



Socios clave.

Para poder conseguir el éxito de nuestra aplicación poseeremos una serie de relaciones con distintas personas y empresas.

1) Relaciones personales.

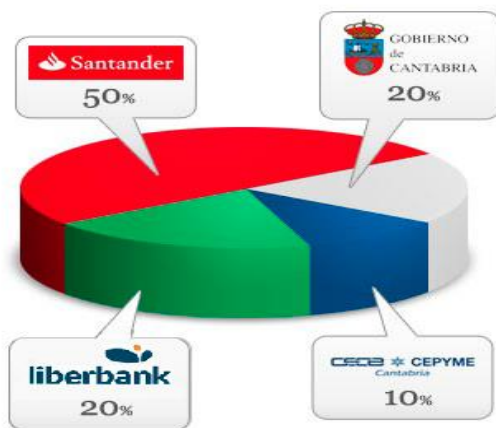
Entre las personas a destacar en el proceso de la buena creación de esta son: lo primero y más importantes somos el **grupo de fundadores** que gracias a nuestro compañerismo, sinergia y comunicación hemos conseguido un buen producto final. También cabe destacar la necesidad de **un programador y un diseñador** para la aplicación desde el comienzo hasta el final de todas nuestras actividades, ya que perder a una de estas piezas cambiaría el desarrollo de la aplicación debido a que no sería lo mismo contar con una persona con la que llevas todo el proyecto, que con una nueva.



2) Relaciones con empresas.

También mantendríamos contacto con **grandes empresas** para conseguir alianzas clave.

2.1) Financiación.



Una parte fundamental para arrancar nuestra actividad es la financiación la cual consiste en conseguir capital para poder adquirir los bienes de la inversión, para poder realizar correctamente esta actividad contaremos con la **SRC Cantabria (Sociedad de capital y riesgo de Cantabria)**; tanto con su consejo, como con capital por el que se convertirá temporalmente en socio. La ventaja de la SRC Cantabria es que obtenemos financiación a cambio de entrar a formar parte de la sociedad, pero la desventaja es que este organismo se

convierte en socio. Para restarle peso a la institución **cada socio** pondremos 1.000 €



3 – Socios clave.

Dr. Healthy

(haciendo un total de 4.000 €), mientras que SRC Cantabria aportará solo 2.500 €; se

completará mediante un **microcrédito**, que solicitará la sociedad del 7,5 % de interés a cinco años de 7.000€.

2.1) Análisis.

Una parte vital para el perfecto funcionamiento de **Dr. Healthy** es establecer todos

los perfiles posibles que puedan aparecer contestando el test inicial; y a partir de estos perfiles desarrollar la evolución de una serie de actividades (**ejercicio físico, alimentación y descanso**) que debe realizar a lo largo del tiempo. Esta información, cuando se obtuviese, se la enviaría a los programadores y diseñadores; para que en caso de concordancia, el cliente, en el menor tiempo posible, obtenga los resultados.



Para llevar a cabo esta actividad sería bueno contactar: con la ayuda del *Colegio Oficial de Endócrinos* o con alguna empresa de nutricionismo como *Alimmenta*, para que nos asesoren en el desarrollo del área de **alimentación**; con empresas del campo de la actividad física como *Naturalex* o con los especialistas de las cadenas de gimnasios (entrenadores personales, nutricionistas ... ; estos también nos podrán proporcionar ayuda en la alimentación) como *McFit* o *Anytime Fitness*, para el desarrollo del área de **ejercicio físico**; y, por último, con el *Colegio Oficial de Médicos* para que nos proporcione especialistas en la Medicina del sueño, para desarrollar el área de **descanso**.

Qué empresa sea, dependerá de la que escojamos en cada ámbito como socio clave; y junto a esta realizaremos un gran número de actividades, a parte de esta, como: promoción, ofertas conjuntas La **financiación** de esta actividad se realizará mediante el **pago** a la empresa o mediante la **promoción**, solo por nuestra parte, de dicha empresa.

2.2) Marketing.

Una parte muy importante sería contar con una empresa de nivel nacional para



3 – Socios clave.

Dr. Healthy

publicitar nuestra aplicación; hemos pensado en contactar con: alguna cadena de gimnasios, una marca de bebidas o chocolatinas energéticas, alguna institución pública relacionada con

la salud, tiendas o grandes almacenes deportivos y empresas del sector de nutrición y dietética.



Esta alianza consistirá en una campaña de **publicidad mutua**; bebidas, rebajas en la inscripciones ...). Por nuestra parte la ejerceremos a través de dos canales:

- Publicidad dentro de la aplicación (que en ningún caso será emergente e interrumpirá la actividad normal del usuario; sino que será continua en un lateral de **Dr. Healthy**) para los usuarios que posean la cuenta de usuario normal.
- Mediante ofertas: publicitando las ofertas de estas empresas y estableciendo algunas conjuntas

(por ejemplo, en alguno de los productos de las empresas que se citan a continuación contengan códigos para inscripciones gratis o sorteos por parte **Dr. Healthy** de productos de dichas empresas).

Por su parte, las empresas incluirán nuestro logotipo en sus panfletos, páginas web o aplicaciones y nos recomendarán; y en caso de que el cliente desee saber más, ellos les darán la información básica para aprender el

correcto funcionamiento.



Algunas de estas empresas podrían ser:

- Cadenas de gimnasios: *Bodyfactory, GoFit, McFit o Anytime Fitness.*
- Marcas de productos energéticos: *Powerade, Gatorade, Aquarius, Nutrisport o Overstims.*
- Instituciones: *Colegio Oficial de Médicos o Colegio Oficial de endócrinos.*
- Grandes almacenes **deportivos**: *Decathlon, Forum Sport o Foot Locker.*



- Empresas del sector de **nutrición** y dietética: *Tudietista.*



3 – Socios clave.

Dr. Healthy

Si nos fijamos bien (tanto en este punto del plan CANVAS, como muchos de sus puntos), la mayoría de estas empresas nos acompañan a lo largo de todo nuestro recorrido, realizando actividades de ídoles muy diferentes.

2.2.1) Promoción social.

Una parte muy importante de este marketing es la promoción a través de **redes sociales**. Este tipo de publicidad ha crecido mucho en los últimos años debido a sus grandes ventajas: es gratuito y al estar estas redes masificadas, todo el mundo tiene acceso a esa información. Algunas rede sociales en la que podremos promocionarnos serán *Instagram, Facebook O Twitter*.



2.2.2) Promoción en eventos.

Por ultimo, también se nos podrá encontrar en **eventos** relacionados con la dietética el deporte o el descanso. En estas **ferias** promocionaremos nuestro producto directamente con el interesado y, en ocasiones realizaremos ofertas especiales. Un ejemplo de feria a las que podremos acudir es *Red Bull Crashed Ice 2016*.

2.3) Distribución.

Tras la promoción, el cliente podrá optar por **dos herramientas** para descargar nuestra aplicación en el dispositivo móvil (dependerá de la marca) *Play Store* y *App Store*. En este caso desembolsaremos una cantidad de dinero a cada una de estas tiendas virtuales, a cambio de poder adquirirla.

