

Apple

PLAN DE MARKETING

Maria Fernanda Neves
Las Palmas de Gran Canaria a 30 de mayo 2024

Índice

Historia.....	3
Investigación de mercado.....	4
Macroentorno.....	4
Análisis demográfico.....	4
Análisis económico.....	9
Análisis Tecnológico.....	13
Análisis sociocultural.....	17
Político-Legal.....	20
Política medioambiental.....	26
Microentorno.....	30
Proveedores.....	30
Competidores.....	32
Mapa de posicionamiento.....	35
Intermediarios.....	36
Instituciones.....	42
Análisis DAFO.....	47
Matriz RMG.....	48
Objetivo, estrategia, público objetivo.....	61
El ciclo de vida del producto.....	62
Cartel Apple.....	64
Cronograma.....	69
QR.....	70
Cuartilla A5.....	72
Octavilla A6.....	73
Catálogo.....	74
Valla publicitaria.....	78
Marquesina.....	79
Mupis.....	80
Centros comerciales.....	81
Prensa.....	83
Revistas.....	89
Tarjetas.....	95
Ficha técnica.....	97
Buzz marketing.....	100
Emplazamiento.....	103
Street marketing.....	104
Merchandising.....	105
Tiktok.....	110

Historia

La historia de Apple es un viaje asombroso que comenzó en 1976 cuando Steve Jobs, Steve Wozniak y Ronald Wayne fundaron la empresa en un modesto garaje en Los Altos, California. Su primera creación, la Apple I, marcó el inicio de una revolución tecnológica. A lo largo de los años, Apple ha continuado sorprendiendo al mundo con productos icónicos como el iPhone, iPad y Macintosh, redefiniendo la forma en que interactuamos con la tecnología. Su compromiso con la innovación, el diseño elegante y la experiencia del usuario ha establecido nuevos estándares en la industria. A pesar de los desafíos y altibajos, Apple sigue siendo un gigante tecnológico global, influyendo en la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo.

Además, Apple ha sido pionera en áreas como la música digital con iTunes, la movilidad con iOS, y la creación de una comunidad de desarrolladores a través de la App Store. Su enfoque en la privacidad y la sostenibilidad también ha dejado una huella significativa en la industria tecnológica. En resumen, Apple es una empresa que ha transformado la forma en que vivimos, trabajamos y nos comunicamos, y su legado perdurará por generaciones.

Investigación de mercado

Macroentorno

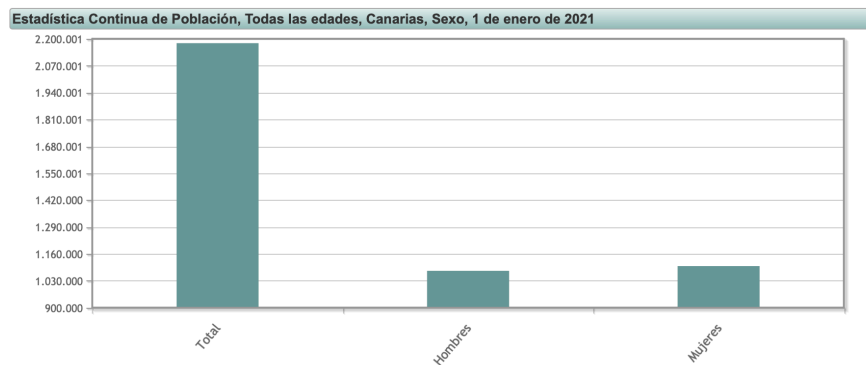
Análisis demográfico

Tamaño de la población

1 de enero de 2021	
Todas las edades	
05 Canarias	
Total	2.178.924 ^{''}
Hombres	1.077.860 ^{''}
Mujeres	1.101.064 ^{''}

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=56940>

Según datos la distribución demográfica en Canarias de todas las edades y géneros. La población demográfica se refiere al estudio y análisis de la población humana desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa. En Canarias, hay una mayor cantidad de mujeres que de hombres. Sumando un total de 2.178.924, de los cuales 1.077.860 son hombres y 1.101.064 mujeres.



<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=56940#!tabs-grafico>

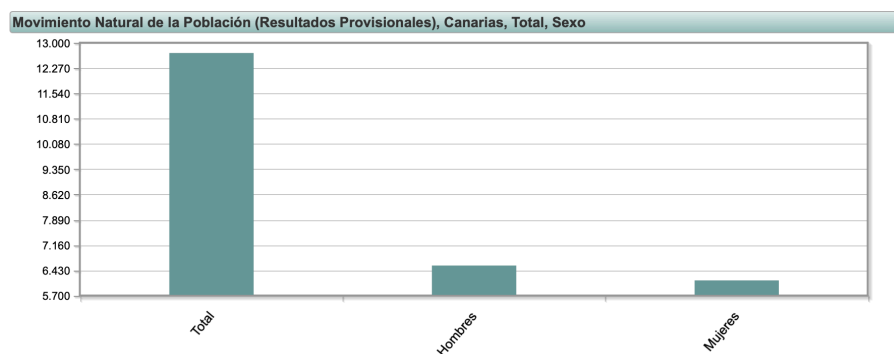
Mediante un gráfico, esta es la distribución demográfica por género de todas las edades de la población en Canarias. La proporción de mujeres supera a la de hombres según los datos de 2021.

Tasas de natalidad

05 Canarias	Total		
	Total	Hombres	Mujeres
	12.703	6.567	6.136

<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e301/provi/l0/&file=01005.px#tabs-tabla>

En la tabla se presentan los nacimientos en Canarias en el año 2021, totalizando 12,703 nacimientos, de los cuales 6,567 son hombres y 6,135 son mujeres. Al igual que en otras regiones, esta cifra varía con el tiempo y se ve influenciada por una serie de factores demográficos, económicos y sociales.



<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e301/provi/l0/&file=01005.px#tabs-grafico>

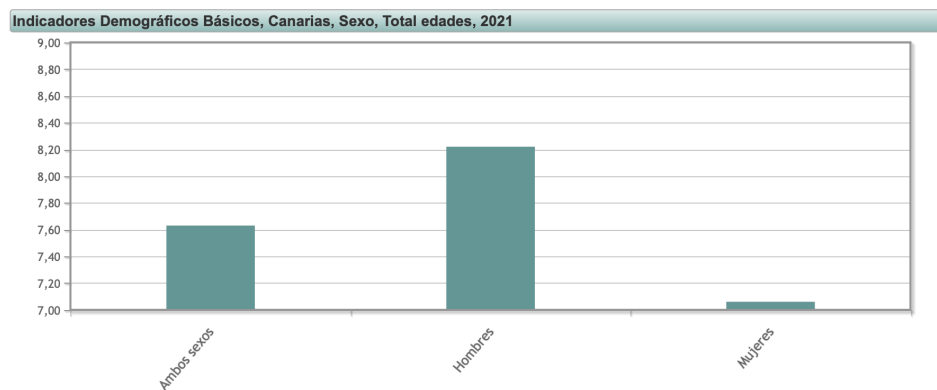
En el gráfico se muestran los nacimientos de ambos sexos en Canarias en el año de 2021. Pudiendo observar un número mayor de hombres en relación a las mujeres

Tasas de mortalidad

2021	
05 Canarias	
Ambos sexos	
Total edades	7,63
Hombres	
Total edades	8,22
Mujeres	
Total edades	7,06

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=1431#!tabs-grafico>

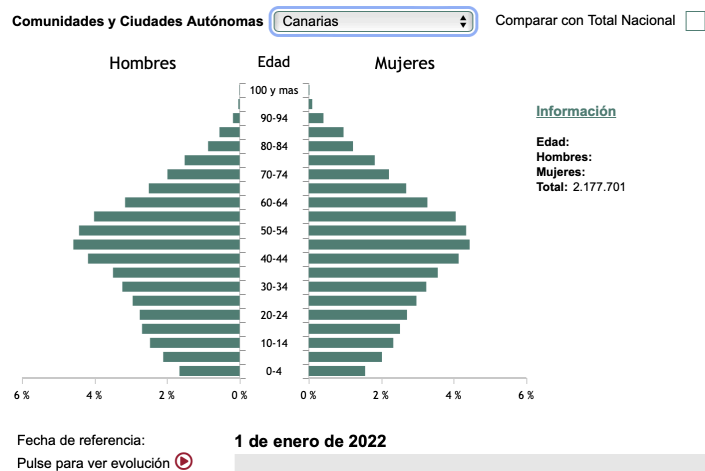
En la tabla se presenta el número de fallecimientos en Canarias en el año 2021 de hombres y mujeres de todas las edades. El seguimiento de estas tasas es esencial para evaluar el impacto de las intervenciones de salud y las tendencias demográficas en una población.



<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=1431#!tabs-grafico>

Este gráfico presenta los fallecimientos de hombres, mujeres y ambos sexos en Canarias. Según se observa un total de 7,63 de ambos sexos y edades totales, los cuales 8,22 son hombres y 7,06 mujeres.

Pirámide poblacional



<https://www.ine.es/covid/piramides.htm>

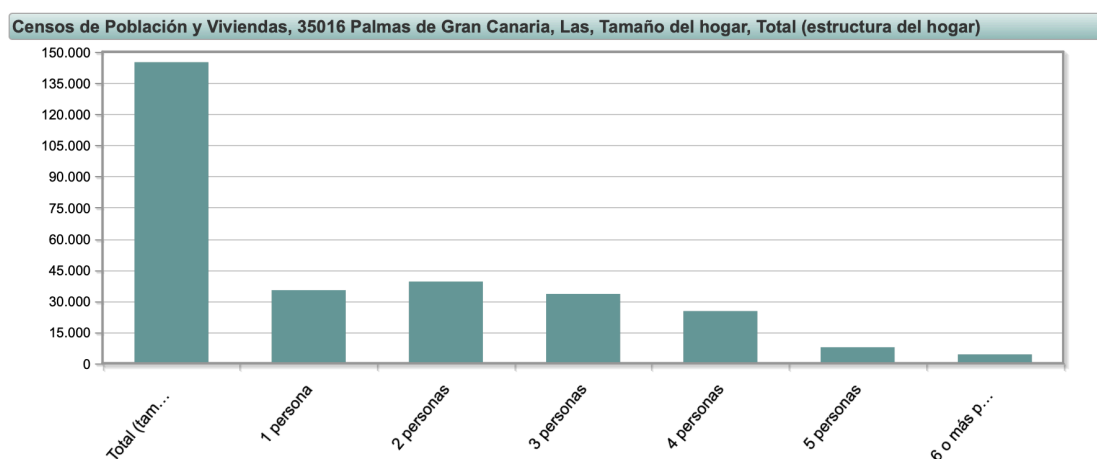
Al observar una pirámide poblacional, se puede obtener información clave sobre la demografía de una población, incluyendo las tendencias de natalidad, mortalidad y envejecimiento. En este ejemplo de Canarias, la pirámide está dividida en dos lados: en el lado izquierdo se encuentran los hombres, y en el lado derecho, las mujeres. En el centro se representan los grupos de edades, desde los más jóvenes hasta los más viejos. Cada barra representa el peso cuantitativo relativo de una edad o grupo de edades dentro de la población total.

Estructura de hogares

	Total (tamaño del hogar)	1 persona	2 personas	3 personas	4 personas	5 personas	6 o más personas
35016 Palmas de Gran Canaria, Las	144.987	35.207	39.329	33.397	25.112	7.707	4.234

<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e244/hogares/p03/l0/&file=03011.px#!tabs-tabla>

Aquí se aborda la composición y organización de las unidades familiares en Las Palmas de Gran Canarias. La tabla proporciona información sobre cómo las personas se agrupan en los hogares. Se puede observar que la cantidad de miembros que viven en pareja es mayor.



<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e244/hogares/p03/l0/&file=03011.px#!tabs-grafico>

Esta representación visual, muestra cómo se componen los miembros en los hogares en Las Palmas de Gran Canarias. Comprender la estructura de los hogares es fundamental para la planificación y el diseño de políticas públicas relacionadas con la vivienda, la asistencia social, la educación, la salud y otros aspectos de la vida cotidiana.

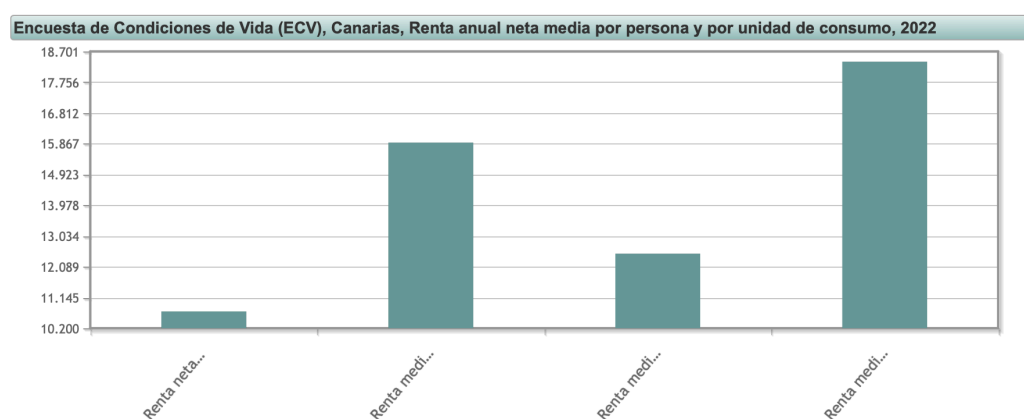
Análisis económico

Renta nacional neta

	Renta neta media por persona	Renta media por unidad de consumo	Renta media por persona (con alquiler imputado)	Renta media por unidad de consumo (con alquiler imputado)
	2022	2022	2022	2022
05 Canarias	10.716	15.901	12.490	18.385

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=9947#l!tabs-tabla>

En esta tabla se presenta la renta anual neta por persona y unidad de consumo, lo cual constituye un indicador económico que mide el valor total de los ingresos generados por la economía en Canarias en el año 2022



<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=9947#l!tabs-grafico>

Esta representación gráfica se basa en datos de una Encuesta de Condiciones de Vida que analiza la situación de la renta e ingresos en Canarias. La ECV es una herramienta importante tanto para los gobiernos como para las organizaciones internacionales, ya que proporciona datos fundamentales para comprender la distribución de la renta.

Tipo de interés

Tabla tipos de interés legal	
Año	Porcentaje anual
2023 	3,25
2022 	3,00
2021 	3,00
2020 	3,00
2019 	3,00
2018 	3,00
2017 	3,00
2016 	3,00
2015 	3,50
2014 	4,00
2013 	4,00

<https://clientebancario.bde.es/pcb/es/menu-horizontal/productosservici/relacionados/tiposinteres/guia-textual/tiposinteresrefe/Ta bla tipos de interes legal.html>

El tipo de interés retratado en la tabla es un indicador importante para el Banco de España y otras instituciones, ya que les permite tomar decisiones de política económica y monitorear la estabilidad de precios en la economía española. La tabla se refiere a la variación porcentual del nivel general de precios de bienes y servicios en la economía desde 2013 hasta 2023.

Inflación

Canarias				
ÍNDICE GENERAL	113,5	0,3	3,3	4,3
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	130,2	1,8	9,5	13,5
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	109,1	-0,2	3,8	5,4
3. Vestido y calzado	90,5	0,4	-14,2	-1,5
4. Vivienda	102,3	0,4	-2,8	-10,2
5. Menaje	110,9	0,0	0,8	3,7
6. Medicina	103,6	0,0	2,3	2,4
7. Transporte	115,1	0,6	4,2	1,7
8. Comunicaciones	101,9	-0,1	4,5	4,3
9. Ocio y cultura	108,0	-2,7	2,4	3,8
10. Enseñanza	105,2	1,1	1,8	2,7
11. Hoteles, cafés y restaurantes	115,9	-0,2	5,2	7,5
12. Otros	109,0	-0,1	2,4	3,9

https://cliente bancario.bde.es/pcb/es/menu-horizontal/productos/servici/relacionados/tiposinteres/guia-textual/tiposinteresrefe/Ta bla_tipos_de_interes_legal.html

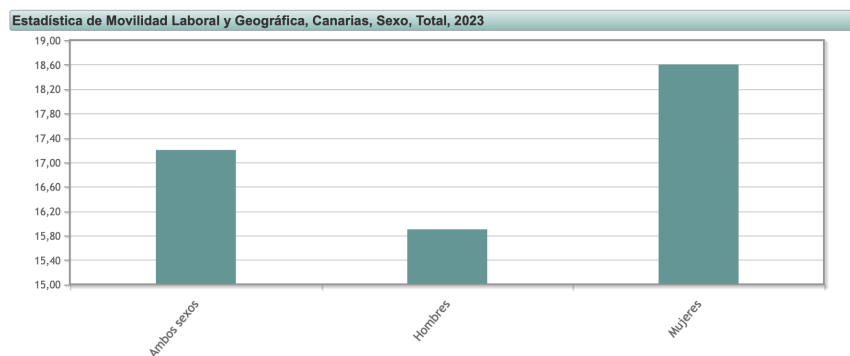
Como se puede observar en la tabla, la inflación puede tener un impacto significativo en la toma de decisiones financieras y en la formulación de políticas económicas. Esta tabla muestra el índice general y su variación porcentual dividida en: mensual, en lo que va del año y anual. Con un enfoque especial en comunicación, ocio y cultura.

Desempleo

	Total
	2023
05 Canarias	
Ambos sexos	17,2
Hombres	15,9
Mujeres	18,6

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=13582#!tabs-tabla>

La tasa de paro es un indicador económico fundamental que se utiliza para tomar decisiones relacionadas con políticas económicas y sociales, ya que proporciona información sobre la disponibilidad de trabajo en una economía. En la tabla se presenta la distribución de esta tasa por género en Canarias, y se observa que hay más mujeres desempleadas que hombres.

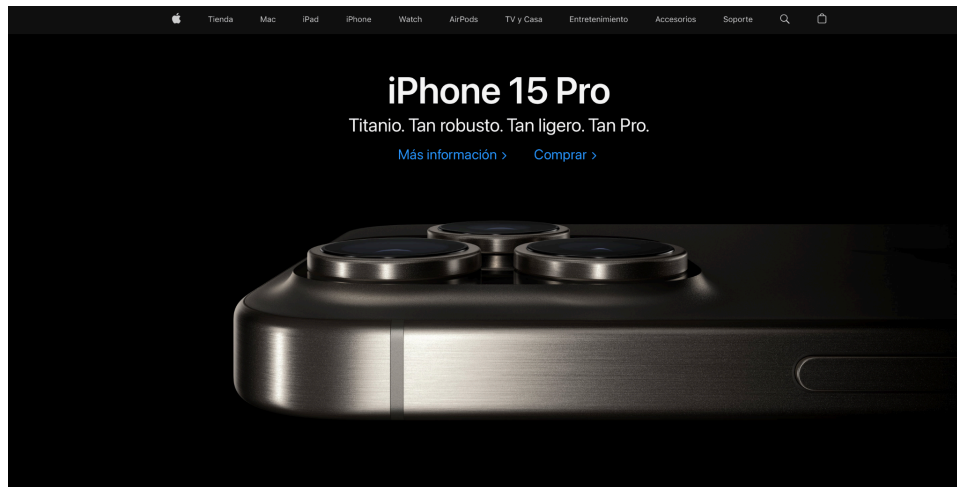


<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=13582#!tabs-grafico>

En este gráfico, se puede observar que hay un mayor número de mujeres desempleadas. Es importante tener en cuenta que, aunque las tasas de empleo por género son indicadores útiles, no ofrecen una imagen completa de las diferencias de género en el mercado laboral.

Análisis Tecnológico

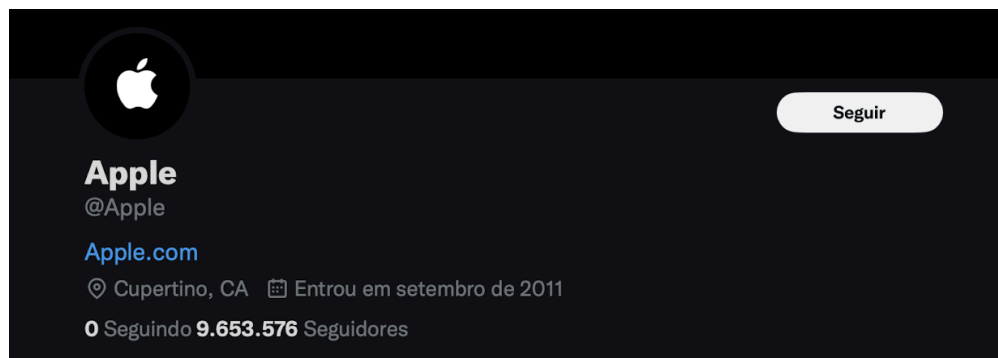
Página web



<https://www.apple.com/es/>

La plataforma en línea oficial de Apple Inc. es una de las compañías tecnológicas más grandes y conocidas del mundo. El sitio de la página web de Apple se utiliza para proporcionar información sobre sus productos, servicios, novedades y recursos para sus clientes y seguidores.

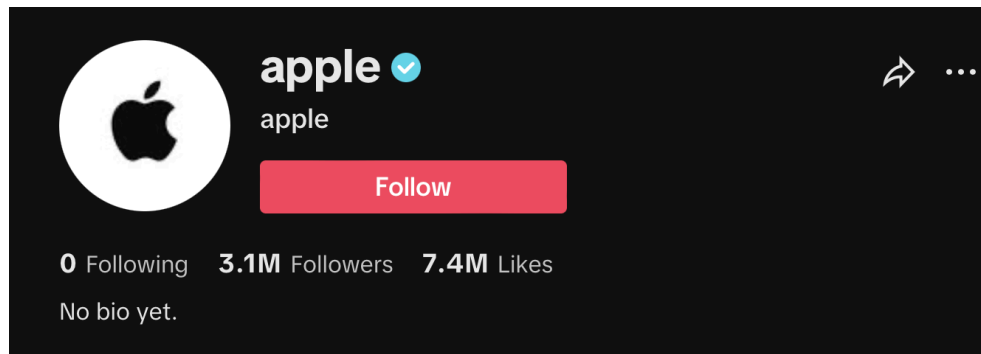
Twitter



<https://x.com/Apple?t=Biw1irn1EfdAsfAeli5vmA&s=09>

En X, anteriormente conocido como Twitter, a pesar de haberse registrado en la plataforma por primera vez en 2011 y contar con más de 9 millones de seguidores, la cuenta no ha realizado ninguna publicación o interacción de ninguna otra manera.

TikTok



<https://www.tiktok.com/@apple?lang=en>

En TikTok, Apple cuenta con poco más de 3 millones de seguidores, pero sorprendentemente, no muestra interactividad con su audiencia. Anteriormente, Apple no tenía presencia en las redes sociales, ya que su reputación y posición en la industria de la tecnología eran tan sólidas que no necesitaban utilizar estas plataformas para promocionar o vender sus productos. Siendo una de las pioneras en el mundo de la tecnología, su nombre es ampliamente reconocido por todos.

Facebook



<https://www.facebook.com/apple/>

En Facebook, al igual que en otras redes sociales anteriores, no interactúa con su público, a pesar de contar con 13 millones de "me gusta" y 14 millones de seguidores.

En el pasado, Apple optaba por no participar en las redes sociales, dado que su imagen y estatus en la industria tecnológica eran tan sólidos que no requerían recurrir a estas plataformas con el propósito de promocionar sus productos.

Instagram



<https://www.instagram.com/apple/>

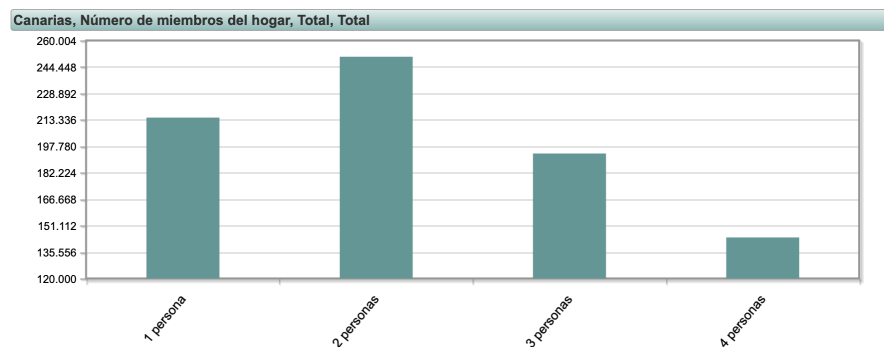
En la cuenta de Instagram de Apple, cuentan con más de 30 millones de seguidores, y la página sigue exclusivamente a otras cuentas relacionadas con sus productos y servicios a ofrecer. Estas cuentas incluyen Apple TV, Apple Fitness+, Apple News, Shazam, Beats by Dre, Apple Music, entre otros. Además, Apple proporciona enlaces directos para ponerse en contacto con su servicio de soporte y acceder a su tienda en línea, lo que facilita a los usuarios obtener asistencia y productos de la marca de manera eficiente. Es importante destacar que la cuenta de Instagram de Apple es la única de sus redes sociales con la cual interactúa activamente con sus seguidores, fortaleciendo así el vínculo entre la empresa y su audiencia.

Número de viviendas con conexiones en internet

	Total
Canarias	Total
1 persona	214.604
2 personas	250.403
3 personas	193.518
4 personas	144.137

<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=56774#!tabs-tabla>

En esta tabla se muestra el número de viviendas con conexión a Internet en Canarias. La primera columna indica el número de miembros del hogar. La segunda columna muestra el total de estas personas.



<https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?tpx=56774#!tabs-tabla>

Para representar visualmente el número de viviendas con conexiones a Internet en Canarias, a partir de este gráfico podemos observar que la cantidad de viviendas con dos personas supera a las de más.

Análisis sociocultural

Eventos



<https://convention-meetings.com/blog/eventos-exitosos/apple.php>

Los eventos de Apple son presentaciones en vivo que la empresa organiza para anunciar nuevos productos, actualizaciones y desarrollos importantes. Estos eventos se han convertido en ocasiones muy esperadas y suelen ser transmitidos en vivo para que una audiencia global pueda seguirlos en línea. Algunos de los eventos más conocidos de Apple incluyen el lanzamiento de nuevos modelos de iPhone en septiembre, la Conferencia Mundial de Desarrolladores (WWDC) en junio y eventos especiales para el lanzamiento de productos como el iPad y el Apple Watch. Estos eventos son seguidos de cerca por consumidores, inversores y competidores, y contribuyen a la continua relevancia y éxito de Apple en el mercado tecnológico.

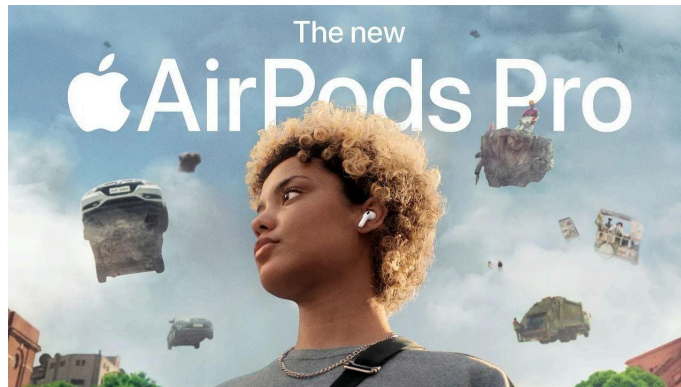
Revista



<https://forbes.es/lifestyle/5088/que-hace-que-apple-sea-la-marca-mas-valiosa/>

Apple es una empresa tecnológica que se destaca en revistas y publicaciones de todo el mundo. Su presencia en revistas expone diversos aspectos, como noticias sobre nuevos productos y servicios, análisis de mercado, reseñas de productos, análisis financiero y mucho más. Apple cuenta con una gran base de seguidores y consumidores leales, lo que la convierte en un tema común en muchas revistas relacionadas con tecnología, negocios y estilo de vida. Por ejemplo, en Forbes, una revista de contenido financiero, es común encontrar artículos que abordan la valoración de Apple, su liderazgo en el mercado y otros aspectos comerciales relacionados.

Publicaciones



<https://py.linkedin.com/in/maxiperezredactor>

A la hora de promocionar sus productos, Apple es conocida por su enfoque distintivo en la publicidad y el marketing, así como por su estrategia publicitaria. Las campañas de Apple se centran en la simplicidad y la estética. Se enfocan en la experiencia del usuario y en la creación de una conexión emocional con los consumidores. Quieren que los consumidores se sientan atraídos por cómo sus productos pueden hacer que sus vidas sean más fáciles y gratificantes.

Político-Legal

BLOQUE 1. Página web (parte de abajo)

Ver y comprar Tienda Mac iPad iPhone Watch AirPods TV y Casa AirTag Accesorios Tarjetas regalo Cartera de Apple Apple Pay	Cuentas Gestionar ID de Apple Cuenta del Apple Store iCloud.com Entretenimiento Apple One Apple TV+ Apple Music Apple Arcade Apple Fitness+ Apple Podcasts Apple Books App Store	Apple Store Encontrar una tienda Genius Bar Today at Apple Campamento de Apple App Apple Store Reacondicionados certificados Apple Trade In Financiación Estado del pedido Ayuda para comprar	Empresas Apple y las empresas Compras de empresa Educación Apple en la educación Compras para la universidad Salud Apple en el sector sanitario Salud en el Apple Watch	Valores de Apple Accesibilidad Medio ambiente Privacidad Responsabilidad de proveedores Acerca de Apple Newsroom Directivos de Apple Oportunidades laborales Garantía Inversores Ética y conducta Eventos Creación de empleo en Europa Contacto
---	--	--	--	---

Más formas de comprar: [encuentra un Apple Store](#) o [un distribuidor](#) cerca de ti. O llama al 900 150 503.

Copyright © 2023 Apple Inc. Todos los derechos reservados.
[Política de privacidad](#) | [Uso de cookies](#) | [Condiciones de uso](#) | [Ventas y reembolsos](#) | [Avisos legales](#) | [Mapa del sitio](#)

España

<https://www.apple.com/es/>

La dimensión política y legal de una página web se centra en el cumplimiento de leyes y regulaciones, incluyendo Términos y Condiciones, Política de Privacidad, y protección de derechos de autor. Informa a los usuarios sobre sus derechos y responsabilidades, uso de datos personales y otros aspectos legales. Es esencial para la transparencia y el cumplimiento normativo.

Política de privacidad

Información jurídica

Política de privacidad para clientes de Apple

Tu privacidad es muy importante para Apple. Consulta nuestra Política de privacidad de clientes para saber cómo recopilamos, usamos, revelamos, transferimos y guardamos tu información.

Para acceder a tus datos de Apple y gestionarlos, visita [Gestionar tu cuenta de Apple](#). Para corregir los datos o realizar consultas generales, [contacta con el departamento de privacidad](#).

<https://www.apple.com/es/legal/privacy/>

La Política de Privacidad detalla cómo se recopilan, utilizan, almacenan y protegen los datos de los usuarios, incluyendo cookies e información personal. Es fundamental debido a la creciente preocupación por la privacidad en línea.

Uso de cookies

Legal

HardwareSoftwareSales & SupportInternet ServicesIntellectual PropertyMore Resources

Uso de cookies por parte de Apple

Los sitios web y los servicios online de Apple pueden usar «cookies». Las cookies te permiten comprar mediante el carrito y personalizar los sitios, y a nosotros nos permiten saber qué páginas visitan los clientes. Nos ayudan a medir la eficacia de los anuncios y búsquedas, y nos dan información sobre el comportamiento de los usuarios, que utilizamos para mejorar nuestros productos y mensajes.

Si quieres desactivar las cookies en el navegador Safari, ve a Preferencias y, en el panel Privacidad, elige Bloquear Cookies. En tu iPad, iPhone o iPod touch, ve a Ajustes, selecciona Safari y dirígete al apartado Cookies. Para otros navegadores, consulta con el proveedor cómo desactivar las cookies.

Muchos de nuestros sitios utilizan cookies, por lo que es posible que no puedas acceder a determinadas secciones si las desactivas.

Las cookies empleadas en nuestras páginas han sido catalogadas según las directrices de la guía sobre cookies de la Cámara de Comercio Internacional (ICC) del Reino Unido. En nuestros sitios web y servicios online aplicamos las siguientes categorías:

<https://www.apple.com/legal/privacy/es/cookies/>

Las cookies son archivos de texto en los navegadores que permiten a los sitios web recordar información del usuario. Se utilizan para personalizar la experiencia y mostrar anuncios dirigidos, pero también plantean preocupaciones de privacidad.

Condiciones de uso

Información jurídica

Condiciones de uso del sitio web de Apple

Información y notas legales

Propiedad del Sitio y aceptación de las Condiciones de uso

Los presentes Términos y condiciones de uso (las «Condiciones de uso») son aplicables al sitio web de Apple, cuya dirección web es www.apple.com, y a todos los sitios asociados enlazados con www.apple.com por Apple, sus subsidiarias y filiales, incluidos los sitios web de Apple en todo el mundo (referido en su conjunto como el «Sitio»). El Sitio es propiedad de Apple Inc. (en lo sucesivo, «Apple») y sus licenciadores. AL UTILIZAR EL SITIO, ACEPTAS LAS PRESENTES CONDICIONES DE USO; SI NO LAS ACEPTAS, NO DEBES UTILIZARLO.

Apple se reserva el derecho, a su entera discreción, de cambiar, modificar, añadir o eliminar partes de las presentes Condiciones de uso en cualquier momento. Es tu responsabilidad consultar periódicamente estas Condiciones de uso para ver si hay cambios. Tu uso continuado del Sitio tras la publicación de modificaciones significará que aceptas y consientes en las modificaciones. Siempre que cumplas estas Condiciones de uso, Apple te permitirá acceder a este Sitio y usarlo de forma personal, no exclusiva, intransferible y limitada.

<https://www.apple.com/es/legal/internet-services/terms/site.html>

Las condiciones de uso son reglas que los usuarios deben aceptar antes de usar un servicio en línea. Detallan derechos, responsabilidades, privacidad, términos de pago y las circunstancias para la suspensión del servicio.

Ventas y reembolsos

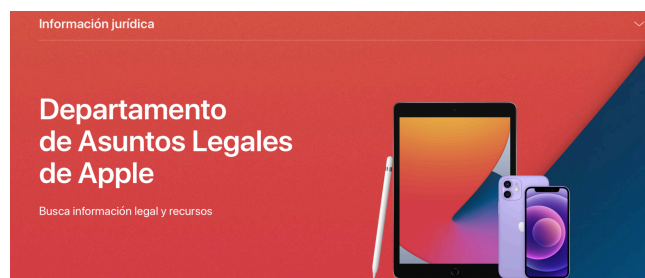
TÉRMINOS Y CONDICIONES DE VENTAS Y REEMBOLSOS («CONDICIONES»)

- TÉRMINOS Y CONDICIONES DE VENTAS Y REEMBOLSOS («CONDICIONES»)
- Política estándar de devoluciones
- Conexiones inalámbricas
- Precio y reducciones o correcciones de precio
- Pedido, acuse y aceptación del pedido
- Envío y entrega
- Lugares de recogida
- Garantía limitada de un año de Apple
- Derechos otorgados por la Ley de Defensa del Consumidor
- Atención al cliente del Apple Store
- Exportación
- Disponibilidad de los productos y limitaciones
- Pagos
- Formulario para devolución de productos o cancelación de contratos de servicio
- Métodos alternativos de resolución de conflictos
- Información medioambiental

<https://www.apple.com/es/shop/browse/open/salespolicies>

Este término se refiere a las políticas de compra y devolución de productos, incluyendo cómo se realizan las ventas, las condiciones para solicitar reembolsos, devoluciones y cambios, garantías y soporte al cliente. Estas políticas buscan garantizar una experiencia de compra transparente y justa.

Avisos legales



<https://www.apple.com/es/legal/>

Los avisos legales son declaraciones que informan a los usuarios sobre aspectos legales del uso de servicios o productos, incluyendo términos y condiciones, privacidad, derechos de autor, limitaciones de responsabilidad, jurisdicción aplicable y avisos de cambios. Son esenciales para la transparencia y el cumplimiento normativo.

BLOQUE 2. Normativas

Código de comercio

Real Decreto de 22 de agosto de 1885 por el que se publica el Código de Comercio.

Publicado en: «Gaceta de Madrid» núm. 289, de 16/10/1885.
Entrada en vigor: 01/01/1886
Departamento: Ministerio de Gracia y Justicia
Referencia: [BOE-A-1885-6627](#)
Permalink ELI: [https://www.boe.es/eli/es/rd/1885/08/22/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/rd/1885/08/22/(1)/con)

Seleccionar redacción: Última actualización publicada el 09/05/2023 ▼

 PDF  ePUB

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1885-6627>

El Código de Comercio es un conjunto de leyes que regulan las actividades comerciales, incluyendo la definición de comerciantes, normas para contratos y registros contables, regulación de instrumentos financieros y aspectos de sociedades comerciales y arbitraje. Su contenido puede variar según la jurisdicción.

Normativa de comercio electrónico

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Publicado en: «BOE» núm. 166, de 12/07/2002.
Entrada en vigor: 12/10/2002
Departamento: Jefatura del Estado
Referencia: [BOE-A-2002-13758](#)
Permalink ELI: <https://www.boe.es/eli/es/l/2002/07/11/34/con>

Seleccionar redacción: Última actualización publicada el 09/05/2023 ▼

 PDF  ePUB

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758>

La normativa de comercio electrónico regula las transacciones en línea, estableciendo derechos y obligaciones para las partes involucradas. Cubre aspectos como la protección del consumidor, la privacidad de datos y la validez de contratos electrónicos.

Ley de la sociedad a la que pertenece

Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.

Publicado en: «BOE» núm. 161, de 03/07/2010.
Entrada en vigor: 01/09/2010
Departamento: Ministerio de la Presidencia
Referencia: [BOE-A-2010-10544](#)
Permalink ELI: <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2010/07/02/1/con>

Seleccionar redacción: Última actualización publicada el 29/06/2023 ▼



PDF



ePUB

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544>

La ley de la sociedad regula la creación, funcionamiento y relaciones dentro de una entidad empresarial. Define la estructura, derechos y responsabilidades de los miembros, y las normativas aplicables a la entidad.

Ley general de la publicidad

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Publicado en: «BOE» núm. 274, de 15/11/1988.
Entrada en vigor: 05/12/1988
Departamento: Jefatura del Estado
Referencia: [BOE-A-1988-26156](#)
Permalink ELI: <https://www.boe.es/eli/es/l/1988/11/11/34/con>

Seleccionar redacción: Última actualización publicada el 01/03/2023 ▼



PDF



ePUB

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>

La Ley General de la Publicidad regula las prácticas y contenido de la publicidad, estableciendo restricciones, estándares éticos y requisitos legales para la creación y difusión de anuncios. Su objetivo es proteger a los consumidores y asegurar prácticas comerciales justas.

Ley de patentes y marcas

Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes.

Publicado en: «BOE» núm. 177, de 25/07/2015.
Entrada en vigor: 01/04/2017
Departamento: Jefatura del Estado
Referencia: [BOE-A-2015-8328](#)
Permalink ELI: <https://www.boe.es/eli/es/l/2015/07/24/con>

Seleccionar redacción: Última actualización publicada el 04/07/2018 ▼



<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-8328>

La ley de patentes y marcas proporciona protección legal a las invenciones y signos distintivos. Otorga derechos exclusivos sobre inventos nuevos y útiles, y protege signos distintivos como nombres, logos o lemas que identifican productos o servicios, asegurando exclusividad y evitando confusión en el mercado.

Ley de la competencia

Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Publicado en: «BOE» núm. 159, de 04/07/2007.
Entrada en vigor: 01/09/2007
Departamento: Jefatura del Estado
Referencia: [BOE-A-2007-12946](#)
Permalink ELI: <https://www.boe.es/eli/es/l/2007/07/03/15/con>

Seleccionar redacción: Última actualización publicada el 29/06/2023 ▼



<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-12946>

La ley de la competencia promueve y mantiene la competencia en los mercados, previniendo prácticas anticompetitivas como monopolios y abusos de posición dominante. Su objetivo es garantizar un mercado justo, fomentar la eficiencia económica y proteger a los consumidores.

Política medioambiental

Página web



<https://www.apple.com/es/environment/>

Según la página de Medio Ambiente de Apple, la empresa está trabajando para que todos sus productos sean neutros en carbono para 2030, siendo el Apple Watch el primer dispositivo en lograrlo. Están reduciendo las emisiones a través de innovaciones en materiales, energía limpia y transporte. Además, están invirtiendo en proyectos de silvicultura y energía limpia para combatir el cambio climático y promover la restauración del medio ambiente. También ofrecen un programa de intercambio de dispositivos para reciclar los antiguos y publican informes medioambientales de sus productos.

Invertia



https://www.lespanol.com/invertia/empresas/tecnologia/20210415/apple-lanza-millones-proyectos-forestales-cambio-climatico/573943061_0.html

De acuerdo con una publicación en Invertia, Apple ha lanzado un fondo de 200 millones de dólares llamado Fondo de Restauración para invertir en proyectos forestales que eliminarán carbono de la atmósfera. Se espera que este fondo, supervisado por Conservation International y administrado por Goldman Sachs, atraiga a otros inversores y elimine un millón de toneladas métricas de dióxido de carbono cada año. Esto forma parte del compromiso de Apple de alcanzar la neutralidad de carbono en 2030.



<https://www.macworld.com/article/1457849/todo-lo-que-apple-hace-por-el-medio-ambiente-y-lo-que-no.html>

Según un artículo de Macworld, Apple ha tomado la decisión de eliminar el adaptador de corriente de la caja de sus productos, comenzando con el Apple Watch y luego con el iPhone 12. Esta medida obliga a los usuarios a utilizar un adaptador que ya tenían, reduciendo así la cantidad de desechos electrónicos y el uso de materiales como cobre, estaño y zinc, generados cada año. Además, han reducido el tamaño de las cajas del iPhone y aseguran que sus embalajes provienen de fuentes recicladas o renovables. Apple está tomando medidas significativas para reducir su impacto ambiental.



<https://hipertextual.com/2021/03/compromiso-apple-medio-ambiente-impulsa-generacion-de-energias-limpias>

Según Hipertextual, Apple ha emitido bonos verdes por valor de 4.700 millones de dólares para financiar proyectos de energía limpia en todo el mundo. Estos proyectos evitarán 921.000 toneladas métricas de emisiones de carbono al año y generarán 1,2 gigavatios de energía renovable. Apple también planea añadir otros 350 megavatios de energía renovable en varios lugares. Estos bonos verdes de Apple están contribuyendo significativamente a la generación de energía limpia y la reducción de las emisiones de carbono.

Microentorno

Proveedores

Servicios Canarios Promac:

(+34) 622 58 57 45

(+34) 928 24 80 06

4,2 km Centro Comercial Las Ramblas Centro, Avenida Juan Carlos I 29 Avda. Juan Carlos I 29, Planta 2, Las Palmas de Gran Canaria.

- Es un Proveedor de Servicio Autorizado Apple en Canarias.
- Ofrece reparación de iPhone en el día, cambio de pantalla dañada o batería.
- Ofrece asistencia remota.
- Realiza restauración y test el mismo día.
- Repara equipos con rapidez y seguridad.
- Ofrece asistencia personalizada.
- Asegura tu equipo.

<https://www.serviciospromac.com/>

Universomac Las Palmas:

(+34) 828 691 174

4,5 km C/ Secretario Artiles, 3, Las Palmas de Gran Canaria.

- Es un Servicio Técnico Autorizado de Apple en Canarias.
- Ofrece las mejores y más rápidas reparaciones.
- Reparar iPhones, iPads, ordenadores de sobremesa y portátiles.
- Ofrece servicios tanto para productos de Apple en garantía como fuera de garantía.

<https://universomaclaspalmas.es/>

MediaMarkt Las Palmas Gran Canaria:

(+34) 682 87 01 83

5,3 km Centro Comercial Las Arenas, Carretera El Rincon S/N, Las Palmas de Gran Canaria.

- Ofrece una amplia gama de productos electrónicos, incluyendo productos de Apple.
- Ofrece servicios de envío y recogida.
- Tiene ofertas especiales durante eventos como el Black Friday.

<https://www.mediamarkt.es/es/store/las-arenas-294>

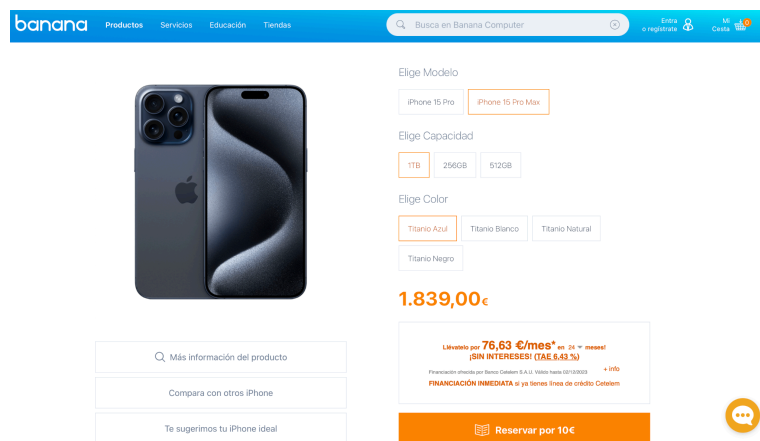
Competidores



Banana Computer

Calle León y Castillo, 242 - ATCO, 35005 Las Palmas de Gran Canarias

(+34) 928 24 28 28

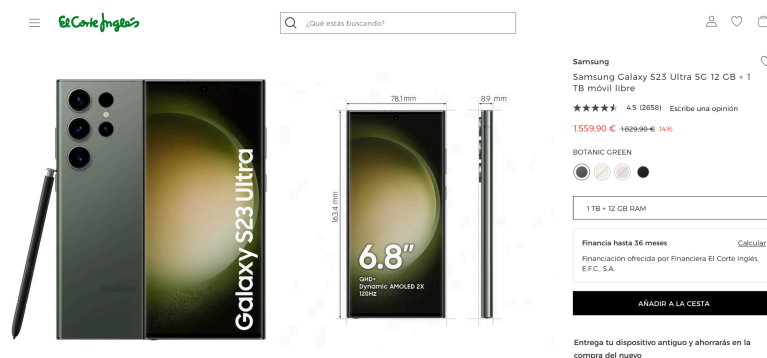


<https://tienda.bananacomputer.com/>

El Corte Inglés

Av. José Mesa y López, 13, 18, 35007 Las Palmas de Gran Canarias

(+34) 928 26 30 00



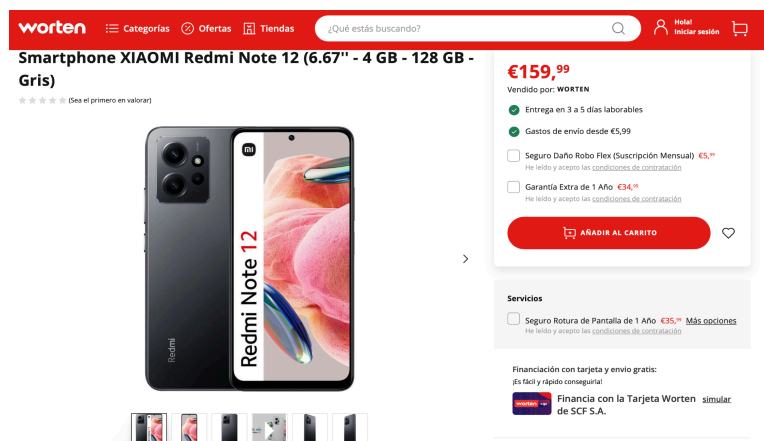
<https://www.elcorteingles.es/electronica/rce&qclsrc=aw.ds>



Worten

Calle Pintor Felo Monzón, s/n Centro Comercial y de Ocio 7, 35019 Las Palmas de Gran Canarias

(+34) 691 33 51 21



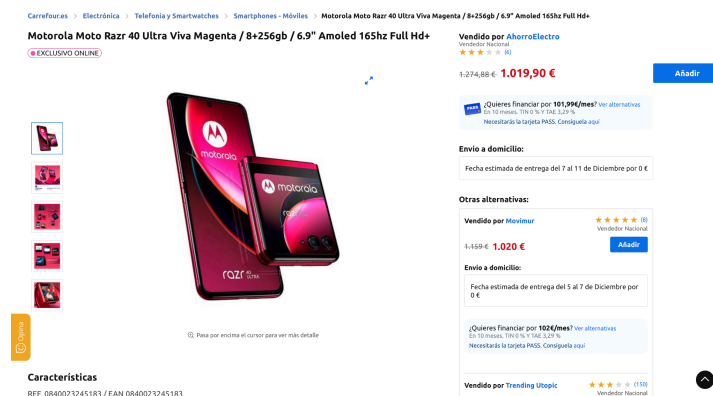
<https://canarias.worten.es/smartphone-xiaomi-redmi-note-12-128-gb-gris>



Carrefour

Avenida de Escaleritas, 152, 35013 Las Palmas de Gran Canarias

(+34) 914 908 90



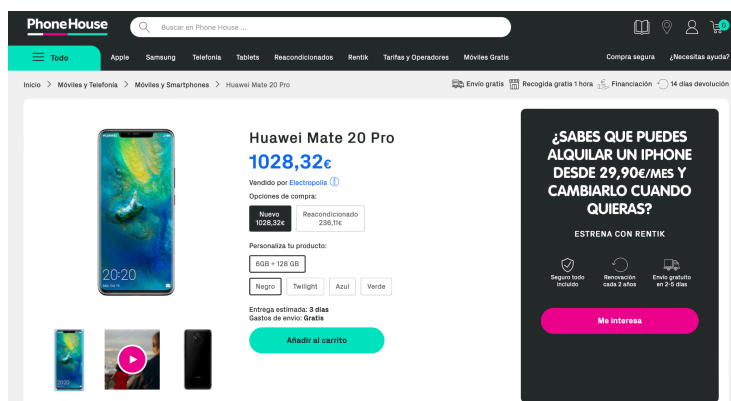
<https://www.carrefour.es/motorola-moto-ultra-viva-8256gb-hd/p>



Phone House

Ctra. General del Norte, s/n, 35013 Las Palmas de Gran Canarias

(+34) 928 09 01 92



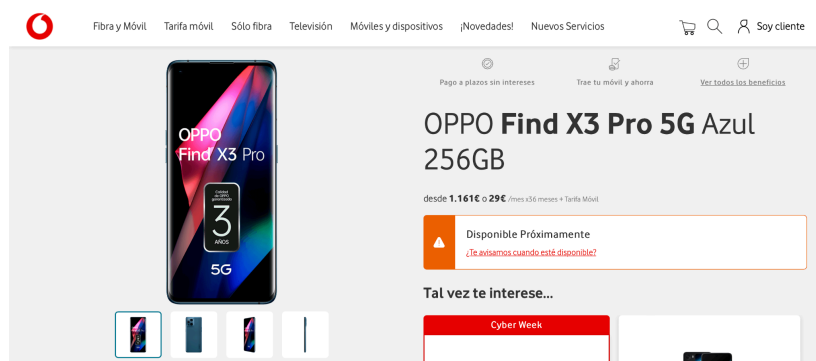
<https://www.phonehouse.es/movil/huawei/mate-20-pro.html>

oppo

Vodafone

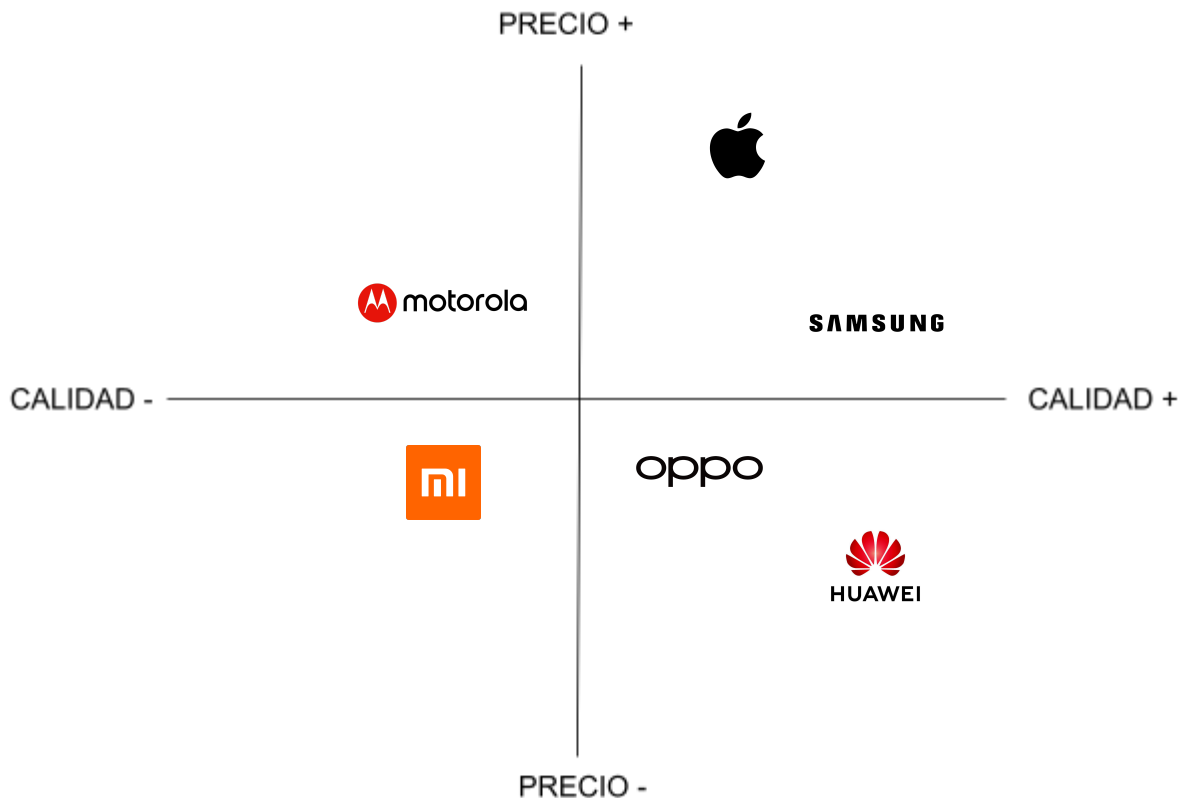
Centro Comercial La Ballena Local 40, Carr. del Nte., 112, 35013, Las Palmas de Gran Canarias

(+34) 673 85 62 77



<https://www.vodafone.es/tienda-online/moviles/oppo-find-x3-pro-5g-azul-256gb>

Mapa de posicionamiento



En el mapa de posicionamiento, las marcas se distribuyen de la siguiente manera:

En el primero cuadrante: **precio alto y calidad alta**, encontramos a **Apple** y **Samsung**. Estas marcas son reconocidas por ofrecer productos de alta calidad, pero a un precio más elevado en comparación con otras marcas.

En el segundo cuadrante: **precio alto y calidad baja**, encontramos a **Motorola**. Aunque sus productos tienen un precio alto, la calidad percibida es menor en comparación con marcas como Apple y Samsung.

En el tercero cuadrante: **precio bajo y calidad alta**, encontramos a **Oppo** y **Huawei**. Estas marcas ofrecen productos de buena calidad a un precio más asequible.

Finalmente, en el cuarto cuadrante: **precio bajo y calidad baja**, encontramos a **Xiaomi**. Esta marca es conocida por ofrecer productos a precios más bajos, pero la calidad de sus productos también es percibida como más baja.

Intermediarios

Empresas con distribución física

Apple:



<https://www.apple.com/es/>

Apple es su propio distribuidor físico a través de sus tiendas Apple, que suman 510 en todo el mundo. Estas tiendas permiten a los clientes experimentar los productos de Apple de primera mano. Además, Apple vende productos directamente a los clientes a través de su sitio web.

Banana Computer:



<https://tienda.bananacomputer.com/tiendas/>

En las Islas Canarias, puedes encontrar productos de Apple en las tiendas de Banana Computer. Banana Computer es un Apple Premium Reseller, lo que significa que es una tienda especializada que ha recibido la máxima calificación de Apple.

Tech Data:



<https://www.techdata.com/us/en.html>

Por otro lado, Apple también colabora con terceros vendedores y proveedores de servicios. Un ejemplo notable es Tech Data, que ha estado distribuyendo los iPhones de Apple en España desde 2014. Estos canales de distribución han permitido a Apple generar enormes cantidades de ventas en todo el mundo.

Agencia de servicio de marketing

Anchour Advertising



<https://www.anchour.com/>

Es una agencia creativa digital que ofrece servicios de estrategia, diseño, experiencia y crecimiento. Construyen marcas inolvidables y experiencias digitales que impulsan los resultados empresariales.

Regalix



<https://www.regalix.com/>

Es una agencia de estrategia digital que se especializa en habilitación de ventas, operaciones de ingresos y liderazgo de pensamiento. Trabajan con líderes tecnológicos en las áreas de habilitación de ventas, operaciones de ingresos y liderazgo de pensamiento.

Fishermen Labs



<https://fishermenlabs.com/>

Es una agencia de tecnología inmersiva con sede en Los Ángeles que se especializa en diseño y desarrollo para Realidad Aumentada, Realidad Virtual, aplicaciones móviles, web y productos de tecnología emergente.

Intermediarios financieros

Goldman Sachs

Goldman Sachs

<https://www.goldmansachs.com/>

Apple se asoció con Goldman Sachs para lanzar la tarjeta de crédito Apple Card. Goldman Sachs actúa como el banco emisor de la tarjeta de crédito.

Berkshire Hathaway

BERKSHIRE HATHAWAY INC.

<https://www.berkshirehathaway.com/>

Berkshire Hathaway, la compañía de inversión dirigida por Warren Buffett, es uno de los mayores accionistas de Apple. Como accionista, Berkshire Hathaway proporciona capital a Apple y comparte sus ganancias y pérdidas.

Vanguard Group



<https://investor.vanguard.com/corporate-portal>

Vanguard Group es otro gran accionista de Apple. Al igual que Berkshire Hathaway, proporcionan capital a Apple y comparten sus ganancias y pérdidas.

Instituciones

Seguridad social

Grupos de cotización

BASES DE COTIZACIÓN CONTINGENCIAS COMUNES			
Grupo de Cotización	Categorías Profesionales	Bases mínimas euros/mes	Bases máximas euros /mes
1	Ingenieros y Licenciados. Personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3.c) del Estatuto de los Trabajadores	1.759,50	4.495,50
2	Ingenieros Técnicos, Peritos y Ayudantes Titulados	1.459,20	4.495,50
3	Jefes Administrativos y de Taller	1.269,30	4.495,50
4	Ayudantes no Titulados	1.260,00	4.495,50
5	Oficiales Administrativos	1.260,00	4.495,50
6	Subalternos	1.260,00	4.495,50
7	Auxiliares Administrativos	1.260,00	4.495,50
		Bases mínimas euros/día	Bases máximas euros /día
8	Oficiales de primera y segunda	42,00	149,85
9	Oficiales de tercera y Especialistas	42,00	149,85
10	Peones	42,00	149,85
11	Trabajadores menores de dieciocho años, cualquiera que sea su categoría profesional	42,00	149,85

TIPOS DE COTIZACIÓN (%)			
CONTINGENCIAS	EMPRESA	TRABAJADORES	TOTAL
Comunes	23,60	4,70	28,30
Horas Extraordinarias Fuerza Mayor	12,00	2,00	14,00
Resto Horas Extraordinarias	23,60	4,70	28,30
Mecanismo Equidad Intergeneracional (MEI)	0,5	0,1	0,6

<https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537#36538>

Las tablas muestran las bases y tipos de cotización en el Régimen General de la Seguridad Social en España. Las Bases de Cotización, que varían según la categoría profesional, se dividen en cotizaciones mensuales y diarias. Los Tipos de Cotización representan los porcentajes que la empresa y los trabajadores aportan para las contingencias comunes y las horas extraordinarias.

Agencia tributaria

Informaciones y gestiones

 IRPF Te informamos sobre el impuesto y te ayudamos en la confección y presentación de la declaración de Renta	 IVA Declaraciones del IVA, tipos de regímenes, SII, devoluciones mensuales, obligaciones de los contribuyentes y otras gestiones relacionadas	 Impuesto sobre Sociedades Te ayudamos a presentar las declaraciones de este Impuesto que grava la renta de las personas jurídicas	 Impuestos Especiales y Medioambientales Información y gestiones relativas a impuestos que recaen sobre el alcohol, los hidrocarburos, el tabaco y otros consumos específicos, así como los tributos medioambientales
---	---	---	--

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/>

La Agencia Tributaria en España ofrece servicios en varias áreas fiscales. En el IRPF, ayuda con la preparación y presentación de la declaración de la renta. En el IVA, asiste en la presentación de declaraciones y proporciona información sobre los regímenes. En el Impuesto sobre Sociedades, ayuda a las personas jurídicas a presentar sus declaraciones. Además, ofrece información y gestiones relacionadas con los Impuestos Especiales y Medioambientales.

Cámara de comercio



<https://www.camaragrancanaria.org/>

La Cámara de Comercio ofrece servicios en varias áreas. Asiste en la creación de empresas y ofrece programas de formación y empleo. Proporciona apoyo en el comercio interior y turismo, ayuda a resolver conflictos entre empresas y asiste en las operaciones de comercio internacional. Estos servicios son fundamentales para el desarrollo y crecimiento de las empresas.

Instituto comercio exterior



<https://www.icex.es/>

El Instituto de Comercio Exterior ofrece servicios de apoyo para la internacionalización de empresas, incluyendo financiación, información de mercados, asistencia, visitas a mercados, servicios personalizados, formación y oportunidades de negocio. Estos servicios son esenciales para las empresas que buscan expandirse en mercados internacionales.

Oficina de información al consumidor

> Desarrollo Local, Comercio y Consumo

PYMES

OMIC

Reclamaciones

Recomendaciones

Obligaciones de Establecimientos y Empresas

Mercados

Mercadillos

> Áreas Temáticas

Vivienda

Servicios Sociales

Igualdad

Medio Ambiente

Juventud

Deportes

Educación

Urbanismo

Seguridad Ciudadana

Tráfico, Transporte y Movilidad

Parques y Jardines

OMIC

Oficina Municipal de Información al Consumidor

Dirección: C/ León y Castillo, nº 270 (planta baja)

Correo electrónico: omic@laspalmasgc.es

Horario de atención telefónica: **Lunes, miércoles y viernes, de 09.00 a 13.00h.**

La atención de consultas de Consumo se realiza en estos momentos, vía teléfono a través del 010 y 928446000 y se desvía directamente a Consumo, y por email. La atención presencial se reanuda cuando se determine por órganos superiores mediante cita previa a través de la centralita.

Más información en: <https://www.laspalmasgc.es/es/areas-tematicas/desarrollo-local-comercio-y-consumo/omic/>

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) realiza labores de información y formación al ciudadano en cuestiones de consumo, al tiempo que, a través de la Policía Local, inspecciona los establecimientos comerciales y controla la venta ambulante, velando por el cumplimiento de la normativa sobre la defensa de los consumidores y usuarios.

El ciudadano encuentra en la OMIC un servicio gratuito de información, asesoramiento y gestión de sus reclamaciones. También ofrece charlas, talleres, cursos y realiza campañas que promueven el consumo responsable. En estas acciones, colabora con los colectivos de consumidores y con otras relacionadas con el consumo.

Los comerciantes y empresarios al detalle, podrán retirar las hojas de reclamaciones para sus establecimientos en el municipio de Las Palmas de Gran Canaria, en la Sección de Consumo. La solicitud la puede realizar por (email), debiendo adjuntar la documentación que se detalla a continuación:

- Acta o declaración censal, según sea la actividad, tiene un epígrafe determinado (fotocopia). Modelos 036, 037, 845...
- Si viene a retirarlas un empleado/a del establecimiento, autorización escrita y firmada por el dueño de la empresa o encargado.



<https://www.laspalmasgc.es/es/areas-tematicas/desarrollo-local-comercio-y-consumo/omic/>

La Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) en Las Palmas de Gran Canaria ofrece servicios de información y formación al ciudadano en cuestiones de consumo. Supervisa los establecimientos comerciales y controla la venta ambulante. Proporciona un servicio gratuito de información, asesoramiento y gestión de reclamaciones, y promueve el consumo responsable. Los comerciantes pueden retirar las hojas de reclamaciones para sus establecimientos en la Sección de Consumo.

Tribunal de defensa contra la competencia



Audiovisual

Supervisamos el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual.



Competencia

Garantizamos la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.



Energía

Garantizamos una competencia efectiva en el mercado eléctrico y en el mercado de hidrocarburos líquidos y gaseosos.



Postal

Trabajamos para garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento del sector postal en beneficio de los consumidores y usuarios.



Promoción de la competencia

Trabajamos por mejorar la regulación en todos los mercados y sectores económicos y difundimos la cultura de competencia.



Telecomunicaciones

Regulamos y supervisamos el correcto funcionamiento del mercado de las comunicaciones electrónicas.



Transporte

Garantizamos la pluralidad en la prestación de los servicios ferroviarios, velamos por que los cánones no sean discriminatorios.



Unidad de mercado

Garantizamos el libre acceso, el ejercicio y la expansión de las actividades económicas en todo el territorio nacional y velamos por su adecuada supervisión.

<https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion>

La organización ofrece servicios en varios sectores, incluyendo Audiovisual, Energía, Promoción de la competencia, Transporte, Competencia, Postal, Telecomunicaciones y Unidad de mercado. Estos servicios incluyen la supervisión del mercado, garantizar la competencia efectiva, mejorar la regulación, y garantizar el correcto funcionamiento de los sectores.

Análisis DAFO

	Interno	Externo
NEGATIVO	Debilidades	Amenazas
	D1 Publicidad y promociones limitadas D2 Precios elevados	A1 Competencia con productos más baratos A2 Imitaciones de los productos
POSITIVO	Fortalezas	Oportunidades
	F1 Tecnología avanzada F2 Posicionamiento de su marca en el mercado	O1 Expansión de la red de distribución O2 Creación de nuevas líneas de productos

Matriz RMG

Variables analizadas

El nivel de innovación de la empresa

IGN Latinoamérica



<https://latam.ign.com/apple-iphone/news/innovaciones-del-iphone-revolucionan-la-experiencia-movil>

Según se observa en el artículo de IGN Latinoamérica, publicado el 8 de enero de 2024. El diseño y funciones tecnológicas de Apple siempre alcanzan niveles de excelencia en nivel de innovación.



<https://www.applesfera.com/nuevo/apple-vision-pro-caracterisrecio-ficha-tecnica>

Según se observa en el artículo de APPLESFERA, también publicado el 8 de enero de 2024. Apple presenta un gran nivel de innovación en el sector de la realidad virtual.

Se puntúa 0,5 a Apple en base a los datos aportados en las revistas sobre su potencial en el sector de realidad virtual y diseño, lo que destaca su compromiso con la innovación y su capacidad para liderar en nuevas tecnologías emergentes.

1. La atención al cliente

Contacta con Apple

Consultas sobre productos y compras

Apple Online Store

Entra en el Apple Online Store para adquirir equipos y programas de Apple, y accesorios de otros fabricantes. Para comprar por teléfono, llama al 900 150 503. Atención telefónica de lunes a viernes, de 09:00 a 20:00, y de 09:00 a 18:00 los sábados.

Accede a los datos de tu pedido del Apple Online Store. Para modificar, hacer un seguimiento o devolver tu [pedido](#), o simplemente para actualizar la información de tu cuenta, entra en [la página Estado del Pedido](#). Para cualquier otra consulta, ponte en contacto con el Servicio de atención al cliente del Apple Online Store en el teléfono 900 150 503. Atención telefónica de lunes a viernes, de 09:00 a 20:00, y de 09:00 a 18:00 los sábados.

Compras con SignTime en LSE

Los intérpretes de lengua de signos española (LSE) están a tu disposición para ayudarte a comprar online, directamente desde tu navegador web. [Conectar con un intérprete](#)

Compras para empresas

Si tienes una empresa o eres un usuario profesional, visita el [Apple Store para Empresas](#) o llama al 900 812 683. El horario de atención es de lunes a viernes de 09:00 a 20:00. El Apple Store para Empresas ofrece una gran variedad de servicios para negocios y opciones de financiación, además de un programa de renovación y atención comercial para desarrolladores.

Compras para el sector educativo

Si eres estudiante, profesor o trabajas en el sector educativo, visita el [Apple Store para Educación](#) o llama al 900 150 503. El horario de atención es de lunes a viernes de 09:00 a 20:00, y los sábados de 09:00 a 18:00.

Encuentra un Distribuidor Autorizado Apple

Encuentra un distribuidor autorizado Apple en tu zona.

<https://www.apple.com/es/contact/>

El servicio de atención al cliente se encuentra en su página web. Para cualquier consulta, se puede poner en contacto con el Servicio de atención al cliente del Apple Online Store en el teléfono 900 150 503.

Se puntúa 0,5 a Apple por su amplia y completa gama de servicios de atención al cliente, lo que refleja su compromiso con la satisfacción del cliente y su capacidad para responder de manera efectiva a las necesidades de los usuarios.

2. La política de comunicación, interna y externa, de la empresa

Comunicación Externa

Exclusividad del evento:



<https://eventos/no-habra-wwdc-2020-presencial-apple-emitira-online-su-conferencia-desarrolladores>

Apple mantiene la exclusividad de sus eventos, a los que invita a desarrolladores, periodistas y bloggers de todo el mundo, seleccionados cuidadosamente por la marca.

Presentaciones de productos:



<https://pplware.sapo.pt/apple/apple-special-event-acompanhe-todas-as-novidades/>

Durante estas presentaciones, que suelen contar con figuras destacadas como Steve Jobs, Apple suele lanzar nuevos productos que revolucionan el mercado tecnológico.

Productos que entusiasman a los usuarios:



<https://gq.globo.com/Prazeres/Poder/noticia/2018/01/-apple-pode-comprar-netflix.html>

Los productos de Apple son conocidos por hacer exactamente lo que los usuarios quieren que hagan, provocar sonrisas cuando descubren funciones que no esperaban, y no causar molestias ni pérdidas de tiempo.

Comunicación Interna



<https://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/04/las-politicas-de-redes-sociales-de-apple>

Se han determinado las acciones de comunicación interna que emplea la marca Apple, y se ha analizado su estrategia comunicativa en las redes sociales más destacadas (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y TikTok).

Además, Apple tiene políticas y términos que rigen sus servicios online, incluidos los servicios de comunicación de Apple, iCloud y su Política de privacidad. Te recomiendo que consultes su página web para obtener información más detallada.

Se puntúa 0,5 en la política de comunicación, interna y externa de Apple, debido a su eficacia en mantener a los empleados informados y en promover una imagen positiva de la empresa al público.

3. La presencia de la empresa y sus productos en internet y en las redes social



<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20211012/7778353/tim-cook-redes-sociales-pmv.html>

Apple tiene una estrategia de redes sociales única, con presencia en las principales redes pero con contenido limitado.

Se puntúa 0,4 en la presencia de Apple y sus productos en internet y en las redes sociales, debido a su estrategia única de mantener una presencia limitada pero efectiva en las principales plataformas, lo que refleja su enfoque en la calidad sobre la cantidad.

4. La infraestructura y su adecuación a la demanda generada



<https://www.apple.com/es/newsroom/2021/10/apple-charges-forward-to-2030-carbon-neutral-goal-clean-power>

Apple se ha comprometido a descarbonizar su cadena de suministro global para 2030. La empresa ha anunciado que está colaborando con sus proveedores para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y adoptar un enfoque integral hacia la descarbonización. Sin embargo, el éxito de estas iniciativas aún está por determinarse, por lo que será importante seguir monitoreando su progreso.

Se puntúa 0,4 a Apple en cuanto a su infraestructura y su adecuación a la demanda generada. Aunque la empresa ha sido criticada por su impacto medioambiental, está tomando medidas significativas para abordar estas preocupaciones.

5. El grado de conocimiento del cliente



<https://blog.gservus.com/el-secreto-del-exito-de-apple-la-experiencia-del-cliente/>

Apple utiliza encuestas de clientes para mantener su liderazgo en la industria, lo que le permite entender mejor las necesidades y preferencias de sus clientes. Esta retroalimentación directa de los clientes es invaluable para el desarrollo de productos y servicios que satisfacen y superan las expectativas del cliente.

Se puntúa 0,5 a Apple por su conocimiento profundo de las necesidades y preferencias de sus clientes, evidenciado en su uso de encuestas y análisis de datos.

6. La política de fijación de precios



<https://muyfinanciero.com/conceptos/precio-dopado/>

Apple utiliza una estrategia de precios premium para sus productos, reflejando su enfoque en la calidad y la innovación. Sin embargo, para algunos de sus servicios en línea, Apple adopta una estrategia de precios más flexible para atraer a una gama más amplia de clientes y competir eficazmente en el mercado digital.

Se puntúa 0,5 a la política de fijación de precios de Apple, que refleja su enfoque en ofrecer productos y servicios de alta calidad. Aunque sus precios pueden ser más altos que los de algunos competidores, muchos clientes están dispuestos a pagar por la innovación, el diseño y la funcionalidad que Apple ofrece.

7. La capacidad de cambio



<https://lamanzanamordida.net/tutoriales/iphone/evolucion-iphone-2007-actualidad/>

Apple ha demostrado una notable capacidad de cambio a lo largo de los años, transformando la industria de la tecnología con productos revolucionarios como el iPhone. Su habilidad para adaptarse y evolucionar en respuesta a las cambiantes demandas del mercado y las nuevas tendencias tecnológicas ha sido un factor clave en su éxito continuado. Esta capacidad de innovación y adaptación refleja el compromiso de Apple con la excelencia y su visión de futuro.

Se puntúa 0,5 a Apple en cuanto a su capacidad de cambio, lo que refleja su habilidad para adaptarse y evolucionar en respuesta a las cambiantes demandas del mercado y las nuevas tendencias tecnológicas.

8. El grado de fidelización de los clientes



<https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2018/09/15/5b9c1440468aeb1a098b45de.html>

Apple tiene una tasa de lealtad de los clientes excepcionalmente alta, lo que subraya la profunda conexión que los clientes tienen con la marca.

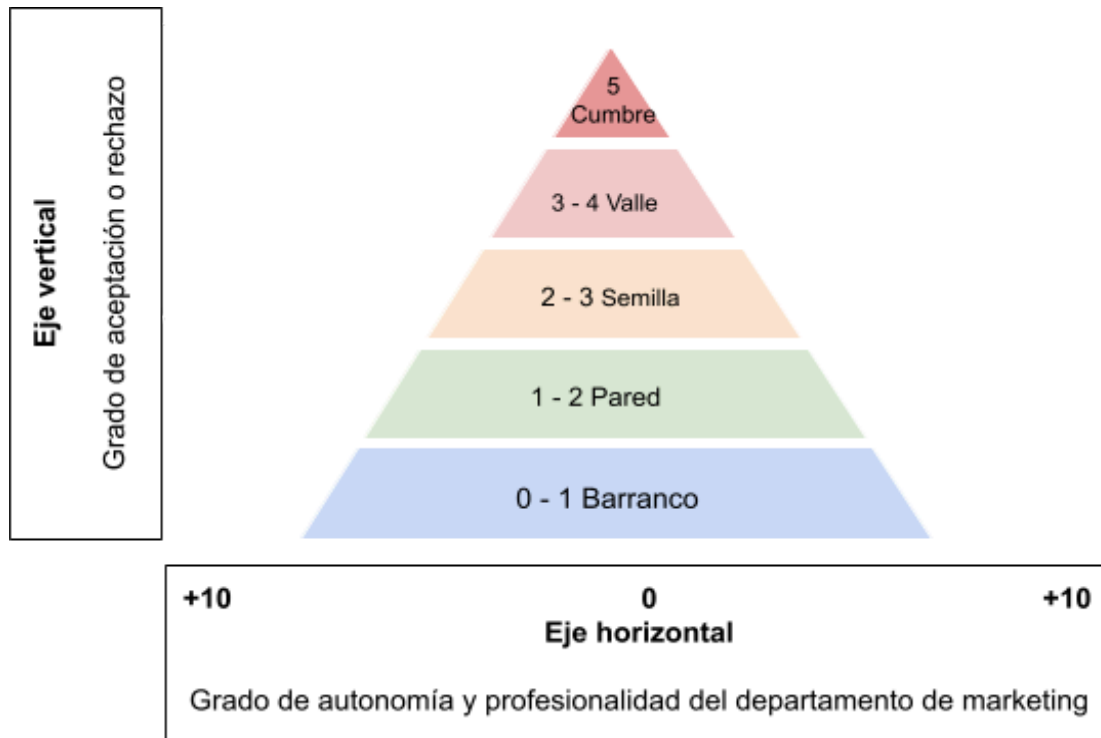
Se puntúa 0,5 en el grado de fijación de los clientes a Apple, ya que la empresa ha logrado cultivar a través de sus productos y servicios de alta calidad, su atención al cliente excepcional y su constante innovación.

10. El posicionamiento

Según se observa en el mapa de posicionamiento, Apple se encuentra en el primer cuadrante de CALIDAD/PRECIO, ya que además de tener los precios muy elevados en comparación con sus competidores, tiene una mejor calidad de productos y servicios.

Se puntúa 0,5 en el estudio de variable CALIDAD/PRECIO según el mapa de posicionamiento de Apple.

Puntuación total de la Matriz RMG: (4,8)



Cumbre: Puntuación que supera los 4 puntos. Es la situación más favorable, conviene mantenerla.

Apple ha alcanzado una puntuación que supera los 4 puntos, situándose en la cumbre. Esta es la situación más favorable, reflejando su éxito en áreas como la innovación, la atención al cliente, la fijación de precios y la lealtad del cliente.

Recomendación: mantener la posición.

Dada su posición de liderazgo en la industria, la recomendación sería mantener esta posición. Esto implicaría continuar con su estrategia actual, manteniendo su enfoque en la innovación, la calidad del producto y la satisfacción del cliente.

Objetivo, estrategia, público objetivo

Misión: La misión de Apple es proporcionar la mejor experiencia de usuario a través de su innovador hardware, software y servicios.

Visión: Su visión es hacer grandes productos y ser una fuerza para el bien en el mundo.

Selección de mercado objetivo

Apple ha diversificado su enfoque para innovar en nichos de mercado con productos basados en iOS y ha puesto un enfoque en los servicios para liderar en nuevos nichos de mercado. Como parte de su estrategia comercial, Apple ha destinado el 20% de su presupuesto de comunicación para promocionar su oferta comercial en este mercado. Además, Apple ha implementado estrategias comerciales para aumentar las ventas y diversificar su cartera de productos, como la comercialización de nuevos productos en nuevos mercados. Un ejemplo de esto es la promoción de una nueva televisión, que podría ayudar a Apple a alcanzar a una audiencia más amplia y aumentar sus ingresos. En términos de segmentación de mercado, Apple distribuye sus productos en todo el mundo y tiene tiendas físicas en numerosas ciudades y países. Sus productos son utilizados por personas de diversas edades, ocupaciones y estilos de vida, pero su demografía principal incluye a personas de entre 18 y 45 años. Apple se dirige a los consumidores que valoran la tecnología de alta calidad, el diseño y la innovación, y sus clientes suelen ser de clase media a alta y llevan un estilo de vida moderno y activo. Además, Apple se dirige a los clientes basándose en su comportamiento de compra y uso, personalizando la experiencia del usuario en función de sus preferencias, como en el caso de Apple Music. Finalmente, en términos de selección de mercado objetivo, Apple sigue una estrategia concentrada, atendiendo a aquellos segmentos del mercado en los que presenta alguna ventaja competitiva que puede conducir a obtener mejores resultados comerciales.

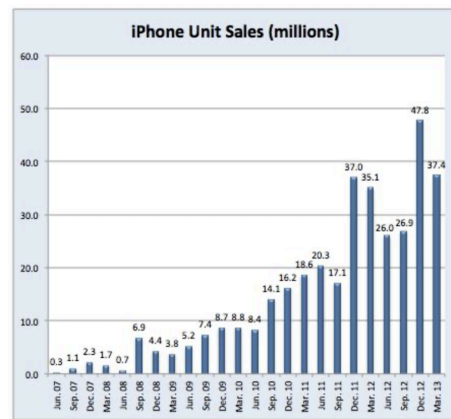
El ciclo de vida del producto

El ciclo de vida del producto – Caso iPhone

Administrador / 25 febrero, 2014

Introducción

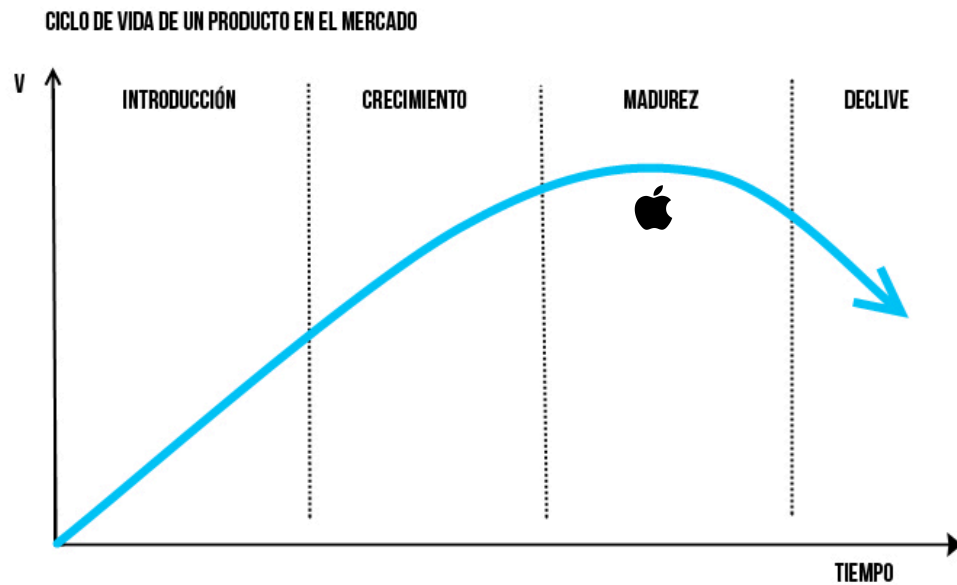
A raíz de un artículo publicado por CNN Money en el cual se hace referencia a la evolución de las ventas unitarias de iPhone, basándose en datos publicados por la propia compañía Apple, decidí analizar si existía alguna relación con los conocimientos de Marketing que hemos ido adquiriendo y fue una grata sorpresa adivinar el vínculo existente con el ciclo de vida del producto. El gráfico de referencia es el que se aprecia a continuación:



<https://elrincondejoost.wordpress.com/2014/02/25/53/>

Apple se encuentra en el mercado de madurez, el mercado está saturado, las ventas son elevadas aunque se estancan. De producirse aumentos, son poco significativos, y se producen por la entrada de nuevas unidades de consumo. Suele ser la etapa más larga, su duración depende de los cambios en los gustos y preferencias de los compradores, a los que las empresas ofrecen diferentes variantes del producto. Los beneficios alcanzan su nivel máximo, incluso empiezan a disminuir. Desaparecen los competidores más débiles y se suprimen los distribuidores o canales menos rentables.

Grafico



Estrategia de fidelización: Apple es adecuada para la fase de madurez. El objetivo de las empresas es mantener la cuota de mercado manteniendo clientes fieles. Para ello se realizan modificaciones en los productos, con nuevas versiones, cambios en el diseño, presentando nuevos usos para el producto y la presentación o personalizando la oferta. En la distribución se fomenta la selección. La publicidad es persuasiva hacia la marca y busca consolidar la fidelidad.



Slogan: "Mira diferente"

El eslogan representa la visión de la empresa de ser única y diferenciarse del mercado.

La idea detrás de "Mira diferente" es celebrar a aquellos que ven las cosas de manera diferente y que, a través de su creatividad y genialidad, pueden cambiar el mundo. Este eslogan refleja la filosofía de Apple de fomentar la innovación y la creatividad en sus productos y servicios.

Pantone



PANTONE®
178 C

Este color se llama **Sunset Orange**. Tiene un tono rojo-anaranjado brillante y cálido. Es un color energético y vibrante.

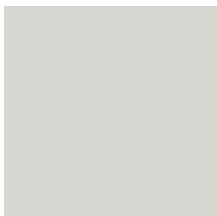
Pantone



PANTONE®
2725 C

Este color se llama **Light Violet**. Es un tono violeta claro y suave. Puede transmitir una sensación de elegancia y misterio.

Pantone



PANTONE®
Cool Gray 1 U

Este color se llama **Grayish Blue**. Es un tono gris-azul con una apariencia neutra y sofisticada.

Pantone



PANTONE®
877 C

Este color se llama **Dark Silver**. Es un tono plateado oscuro y versátil.

Pantone



PANTONE®
P 177-11 U

Este color se llama **Dark Silver**. Es un tono gris oscuro y elegante.

Pantone



PANTONE®
PQ-10152C

Este color se llama **Dark Red**. Es un tono rojo oscuro y cálido.

Pantone



Este color se llama **Black**. Es el color más oscuro y representa la ausencia total de luz. Es clásico y atemporal.

Elementos del cartel

Texto: "Mira diferente"

Tipografías: Ovo (tamaño 38) y San Francisco (tamaño 32)

Objeto estilizado: Gafas Vision Pro

Logo de Apple: En la parte inferior del cartel, que es reconocible al instante

Gradiente de colores: de Light Violet hasta el Sunset Orange. Este gradiente de colores puede crear un efecto visual atractivo y captar la atención del espectador.

Campaña

Título de la campaña: "Visión del futuro"

Apple organizará un evento en Canarias en un espacio público donde las personas puedan probar las gafas Vision Pro y experimentar de primera mano cómo pueden cambiar su forma de ver el mundo.

En esta campaña, Apple desea destacar su último lanzamiento que redefine la forma en que interactuamos con la tecnología. Apple quiere mostrar cómo este producto puede cambiar la forma en que las personas ven el mundo.

Estrategia de la campaña

Evento de publicidad en vivo: Apple organizará un evento en vivo para publicitar las gafas Vision Pro. Este evento será transmitido en línea para que una audiencia global pueda seguirlo.

Redes sociales: Apple compartirá imágenes y videos que muestran cómo las gafas Vision Pro pueden cambiar la forma en que las personas ven el mundo. Apple usará el hashtag #MiraDiferente.

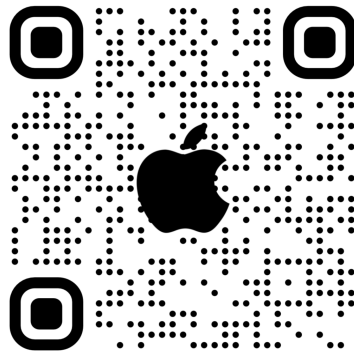
Mensaje clave: Con las gafas Vision Pro de Apple, se puede ver el mundo de una manera completamente nueva. No importa lo que se quiera lograr, las gafas Vision Pro de Apple pueden ayudar a verlo de una manera diferente.

CRONOGRAMA APPLE

SEPTIEMBRE 2024

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Cuartilla																														
Octavilla																														
Catálogo																														
Valla																														
Marquesina																														
Mupi																														
Centros comerciales																														
Prensa (página completa)																														
Prensa (media página)																														
Prensa (faldón)																														
Prensa (robapágina)																														
Prensa (columna)																														
Prensa (módulo)																														
Revista (página completa)																														
Revista (media página)																														
Revista (faldón)																														
Revista (robapágina)																														
Revista (columna)																														
Revsita (módulo)																														
Tarjeta de visita																														
Radio (Los 40 principales)																														
Radio (Onda cero)																														
Radio (Kiss FM)																														
Instagram																														
Twitter																														
Emplazamiento																														
Street marketing																														
Merchandising																														
Tiktok																														

QR

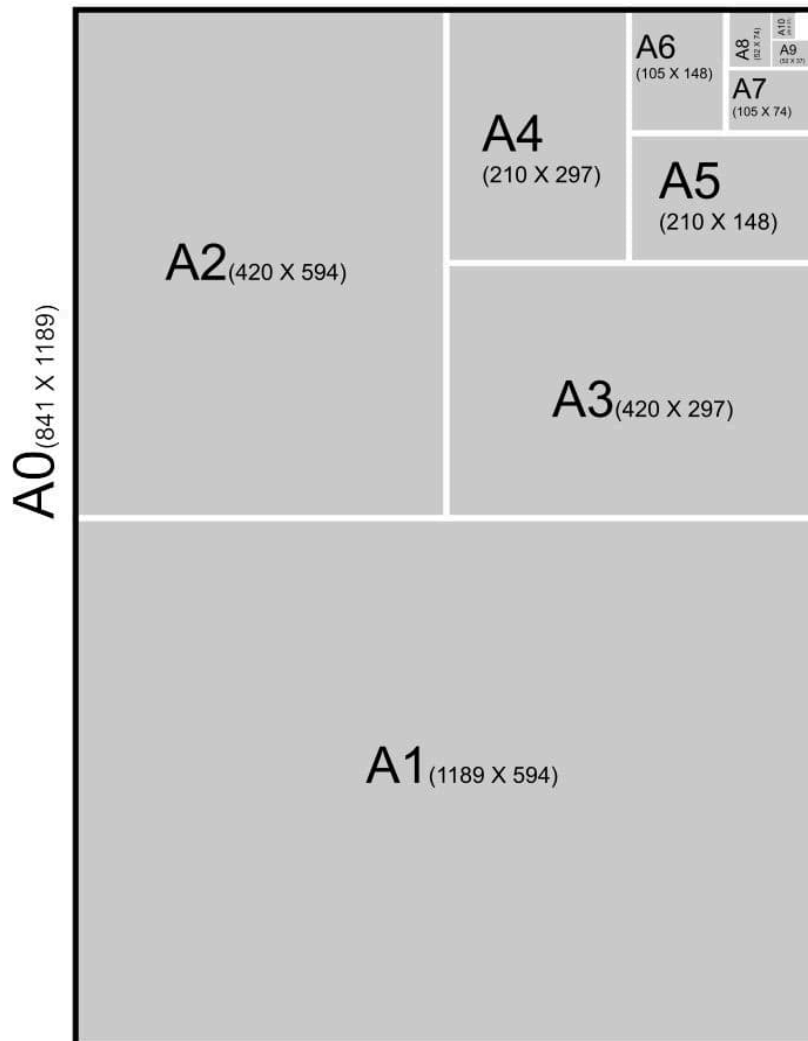


Esto sería la integración del logotipo de Apple dentro de los códigos QR para fines de marca. Es una forma efectiva de combinar tecnología de escaneo rápido con reconocimiento de marca.

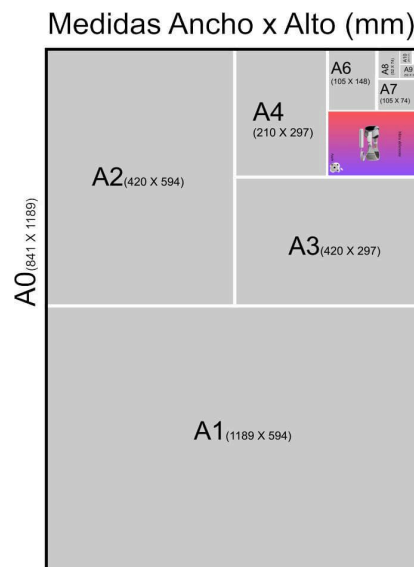
Cartel



Medidas Ancho x Alto (mm)



Cuartilla A5



Cuartilla (A5) en la publicidad: Una cuartilla en publicidad es una medida de espacio para planificar y diseñar anuncios. También ayuda a calcular el costo de un anuncio.

Presupuesto de impresión

LA IMPRENTA IMPRENTA ONLINE LA EMPRESA SERVICIOS DISTRIBUIDORES BLOG CONTACTO AYUDA

/ Flyers/ Flyers

Impresión de Flyers

Impresión de Flyers. Calcula tu precio al instante, incluido el IVA y los gastos de envío. Sin costes ocultos. Envío gratis a España (península). Elige entre más de 30 tamaños disponibles y una amplia variedad de papeles (estucados, offset o reciclados). A partir de 100 unidades.

Cantidad: 1000

Escoge las características de tu producto, para calcular tu presupuesto.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Tintas Impresión: 4+4 Color a dos caras

Tamaño: 148 x 210 mm (A5)

PAPEL

IMPORTE DE TU PEDIDO

Precio sin IVA	71,42 €
IVA(21%)	15,00 €
Gastos de envío (Península)	*Gratis
*Isla, Portugal y otros consultar	
TOTAL:	86,42 €

DESCARGAR PRESUPUESTO PDF

COMPRAR

OTRAS CANTIDADES

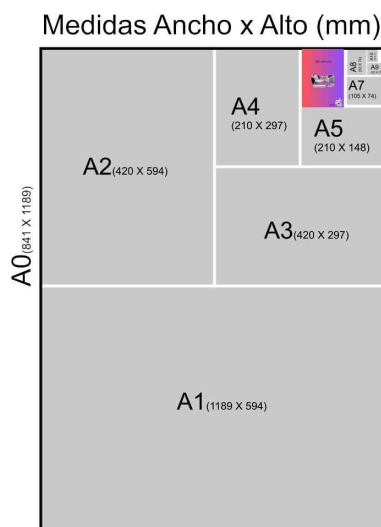
1500	105,10 €	COMPRAR
------	----------	---------

<https://imprentaonline.laimprentacg.com/es/producto/26-impresion-flyers>

Muestra un presupuesto para la impresión de 1000 volantes en formato cuartilla A5 (210x148) en el sitio web de “LA IMPRENTA” para septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 71,42 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 76,32 €

Octavilla A6



Octavilla (A6) en la publicidad: Una octavilla en publicidad es una hoja de papel impresa, generalmente del tamaño de una octava parte de una hoja completa. Es una herramienta de marketing eficaz para llegar a un público amplio de manera económica ya que su tamaño compacto permite una fácil distribución y almacenamiento.

Presupuesto de impresión

LAIMPRENTA IMPRENTA ONLINE LA EMPRESA SERVICIOS DISTRIBUIDORES BLOG CONTACTO AYUDA

Flayers/ Flyers

Impresión de Flyers

Impresión de Flyers. Calcula tu precio al instante, incluido el IVA y los gastos de envío. Sin costes ocultos. Envío gratis a España (península). Elige entre más de 30 tamaños disponibles y una amplia variedad de papeles (estucados, offset o reciclados). A partir de 100 unidades.

Cantidad: 1000

Escoge las características de tu producto, para calcular tu presupuesto.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Tiempo Impresión: 4+4 Color a dos caras

Tamaño: 105 x 148 mm (A6)

PAPEL

IMPORTE DE TU PEDIDO

Precio sin IVA	55,98 €
IVA(21%)	11,76 €
Gastos de envío (Península) *Islas, Portugal y otros consultar	*Gratis
TOTAL:	67,74 €

DESCARGAR PRESUPUESTO PDF

COMPRAR

OTRAS CANTIDADES

1500	77,10 €	COMPRAR
------	---------	---------

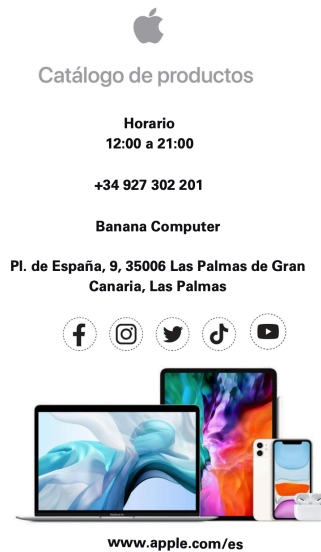
<https://imprentaonline.laimprentacg.com/es/producto/26-impresion-flyers>

Muestra un presupuesto para la impresión de 1000 volantes en formato octavilla A6 (105x148) para septiembre de 2024.

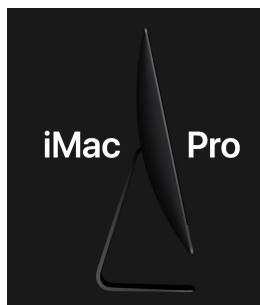
- Coste (Sin IGIC): 55,98 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 59,90 €

Catálogo

Portada y contraportada



Contenido (productos)



Compra iMac Pro.



Procesador Intel Xeon W de 8 núcleos a 3,2 GHz
Turbo Boost hasta 4,0 GHz
Memoria ECC de 32 GB a 2666 MHz, configurable hasta 128 GB
1 TB de almacenamiento SSD
Radeon Pro Vega 56 con 8 GB de memoria HBM2
Ethernet de 10 Gb
Cuatro puertos Thunderbolt 3
Pantalla Retina 5K 5120 x 2880 P3 de 27 pulgadas

5.499€

iMac Bonita. Poderosa.



Compra iMac.



Procesador de 6 núcleos a 3,0 GHz con Turbo Boost de hasta 4,1 GHz
1 TB de almacenamiento
Pantalla Retina 4K

1.699€

Procesador de 6 núcleos a 3,7 GHz con Turbo Boost de hasta 4,6 GHz
2 TB de almacenamiento
Pantalla Retina 5K

2.299€



Compra Mac mini.



Procesador de 6 núcleos a 3,0 GHz con Turbo Boost de hasta 4,1 GHz y 512 GB de almacenamiento

Procesador Intel Core i5 de 6 núcleos y 3,0 GHz de octava generación
Turbo Boost hasta 4,1 GHz
Memoria DDR4 de 8 GB a 2666 MHz
Gráficos Intel UHD 630
Almacenamiento SSD basado en PCIe de 512 GB

1.499€.

MacBook Pro Lo mejor para los más brillantes.



Compra MacBook Pro.



Procesador de cuatro núcleos a 2,0 GHz con Turbo Boost de hasta 3,5 GHz
512 GB de almacenamiento
Touch Bar y Touch ID

1.799€

Procesador de 8 núcleos a 2,3 GHz
1 TB de almacenamiento
AMD Radeon Pro 5500M
Touch Bar y Touch ID

2.999€,

MacBook Air La ligereza ataca de nuevo.



Procesador Quad-Core Core i5 de 1,1 GHz con Turbo Boost de hasta 3,5 GHz y 512 GB de almacenamiento
Touch ID

Pantalla de retina con True Tone
Procesador Intel Core i5 de cuatro núcleos y 1,1 GHz de décima generación
Turbo Boost hasta 3,5 GHz
Gráficos Intel Iris Plus
Memoria LPDDR4X de 8 GB a 3733 MHz
Almacenamiento SSD de 512 GB
Teclado retroiluminado
Touchpad Force Touch
Dos puertos Thunderbolt 3

1.199€



iPad Pro Su próxima computadora no es una computadora.



Acabado
Almacenamiento
128 GB 256 GB
989€ 1.049€
512 GB 1 TB
1.209€ 1.429€
Conectividad
Wi-Fi Wi-Fi + Cellular

Acabado
Almacenamiento
128 GB 256 GB
1.099€ 1.209€
512 GB 1 TB
1.429€ 1.829€
Conectividad
Wi-Fi Wi-Fi + Cellular



Compra iPad Air.

Acabado	
Almacenamiento	
64 GB	256 GB
769€	969€
Conectividad	
Wi-Fi	Wi-Fi + Celular



Compra iPad.

Acabado	
Almacenamiento	
32 GB	128 GB
449€	729€
Conectividad	
Wi-Fi	Wi-Fi + Celular



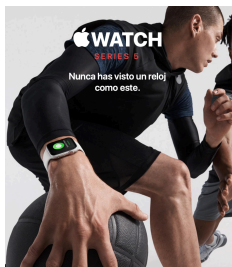
Compra iPad mini.

Acabado	
Almacenamiento	
64 GB	256 GB
649€	849€
Conectividad	
Wi-Fi	Wi-Fi + Celular



Compra Apple WATCH

Caja de aluminio plateado con correa deportiva blanca	Caja de aluminio gris espacial con correa deportiva negra
219€	219€
Caja de aluminio plateado con correa deportiva blanca	Caja de aluminio gris espacial con correa deportiva negra
239€	239€



Compra Apple WATCH

Caja de aluminio gris espacial con correa deportiva	Caja de aluminio plateado con correa deportiva	Caja de aluminio gris espacial con correa deportiva
479€	479€	449€
Caja de acero inoxidable gris espacial con correa deportiva	Caja de acero inoxidable plateado con correa deportiva	Caja de acero inoxidable plateado con correa deportiva
529€	529€	579€



Compra iPhone 11 Pro.

Acabado	
Almacenamiento	
64 GB	256 GB
325€	489€
512 GB	659€
Almacenamiento	
64 GB	256 GB
439€	629€
512 GB	819€



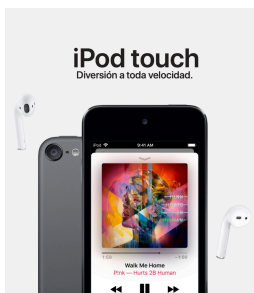
Compra iPhone 11.

Acabado	
Almacenamiento	
64 GB	128 GB
299€	349€
256 GB	439€



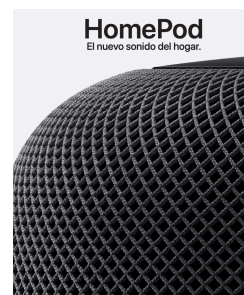
Compra iPhone SE.

Acabado	
Almacenamiento	
64 GB	128 GB
239€	299€
256 GB	349€



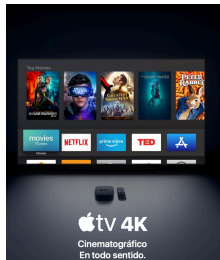
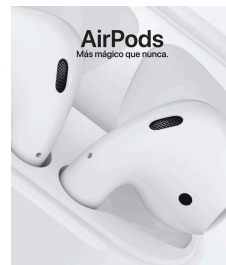
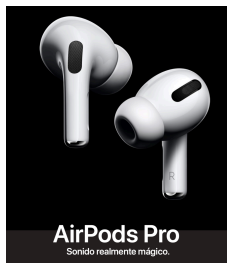
Compra iPod touch.

Acabado	
Almacenamiento	
32 GB	128 GB
199€	229€
256 GB	319€



Compra HomePod.

Acabado	
349€	
La máxima autoridad musical.	
HomePod está diseñado para sacar lo mejor de Apple Music. Solo pídegnoslo a Siri y él te mostrará tus canciones favoritas que quieras escuchar.	



Objetivo del catálogo para Apple:

- Estimular la imaginación con productos innovadores
- Celebrar la diversidad de productos Apple
- Promover el aprendizaje a través de la tecnología
- Unir a los usuarios en una comunidad apasionada
- Anunciar nuevos productos que emocionen a los fans
- Consolidar la marca Apple como sinónimo de calidad y creatividad

Distribución:

- El catálogo se va a distribuir por toda Canarias
- Durante el mes de septiembre 2024

Presupuesto para la impresión



Impresión de Catálogos tapa blanda

Imprimir catálogos corporativos encuadernados con tapa blanda (rústica). La **encuadernación** de los pliegos puede ser **cosida o encolada**. Máxima calidad y rapidez tanto en offset como en digital. Calcula tu presupuesto online con envíos a toda España.

Cantidad:

1000

Escoge las características de tu producto, para calcular tu presupuesto.

Más información

- Tutorial Exportar a PDF
- Calcular el peso del catálogo

CARACTERÍSTICAS GENERALES

Páginas: 40 (múltiplo de 2)

Tamaño: 210x297 (A4)

Muestra Previa: Sí

IMPORTE DE TU PEDIDO

Precio sin IVA	1.942,99 €
IVA(21%)	408,03 €
Gastos de envío (Península) *Islas, Portugal y otros consultar	*Gratis
TOTAL:	2.351,02 €

DESCARGAR PRESUPUESTO PDF

COMPRAR

OTRAS CANTIDADES

1500	2.712,03 €	COMPRAR
------	------------	----------------

<https://imprentaonline.laimprentacg.com/es/producto/18-imprimir-catalogos-tapa-blanda>

Muestra un presupuesto para la impresión de 1000 catálogos con tapa blanda en formato A4 (210x297) en el sitio web de “LA IMPRENTA”.

- Coste (Sin IGIC): 1.942,99 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 2.079,99 €

Valla publicitaria



La campaña se va realizar en Las Palmas, en el mes de septiembre de 2024, 50 vallas publicitarias en régimen de alquiler para contrataciones de 1 mes.

- Coste (Sin IGIC): 49.000 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 52.430 €

Las Palmas

980 €

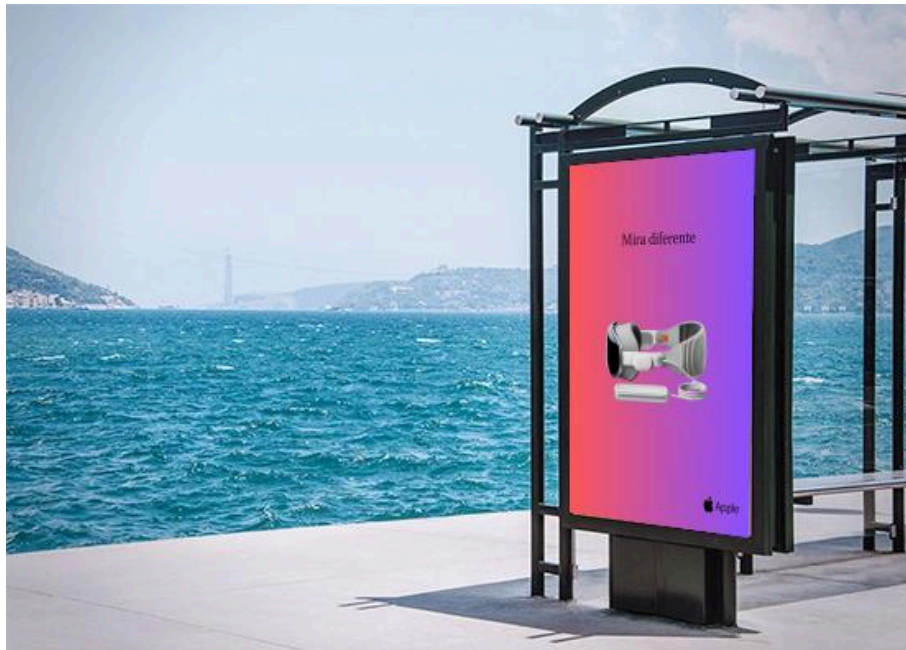
La campaña se va realizar en Tenerife, en el de septiembre de 2024, 50 vallas publicitarias en régimen de alquiler para contrataciones de 1 mes.

- Coste (Sin IGIC): 47.500 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 50.825 €

Tenerife

950 €

Marquesina



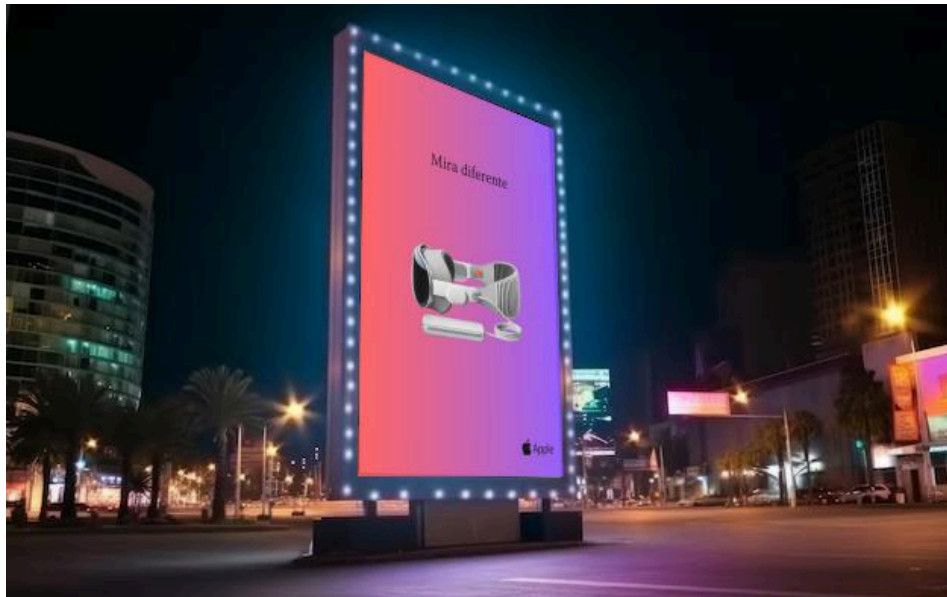
La campaña se va realizar en Las Palmas, en el mes de septiembre de 2024, 105 Marquesinas con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones de 1 mes.

- Coste (Sin IGIC): 56.800 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 60.776 €

La campaña se va realizar en Tenerife, en el mes de septiembre de 2024, 100 Marquesinas con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones 28 días.

- Coste (Sin IGIC): 64.000 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 68.480 €

Mupis



La campaña se va realizar en Las Palmas, en el mes de septiembre de 2024, 105 Mupis con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones de 1 mes.

- Coste (Sin IGIC): 56.800 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 60.776 €

La campaña se va realizar en Tenerife, en el mes de septiembre de 2024, 100 Mupis con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones 28 días.

- Coste (Sin IGIC): 64.000 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 68.480 €

Centros comerciales



Centro comercial La Orotava, en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife

Publicidad con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones de 1 Mupi en el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 495 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 529 €

TENERIFE, La Orotava

Centro Comercial La Villa 2

5.950 €/año

<https://www.oblicua.es/publicidad-exterior/centros-comerciales.htm>

Centro comercial El Muelle, en la ciudad de Las Palmas de Gran Canarias

Publicidad con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones de 1 Mupi en el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 608 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 650 €

Centro comercial Las Arenas, en la ciudad de Las Palmas de Gran Canarias

Publicidad con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones de 1 Mupi por 600 € en el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 600 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 642 €

Centro comercial 7 Palmas, en la ciudad de Las Palmas de Gran Canarias

Publicidad con iluminación 24 horas en régimen de alquiler para contrataciones de 1 Mupi por 495 € en el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 495 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 529 €

GRAN CANARIA, Las Palmas	Centro Comercial El Muelle	7.300 €/año
GRAN CANARIA, Las Palmas	Centro Comercial Las Arenas	7.200 €/año
GRAN CANARIA, Las Palmas	Centro Comercial 7 Palmas	5.950 €/año

<https://www.oblicua.es/publicidad-exterior/centros-comerciales.htm>

Prensa

Página completa



<https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-prensa.htm>

Gran Canaria	Canarias 7	3.350 €	1.715 €
--------------	------------	---------	---------

Distribución: Canarias

Fecha: Miércoles 1 de septiembre al domingo 5 de septiembre de 2024.

Prensa: Canarias 7

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 3.350 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 3.584,5 €

Media página



Gran Canaria	La Provincia	2.857 €	1.460 €
--------------	--------------	---------	---------

<https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-prensa.htm>

Distribución: Canarias

Fecha: Jueves 9 de septiembre al lunes 13 de septiembre de 2024.

Prensa: La Provincia

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 1.460 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 1.562,2 €

Faldón



25.450

36.600

Faldón (2x5)

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Prensa_El_Pais.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Martes 21 de septiembre al sábado 25 de septiembre de 2024.

Prensa: El País

Presupuesto:

• Coste (Sin IGIC): 24.450 €

• Coste Total (IGIC Incluido): 26.161,5 €



Columna	299 x 54	10.404	13.440
---------	----------	--------	--------

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Prensa_ABC.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Miércoles 8 de septiembre al domingo 12 de septiembre de 2024.

Prensa: ABC

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 10.404 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 11.132,28 €

Módulo

20 minutos

MADRID LUNES, 10 DE ENERO DE 2022. AÑO XXIX, Nº 5008

www.20minutos.es

El Zendal abrirá quirófanos para pacientes de La Paz mientras dure su reforma

Un año después de su apertura, el hospital Enfermería Isabel Zendal acometerá una reorganización que incluye la construcción de quirófanos y el esfuerzo de otros servicios, como Farmacia. El objetivo es que puedan derivarse al Zendal los pacientes afectados por las obras de modernización del hospital La Paz.

PÁGINA 8

«Se me han abierto puertas pero aún hay prejuicios por ser gitana»

El programa de empleo de Secretariado Gitano cumple 20 años luchando por la inclusión. Sonia Pérez y María Romero (en la foto) nos cuentan su experiencia.

PÁGINA 6

Sánchez abre campaña para la cita clave de Castilla y León

PÁGINA 4

Al menos 19 muertos tras arder un edificio en Nueva York

PÁGINA 4

EL CAMINO A LA ESCUELA

Cada día, en diversos puntos del planeta, miles de niños afrontan peligro y dificultad para ir al colegio. En Afganistán, las niñas ven cerrado ese acceso. En España, ocho millones de escolares vuelven a las aulas bajo el signo de la pandemia. Es un retorno necesario y las autoridades deben garantizarlo.

Las Portadas.es

Más de 8 millones de alumnos vuelven a clase con dudas y protocolos más flexibles

MADRID considerará que hay un brote a partir de tres positivos en un aula
CUARENTENA Los alumnos menores de 12 años de la Comunidad no deberán hacerla

PÁGINA 2

REPARTO DE PUNTOS EN UN FRENÉTICO PARTIDO

VILLARREAL 2 - 2 ATLÉTICO

PÁGINA 9

NADAL CONQUISTA EN MELBOURNE SU PRIMER TÍTULO DEL AÑO / PÁG. 11

Miguel Ángel Aguilar

«El periodismo es la inmersión en los acontecimientos»

PÁGINA 10

Mira diferente

Apple

Módulo con exclusividad

1.650

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Prensa_20_Minutos.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Lunes 13 de septiembre al viernes 17 de septiembre de 2024.

Prensa: 20 Minutos

Presupuesto:

• Coste (Sin IGIC): 1.650 €

• Coste Total (IGIC Incluido): 1.765,5 €

Revistas

Página completa



47.950

Página

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Revistas_El_Pais_Semanal.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Martes 14 de septiembre al sábado 18 de septiembre de 2024.

Revista: El País Semanal

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 47.950 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 51.306,5 €

Media pagina



página primera mitad

28.000

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Revistas_Mujer_Hoy.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Lunes 25 de septiembre al viernes 29 de septiembre de 2024.

Revista: Mujer Hoy

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 28.000 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 29.960 €

1/3 página (faldón)



1/3 página horizontal

12.735 € color

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Revistas_Pronto.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Miércoles 15 de septiembre al domingo 19 de septiembre de 2024.

Revista: Pronto

Presupuesto:

• Coste (Sin IGIC): 12.375 €

• Coste Total (IGIC Incluido): 13.241,25 €

Robapáginas

Belleza PERFECTA PARA ESTAS NAVIDADES

El regalo eres tú

De: El Conde, J. López y G. Chaparro

Descubre la cosmética y los tratamientos más lujosos para estar de infarto estas fiestas

ROSTRO

Sonrisa divina

Resalta el contorno de la mirada con delineador de labios con productos matificantes a la crema. Resultado natural y bonito. Desde 200 euros. Ideal también en temporada alta para el día de la boda.

De: San Felipe de Nave 30, 33. Oficina Piel de San Felipe. Tel: 984 42 31 31

Rings en dos líneas

La proporción de la combinación más saludable cosmética para mejorar los problemas de la piel y tratamientos estéticos para que mujeres y niñas que así lo deseen y en el momento que quieras llegar. Debe ser suficiente para que te sientas bien.

Escote de lujo

Brindamos servicios con calidad y productos de primera calidad. Si deseas una experiencia única, contacta con nosotros. Desde 200 euros. Oficina Piel de San Felipe. Tel: 984 42 31 31.

Tratamiento ROSTRO Y ESCOTE CON UNO

Desde sus diferentes centros, todos los tratamientos estéticos, la atención de la piel y el rostro.

¿Qué tratamiento aconsejas de cara a la piel de Navidad?

Siempre tratamos el rostro y el escote con productos de primera calidad.

¿Qué podemos hacer para que el rostro sea perfecto?

Siempre tratamos el rostro y el escote con productos de primera calidad.

¿Qué podemos hacer para que el rostro sea perfecto?

Siempre tratamos el rostro y el escote con productos de primera calidad.

Mira diferente

Apple

Mirada seductora

Con el tratamiento de la mirada, podrás mejorar tu mirada y tu sonrisa. Desde 200 euros. Oficina Piel de San Felipe. Tel: 984 42 31 31.

De: San Felipe de Nave 30, 33. Oficina Piel de San Felipe. Tel: 984 42 31 31

Cutis de seda

Combina el uso de los productos y la atención de la piel y el rostro.

De: San Felipe de Nave 30, 33. Oficina Piel de San Felipe. Tel: 984 42 31 31

Doble 1/2 página

14.300,00

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Revistas_Qué_Me_Dices.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Jueves 23 de septiembre al lunes 27 de septiembre de 2024.

Revista: Qué Me Dices

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 14.300 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 15.301 €

Columna



Una Columna

5.700

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Revistas_Cuore.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Viernes 10 de septiembre al martes 14 de septiembre de 2024.

Revista: Cuore

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 5.700 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 6.099 €

Módulo



1/4 Página

7.410 €

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Revistas_Lecturas.pdf

Distribución: Canarias

Fecha: Lunes 20 de septiembre al viernes 24 de septiembre de 2024.

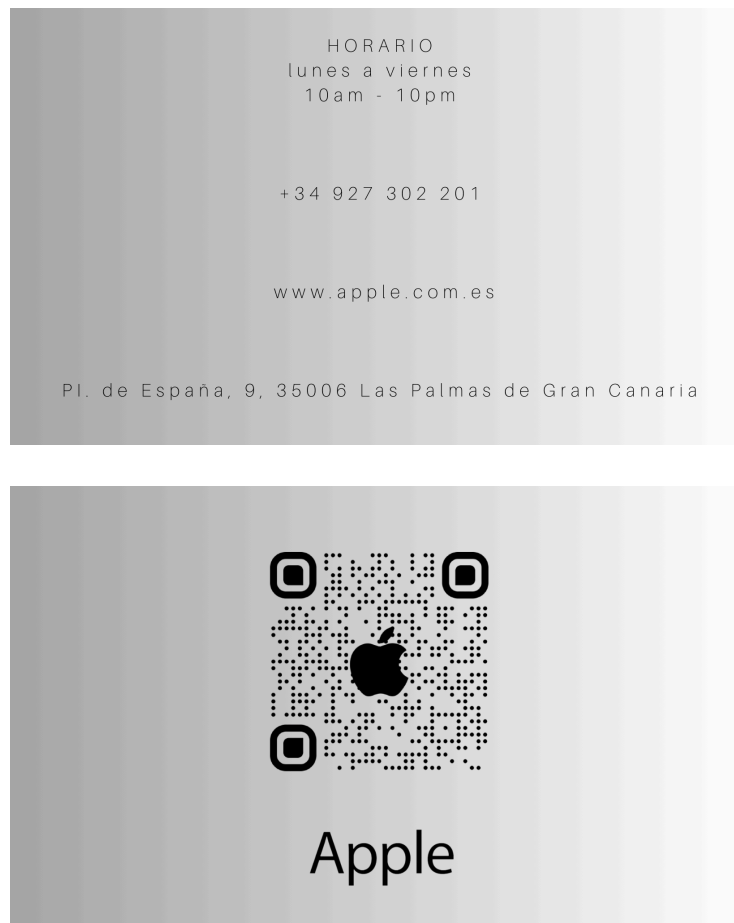
Revista: Lecturas

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 7.410 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 7.928,7 €

Tarjetas

Empresa:



Fecha: Septiembre 2024

Impresión: 1.000 tarjetas a 2 caras



Tarjetas a 2 caras 1000 uds. 112,15€

<https://www.copimaycor.es/lista-de-precios>

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 112,15 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 120 €

Personal:



Fecha: Septiembre 2024

Impresión: 1.000 tarjetas a 2 caras



Tarjetas a 2 caras 1000 uds. 112,15€

<https://www.copimaycor.es/lista-de-precios>

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 112,15 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 120 €

Ficha técnica

Emisora o grupo responsable:

- LOS 40 PRINCIPALES
- ONDA CERO
- KISS FM

Nombre de la cuña:

- "Mira diferente con Apple"

Dirección o realización:

- Maria Fernanda Neves

Audiencia u oyentes a los que va dirigido:

- Personas residentes de las palmas de gran canarias

Duración:

- 30 segundos

Secuencia de realización de toda la cuña con contenido (mensaje), música y los tiempos:

- "¿Estás listo para mirar diferente? Hoy, Apple nos invita a mirar el mundo de una manera diferente." "Descubre los últimos avances en tecnología y cómo Apple está cambiando el mundo en la Feria de Innovación. Mira diferente en Canarias." "Esto es Apple, siempre invitándonos a mirar diferente".

Responsable:

- Maria Fernanda Neves

Programa: LOS40 GRAN CANARIA SUR 96.5

Franja horaria: Sábado 28 de septiembre 2024, 10 -14h

Frecuencia: 5 veces

DEL 40 AL 1 (S de 10:00-14:00)		41 €
--------------------------------	--	------

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Radio_40_Principales_Tarifas_Locales.pdf

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 205 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 219 €

Programa: ONDA CERO, LA BRÚJULA REGIONAL 106.8

Franja horaria: Lunes 9 de septiembre 2024, 18 -19h

Frecuencia: 5 veces

LA BRÚJULA REGIONAL	18:00-19:00	42
---------------------	-------------	----

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Radio_Onda_Cero_Tarifas_Locales.pdf

Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 210 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 224,7 €

Programa: KISS FM, LAS PALMAS 102.4

Franja horaria: Lunes 9 de septiembre 2024, 8 -10h

Frecuencia: 5 veces

Las Palmas	102.4 FM	TARIFA ÚNICA	23,00 €
------------	----------	--------------	---------

https://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_Radio_Kiss_FM_Tarifas_Locales.pdf

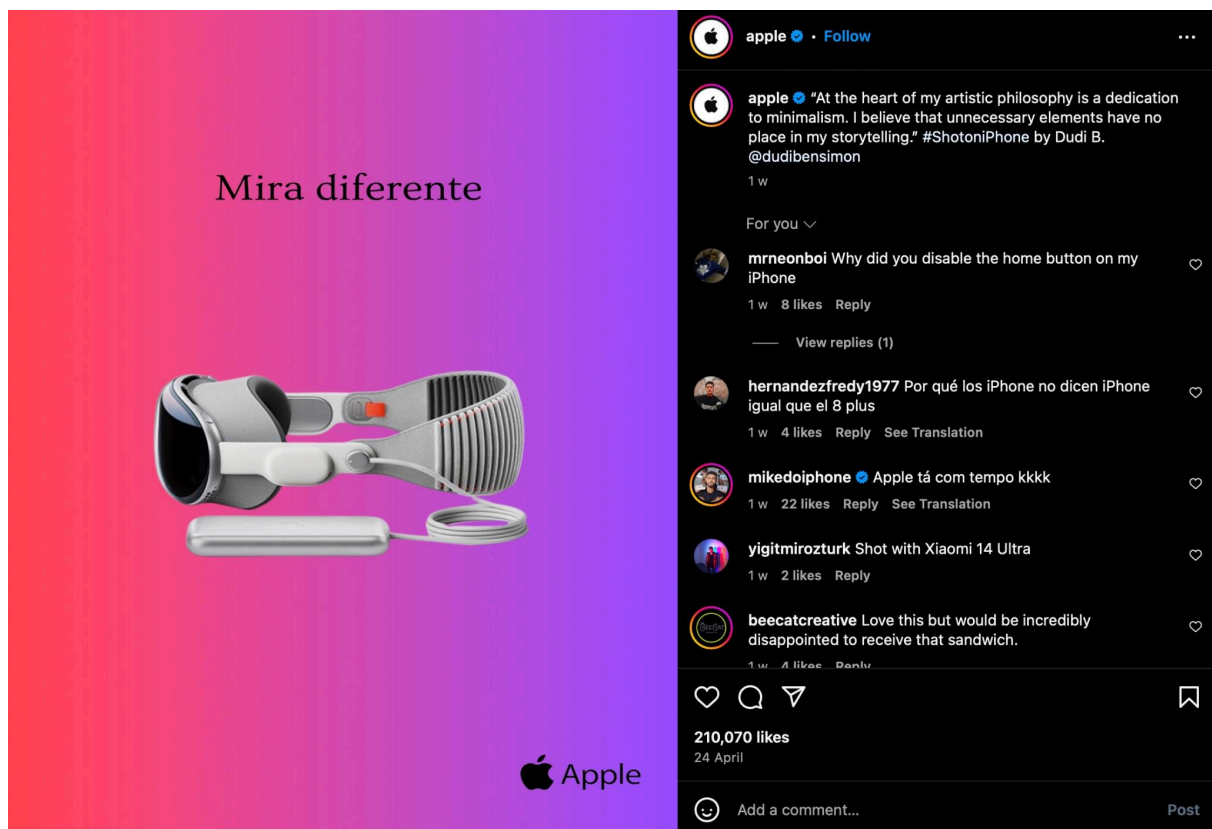
Presupuesto:

- Coste (Sin IGIC): 115 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 123,5 €

Total presupuesto: 567,2 €

Buzz marketing

Instagram

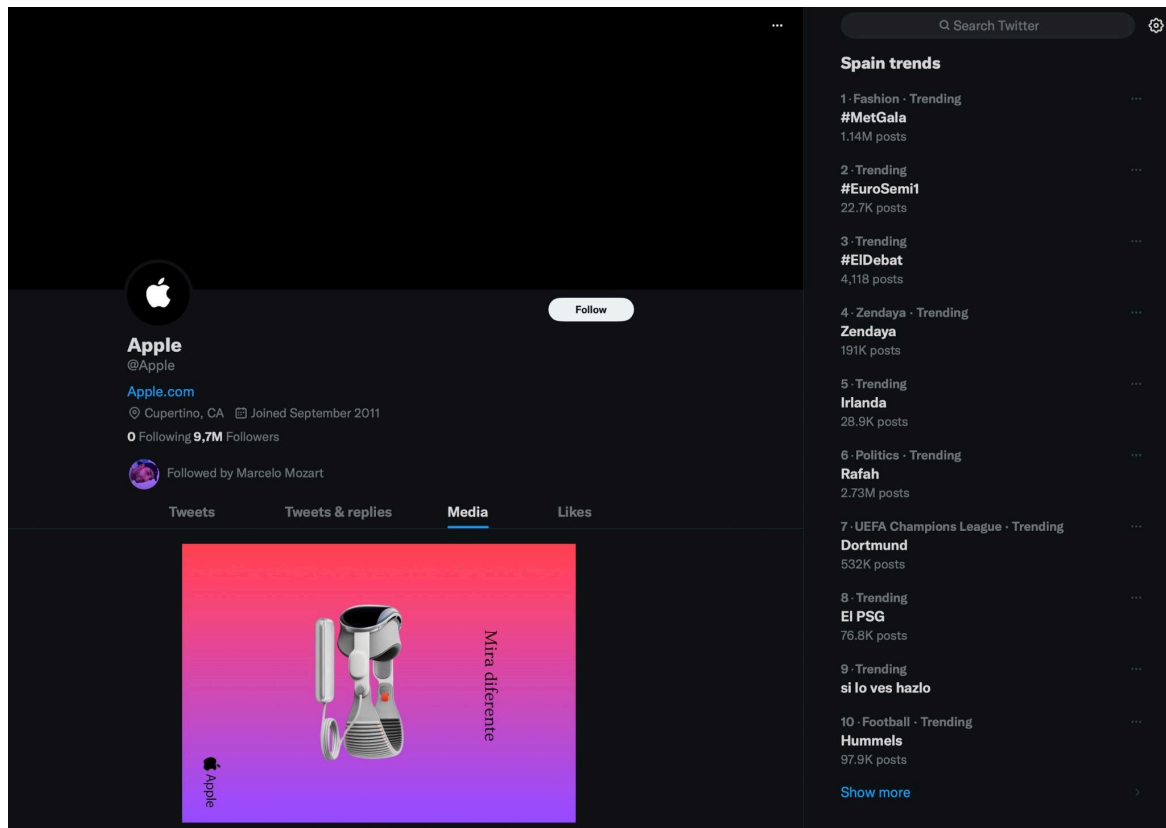


En esta red social se va a publicitar el cartel de esta campaña de "Mira diferente"

Fecha de publicación: A partir 10 septiembre, con frecuencia de 5 veces al día hasta 30 de septiembre de 2024.

Presupuesto: 0 €

Twitter



En esta red social se va a publicitar el cartel de esta campaña de "Mira diferente"

Fecha de publicación: A partir 10 septiembre, con frecuencia de 5 veces al día hasta 30 de septiembre de 2024.

Presupuesto: 0 €

Serie de Netflix



“House of Cards” es un drama político que sigue a Frank y Claire Underwood, una pareja ambiciosa que utiliza tácticas manipuladoras para ascender en la política de Washington D.C. La serie destaca por su representación de la intriga y el juego de poder en la política estadounidense. La última temporada se centra en Claire Underwood como presidenta de los Estados Unidos.

Emplazamiento



La serie es conocida por su uso de la publicidad por emplazamiento. Apple es una de las marcas que más destaca en la serie. Es raro el capítulo de “House of Cards” donde no vemos un iPhone, un iPad o un MacBook.

A pesar de la omnipresencia de Apple, la serie también muestra productos de otras marcas como Samsung, Nokia o Blackberry. Los productos de Apple suelen mostrarse en primer plano, mientras que los productos de otras marcas suelen aparecer en segundo plano. Esto sugiere que “House of Cards” trata a Apple mejor que a otras marcas en términos de publicidad por emplazamiento.

Presupuesto: 100.000 € (contrato cerrado con netflix y Apple por temporada).

Street marketing



Autobuses Las Palmas de Gran Canaria con Trasera Integral + laterales	4.290 €	3.960 €/mes	1.270 €/autobus
---	---------	-------------	-----------------

https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad_en_autobuses_en_las-palmas-de-gran-canaria.html

Presupuesto de 5 guaguas para 28 días en Las Palmas de Gran Canaria en el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 21.450 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 22.951,50 €

Merchandising

Camisa:



TU PRESUPUESTO	
1.000 Unds.	
Camisas con logotipo para mujer algodón y poliamida 115 g/m2 THC	13.960,00 €
Paris:	
Personalización:	370,00 €
Total:	14.330,00 €
Total (incl 21% IVA):	17.339,30 €

<https://www.giftcampaign.es/ropa-personalizada/camisas/camisa.html>

Presupuesto de 1.000 camisas, con logotipo de la empresa, para la distribución en Canarias durante el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 14.330 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 15.333 €

Almohadilla de playa:



TU PRESUPUESTO	
1.000 Unds.	
Almohadilla de playa publicitaria con forma rectangular Siesta:	710,00 €
Personalización:	640,00 €
Total:	1.350,00 €
Precio x unidad:	1,35 €
Envío estándar	Gratuito

<https://www.giftcampaign.es/verano/regalos-playa/almohadilla-siesta.html>

Presupuesto de 1.000 almohadillas de playa, con logotipo de la empresa, para la distribución durante el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 1.350 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 11.444,50 €

Botella:



TU PRESUPUESTO	
1.000 Unds.	
Botella de acero inoxidable de gran duración 500ml Clip Modern:	9.570,00 €
Personalización:	380,00 €
Total:	9.950,00 €
Precio x unidad:	9,95 €
Envío estándar	Gratuito

<https://www.giftcampaign.es/botellas-personalizadas/botella-clip-modern.html>

Presupuesto de 1.000 botellas, con logotipo de la empresa, para la distribución en Canarias durante el mes de septiembre de 2024. 4.

- Coste (Sin IGIC): 9.950 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 10.646,50 €

Gorro:



TU PRESUPUESTO	
1.000 Unds.	
Gorra corporativa barata de 6 paneles con cierre de velcro	1.110,00 €
ColorCap:	
Personalización:	570,00 €
Total:	1.680,00 €
Precio x unidad:	1,68 €
Envío estándar	Gratuito

<https://www.giftcampaign.es/complementos/gorra-colorcap.html>

Presupuesto de 1.000 gorras, con logotipo de la empresa, para la distribución en Canarias durante el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 1.680 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 1.797,60 €

Tazza:



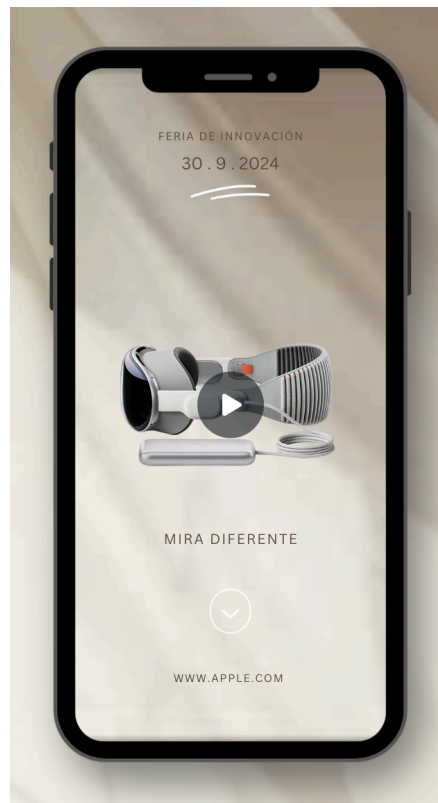
TU PRESUPUESTO	
1.000 Unds.	
Taza de cerámica blanca para impresión a todo color 350ml	1.670,00 €
Sublim:	
Personalización:	0,00 €
Total:	1.670,00 €
Precio x unidad:	1,67 €
Envío estándar	Gratuito

<https://www.giftcampaign.es/tazas-personalizadas/tazas-sublimar.html>

Presupuesto de 1.000 tazas de cerámica, con logotipo de la empresa, para la distribución en Canarias durante el mes de septiembre de 2024.

- Coste (Sin IGIC): 1.670 €
- Coste Total (IGIC Incluido): 1.786,90 €

Tiktok



En este video de 30 segundos, se puede observar las gafas Visión Pro de Apple girando en círculo con título "Feria de Innovación", la fecha de la feria "30 de septiembre de 2024" el slogan de la campaña "Mira Diferente" y el enlace de la empresa.

Canción: Better Off (Alone, Pt. III) <https://www.youtube.com/watch?v=ouEI3qTLc0M>

En esta red social se va a publicitar esta campaña de Apple "Mira diferente"

Fecha de publicación: A partir 10 septiembre, con frecuencia de 5 veces al día hasta 30 de septiembre de 2024.

Presupuesto: 0 €