de solicitud. Se comienza a abonar pagos de mantenimiento por tanto a partir del tercer año con carácter retroactivo en el momento de la concesión. Si por ejemplo una patente es concedida 4 años después de la solicitud deberá abonar los importes de mantenimiento de la 4ª y 3ª anualidad tras la concesión.

3ª anualidad: 18,66€
4ª anualidad: 23,29€
5ª anualidad: 45,55€
6ª anualidad: 64,75€
7ª anualidad: 108,54€
8ª anualidad: 135,12€
9ª anualidad: 169,56€
10ª anualidad: 218,22€
11ª anualidad: 273,53€
12ª anualidad: 321,16€
13ª anualidad: 368,70€
14ª anualidad: 416,69€
15ª anualidad: 445,00€
16ª anualidad: 463,44€
17ª anualidad: 494,90€
18ª anualidad: 494,90€
19ª anualidad: 494,90€
20ª anualidad: 494,90€

Debe contemplarse que cuantos más años tiene una patente mayor es su tasa de mantenimiento tal y como podemos contemplar en la siguiente columna de tasas oficiales en € a fecha Enero de 2015. A este importe habrá que sumar los honorarios profesionales del agente que vigila el expediente y comunica el correspondiente pago.

Importe de tasas actualizado a enero de 2015

También es necesario saber que tras la aprobación de la nueva Ley de Patentes española, que entrara en vigor el próximo 1 de Abril de 2017, el procedimiento de concesión tiende a ser homogéneo con el del resto de oficinas de patentes. A partir de esa fecha se exigirá superar un examen previo a todas las patentes. Además la nueva ley pretende incentivar la protección de la innovación por parte de pymes y emprendedores, al disminuir el coste de las tasas oficiales.

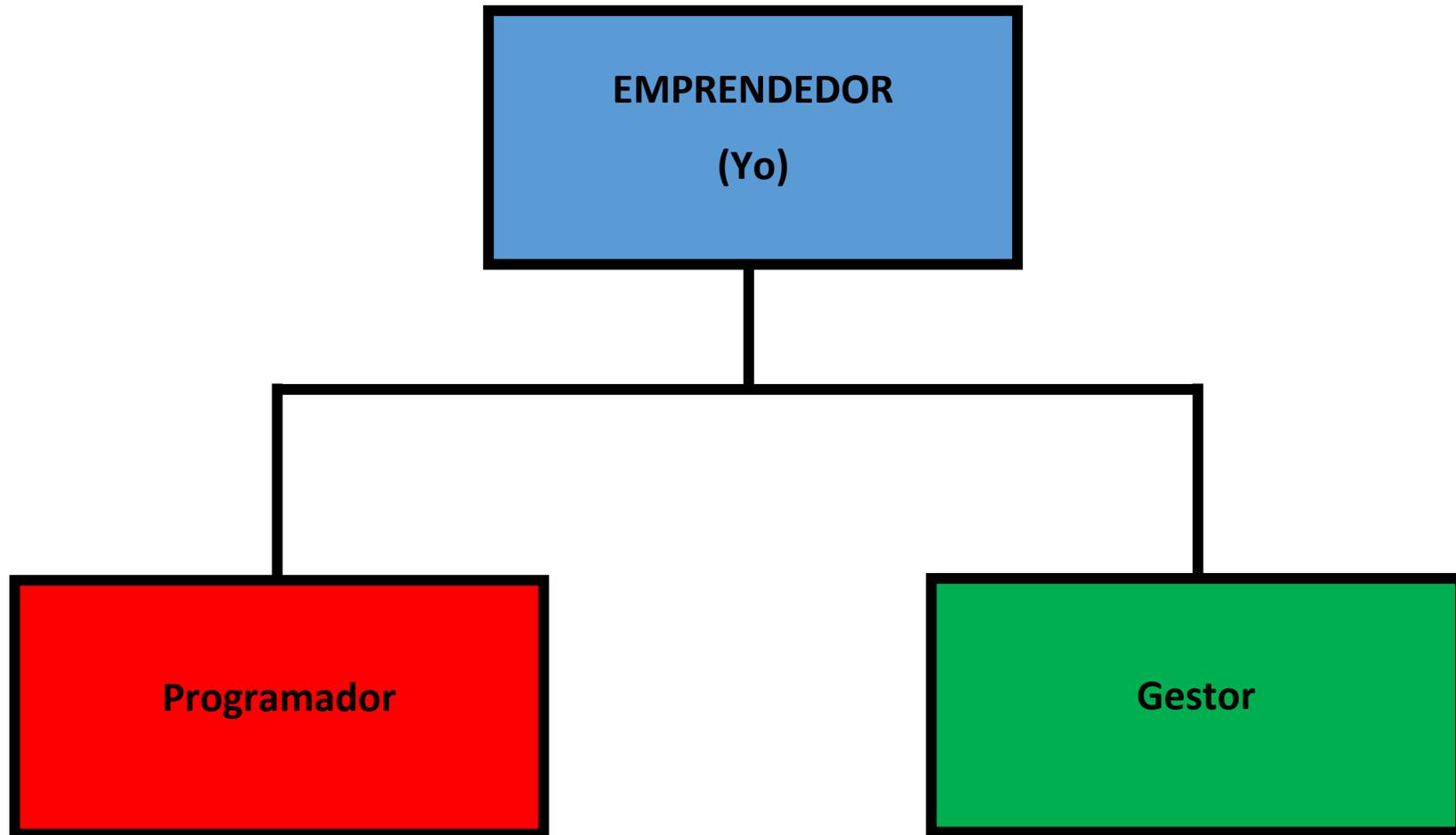
Estas cuotas son en base a las tasas de enero de 2015 y nos ayudan a realizar un cálculo aproximado del coste de la patente. Pero teniendo en cuenta el tiempo que se necesitará en el desarrollo de la app, lo más seguro es que alcancemos la fecha de vigor de la nueva Ley de Patentes española y nos resulte más barata.

Recursos Humanos

Puesto que no dispongo de los conocimientos necesarios para diseñar la app en su totalidad he estado indagando por diferentes páginas webs de desarrolladores profesionales. Consultando en cada una de ellas el presupuesto que se requiere y el tiempo estimado de finalización. Este presupuesto se realiza contando con varios factores que aporten o no dificultad de programación. Teniendo en cuenta las características de FestApp (log in con redes sociales y email, tecnología GPS, cobertura de descarga independientemente del sistema operativo de nuestro móvil, pagos integrados, etc...) el coste aproximado sobre el que coinciden es en torno a unos 20.000€ y se espera tenerla lista en 2 meses, 3 como mucho. Incluso hay páginas web que directamente te dan la oportunidad de crear tú mismo la app de manera online, gratuitamente. Lo cual puede ser una opción para presentar un boceto ilustrativo a un jurado o comenzar a lanzar la app al mercado, pero en aspectos de personalización se depende de unas plantillas y diseños prefabricados, donde se limita mucho el toque personal e identificativo de la marca. Además de no contar con la función de ubicación GPS, que es clave en la utilidad de FestApp. Una vez la app comience a ser conocida los clientes sugerirán mejoras o cambios para facilitar su uso. Para estas actualizaciones ya no será necesario una inversión tan elevada al no tener que crear la app desde cero. Estas modificaciones serán llevadas a cabo por un programador freelance, al que se acudirá cuando se vea necesaria una nueva actualización.

A su vez se contratarán los servicios de una gestoría para llevar los temas de contabilidad, que suelen cobrar unos 30€ por modelo.

Organigrama



Forma Jurídica

La forma jurídica que he escogido ha sido la de Emprendedor de Responsabilidad Limitada, al ser yo mi único socio y no requerir un capital mínimo para su constitución. Por lo que creo que es la que más se adapta a mis necesidades y responsabilidades.

Descripción

Persona física que, con limitación de responsabilidad bajo determinadas condiciones, realiza de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, con o sin trabajadores por cuenta ajena a su cargo.

Características

- El emprendedor responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa, excluyéndose de las mismas la vivienda habitual (exceptuando las deudas de derecho público).
- Control total de la empresa por parte del propietario, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario).
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario.

Ventajas

- El emprendedor podrá limitar su responsabilidad por las deudas derivadas del ejercicio de dicha actividad empresarial o profesional.
- Es una forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas de muy reducido tamaño.
- No hay que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica, pero sí es necesario inscribir en el Registro Mercantil y en el Registro de la Propiedad la condición de Empresario de Responsabilidad Limitada indicando los datos de la vivienda habitual que quedará excluida de la responsabilidad de la empresa.
- Puede resultar más económica, dado que no se crea persona jurídica distinta del propio empresario.

Inconvenientes

- Es necesaria la inscripción en el Registro Mercantil.
- El empresario responde con su patrimonio personal de las deudas generadas en su actividad, excepto su vivienda habitual bajo determinadas condiciones.
- Los bienes gananciales pueden quedar obligados por consentimiento expreso o por presencia y consentimiento.
- Tributa por tipos más elevados cuanto mayor es su volumen de renta.
- Obligación de elaborar y depositar anualmente en el Registro Mercantil las cuentas anuales de la actividad.

Normativa

- El Código de Comercio en materia mercantil y por el Código Civil en materia de derechos y obligaciones.
- Ley 20/2007 del estatuto del trabajo autónomo.
- Real Decreto 197/2009, por el que se desarrolla el Estatuto del Trabajo Autónomo en materia de contrato del trabajador autónomo económicamente dependiente y su registro y se crea el Registro Estatal de asociaciones profesionales de trabajadores autónomos.
- Ley 14/2013, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.
- Ley 31/2015 por la que se modifica y actualiza la normativa en materia de autoempleo y se adoptan medidas de fomento y promoción del trabajo autónomo y de la Economía Social.

Proceso de Constitución

- Notario: Acta notarial.
- Consejerías de Hacienda de las CC.AA: Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.
- Registro Mercantil Provincial: Inscripción de la empresa.

Responsabilidad

El empresario responde con su patrimonio personal de las deudas generadas en su actividad. Queda exceptuada su vivienda habitual siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- El valor de la vivienda no puede superar los 300.000 €. Esta valoración se realiza conforme a la base imponible del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados en el momento de la inscripción en el Registro Mercantil.
- En el caso de viviendas situadas en población de más de 1.000.000 de habitantes se aplicará un coeficiente del 1,5 al valor del párrafo anterior.
- En la inscripción del Registro Mercantil correspondiente a su domicilio se indicará el bien inmueble, propio o común, que se pretende no quede obligado por las resultas del giro empresarial o profesional.
- No podrá beneficiarse de la limitación de responsabilidad el deudor que hubiera actuado con fraude o negligencia grave en el cumplimiento de sus obligaciones con terceros, siempre que así conste por sentencia firme o en concurso declarado culpable.
- Salvo que los acreedores presten su consentimiento expresamente, subsistirá la responsabilidad universal del deudor por las deudas contraídas con anterioridad a su inscripción en el Registro Mercantil como emprendedor individual de responsabilidad limitada.

Puesta en marcha

Trámites generales

- Agencia Tributaria (AEAT): Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores.
- Tesorería General de la Seguridad Social: Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA).
- Registro Mercantil Provincial: Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.
- Autoridades de certificación: Obtención de un certificado electrónico.

Trámites según la actividad

- Ayuntamientos: Licencia de actividad.
- Otros organismos oficiales y/o registros: Inscripción en otros organismos oficiales y/o registros.
- Agencia Española de Protección de Datos: Registro de ficheros de carácter personal.

Plan Económico Financiero

COSTES	INGRESOS
Programación: 20000€ Patente: 1350€ Contabilidad: 100	<u>10€ por anuncio</u>
<u>TOTAL: 21450€</u>	24000€ el primer año