

Doc. Estudio de mercado: JaranApp

Realizado por: Grupo: 2.3

Fecha: 16/10/2024

Versión: 1.0

Historial de Cambios

Fecha	Versión	Descripción	Autor
16/10/2024	1.0	Análisis de Mercado Inicial	Alexander Collado Rojas Enrique Camacho García Alejandro Rodger Marín

Índice

1 Objetivos del estudio

1.1 ¿Qué queremos obtener con el estudio?

2 Pre-Análisis

2.1 Descripción inicial del problema

2.2 Aplicaciones/Sistemas/Servicios de referencia

3 Análisis DAFO

3.1 Debilidades

3.2 Amenazas

3.3 Fortalezas

3.4 Oportunidades

4 Resultado de la Investigación

5 Definición de Objetivos

1. Objetivos del estudio

1.1. ¿Qué queremos obtener con el estudio?

El propósito principal del estudio de mercado es entender mejor el panorama actual del ocio, las preferencias de los usuarios y las oportunidades que tienen los usuarios a su alcance. El estudio busca identificar las necesidades insatisfechas en cuanto a la búsqueda y gestión de actividades y locales de ocio, analizando qué tipo de eventos, actividades o plataformas están siendo utilizadas actualmente por los usuarios.

2. Pre-Análisis

2.1. Descripción inicial del problema

En el mercado actual, la promoción de establecimientos y la búsqueda de actividades de ocio están fragmentadas en múltiples plataformas y medios. Lo que genera dificultades tanto para los usuarios como para los administradores de los establecimientos. Los usuarios enfrentan el problema de encontrar de manera centralizada información completa y actualizada sobre lugares, eventos y actividades de ocio. Esto puede hacer que pierdan oportunidades interesantes o que no accedan a información relevante.

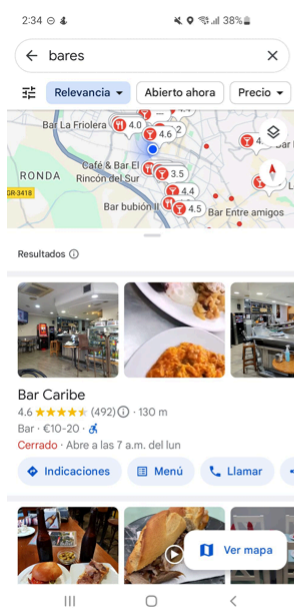
El principal problema que *JaranApp* busca resolver es esta dispersión de la información y la falta de una plataforma unificada que facilite tanto la promoción de establecimientos como la búsqueda y gestión de actividades de ocio. Crear un espacio único permitirá mejorar la visibilidad de los negocios y simplificar la experiencia de los usuarios al momento de planificar su tiempo libre.

2.2. Aplicaciones/Sistemas/Servicios de referencia

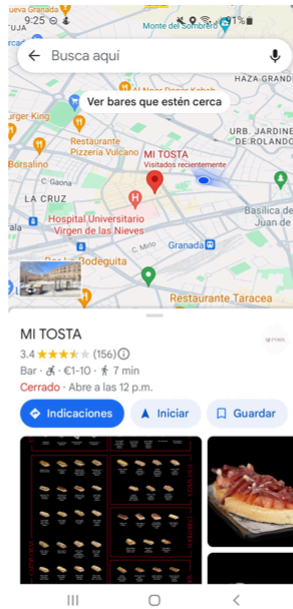
Existen múltiples aplicaciones diseñadas para facilitar la búsqueda de eventos y establecimientos sociales. Por ejemplo, aplicaciones como Yelp, Google y TripAdvisor permiten a los usuarios buscar restaurantes, bares, y eventos según las reseñas y valoraciones de otros usuarios.

1. **TripAdvisor:** Tripadvisor es la plataforma de orientación de viajes más grande del mundo. Ayuda a cientos de millones de personas cada mes en la planificación, reserva y realización de viajes. Los viajeros usan el sitio y la aplicación para descubrir alojamientos, actividades y restaurantes basados en las recomendaciones de otros viajeros.
2. **Yelp:** Yelp conecta a las personas con excelentes negocios locales. Con información confiable sobre negocios locales, fotos y contenido de reseñas, Yelp proporciona una plataforma local integral para que los consumidores descubran, se conecten y realicen transacciones con negocios de todos los tamaños, facilitando la solicitud de presupuestos, la unión a listas de espera, la realización de reservas y la programación de citas o compras.

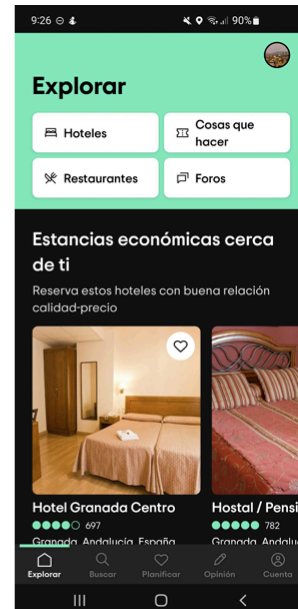
3. **Google:** Google Maps permite a los turistas descubrir una amplia variedad de establecimientos de ocio, como restaurantes, bares, parques, museos y otros puntos de interés. La función de búsqueda integrada facilita encontrar lugares específicos o explorar categorías de interés en una zona determinada.



(a) Google Maps



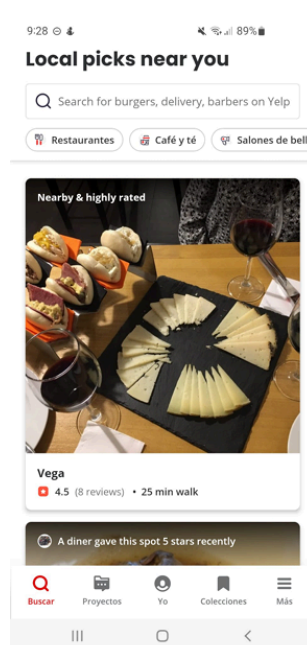
(b) Google Maps



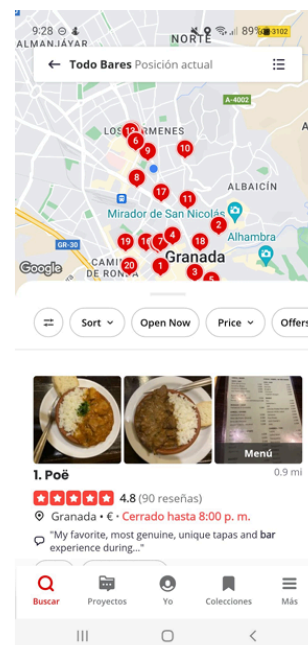
(c) TripAdvisor



(d) TripAdvisor



(e) Yelp



(f) Yelp

3. Análisis DAFO

3.1. Debilidades

Dependencia tecnológica: La plataforma depende de que los usuarios y establecimientos adopten la tecnología, lo que puede ser un desafío inicial.

Confiabilidad de las reseñas: La calidad y fiabilidad de las reseñas y calificaciones de los establecimientos dependen de la participación activa de los usuarios, lo cual puede ser difícil de garantizar al principio.

Adaptación a diferentes mercados: La app puede estar muy centrada en un solo entorno (como Granada), lo que podría limitar su aplicabilidad en otras ciudades sin una adaptación previa.

3.2. Amenazas

Resistencia al cambio: Establecimientos pequeños o tradicionales pueden resistirse a adoptar nuevas plataformas de gestión de eventos.

Competencia existente: Grandes plataformas como *TripAdvisor*, *Yelp*, y *Google Maps* tienen una base de usuarios establecida y recursos significativos

3.3. Fortalezas

Centralización de la información: La plataforma centraliza eventos y promociones en un solo lugar, eliminando la fragmentación que afecta a otras aplicaciones.

Enfoque en la interacción social: *JaranApp* fomenta la creación de actividades y eventos entre amigos, lo que no es el enfoque principal de otras plataformas.

3.4. Oportunidades

Mercado turístico: El turismo está en constante crecimiento y los viajeros buscan apps personalizadas que centralizan información de ocio.

Adopción de nuevas tecnologías: La tendencia a la digitalización de pequeños negocios brinda la oportunidad de integrar más establecimientos.

Capacidad de expansión: La aplicación puede crecer añadiendo más funciones, mejorando su valor frente a la competencia.

4. Resultado de la Investigación

La investigación realizada confirma que la fragmentación en la información de ocio es un problema persistente tanto para usuarios como para los establecimientos. Los usuarios carecen de una plataforma centralizada que les permita encontrar eventos, actividades y locales de manera eficiente, mientras que los establecimientos tienen dificultades para promocionar sus eventos en una única plataforma.

Se identificaron varias necesidades insatisfechas:

- **Dificultad en la planificación de actividades:** Los usuarios deben consultar varias plataformas, lo que fragmenta su experiencia y les hace perder oportunidades importantes de ocio.
- **Baja visibilidad para establecimientos:** Pequeños negocios tienen una presencia limitada y dependen de múltiples herramientas para promocionarse, lo que complica la gestión de su visibilidad.
- **Falta de personalización:** Aunque existen aplicaciones que permiten la búsqueda de locales, la mayoría no ofrece un enfoque centrado en las preferencias personales o la interacción social, un vacío que JaranApp podría cubrir.

JaranApp ofrece una solución única, consolidando eventos y locales en un solo espacio, con características sociales que permiten a los usuarios organizar actividades de manera más eficiente, mejorando la experiencia de ocio para los usuarios y la visibilidad de los establecimientos.

5. Definición de Objetivos

El principal objetivo de *JaranApp* es convertirse en una plataforma de referencia en la búsqueda y gestión de actividades y locales de ocio, ofreciendo una experiencia centralizada tanto para usuarios como para establecimientos. Los objetivos específicos son:

- **Centralizar la información de ocio:** Unificar en una sola plataforma la oferta de eventos, actividades y locales, reduciendo la fragmentación que enfrentan los usuarios al buscar opciones de entretenimiento.
- **Facilitar la promoción para los establecimientos:** Proporcionar a los negocios una herramienta eficiente para promocionar sus eventos y ofertas, mejorando su visibilidad y facilitando la gestión de sus actividades.
- **Mejorar la experiencia del usuario:** Ofrecer un sistema de búsqueda y recomendaciones personalizadas basadas en las preferencias de los usuarios, optimizando la planificación de su tiempo libre.
- **Fomentar la interacción social:** Permitir a los usuarios organizar y compartir actividades con amigos, promoviendo la creación de eventos grupales y una experiencia de ocio más conectada.
- **Expandir la adopción tecnológica:** Integrar tanto a usuarios como a pequeños y medianos establecimientos en un entorno digital que facilite la interacción y promoción, capitalizando la tendencia a la digitalización.