THE LINKER



**JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

La idea surgió una mañana en la clase de economía, las tres participantes estábamos sentadas unas en frente de las otras, nos mirábamos inciertas sin saber qué idea desarrollar. Al principio, hicimos una lluvia de ideas y posteriormente escogimos las que consideramos más innovadoras y buenas. Pensamos que para el mercado podría ser útil la creación de una aplicación que ayudará a la organización y a la relación entre distribuidores comerciales y empresas. Puesto que el buen funcionamiento de una empresa depende directamente de las materias primas y para ello es necesario no solo un buen material, sino también una buena distribución del producto. Después de elegir esta idea, decidimos profundizar más en ella y analizar si pudiera tener repercusión entre las empresas y cuál sería la posible competencia.

**OBJETIVOS EMPRESARIALES**



**OBJETIVO PRINCIPAL**

Convertirnos en intermediarios entre proveedores y empresas para hacer el reparto más rápido y también para evitar retrasos en los pedidos demandados, de tal forma que el empresario esté satisfecho ante su línea de aprovisionamiento.

**OBJETIVOS A CORTO PLAZO**

Hacer la app conocida a través de estrategias de marketing, para lograr el máximo número de descargas, pero sobre todo captar usuarios fiables, leales y reiterativos. Compitiendo con otras apps en calidad, precio y publicidad.

**OBJETIVOS A MEDIO PLAZO**

Aumento de las ventas, para generar ingresos, aumentar su popularidad, invirtiendo en publicidad de pago, con la intención de aumentar la visibilidad de la aplicación en alguna de las tiendas de aplicaciones. Así como recopilar datos de los usuarios para satisfacer las necesidades de los usuarios.

**OBJETIVOS A LARGO PLAZO**

Tratar de eliminar el número de desinstalaciones, aumentar la valoración y los comentarios positivos que eleve el prestigio de la imagen de la app, todo ello con el fin de generar beneficios.

**BENEFICIOS SOCIALES**

|  |  |
| --- | --- |
| Vía de comunicación directa | Contribuye a complementar la estrategia |
| Una solución sin límites temporales | Adaptación del entorno móvil |

**BENEFICIOS ECONÓMICOS**

* Facilita la diferenciación de marca respecto de la competencia.
* Permite la captación y fidelización de la clientela.
* Identificar nuevos mercados y nuevas ideas de negocio, dada la participación activa con la comunidad.
* Promueve la innovación y el impulso de la imagen de la organización.
* Ahorro en costes publicitarios.
* Los trabajadores mejoran sus competencias profesionales, por lo que pueden rendir más en su trabajo, hacerlo mejor y realizarlo en menos tiempo. Esto hace que la app sea más competitiva.
* **DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS, OPORTUNIDADES**

|  |  |
| --- | --- |
| **DEBILIDADES**   * Marca poco conocida. * Falta de experiencia empresarial. * Fondos limitados para promocionar la app. | **AMENAZAS**   * Posibilidad de ser absorbido por otra marca. * Falta de control de las tecnologías por parte de la gente más mayor. |
| **FORTALEZAS**   * Novedoso * Distribución sencilla, ya que es a través de Internet. * Capacidad para atraer nuevas inversiones.      * Precio bajo de descarga. * Comodidad | **OPORTUNIDADES**   * Auge de las nuevas tecnologías * Engloba a una gran parte de la población. * Necesidad del servicio. |

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

La app ingresara al mercado bajo una campaña publicitaria atractiva en diferentes medios de comunicación, pero con participación principalmente en redes sociales como: Facebook, Instagram, YouTube, entre otras. Convertir la app en una aplicación atractiva, mediante imágenes de calidad que llamen la atención a los clientes y aprovecharlas para explicar el funcionamiento de la app, al igual que resaltar los beneficios de descargarla y utilizarla. Ofrecer la aplicación a un precio promocional o reducido mínimo al comienzo para generar descargas y posteriormente ir subiendo el precio según lo haga el nivel de descargas. Crear relaciones comerciales y colaboraciones con medios relevantes que generen confianza en el usuario. Este proceso será realizado por un profesional en el área de mercado, comunicación, tecnologías de comunicación, se definirá un proyecto para el diseño y la promoción.



**PORQUE ESCOGER NUESTRA APP**



1. **Nos enfocamos en el cliente.** Tenemos como principal objetivo satisfacer las necesidades de los usuarios de la app.
2. **Cuidamos a nuestros empleados.** Ofrecemos a nuestros empleados oportunidades de desarrollo, esquemas que los impulsen a colaborar y tener un equilibrio con su vida personal, técnicas para mantenerlos motivados y compensaciones justas.
3. **Protegemos y respetamos al medio ambiente.** Utilizamos de manera eficiente la energía y los recursos, procurando el menor impacto posible en el ecosistema.
4. **Tenemos control sobre nuestros procesos.** reducimos costes y aumentamos la productividad para ser más competitivos y ofrecer precios justos en el mercado sin perder la calidad.
5. I**nnovamos.** Desarrollamos nuevos modelos e ideas para mejorar la app y tener ventaja sobre la posible competencia.
6. **Invertimos en lo importante.** Nos adaptamos al entorno y pensamos a largo plazo.

**FINANCIAMIENTO**

El proyecto será financiado mediante la captación de socios que inviertan monetariamente y a través de los propios ahorros, necesarios para el desarrollo de la idea.

**PREVISIÓN DE INGRESOS:**

El precio de adquisición de la aplicación estará influenciado por la ley de la oferta y la demanda. Acordaremos con las empresas proveedoras que aparecen en nuestra aplicación una comisión por producto vendido y también obtendremos ingresos por anuncios de otras aplicaciones y demás, en el caso de que quieran anunciarse mediante nuestra aplicación.