

# START INNOVA

Nombre equipo: **The solvers**

## Lámpara amanecer ALARMANECER

Alarmanecer es una lámpara que mediante una previa programación en la cual conectas la lámpara a tu dispositivo móvil y programas mediante una aplicación la duración y horas en las que quieras que se lleve a cabo el sistema de amanecer y mediante el uso de diferentes leds a la hora de irte a dormir produce una luz que simula la luz de un amanecer llegando a un tono oscuro o apagado, lo cual produce melatonina en nuestro cuerpo ayudándonos a descansar mejor, además a la hora de levantarse seguiría el mismo procedimiento pero de forma inversa para que el cuerpo se despierte de forma natural con un amanecer artificial.

Prototipo // diseño :



## **Segmentación de mercado:**

Desde el punto de vista **demográfico**, el público objetivo principal de nuestro producto se compone de personas adultas de entre 20 y 65 años, sin distinción de género. Estas buscan mejorar su descanso mediante soluciones tecnológicas

Además, el producto se orienta a individuos con un nivel **socioeconómico** medio, medio-alto o alto, ya que supone un coste elevado

En cuanto a la segmentación **geográfica**, el destino del producto es España, principalmente en las zonas donde hay un ritmo de vida que hace que haya aparición de alteraciones del sueño

Desde la perspectiva **psicográfica**, el producto se dirige a personas con un estilo de vida moderno, y saludable que se preocupan por su calidad de sueño

**Cálculo del mercado potencial:** España tiene una población de aproximadamente 48,6 millones de habitantes en 2024. Un 35% de los españoles presentan algún tipo de trastorno del sueño, y aproximadamente el 20% afirma no dormir lo suficiente. Esto significa que hay más de 9,7 millones de personas en España que podrían beneficiarse de nuestro producto

Por lo tanto, toda esta población de España constituye el **mercado total disponible**. Sin embargo, no van a ser toda esta población compradora de nuestro producto. Por eso, planteamos tres posibles escenarios de compradores basados en el nivel de penetración al mercado que tenga nuestro producto:

-**Escenario conservador (2%)**: Unos 194.000 usuarios potenciales, que se corresponden a las personas innovadoras con mucha afinidad tecnológica

-**Escenario realista (5%)**: Más o menos 485.000 usuarios, que representan una adopción estable en el mercado de bienestar y descanso

-**Escenario optimista (10%)**: Casi 970.000 usuarios, que podría ser posible si el producto se consolida como una buena referencia en el sector de la salud y calidad de sueño

**El mercado disponible (SAM)**, considerando únicamente a los adultos con poder adquisitivo medio o alto y con un verdadero interés en mejorar su calidad de sueño podría situarse entre 4 y 6 millones de personas

Por último, el **mercado alcanzable (SOM)**, dependerá totalmente de las estrategias de marketing que se lleven a cabo desde los 3 a 5 primeros años. Pudiéndose llegar a situar entre 150.000 y 400.000 usuarios

**En términos económicos**, el precio medio de venta de nuestro producto está entre 150 y 200 euros por unidad, por lo tanto, los volúmenes estimados serían los siguientes:

-**Escenario conservador (2%)**: Entre 19 y 38 millones de euros

-**Escenario realista (5%)**: Entre 48 y 97 millones de euros

-**Escenario optimista (10%)**: Entre 97 y 194 millones de euros

**Conclusiones generales:** Nuestro producto puede ser muy bien comercializado ya que como hemos visto antes, el mercado español ofrece un potencial muy significativo, con millones de personas que buscan mejorar su descanso y bienestar diario.

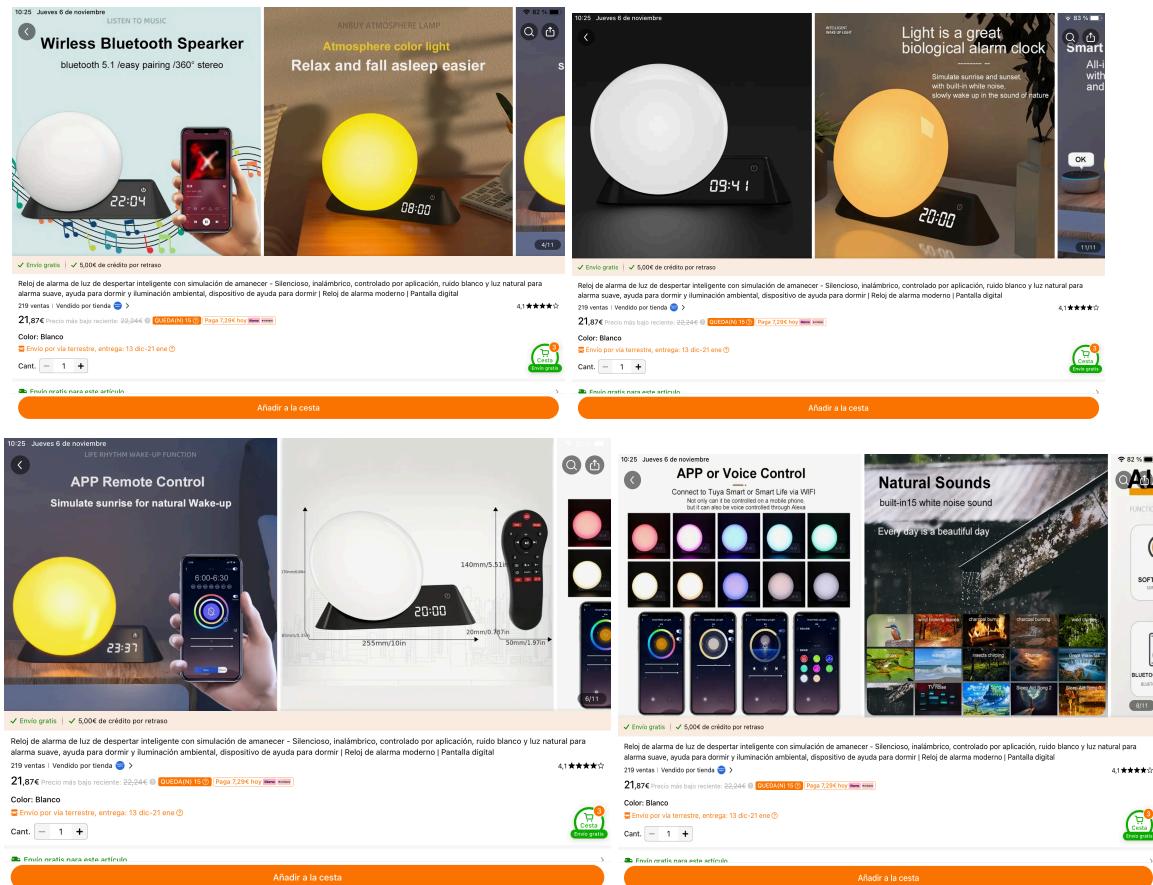
Hoy en día, ALARMANECER se convierte en una alternativa muy efectiva para todas esas personas preocupadas por su calidad de sueño o bien tienen problemas relacionados, ya sea insomnio, estrés...

La combinación que tiene nuestro producto de tecnología, un buen diseño, y ser solución para el bienestar emocional convierte a ALARMANECER en una alternativa muy innovadora con gran potencial de expansión en el mercado.

## Sociedades clave

### Principales socios y proveedores:

#### 1. Producto directamente desde proveedor:



#### 2. Fabricante de diseños personalizados

Fabricante de accesorios personalizados (con nuestro branding) para distinguirnos y establecer nuestra marca personal en base al producto básico comprado al proveedor y a partir de ahí poder hacer marketing correcto de ello: pegatinas, carcasa, o cualquier tipo de detalle

Empresa diseños personalizados: **CREATELOW**

### **3. Aplicación móvil**

- El producto del proveedor viene directamente con la aplicación móvil y un mando remoto para controlar las funciones del producto, así que no necesitamos un proveedor externo para diseñar la aplicación

### **4. Empresa de logística –**

- Para envíos nacionales: Correos, SEUR, MRW y para envíos internacionales a través de DHL o UPS

### **5. Agencia local o influencer de sueño y bienestar**

- Colaboraciones con influencers españoles del ámbito del bienestar como Mejor con Salud o Aitor Miseria
- Agencia de marketing: Lúnam

### **6. Asesoramiento en salud del sueño**

- Aprobación por clínicas del sueño o psicólogos:  
Instituto de Medicina del Sueño o Clínica Universidad de Navarra  
Unidad del Sueño

## **Fuente de ingresos**

### **1. Venta directa del producto**

La venta directa del producto es la fuente principal de ingresos

El producto se comercializa en tiendas físicas, en la página web oficial de la empresa y en plataformas digitales como Amazon o Mercado Libre.

De esta forma, se logra llegar a diferentes tipos de clientes y aumentar las ventas mediante promociones o descuentos en fechas especiales.

## **2. Distribución a minoristas y tiendas**

Otra fuente importante de ingresos viene de la venta a distribuidores y tiendas minoristas

La empresa vende grandes cantidades de lámparas a otros comercios que se encargan de revenderlas al público

Aunque el precio por unidad sea más bajo, esta estrategia permite aumentar el volumen de ventas, la presencia del producto en el mercado y el reconocimiento de la marca

## **3. Aplicación móvil premium**

El producto está conectado a una aplicación móvil que permite controlar las funciones de la lámpara, como la intensidad de la luz, los horarios y la duración del amanecer o del anochecer

Esta aplicación ofrece una versión gratuita con funciones básicas y una versión premium, que incluye opciones avanzadas como sonidos relajantes, seguimiento del sueño o conexión con otros dispositivos inteligentes

Las suscripciones mensuales o anuales a la versión premium generan ingresos constantes para la empresa

## **4. Venta de accesorios y repuestos**

La empresa también obtiene ganancias mediante la venta de accesorios y repuestos relacionados con la lámpara

Fundas decorativas y cables adicionales

Estos artículos complementan el uso del producto, mejoran la experiencia del cliente y nos dan ingresos adicionales

## **5. Nuevas versiones del producto**

Otra fuente de ingresos es el lanzamiento de nuevas versiones o modelos mejorados de la lámpara

Versiones mejoradas con más funciones, mejor diseño o materiales de mayor calidad

Estos modelos pueden venderse a un precio superior, lo que aumenta las ganancias y mantiene el interés del público.

# Canales de distribución y comunicaciones

## ¿A través de qué canales vamos a contactar a nuestros clientes?

Nos enfocaremos en conectar con nuestros clientes a través de canales digitales y personalizados: redes sociales personales, correo electrónico, y páginas web. También valoran reseñas en YouTube o TikTok y recomendaciones de influencers del bienestar o la tecnología mediante publicidad en redes sociales, campañas divididas por: salud, descanso, productividad y el envío de correos electrónicos informativos y promocionales, a quienes se suscriben a nuestra web. Además, participaremos en ferias de tecnología y bienestar, donde ofrecemos demostraciones en vivo

## ¿Cuáles son más eficientes en costes?

El email marketing y las publicaciones en redes son los canales más rentables, porque nos permiten mantener contacto continuo con el cliente sin altos costes publicitarios, aprovechando bases de datos y contenido de valor, reutilizable

## ¿Cómo los integraremos con las rutinas del cliente?

Utilizaremos nuestros canales en los momentos más importantes del día. Publicaremos anuncios y contenidos cuando la gente use más el móvil, especialmente a primera hora, para llegar a más usuarios, que muestran cómo despertarse con luz natural, y contenidos nocturnos que enseñan cómo relajarse con la función de atardecer. Además, enviaremos correos con consejos de sueño y recordatorios personalizados, conectando el uso de la lámpara con las rutinas reales del usuario

# Relaciones con clientes:

## 1. Tipo de relación esperada:

- Buscamos establecer relaciones cercanas y duraderas con los usuarios, ofreciendo atención que combine soporte técnico, ayuda personalizada y facilidades digitales
- Los segmentos de clientes incluyen personas interesadas en el bienestar físico y mental, usuarios preocupados por la calidad del sueño
- Se espera que los clientes perciban la marca comprometida con su descanso, ofreciendo soluciones que se adapten a sus rutinas y necesidades individuales

- La relación ideal combina elementos de confianza, innovación constante y personalización, de manera que el cliente sienta que la experiencia con el producto es única y diseñada para su bienestar

## 2. Relaciones establecidas:

- **Asistencia personal:** Ofrece soporte técnico personalizado para la instalación de la lámpara, la conexión con la aplicación y la configuración de horarios y programas de luz. Esto permite resolver problemas complejos de manera directa, fortaleciendo la confianza con el cliente
- **Servicios automatizados:** La aplicación y la página web incluyen herramientas como preguntas frecuentes automatizadas y tutoriales que facilitan el soporte rápido para consultas frecuentes o problemas comunes sin necesidad de intervención humana
- **Autoservicio:** manuales, tutoriales paso a paso y videos explicativos para que los usuarios puedan configurar y controlar el producto ellos solos

## 3. Costos de mantenimiento:

- La implementación de servicios automatizados permite reducir significativamente los costes al minimizar la dependencia de personal humano para resolver problemas comunes
- La asistencia personalizada requiere inversión en personal capacitado, pero se considera estratégica porque incrementa la fidelización, mejora la experiencia del cliente y fortalece la percepción de la marca
- Las comunidades de usuarios requieren una moderación mínima y generación de contenido inicial, lo que mantiene los costos relativamente bajos mientras se potencia el valor agregado de la interacción entre clientes
- En general, la inversión en estas relaciones se justifica por su impacto en la retención de clientes, recomendaciones y retroalimentación valiosa para innovaciones futuras

## 4. Integración con el modelo de negocio:

- Las relaciones con los clientes refuerzan directamente la propuesta de valor de nuestro producto, que se centra en mejorar la calidad del sueño y el bienestar mediante una experiencia de luz natural controlada por tecnología inteligente
- Permiten recopilar información sobre el uso del producto, preferencias de programación y hábitos de descanso, lo cual alimenta futuras mejoras y desarrollo de nuevas funcionalidades o productos
- Fomentan la fidelización y lealtad, ya que los usuarios que reciben soporte confiable y participan en comunidades tienden a convertirse en defensores de la marca y en promotores del producto

- Apoyan la estrategia de ingresos: clientes satisfechos y comprometidos son más propensos a adquirir actualizaciones, accesorios adicionales o nuevos productos de Starinnova, generando ventas recurrentes
- La integración de la relación con el cliente en el modelo de negocio asegura que todas las interacciones contribuyan a una experiencia cohesiva, alineada con la propuesta de valor, los canales de venta y la estrategia general de crecimiento sostenible de la empresa

## Recursos Clave

- **Recursos físicos**

Tenemos todos los materiales necesarios para desarrollar la lámpara, ya sean: LEDs, carcasa, cables, componentes electrónicos... También utilizamos ordenadores para el diseño y la programación del producto

- **Recursos intelectuales**

El principal recurso es el software que controla los ciclos de luz de amanecer y anochecer, junto con el diseño de la aplicación móvil. Esto nos permite ajustar y corregir errores y mejorar continuamente nuestro producto

- **Recursos humanos**

El equipo está formado por personas con conocimientos de programación, electrónica y diseño de producto. Además, contamos con una gran plantilla que facilita el trabajo en equipo con habilidades fundamentales como la comunicación y la mejora

- **Recursos financieros**

Disponemos de una inversión inicial procedente de ahorros personales y posibles ayudas. Estos recursos se destinan a la compra de materiales, desarrollo de prototipos y primeras acciones de marketing

## Actividades Clave

### 1. Producción

#### Actividades principales:

- Diseño y desarrollo del hardware:

Selección y montaje de componentes LED con luz regulable, placas electrónicas y sistemas de alimentación eficientes

Prioridad alta: esta actividad requiere muchos conocimientos técnicos sobre iluminación, por lo que no puede hacerse fuera de la empresa

- Programación y ajuste de los ciclos de luz:

Creación de un sistema que permita que la luz cambie de forma gradual, imitando un amanecer y un anochecer de manera natural

Prioridad muy alta: es el núcleo del producto y la principal ventaja frente a la competencia, por lo que debe realizarse dentro del equipo de investigación y desarrollo

- Control de calidad y pruebas de funcionamiento:

Pruebas de resistencia, comprobación del color de la luz y verificación de que funciona correctamente con distintos móviles

Parte de estas pruebas pueden realizarse fuera de la empresa, en laboratorios especializados en certificación de productos electrónicos

- Montaje y ensamblaje final:

Puede realizarse en una fábrica asociada, siempre bajo la supervisión del equipo técnico interno para asegurar que el producto final cumple con el diseño y la calidad esperados

## 2. Solución de problemas

### Actividades principales:

- Soporte técnico y atención al cliente:

Ayuda para resolver problemas relacionados con el móvil, la aplicación o el funcionamiento de la lámpara

Esta tarea puede delegarse a un centro de atención especializado, siempre que reciba formación sobre el producto

- Recopilación y análisis de datos de uso:

Seguimiento de cómo los usuarios configuran la lámpara para mejorar futuras versiones

Prioridad alta: debe gestionarse internamente para proteger los datos y el conocimiento obtenido

- Actualización y mejora continua del software:

Corrección de errores, mejora del funcionamiento y lanzamiento de nuevas funciones, como la conexión con rutinas de sueño o asistentes de voz

No puede delegarse, ya que afecta directamente a la experiencia del usuario y al control del producto

- Gestión de proveedores y cadena de suministro:

Negociación con fabricantes de componentes, control de tiempos de entrega y comprobación de criterios de sostenibilidad

Puede encargarse a empresas especializadas en la búsqueda y gestión de proveedores

### **3. Actividades de Plataforma**

#### **Actividades principales:**

- Desarrollo y mantenimiento de la aplicación móvil:

Diseño de una app fácil de usar, que permite programar la luz, registrar hábitos de sueño y controlar varios dispositivos

- Gestión de las actualizaciones automáticas del sistema:

Creación de un sistema que permita actualizar el software de las lámparas a distancia de forma segura

Puede desarrollarse con ayuda de un proveedor externo de servicios digitales, pero el control debe mantenerse dentro de la empresa

- Análisis del uso y mejora de la experiencia del usuario:

Uso de herramientas de análisis para entender cómo interactúan los usuarios con la app y adaptar el producto a sus necesidades

- Protección del conocimiento y la propiedad intelectual:

Registro de patentes del sistema de simulación de luz y protección del software desarrollado

## Estructura de costes

### Cuáles son los costes más importantes del proyecto?

Los costes más importantes para el proyecto se centran en la adquisición del producto base, el diseño personalizado con la marca propia, la logística de distribución nacional e internacional, el marketing digital, y las colaboraciones con expertos en salud del sueño e influencers del sector bienestar

## Estructura detallada de costes

Tipo de coste	Concepto	Proveedor / Empresa	Descripción	Coste estimado (€)
<b>Coste fijo</b>	Producto unidad	Proveedor internacional	Lámpara inteligente con simulación de amanecer/anochecer y control móvil	<b>22 €/unidad</b>
<b>Coste fijo</b>	Personalización de producto (branding)	Fabricante de diseño personalizado	Grabado de logotipo ALARMANECER en lámpara + empaquetado propio	<b>3 €/unidad</b>
<b>Coste fijo</b>	Logística nacional	<b>Correos / MRW / SEUR</b>	Envíos a clientes dentro de España	<b>4 € por envío nacional promedio</b>

<b>Coste fijo</b>	Logística internacional	DHL / UPS	Envíos fuera de España (opcional)	<b>9 € por envío internacional promedio</b>
<b>Coste fijo</b>	Partner marketing digital	Lúnam	Gestión de redes sociales, campañas de pago, SEO/SEM	<b>250 €/mes (promedio)</b>
<b>Coste fijo</b>	Colaboraciones con influencers	Mejor con Salud, Aitor Miseria	Publicaciones o stories patrocinadas en Instagram y TikTok	<b>400 €/campaña</b>
<b>Coste fijo</b>	Asesoramiento en salud del sueño	Clínicas y psicólogos especializados	Validación del producto y recomendaciones profesionales	<b>150 €/mes</b>
<b>Coste fijo</b>	Dominio y hosting web	Hostinger	Mantenimiento y alojamiento de la web	<b>10 €/mes</b>
<b>Coste variable</b>	Embalaje y manual de usuario	Proveedor local	Caja con diseño de marca + folleto explicativo	<b>1,5 €/unidad</b>
<b>Coste variable</b>	Comisiones de pago online	PayPal / Stripe	Coste por transacción (3,4% + 0,35 €/venta).	<b>≈ 1 €/venta</b>

<b>Coste variable</b>	Publicidad adicional	Meta Ads / Google Ads	Promoción por clic o venta directa.	<b>Variable según inversión (0,50-2 €/clic)</b>
-----------------------	----------------------	-----------------------	-------------------------------------	---

### **Estimación general de costes por unidad (producción + venta nacional)**

<b>Concepto</b>	<b>Coste (€)</b>
Lámpara base	22,00
Personalización marca	3,00
Embalaje y folleto	1,50
Envío nacional (Correos)	4,00
Comisión de pago	1,00
<b>Coste total por unidad vendida</b>	<b>31,50 € aprox.</b>

**Precio de venta:** 59,90 €

**Beneficio bruto estimado por unidad:** 28,40 €

### **Inversión inicial destacada**

<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Coste (€)</b>
-----------------	--------------------	------------------

Diseño web y tienda online	Creación de página, pasarela de pago y branding	600 €
Lote inicial de lámparas (50 uds)	Compra al proveedor a 22 €/unidad	1.100 €
Personalización lote inicial	Branding y embalaje (50 uds × 3 €)	150 €
Marketing inicial (primer mes)	Agencia + influencers	650 €
Registro de marca “ALARMANECER”	OEPM (España)	150 €
<b>Inversión inicial total</b>		<b>2.650 €</b>