

# Recursos clave

El desarrollo y funcionamiento de la aplicación requiere una combinación de recursos humanos, tecnológicos, financieros y físicos que garanticen la viabilidad del proyecto y su correcta implementación. Estos recursos permiten cubrir desde la creación del producto digital hasta su mantenimiento, escalabilidad y relación continua con los usuarios y comercios locales.

## A. Recursos humanos

Los recursos humanos constituyen la base operativa del proyecto, especialmente en su fase inicial.

### 1. Equipo de desarrollo tecnológico

- **Desarrolladores móviles** (iOS / Android) para crear y mantener la app.
- **Desarrolladores backend** para gestionar bases de datos, API y conexión con comercios.
- **UX/UI designers** para asegurar una experiencia intuitiva.
- **Especialistas en QA / testers** para validar funcionalidades y detectar errores.

### 2. Equipo de gestión y estrategia

- **Product Manager** encargado del diseño global del servicio y la hoja de ruta del proyecto.
- **Analista de datos** para interpretar patrones de compra, stock y comportamiento de usuario.
- **Responsable de alianzas comerciales** para captar y mantener la relación con comercios locales.

### 3. Equipo de marketing y comunicación

- **Community Manager** para gestionar redes y campañas.
- **Especialista en marketing digital** para optimizar anuncios, SEO y estrategias de captación.
- **Creador de contenido gastronómico** para aportar valor educativo y atraer usuarios.

## B. Recursos tecnológicos

La infraestructura digital es el pilar principal del proyecto.

### 1. Plataforma móvil

- Aplicación nativa o híbrida para iOS y Android.



- Interfaz diseñada para organizar recetas y vincular ingredientes con comercios cercanos.

## **2. Infraestructura de backend**

- Servidores seguros para manejar el flujo de datos (stock, localizaciones, perfiles).
- Sistema de actualización de inventarios en tiempo real desde comercios adheridos.
- APIs para conexión con proveedores de mapas, geolocalización y sistemas de pago (en caso de compras integradas).

## **3. Base de datos centralizada**

- Información de productos, categorías, variantes, precios y disponibilidad.
- Perfiles de usuarios: recetas guardadas, preferencias, historial de compras.

## **4. Herramientas de análisis y monitoreo**

- Sistemas de métricas (Firebase, Mixpanel, Google Analytics) para entender el comportamiento dentro de la app.
- Monitorización de rendimiento y gestión de incidencias.

# **C. Recursos financieros**

La puesta en marcha del proyecto requiere una inversión inicial que cubra el desarrollo, lanzamiento y primeros meses de operación.

## **Necesidades financieras principales:**

- Coste del desarrollo de la app (programación, diseño, pruebas).
- Mantenimiento y servidores.
- Campañas iniciales de marketing y visibilidad.
- Sueldos del equipo base durante los primeros meses.
- Incentivos para los comercios locales en la etapa piloto.
- Fondos para iteraciones y mejoras según feedback tras el lanzamiento.

## **Fuentes posibles de financiación:**

- Fondos propios o inversión privada.
- Subvenciones o ayudas para digitalización del comercio local.
- Programas de innovación tecnológica y emprendimiento.
- Crowdfunding orientado al consumo responsable y sostenibilidad.

# **D. Recursos físicos**

Aunque el proyecto es digital, existen recursos físicos necesarios para la operativa.



### **1. Espacio de trabajo**

- Oficina pequeña o espacio de coworking donde trabajen desarrollo, gestión y marketing.

### **2. Equipos y herramientas**

- Ordenadores de alto rendimiento para el equipo técnico.
- Dispositivos móviles para pruebas (Android y iOS).
- Material audiovisual para creación de contenido promocional.

## **E. ¿Qué se necesita para poner en marcha el proyecto?**

Para iniciar la fase operativa del proyecto se requiere:

### **1. Un prototipo funcional (MVP)**

- Búsqueda de recetas.
- Gestión básica de ingredientes.
- Geolocalización de comercios y disponibilidad de productos.
- Panel para que los comercios actualicen su stock.

### **2. Red inicial de comercios locales**

- Al menos 10–20 tiendas piloto: fruterías, carnicerías, panaderías, mercados y tiendas especializadas.
- Integración de sus inventarios y validación del flujo real de actualización.

### **3. Estudio de mercado y pruebas con usuarios**

- Entrevistas y test con consumidores reales.
- Ajustes en la interfaz, experiencia y funcionalidad.

### **4. Lanzamiento controlado en una ciudad piloto**

- Preferiblemente una ciudad con cultura de comercio de proximidad.
- Campañas de captación y colaboración con comercios.

### **5. Infraestructura técnica estable**

- Base de datos segura, API funcional, app optimizada y servidores capaces de soportar el tráfico inicial.

### **6. Plan de marketing inicial**

- Posicionamiento claro.
- Estrategia de comunicación adaptada al target.
- Generación de contenido y alianzas estratégicas.