

rentoi

Alquila, reutiliza y disfruta.

Lorena Castaño Baena

Jaime Huertes Díaz-Minguez

Alejandro Pedja Olías Freire

Índice.

Sobre nosotros	3
Idea de negocio	4
Marketing estratégico	7
Empatizar	8
Test	8
Entrevistas	11
Buyer persona	13
Customer journey	15
CANVAS	18
Funnel de ventas	19
Marketing Analítico	20
DAFO	20
CAME	21
Macroentorno	22
Microentorno	24
Marketing Operativo	26
Las 4 E's	26
Propuesta de valor	27
Own Media	29
Paid Media	31
Branding	32
Diseño Web	35

Sobre nosotros.

Somos tres estudiantes del módulo de Gestión de ventas y espacios comerciales y juntos hemos creado RENTOI S.L.

Es una empresa que ofrece la posibilidad de alquilar productos a través de nuestra página web y nuestra aplicación para móviles. Está dirigido tanto a empresas como particulares. El registro en nuestra aplicación y en nuestra página web es totalmente gratuito.

Lorena Castaño Baena

Diseñadora web apasionada por el arte y el diseño. He dedicado gran parte de mi vida al sector comercial especializandome en ventas. Tras el Modulo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales me reinventé y ahora me dedico al Marketing digital y diseño Web



Jaime Huertes Díaz-Mínguez

Decidí elegir esta rama debido a mí gusto por conocer gente nueva, pero gracias a este grado he descubierto que me apasiona el mundo del marketing y las ventas.



Alejandro Pedja Olías Freire

El cliente es la base de nuestro hacer, entender sus necesidades y valorar su tiempo, es mi prioridad.



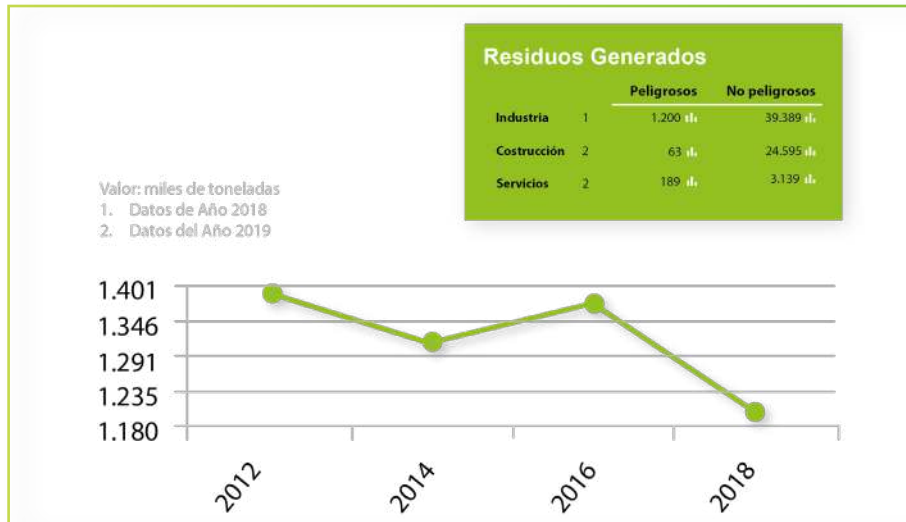
Idea de negocio.

RENTOI S.L es una empresa que ofrece la posibilidad de alquilar productos a través de nuestra página web y nuestra aplicación para móviles. Está dirigido tanto a empresas como particulares. El registro en nuestra aplicación y en nuestra página web es totalmente gratuito.

La finalidad es contribuir a una **economía circular** para poder disminuir la compra de productos y por consiguiente ayudar a reducir la producción de residuos que afectan negativamente al medioambiente



Siendo la industria la mayor productora de residuos peligrosos, aún habiendo disminuido desde 2012 con una cantidad de alrededor de 1 401 toneladas, generó, en 2018, aproximadamente 1 180. Si incluimos a los particulares para hablar sobre la producción de residuos, cabe decir que cada año se generan entre 7 000 y 10 000 millones de toneladas de dichos residuos de los cuales un alto porcentaje son tóxicos. Además el tratamiento de al menos el 33% de los desechos sólidos suponen un efecto negativo para el medioambiente.



P.ej.: Figura 1. Adaptación *Gráfico del Intituto Nacional de estadística

La mala gestión de los residuos por parte de las empresas y países genera contaminación del aire (aumento de la apertura del agujero la capa de ozono, del efecto invernadero, etc.), del agua (afectando a la temperatura, las propiedades y al nivel del mar) y de la tierra, entre muchos otros.

Para ello, facilitaremos el acceso a nuestros clientes a productos que otros usuarios no utilizan o lo hacen de forma ocasional, a cambio de una retribución monetaria íntegra para el oferente. Buscamos un mundo más sostenible y por ello queremos ser una empresa cuya responsabilidad social corporativa principal sea cuidar el medioambiente.



Nuestro objetivo principal

Fundamentalmente nuestra empresa se centrará en obtener beneficios a través de suscripciones premium para aquellos usuarios que ofrecen sus productos en la plataforma, ofreciéndoles diferentes ventajas como por ejemplo la posibilidad de destacar publicaciones. También obtendremos beneficio de anuncios publicitarios en nuestra página web, priorizando organizaciones, asociaciones o análogas con fines sociales o medioambientales, para apoyar nuestra línea de marketing estratégico.



Nuestro objetivo secundario

Creemos en un mundo mejor y nuestra imagen de marca quiere expresarlo. No solo nos centraremos en obtener beneficio económico con la aplicación si no que queremos que la sociedad se pueda beneficiar de ella y complementariamente mejorar la vida de las personas a través de diferentes proyectos sociales que ayuden al medioambiente.

Misión

La misión de RENTOI S.L es ofrecer la posibilidad de alquilar productos por medio de internet, a través de nuestra página web y nuestra aplicación para móviles.

Visión

RENTOI S.L busca que los usuarios alquilen en lugar de comprar, con el objetivo de generar menos residuos y ayudar al planeta.

Marketing estratégico.

La experiencia de usuario es el núcleo principal dentro del desarrollo de una página web y la creación del marketing digital de nuestro negocio.

Principalmente se centra en factores como la usabilidad, la utilidad, la accesibilidad o el diseño.

Gracias al estudio de los usuarios nos hemos centrado en analizar a través de datos cuales son sus necesidades y cómo debemos solventarlas, por ello es importante conocer su opinión, cómo piensan y qué necesitan.

Todo este recorrido nos llevó a la creación de un *buyer persona*, que nos permitió realizar un *journey maps* donde se muestra el recorrido más parecido al realizado en la realidad por los usuarios.

Lo primero que realizamos fue un test que posteriormente se completó con una entrevista a 4 personas con diferentes características.

Además del usuario también es importante realizar el análisis de la empresa, este se realizó con un **CANVAS** que nos permitió plasmar el panorama general del proyecto.

Tras conocer al usuario, su recorrido a través de la página web, además el panorama general de RENTOI S.L., buscamos diferentes alternativas para realizar el *funnel de ventas*, concluyendo en un documento cuáles serían las mejores opciones.



Empatizar

Test

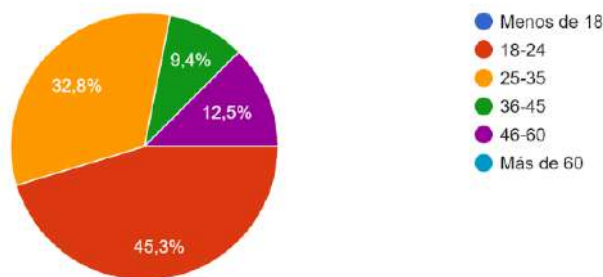
Este test ha sido realizado en el mes de noviembre de 2022. Participó en él una muestra de 64 personas de diversas edades y localizaciones. El objetivo principal es tantear el comportamiento de los distintos perfiles en la red, las necesidades de los usuarios y el grado de concienciación de los encuestados con el medio ambiente. Tras analizar los resultados, el equipo de Rentoi concluye lo siguiente:

Perfil del encuestado:

- ▷ Casi la mitad tiene una edad comprendida entre los 18 y 24 años.
- ▷ 1/3 entre 25 y 35 años.

¿Cuántos años tienes?

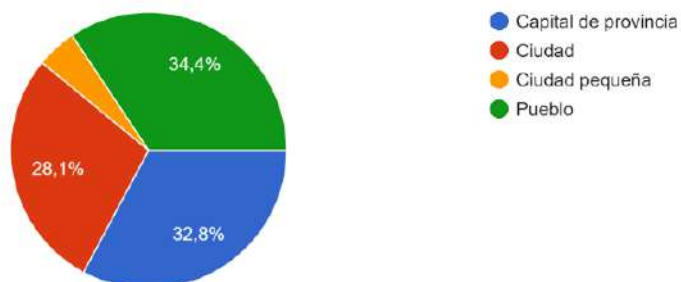
64 respuestas



- ▷ 1/3 vive en capital de provincia.
- ▷ 1/3 vive en ciudad.
- ▷ 1/3 vive en pueblo.

¿Dónde vives?

64 respuestas

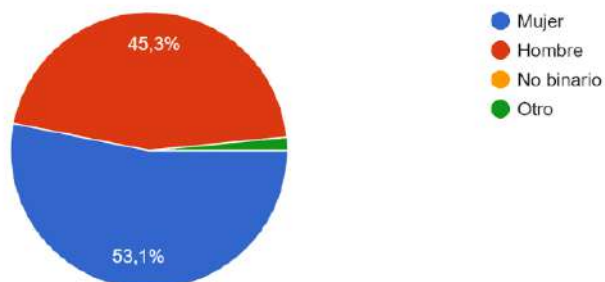


Género

- ▷ El sexo es prácticamente paritario.

¿Cuál es tu sexo?

64 respuestas

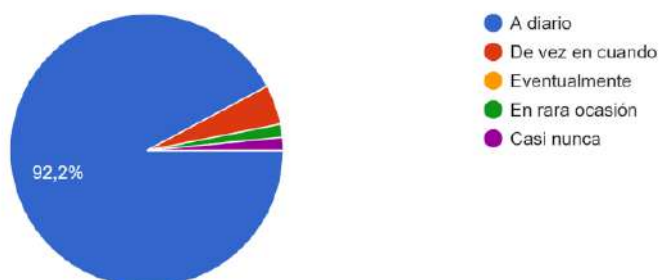


Frecuencia de uso de apps:

- ▷ El 92'2% las utiliza a diario.
- ▷ El 4'7 de vez en cuando.

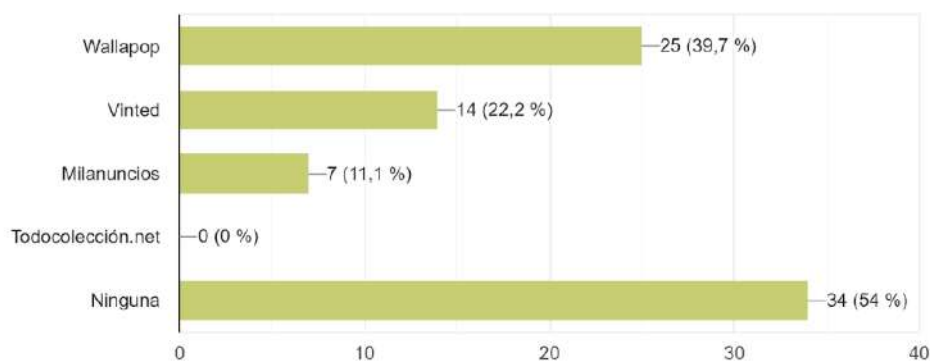
¿Con qué frecuencia utilizas aplicaciones?

64 respuestas



Mercado del sector:

- ▷ Más de la mitad de personas no usan ninguna de las apps más grandes del sector.
- ▷ De entre las opciones, Wallapop es la más usada. Puede servir de referencia principal.



Porcentaje de personas que han comprado por internet:

▷ Prácticamente la totalidad de personas.

¿Has comprado alguna vez por internet?

64 respuestas

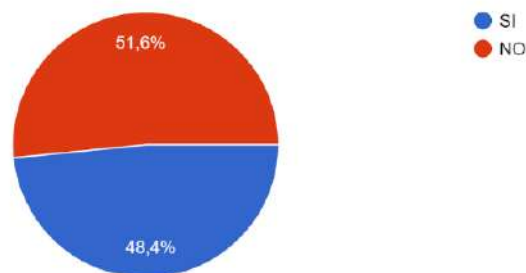


Porcentaje de personas que han alquilado por internet:

▷ La mitad de personas han alquilado por internet.

¿Has alquilado algo por internet?

64 respuestas

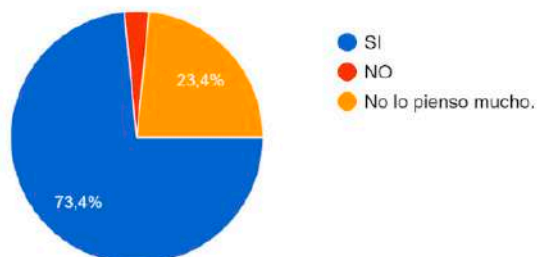


Concienciación con el medio ambiente:

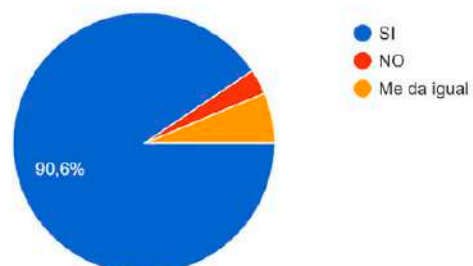
- ▷ El 90'6% considera la existencia de un consumo excesivo en nuestra sociedad.
- ▷ El 6'3% expresa su indiferencia
- ▷ Al 73'4% de personas le preocupa el medio ambiente.
- ▷ Casi 1/4 de las personas se pronuncia desinteresada.

¿Te preocupa el medio ambiente?

64 respuestas



¿Consideras que existe un exceso de consumo en la sociedad?



Entrevistas

Una vez realizados los test se procedió a la realización de varias entrevistas para conocer más en profundidad la opinión de nuestros futuros clientes potenciales.

En las entrevistas se realizaron las siguientes preguntas:

1. Indicaste en el test previo a esta entrevista, que sueles utilizar apps de compra online, ¿cuánto las sueles utilizar? ¿Qué ventajas te aportan?
2. ¿Alguna vez has necesitado algo para un uso ocasional y has tenido que comprarlo?. Si hubieras tenido la posibilidad de alquilarlo, ¿lo hubieras hecho?
3. Te pongo un ejemplo: has encontrado el trabajo de tus sueños, pero te has tenido que mudar a otra ciudad y no conoces absolutamente a nadie. Tienes que montar los muebles de tu casa, pero no tienes nada para hacerlo. ¿Qué harías?
4. ¿Tienes algo en casa que utilizas poco y te gustaría sacarle algo de rentabilidad? ¿Lo pondrías en alquiler?
5. ¿Qué funcionalidades esperarías de una plataforma que te permite alquilar productos?

Con dichas preguntas se busca encontrar cuáles son las funcionalidades que realmente son importantes los usuarios, además también se quiere conocer cuales son los motivos que les llevaría a la utilización de la aplicación.

Entrevistados

Se entrevistaron en total a 4 clientes potenciales. Fueron 3 mujeres y un hombre de distintas edades, diferentes personalidades y hobbies. Algunos ejemplos de frases clave son:

Entrevistada 1. Mujer 20 años.

“Sobre todo, cosas en plan: los vestidos de Nochevieja, cosas para bodas, ocasiones muy formales en las que necesitas cosas que solo vas a necesitar una vez.”

Entrevistada 2. Mujer 31 años.

“Lo que más me preocuparía al utilizar una aplicación como esta es que mis cosas no aparecieran más o que vuelvan defectuosas.”

Entrevistado 3. Hombre 58 años.

“Si necesito un sofá porque voy a estar en una casa 6 meses y luego no me lo voy a poder llevar y surge la opción de alquilarlo, que me lo traigan limpiito... ¡pues claro!”

Entrevistada 4. Mujer 23 años.

“También creo que algo que debería tener la aplicación es un sistema de puntuaciones, alguna manera de ver opiniones de otra gente para saber si puedes fiarte de la persona.”

Puntos clave

Tras analizar todas las entrevistas y encontrar varias frases claves que nos ayudaron a entender cuales eran realmente las preocupaciones y necesidades de los usuarios, se resumieron en varios puntos que deben tenerse en cuenta a la hora de diseñar el proyecto.

- 1 Molestia por tener que comprar objetos de un solo uso, para después dejarlos guardados en el armario.
- 2 Preocupación por perder aquello que se ha puesto en alquiler o que lo devuelvan defectuoso.
- 3 Facilidad a la hora de enviar el producto y a la hora de devolverlo.
- 4 Máximo y mínimo de tiempo de alquiler de un producto.
- 5 Sentimiento de desperdicio a la hora de comprar productos que utilizas una sola vez.
- 6 Garantía de que los productos alquilados están en buen estado.
- 7 Sistema de puntuación para generar más confianza tanto en el oferente como en el ofertante.



Buyer persona

Después de analizar a un grupo de usuarios, se ha procedido a crear tres buyer personas diferentes. Estas figuras ficticias representan a los clientes potenciales, de tal forma que nos ayuda a realizar una planificación de diferentes medidas de marketing.

A la hora de realizar los buyer persona se analizó tanto los resultados de los test como el comportamiento, características y pensamientos de los entrevistados.

Con los buyer persona creamos diferentes perfiles de audiencia que nos ayudan a crear perfiles mucho más exactos y definidos de los clientes potenciales. Esto nos ayudará a crear diferentes estrategias importantes dentro del Marketing que se llevará a cabo en RENTOI.

Tras conocer las particularidades de nuestro público objetivo lo primero que se realizará será un Journey maps de cada uno de los buyer, que nos ayudará tanto a la creación de un funnel de ventas como al diseño Ux de nuestra aplicación Web.

1. Buyer persona



Aurora Luna

“Me encanta el deporte, pero me aburre enseguida de utilizar siempre las mismas máquinas.”

Edad: 29 años
Educación: FP superior
Vecindario: Ciudad
Familia: Un loro
Ocupación: Trabajadora

Metas

- *Entrenar de manera diferente.*
- *Poder poner en alquiler aquel material que utiliza menos a menudo.*

Frustraciones

- *Se aburre de hacer siempre lo mismo.*
- *No quiere tener un gimnasio enorme en casa.*

Aurora es una trabajadora a la cual le encanta el deporte y le dedica gran parte de su tiempo.

Es una persona muy inquieta que necesita variar lo que hace para no aburrirse, por ello cada cierto tiempo cambia de material de entrenamiento.

Ha visto que en RENTOI puede poner aquellas pesas que ya no usa, y al mismo tiempo puede alquilar durante cierto tiempo material diferente.

2. Buyer persona



Teresa Castillo

“Me encantaría llevar un vestido de perlas en Nochevieja, pero todos son muy caros y después no lo voy a volver a usar.”

Edad: 23 años
Educación: Carrera
Vecindario: Ciudad
Familia: Padres y hermano
Ocupación: Estudiante

Metas

- Poder tener un vestido bonito para nochevieja.
- Ir a la moda.

Frustraciones

- Económicamente no puede permitirse muchos gastos.
- No quiere guardar un vestido en el armario y no volverlo utilizar.

Teresa es una joven estudiante que le encanta la moda, siempre trata de vestir bien y tener ropa de marca.

Económicamente no se lo puede permitir, y eso le frustra muchísimo, quiere poder ir a la moda y llevar ropa que le guste, pero no tener que gastarse un dineral.

En RENTOI ya ha visto varios modelitos que le gustan, nunca se ha animado a alquilar, pero ve la Nochevieja como la ocasión ideal para probar la aplicación.

3. Buyer persona



Rubén Hernandez

“Tengo un montón de muebles de exposición que los cambio por temporadas, podría sacarle beneficio.”

Edad: 45 años
Educación: Secundaria
Vecindario: Pueblo
Familia: Mujer y dos hijos
Ocupación: Autónomo

Metas

- Conseguir abarcar un nuevo nicho de mercado en su negocio.
- Poder aprovechar muebles en desuso.
- Ganar más dinero.

Frustraciones

- Problemas con el transporte.
- Si lo alquilan poco tiempo no le sale rentable.

Rubén es autónomo, tiene una tienda de muebles, y cada ciertos meses cambia los muebles de exposición. Normalmente los trata de vender más barato, pero en muchas ocasiones se acaban quedando en el almacén.

Ha visto que puede ponerlos en alquiler en RENTOI y realmente la idea de alquilarlos y no tenerlos ocupando espacio le resulta interesante.

Customer Journey

Aurora Luna



Acción	Lista de tareas	Sentimientos	Oportunidades de crecimiento
Buscar material deportivo por Internet	Busca material deportivo por Internet para poder hacer ejercicio en su casa	Curiosidad Desconocimiento	Ofrecer variedad de material deportivo para alquilar
Ve un anuncio en Facebook	Le aparece un anuncio en Facebook y decide entrar para ver qué puede conseguir en RENTOI	Interés Esperanza	Mostrar todos los tipos de material que se ofrecen
Descarga la app	Descarga la app para ver qué material puede adquirir	Desconfianza Incertidumbre Desconocimiento	Poner un seguro de protección y comentarios de otros usuarios
Ve que puede alquilar maquinaria	Le surge dudas sobre cómo utilizar una máquina en concreto y quiere informarse. Busca en internet más información.	Dudas Interés	Dar la opción de chatear con las personas que ponen en alquiler la material
Pone en alquiler y alquila	Alquila material nueva para realizar otro tipo de ejercicios y además pone en alquiler su propio material	Alegría Confianza	Mejorar su experiencia de usuario ofreciéndole tarifas premium que pueden facilitar el alquiler de sus productos



Teresa Castillo

Acción	Lista de tareas	Sentimientos	Oportunidades de crecimiento
Quiere comprar un vestido de Nochevieja	Busca tiendas de ropa online que puedan ayudarla a encontrar un vestido adecuado con un precio bajo.	Desesperación Tristeza	Realizar campaña de marketing, mostrando la ventaja de alquilar uno para noche vieja.
Anuncio en Instagram	Le aparece un anuncio en Instagram y decide descargarse la aplicación para echar un vistazo	Curiosidad Interés	Visibilidad simple de artículos, descripciones y comentarios.
Descargar la App	Buscar un vestido adecuado para Nochevieja	Confianza Incertidumbre	Poner un buscador que facilite la búsqueda.
Compara distintos precios	Mira distintas alternativas de vestidos y tiendas	Indecisión	Hacer descuento por el primer alquiler mailing
Realiza el alquiler	Alquila el vestido que más le gusta dentro de lo económico	Alegría Confianza Comprensión	Mejorar la experiencia de usuario y agradecer el alquiler además añadir mensaje motivacional en referencia al medioambiente.



Rubén Hernández

Acción	Lista de tareas	Sentimientos	Oportunidades de crecimiento
Exceso de moviliario	Tiene en su almacén un montón de muebles de exposición y no sabe qué hacer con ellos.	Molestia	Anunciarnos en diferentes plataformas.
Conocimiento de Rentoi	Su hija ha visto un anuncio en redes sociales y le explica a su padre la opción de poner los muebles en alquiler.	Desconfianza Oportunidad	Enseñar en la aplicación los productos que alquilan otras personas, publicar más información en internet.
Descargar la App	Para conocer más sobre el producto descarga la app.	Apabullamiento Desconfianza	Mostrar que son usuarios reales. Permitir visualizar perfiles de otras personas y poder ver los comentarios.
Buscar información en internet	Para asegurarse de su veracidad busca en internet más información.	Desconocimiento Interés	Crear una landing page externa con información sobre Rentoi.
Subir el producto	Primero subió un producto de poco valor, para ver cómo funciona.	Animado Inseguro Interés	Facilitar la subida del producto y mostrar la protección que aporta la App a la persona que alquila.

Canvas

Con este esquema creado a través de Canvas queremos representar de forma clara y sencilla las distintas secciones que componen nuestra empresa. Es de utilidad para analizar y estructurar los factores principales que influyen en nuestro reto empresarial.



Funnel de ventas

TOFU

Los primeros pasos que vamos a realizar con la intención de captar a nuestros potenciales clientes, será transmitir nuestro mensaje a través de diferentes plataformas y medios.

Las diferentes campañas de marketing las realizaremos a través de:

- Redes sociales
- Landing Page
- Canal de Youtube
- Blogs de medio ambiente
- Reportajes
- Google Ads



MOFU

Una vez hemos atraído a nuestros clientes hacia nuestra plataforma, nos centraremos en continuar el proceso de conversión, enfocandonos en facilitar el uso de la aplicación de dos formas diferentes:

- **Alquiler del producto:** acceso a la app > visualización de productos> información del producto, seguro de protección y comentarios> alquilar > elección de días y ver disponibilidad > si no está disponible para la fecha mostrar productos similares> alquiler del producto.
- **Poner en alquiler un producto:** acceso a la app > facilidad para subir el producto > explicación del seguro sobre el producto > mensaje de agradecimiento

BOFU

Llevaremos al final del embudo a nuestros clientes de dos formas:

- **Click en anuncios:** visualización de productos > anuncios en formato de producto > clicks de los usuarios.
- **Premium:** una vez finalizada tanto la tarea de alquiler de producto como poner en alquiler un producto, aparecerá un mensaje que invitará a nuestros usuarios a ser premium.

Marketing analítico.

Para realizar un análisis de los factores que influyen dentro de la actividad empresarial de RENTOI S.L. estudiaremos las amenazas que afectan a la empresa, las oportunidades que tiene que aprovechar, las fortalezas que tiene que potenciar y las debilidades que hay que corregir mediante el análisis DAFO

Análisis DAFO

Debilidades

1. Nuestra empresa empieza desde cero y necesita hacerse hueco en el mercado.
2. No hay personal que lleve a cabo las distintas tareas ni una empresa integrada que realice el transporte de la mercancía.

Amenazas

1. A la gente le resulta más cómodo comprar un producto que alquilarlo y tener que hacer todo el proceso de devolución.
2. Aplicaciones de compra y alquiler reconocidas que ya tienen un público.
3. Estafas por internet.
4. Existencia de un porcentaje de la población que no utiliza el e-commerce.

Fortalezas

1. Analisis de experiencia del usuario.
2. Branding ya creado.
3. Diseño Web.
4. Conocimiento en marketing.
5. Conocimiento en ventas.
6. Facilitamos la recogida de los productos en determinados puntos y ofrecemos la posibilidad de realizar envíos a domicilio.

Oportunidades

1. Crecimiento del uso de internet.
2. Público con experiencia en el uso de apps de compra venta.
3. Aumento del precio de los productos en el mercado.
4. Concienciación de la sociedad sobre los problemas medioambientales derivados del consumismo

Análisis CAME

Una vez realizado el análisis dafo, utilizaremos el análisis CAME para poder corregir nuestras debilidades, afrontar las amenazas del entorno, mantener las fortalezas y explorar aquellas oportunidades que puedan beneficiarnos

Corregir (debilidades)

1. Estrategias de marketing y establecer objetivos a corto y largo plazo.
2. Conseguir inbound mediante estrategias de marketing y outbound mediante publicidad.
3. Definir cuales son los objetivos, calcular la viabilidad económica y realizar los trámites.

Afrontar (amenazas)

1. Dar facilidades a los clientes para utilizar la plataforma
2. Buscar el posicionamiento de mercado ofreciendo servicios que otras aplicaciones no ofrecen. Diferenciarnos de la competencia.
3. Buscar una forma de garantizar un pago seguro y establecer un mínimo de calidad en los productos que se alquilan
4. Adaptar la plataforma o aplicación a personas que no sabe utilizarlo, haciendo que su uso sea fácil y accesible.

Mantener (fortalezas)

1. Formación continua en marketing
2. Brindar una mejor atención y buscar formas de alcanzar una mayor satisfacción.
3. Encontrar un público más amplio y mantener nuestros usuarios con técnicas CRM.

Explorar (oportunidades)

1. Analizar qué población usa más internet y ver cómo dirigirse a cada sección de nuestro público objetivo.
2. Crear una landing page con información sobre RENTOI.
3. Crear campañas publicitarias que muestren las ventajas que ofrece RENTOI por encima de la compra de productos y de la competencia.
4. Aprovechar los sistemas ya establecidos por otras compañías de reparto de productos.

Macroentorno

El macroentorno es la sección del ambiente externo más lejana a la empresa. Lo componen todos los elementos que afectan a la empresa pero que ésta no puede controlar. A continuación veremos algunos de los factores del macroentorno más influyentes:

Economía y política:

- ▷ A las imprevisibles consecuencias de la pandemia, hay que sumarle la inestabilidad político-económica que supone la guerra ruso-ucraniana con el encarecimiento de la energía y el gran aumento de la inflación. Todo esto supone un periodo de inestabilidad e incertidumbre, donde sabemos que si bien estos periodos suelen ser duros, se ocultan las grandes oportunidades.
- ▷ Si todo transcurre con normalidad, en noviembre de 2023, se realizarán las próximas elecciones generales en España, debiendo estar atento a una posible reforma legal en el ámbito de la constitución de empresas o fiscal.
- ▷ Según el informe de 2022 del Observatorio de la Publicidad en España, el medio digital es el medio que más inversión recibe. La inversión publicitaria en medios digitales ascendió en 2021 a 4 069.4 millones de euros, esto supone un crecimiento del 34.4% con respecto a 2020 y un 29.2% en relación a 2019.

Medioambiente:

- ▷ Según bancomundial.org, entre el 60% y el 70% de los ecosistemas del mundo se están degradando a un nivel más rápido del que pueden regenerarse, comprometiendo así la biodiversidad que en ellos habita. El principal riesgo medioambiental mundial para la salud es la contaminación atmosférica, visible a simple vista en las grandes ciudades el esmog (o niebla contaminante) fotoquímico y el gris o industrial. La naturaleza está amenazada y 1 millón de especies animales y vegetales, de un total estimado de 8 millones, se encuentran en peligro de extinción, muchas de ellas en un plazo de 10 años, según el último informe de la Plataforma Intergubernamental Científico-Normativa sobre Diversidad Biológica y Servicios de los Ecosistemas.
- ▷ ACNUR (Alto Comisionado de la ONU para los Refugiados) por su parte, indica que los principales problemas medioambientales mundiales son el calentamiento global, el cambio climático, la deforestación y la sobreexplotación de recursos.

Sociedad, cultura y tecnología:

- ▷ El acelerado asentamiento del mundo digital forzado por la pandemia de 2020, supone un crecimiento de la cuota de población que utiliza de forma asidua las aplicaciones móviles, tendencia que ya se venía dando de forma natural en la sociedad, aumentando así nuestro target.
- ▷ Apps: según Itop, una consultora tecnológica española, se espera que en 2022 la cifra de aplicaciones descargadas en el mundo ascienda a 258.200 millones. También nos señala que un smartphone tiene de media 80 aplicaciones instaladas y que dedicamos 7 veces más tiempo a las aplicaciones que a los navegadores móviles.
- ▷ Uso de internet: el INE (Instituto Nacional de Estadística), nos indica que en 2021, en España, el 93,9% de la población de 16 a 74 años ha utilizado Internet, 0.7 puntos más que en 2020. Esto supone un total de 33,1 millones de usuarios. Los usuarios de Internet se han elevado en los últimos años. Globalmente, Statista afirma que existen 4900.1 millones de usuarios en internet (más de la mitad de la población mundial), un total de 13 100 millones de dispositivos conectados y 4590 millones de usuarios de redes sociales.
- ▷ Comercio electrónico: como ya hemos mencionado, la pandemia aceleró el proceso de arraigo del mundo digital en nuestra sociedad en concreto y en el mundo en general, Statista revela que el 90% de la población mundial afirmó haber realizado compras a través de internet en 2020. La cifra bruta de dinero que proporcionaron las ventas digitales aumentó en 2021, evidenciando la consolidación de la compra online en la vida de las personas

Legalidad:

- ▷ A la hora de desarrollar nuestro proyecto, es conveniente mencionar algunas leyes que nos son de interés, tanto para su aprendizaje y dominio como para la vigilancia de posibles derogaciones y o modificaciones:
 - **Protección de datos:** LO 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantías de los derechos digitales (<https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673&p=20210527&tn=1>).
 - **Constitución de empresas:** Ley 18/22, de 28 de septiembre, de creación y crecimiento de empresas (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-15818>).
 - **Empresas de internet:** Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>).
 - **Materia fiscal:** Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2014-12328>).
 - **Comercio:** Real Decreto de 22 de agosto de 1885 por el que se publica el Código de Comercio (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1885-6627>).
 - **Estatuto Básico de los Trabajadores:** Real Decreto Legislativo 5/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto Básico del Empleado Público (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11719>).

Microentorno

El microentorno es la sección del ambiente externo más próxima a la empresa. Lo componen todos los elementos en relación continua con la empresa, influenciando tanto en las operaciones diarias como en los resultados. Algunos de los componentes más influyentes son los clientes, la competencia y los proveedores.

Para realizar el análisis del microentorno, tendremos como base las 5 fuerzas de Porter:

Poder de negociación de los clientes:

El poder de negociación no es muy alto debido a que al ser la publicidad nuestra fuente mayoritaria ingresos, todas las tarifas de pago ya sea de google o análogas están ya muy definidas.

Amenaza de ingreso de nuevos competidores:

La amenaza de ingreso de nuevos competidores en el mercado es muy alta puesto que las barreras de entrada son bajas (lo que genera que al crecer una empresa, se convierta esta en referente de réplica) y las ideas de negocio actuales están muchas veces enfocadas al desarrollo de plataformas intermediarias online.

Poder de negociación de los proveedores:

RENTOI no se verá beneficiado de las transacciones entre arrendador y arrendatario. Los únicos proveedores que actúan de manera directa con la empresa serían los prestadores de servicios de red, web, técnicos y todos los demás relacionados con las TIC (en el caso de no estar incorporados en la propia RENTOI), para garantizar el buen funcionamiento de nuestras plataformas disponibles.

Amenaza de productos o servicios sustitutos:

La amenaza de productos sustitutos, enfocando esta como la posibilidad de sustituir la opción de alquilar productos, ya que es el servicio que proporciona RENTOI, es alta. Esto se debe a que el concepto de alquiler online para productos del día a día no está aceptado y extendido en la sociedad actual, existiendo otras alternativas que sí lo están, como la compra de productos de segunda mano.

mano: Wallapop, Milanuncios, Ebay...etc.

Competidores:

El competidor principal de RENTOI sería Myur.com, puesto que la idea de negocio es muy similar. Secundariamente, podemos encontrar diversas empresas como Grover, Worten o Alquila Fácil Eventos. Estas empresas se dedican a alquilar productos, pero están especializadas en ámbitos como tecnología o eventos. En un tercer plano, podemos encontrar empresas dedicadas al comercio C2C, de productos de segunda

Medioambiente:

El medioambiente español va ligado forzosamente al del resto del planeta Tierra. Por consecuencia, sus problemas no son distintos a los nuestros, formando parte todos del mismo ecosistema. Sin embargo, podemos dilucidar algunos problemas endógenos de España. Según Retema (Revista Técnica de Medio Ambiente), es el país de la Unión Europea que más residuos deposita en los vertederos. El INE indica que, en 2017, en España el 53,9% de los residuos fueron a parar a un vertedero.

La calidad del aire es uno de los problemas más graves y que más preocupan en la sociedad. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha concluido que España no veló por la calidad del aire de Madrid y Barcelona entre 2010 y 2018, considerando que “no adoptó oportunamente las medidas adecuadas” y que los planes que sí se pusieron en marcha, no fueron suficientes. Aguaden indica también que la calidad y la irregularidad geográfica del agua, la desertificación del terreno y la producción de residuos urbanos e industriales son los principales problemas con los que España debe lidiar.



Marketing operativo.

El marketing operativo es una sección del marketing cuyo objetivo consiste en desarrollar acciones a corto plazo con el fin de alcanzar las metas que posteriormente van a contribuir a conseguir los objetivos del marketing estratégico, logrando así el éxito empresarial.

Definirlo es importante pues es la guía directa sobre la que la empresa avanza sobre sus acciones temporalmente más próximas.

Las 4 E's

Las 4 p's del marketing son bien conocidas debido a que representan los cuatro pilares básicos de todas las estrategias de marketing profesional. Estas son producto, precio, plaza y promoción.

En RENTOI nos hemos adaptado al cambio en el marketing y hemos desarrollado para nuestro negocio las 4 e's del marketing.

▷ **Experiencia.**

El cliente a través de la aplicación podrá alquilar productos de uso temporal o bien podrá poner en alquiler productos que ya no necesite. De esta manera además de ahorrar dinero también pondrá ganarlo.

▷ **Intercambio.**

Nosotros ofrecemos al cliente una plataforma de intercambio de productos, estos podrán suscribirse a la opción premium que les permitirá aparecer los primeros en los puestos de alquiler además de envíos y recogidas limitadas gratuitas. Además RENTOI también obtendrá ganancia obtenida de anuncios.

▷ **Omnipresencia.**

La principal forma de alcanzar al público objetivo será a través de SEO y SEM. También se llegará al cliente a través de redes sociales, eventos ecológicos, y videos sobre reciclaje en youtube.

▷ **Evangelismo**

Para conseguir que nuestros clientes hablen de nuestro producto crearemos un sentimiento de pertenencia a la marca y fomentaremos el sentimiento de bienestar, realizando labores sociales que ayuden a fomentar el reciclaje y la ayuda al medio ambiente.

Propuesta de Valor

La propuesta de valor compone las características que un cliente espera recibir por parte de la empresa al momento de interactuar. Se trata en definitiva, de lo que tu empresa es capaz de aportar al cliente, siendo el motivo por el que éste quisiera establecer una relación comercial contigo, formando tu ventaja competitiva respecto a las demás opciones del mercado. Se suele presentar en un gráfico, pero hemos decidido desarrollarlo en los epígrafes siguientes:

Perfil del producto

Productos o servicios

Suscripciones

Nuestros usuarios tendrán la opción de suscribirse en nuestra App de cualquiera de las siguientes opciones.

<p>0€ Al año</p> <ul style="list-style-type: none">▷ Acceso a la plataforma▷ Anuncios▷ Subida de productos limitada	<p>40€ Al año</p> <ul style="list-style-type: none">▷ Acceso a la plataforma▷ Sin Anuncios▷ Posicionamiento de tus productos▷ Subida de productos ilimitada▷ Enviar y recibir 10 productos al mes gratis	<p>20€ Al año</p> <ul style="list-style-type: none">▷ Acceso a la plataforma▷ Sin anuncios▷ Posicionamiento de tus productos▷ Subida de productos ilimitada
--	---	---

Publicidad

Además otra forma de obtener beneficios será a través de añadir publicidad dentro de la aplicación, priorizando la que encaje con los valores transmitidos por la responsabilidad social de RENTOI, como la de asociaciones medioambientales, ONG, etc.

Beneficios del producto

- ▷ Ahorro de dinero del arrendatario
- ▷ Ayuda al medioambiente
- ▷ Obtención de ingresos extras del arrendador
- ▷ Fomentar un consumo respetuoso
- ▷ Contribuir a la economía circular



Tratamiento terapeutico

- ▷ Ayuda a las personas a tener un sentimiento de estar realizando un buen acto social.
- ▷ Impulsa el sentimiento de ahorro y de buena gestión financiera,

Perfil del cliente

Beneficios

- ▷ Ahorro económico
- ▷ Ingresos extra
- ▷ Contribuir al consumo responsable participando en la economía circular y con ello a la mejora del medioambiente

Trabajos del cliente

- ▷ Darse de alta en la plataforma
- ▷ Publicar un anuncio
- ▷ Ponerse en contacto con el arrendador
- ▷ Recoger, en su caso, el producto en el lugar oportuno

Frustraciones

- ▷ Brecha digital
- ▷ Malas experiencias con otros usuarios
- ▷ Punto de recogida no satisfactorio

Own media

Youtube

Contenido

Nos centraremos en tratar diferentes problemas relacionados con el medio ambiente:

- ▷ **Charlas** sobre medio ambiente.
- ▷ **Reportajes** que invitan a conocer como está la situación actual respecto al medio ambiente.
- ▷ **Educación** sobre cómo realizar correctamente el reciclaje.
- ▷ **Manualidades** de reciclaje.

Publicaciones:

- ▷ 1 video / semana

Interacciones

- ▷ Interacciones con comentarios

Instagram

Contenido

Principalmente el contenido se centrará en cuatro ejes:

- ▷ **Alquiler de productos:** mostrar las ventajas de alquilar productos en lugar de comprarlos.
- ▷ **Medio ambiente:** Desarrollar campañas en torno a los beneficios que tiene el medio ambiente si se reduce la compra de productos nuevos.
- ▷ **Reciclaje:** Crear contenido sobre cómo realizar diferentes manualidades para poder reciclar productos que tenemos en casa.
- ▷ **Eventos:** invitar a los usuarios a los diferentes eventos que organiza RENTOI.

Publicaciones:

- ▷ 2 post / semana
 - Foto o video
- ▷ 2 reels/ semana
 - Video máximo 60 seg
- ▷ 3 historias /día
 - Foto o video

Interacciones

- ▷ Interacciones con comentarios
- ▷ Interacciones con historias de los seguidores



Facebook

Contenido

En facebook se seguirán dos corrientes distintas:

- ▷ **Mostrar el beneficio de alquilar** y cómo ayudamos al medio ambiente.
- ▷ **Videos de manualidades** que te enseñan como tú mismo puedes reutilizar productos que tienes en tu casa.

Publicaciones:

- ▷ 1 video / semana
- ▷ 2 post/ semana
 - Foto o video corto
- ▷ 3 historias /día (igual que instagram)
 - Foto o video



Interacciones

- ▷ Interacciones con comentarios

LinkedIn

Contenido

El contenido en linkedin se centrará en:

- ▷ **Mostrar la imagen de la empresa:** enseñar a través de la red social a que se dedica la empresa.
- ▷ **Educar:** mostrar pequeños documentales e información sobre la situación actual del consumo y cómo afecta el medioambiente
- ▷ **Eventos:** invitar a los usuarios a los diferentes eventos organizados por RENTOI.

Publicaciones:

- ▷ 1 evento / trimestral
- ▷ 1 post/ Diario
 - Foto, documento o encuestat

Interacciones

- ▷ Interacciones con comentarios
- ▷ Interacciones con empresas



Paid media

Google ADS

Público objetivo:

- ▷ Variables **socio-demográficas:**
 - Edad: 23-50 años
 - Sexo : todos
 - Nivel social: Clase media
- ▷ Variables **psicográficas:**
 - Personalidad: Personas ahorrativas y ecológicas.
 - Estilo de vida: activo.
- ▷ Variables **geográficas:**
 - Ubicación geográfica: España
 - Idioma: Español
- ▷ Variables de **conducta:**
 - Beneficio buscado: conseguir ahorrar dinero y ayudar al medioambiente.
 - Información sobre el producto: ninguna, el cliente desconoce la existencia de la herramienta.

Canales

- ▷ Display
- ▷ Youtube
- ▷ Red de búsqueda

Objetivos

- ▷ Dar visibilidad a Rentoi
- ▷ Que los usuarios alquilen y pongan en alquiler productos a través de la APP.

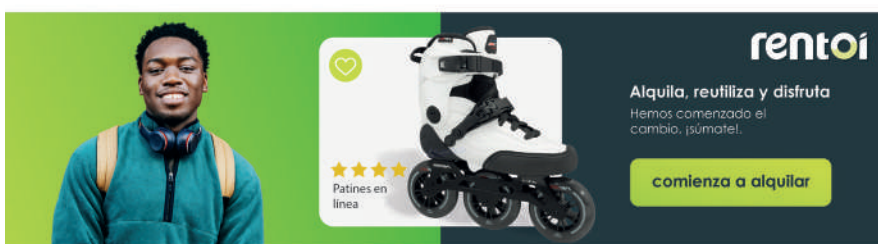
Anuncios



rentoi

★★★★★
Patines en línea

Alquila, reutiliza y disfruta
Hemos comenzado el cambio, ¡sumate!.



rentoi

Alquila, reutiliza y disfruta
Hemos comenzado el cambio, ¡sumate!.

comienza a alquilar

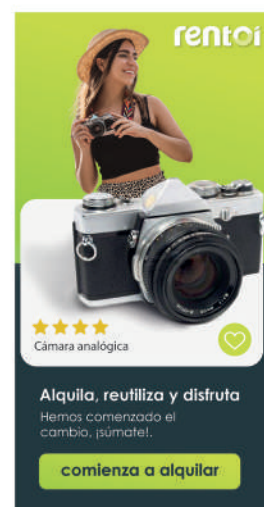


rentoi

★★★★★
Cámara analógica

Alquila, reutiliza y disfruta
Hemos comenzado el cambio, ¡sumate!.

comienza a alquilar



rentoi

★★★★★
Cámara analógica

Alquila, reutiliza y disfruta
Hemos comenzado el cambio, ¡sumate!.

comienza a alquilar

Branding.

Logo principal.

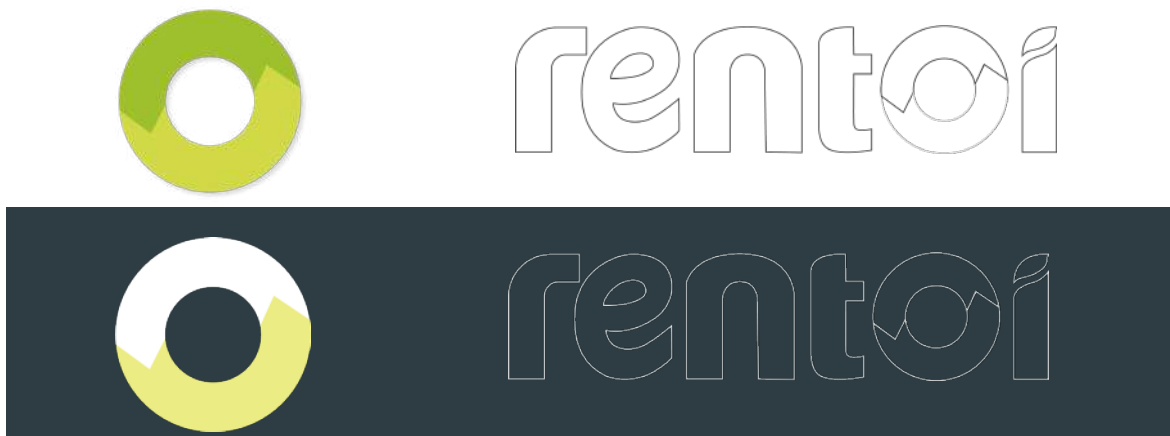


Variedades del logo

Se permite la utilización del logo en otras alternativas que vienen marcadas por los colores de la marca. Además se crea una variante distinta para las impresiones en blanco y negro.



Además del logo principal se crea un logo más alternativo y un icono que represente a la marca.



Paleta de colores

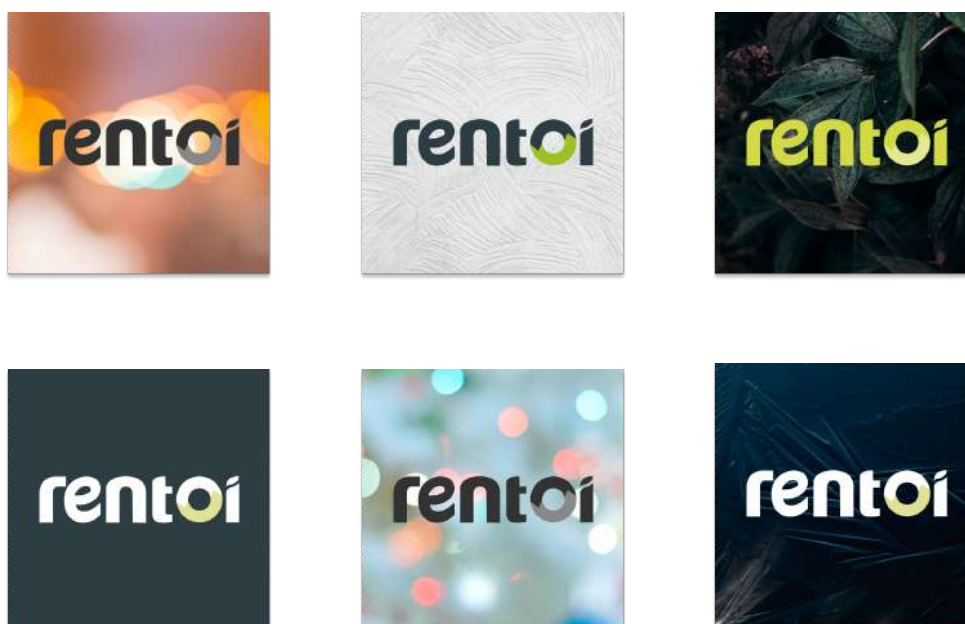
El diseño de este logo ha sido creado para una plataforma que une a arrendadores y a arrendatarios, ya sean particulares o empresas. La marca está muy vinculada con el medio ambiente y pretende fomentar el alquiler de productos para intentar disminuir las tasas actuales de generación de residuos.

Los colores elegidos para representar a la marca están vinculados con la naturaleza, los cuales son unos tonos verdes y un gris piedra, también se utiliza en numerosas ocasiones el color negro para resaltar algunos puntos importantes.



Uso correcto del logo

Se debe de tener en cuenta la correcta utilización del logo dependiendo del fondo del mismo, de tal forma que sea totalmente legible. En este apartado se presentan una serie de ejemplos que representan diferentes fondos y como se debe de superponer.



Tipografía

Arial/regular

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 @ # &

Arial/italic

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 @ # &

Arial/bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 @ # &

Arial/bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 @ # &

Arial/black

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ...
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 @ # &

Medida del logo



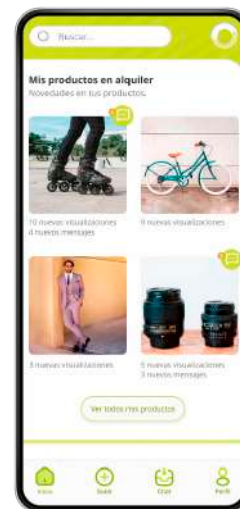
Diseño web.



1. Controla desde la página principal tus productos puestos en alquiler.



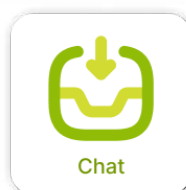
2. Visualiza los productos que están disponibles para su alquiler de una forma rápida.



Al comenzar a navegar en la App, lo primero que ves es un breve resumen de tus productos y a continuación los productos para alquilar.



En este apartado de la barra de navegación, puedes subir los productos que desees alquilar.



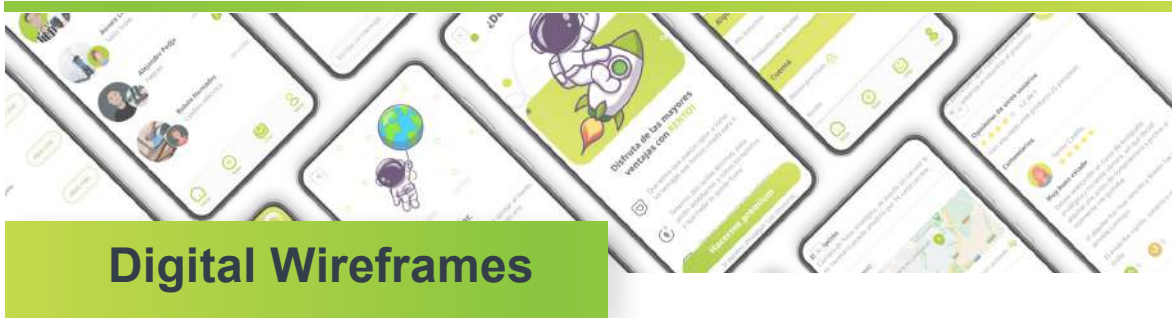
Aquí podrás ponerte en contacto con otros usuarios.



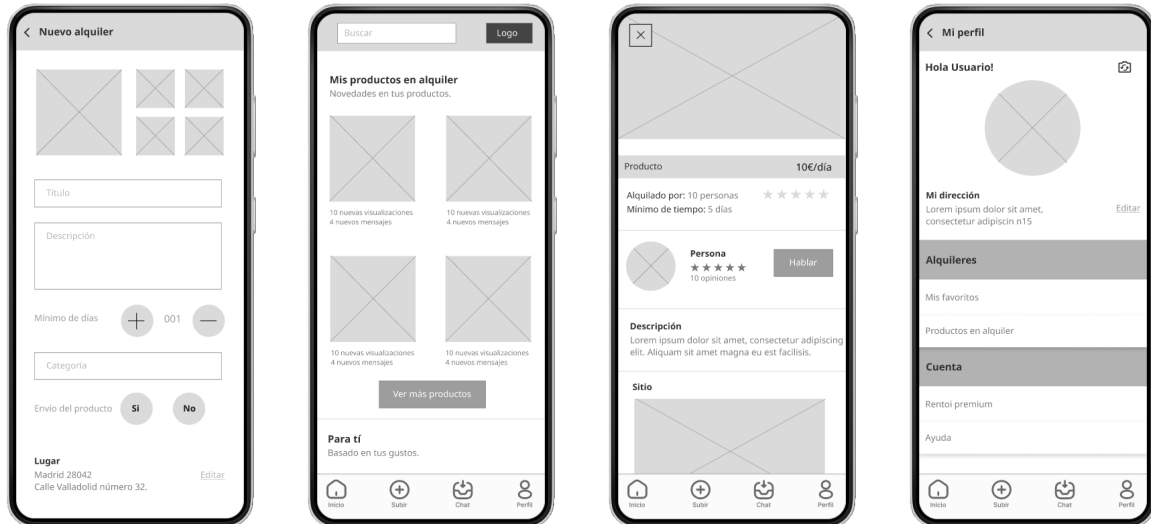
En tu perfil podrás modificar tus datos personales y además, podras ver tus productos favoritos o bien contratar Premium.

Rentoi. Alquila, reutiliza y disfruta.

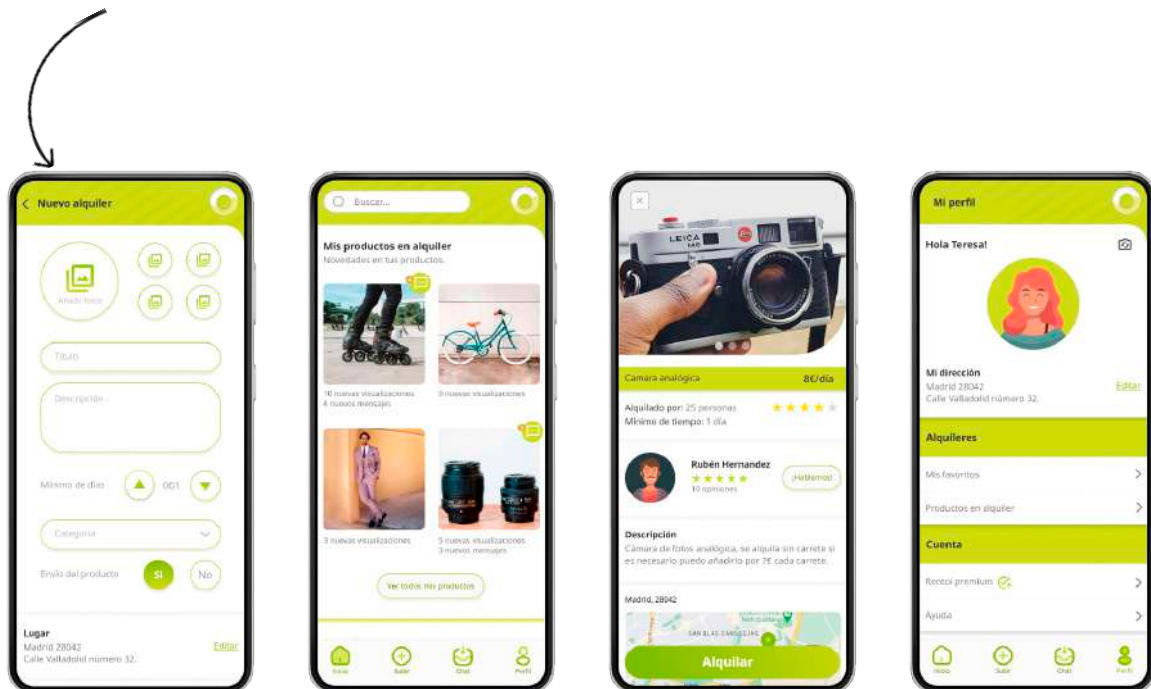
Creadores: Lorena Castaño Baena, Jaime Huertes Diaz-Minguez y Alejandro Pedja Ollas Freire.



Digital Wireframes



El diseño de la página web se realizó aplicando las preferencias y necesidades de los usuarios creando un Journey maps de los Buyer persona.



Aplicación de la marca



¿Te animas a probar la App?

Haz click en el botón y podrás empezar a usarla

[Prueba la aplicación](#)



* <https://bit.ly/Rentoi>

Bibliografía

Idea de negocio

- ▷ https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735570567
- ▷ <https://es.statista.com/grafico/27140/desechos-solidos-municipales-generados-per-capita-al-ano/>
- ▷ https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/paises-mundo-que-acumulan-mas-residuos-peligrosos_18100/amp
- ▷ <https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion>.

Marketing Estratégico

- ▷ <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/ux>
- ▷ <https://www.holded.com/es/blog/en-que-consiste-el-modelo-canvas-a-la-hora-de-planificar-tu-negocio>
- ▷ <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/analisis-web/buyer-personas-como-y-por-que-definirlas/>

Marketing analítico

- ▷ <https://www.rtve.es/noticias/20200222/desbordados-basura/2003029.shtml>
- ▷ <https://es.statista.com/temas/9795/el-uso-de-internet-en-el-mundo/#topicOverview>
- ▷ <https://www.itop.es/blog/item/estadisticas-sobre-uso-de-apps-en-canarias.html#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20usuarios%20espa%C3%B1oles,5%20horas%20a%20la%20semana.>
- ▷ <https://www.retema.es/actualidad/espana-es-pais-union-europea-mas-residuos-deposita-vertederos>
- ▷ https://eacnur.org/blog/principales-problemas-medioambientales-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/
- ▷ <https://www.aguaeden.es/blog/problemas-medioambientales>
- ▷ <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/medio-ambiente/2022/12/22/63a41be6fdddff88a78b45ad.html>
- ▷ Estudio del Observatorio de la Publicidad en España 2022

Marketing Operativo

- ▷ <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-operativo-ejemplos#:~:text=El%20marketing%20operativo%20es%20una,para%20atraer%20a%20los%20clientes.>
- ▷ <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-propuesta-de-valor>
- ▷ [https://www.iebschool.com/blog/4-es-del-marketing-digital/#:~:text=En%20resumen%3A,\) %20ahora%20es%20intercambio%20\(Exchange\)](https://www.iebschool.com/blog/4-es-del-marketing-digital/#:~:text=En%20resumen%3A,) %20ahora%20es%20intercambio%20(Exchange))
- ▷ <https://edit.org/es/blog/canvas-lienzo-propuesta-valor-editables-online>