

# PROCESO DE APRENDIZAJE - 01

## CURSO

MODELOS DE NEGOCIOS Y STARTUPS

## PERIODO

2025-01

## NRC

4726

## PROFESOR

- GONZALES QUEZADA VICTORIA JESÚS

## INTEGRANTES


| APELLIDOS Y NOMBRES                | CORREO ELECTRÓNICO    |
|------------------------------------|-----------------------|
| Pinedo Gutiérrez Christopher David | 72182243@mail.isil.pe |
| Panduro Carrillo David André       | 72497948@mail.isil.pe |
| Delgado Lizarraga Aracely Carmen   | 77568879@mail.isil.pe |
| Luz Daniela Ferrer Condor          | 77675368@mail.isil.pe |
| Espinoza Claros, Benjamin          | 74248023@mail.isil.pe |

## Contenido

|  |          |
|--|----------|
| Datos generales.....   | 2        |
| - Idea de negocio:.....  | 2        |
| - ¿Por qué elegimos este producto?.....  | 2        |
| Como grupo descubrimos que tenemos habituado el consumo de eventos, conciertos y actividades culturales, nos llamó la atención cómo una startup peruana como Joinnus logró transformar un modelo tradicional de venta de entradas en una plataforma digital..... | 2        |
| 1. Tipo de modelo de negocio y sus características.....  | 2        |
| 2. Orientación de la oportunidad de negocio?.....  | 3        |
| 3. Identificación del problema o necesidad insatisfecha.....   | 3        |
| 4. Análisis del consumidor.....  | 3        |
| 5. Identificación de stakeholders (por lo menos 3).....  | 3        |
| 6. Validación del problema a través de una entrevista.....   | 4        |
| 7. Análisis de competencia.....  | 4        |
| 8. Metodologías y tendencias Startups utilizadas.....  | 4        |
| 9. Definición de Buyer persona.....  | 4        |
| 10. Mapa de empatía.....   | 5        |
| <b>Bibliografía.....</b>   | <b>6</b> |

## Datos generales

### - Idea de negocio:

| Idea de negocio  | Empresa  |
|--|--|
| “ Plataforma digital para la gestión y venta de entradas a eventos ” |  |

### - ¿Por qué elegimos este producto?

Como grupo descubrimos que tenemos habituado el consumo de eventos, conciertos y actividades culturales, nos llamó la atención cómo una startup peruana como Joinnus logró transformar un modelo tradicional de venta de entradas en una plataforma digital.

## 1. Tipo de modelo de negocio y sus características

El modelo de negocio de Joinnus es principalmente SAAS (Software as a Service), también incorpora elementos del modelo Eyesballs.

### a. Modelo principal ( SAAS ) :

Joinnus ofrece una plataforma tecnológica para publicar, vender y gestionar entradas, esta solución se basa en la nube siendo sostenible mediante el cobro de comisiones por cada transacción.

Características por aplicadas por Joinnus del modelo SAAS:

- El uso de la plataforma incluye soporte, seguridad y procesamiento de pagos.
- Es escalable y adaptable a distintos tipos de eventos.
- Evita que los distintos organizadores tengan que desarrollar su propia tecnología.

### b. Modelo complementario ( Eyesballs ) :

Joinnus también genera ingresos mediante la publicidad en su plataforma y por la promoción de eventos específicos, esto convierte su tráfico digital en un activo valioso para las marcas que desean visibilidad.

(Equipo Joinnus / JOINNUS SAC, 2020)

## 2. Orientación de la oportunidad de negocio?

La idea de negocio que da origen a Joinnus está orientada principalmente en el uso de smartphones y las nuevas tecnologías.

Joinnus aprovecha la alta penetración de internet móvil en el Perú permitiendo a los usuarios descubrir, gestionar y comprar entradas para eventos desde la comodidad de su celular. Además se apoya en tecnologías como el almacenamiento en la nube, las pasarelas de pago, la geolocalización y la digitalización de boletos.

Por lo tanto la oportunidad de negocio de Joinnus está enfocada en:

- Digitalizar procesos tradicionales del sector de eventos.
- Aprovechar el uso masivo de smartphones como canal principal de acceso y transacciones.
- Conectar organizadores y consumidores a través de una solución tecnológica.

(Redacción Gestión / Gestión.pe, 2015)

## 3. Identificación del problema o necesidad insatisfecha

Joinnus surgió para abordar la dificultad que enfrentan las personas al buscar y adquirir entradas para eventos en sus ciudades. La información sobre eventos estaba dispersa y no centralizada, lo que complicaba la planificación y asistencia a actividades de interés. Además, los organizadores de eventos carecían de herramientas eficientes para promocionar y gestionar sus actividades.

## 4. Análisis del consumidor

El consumidor típico de Joinnus es un individuo urbano, conectado digitalmente, que busca experiencias culturales, deportivas y de entretenimiento. Valora la comodidad de adquirir entradas en línea y la posibilidad de descubrir eventos personalizados según los intereses del público. Los organizadores de eventos también son usuarios clave, ya que utilizan la plataforma para promocionar y gestionar sus actividades de manera eficiente.

## 5. Identificación de stakeholders (por lo menos 3)

- **Usuarios finales:** Personas que compran entradas y asisten a eventos.
- **Organizadores de eventos:** Empresas o individuos que crean y gestionan eventos a través de la plataforma beneficiándose de las herramientas de difusión.
- **Socios estratégicos:** Entidades como Credicorp, que adquirió Joinnus para integrarse con servicios financieros como Yape, ampliando su alcance y funcionalidad.

## 6. Validación del problema a través de una entrevista.

- **Plataforma integral:** Ofrece una solución completa para la gestión de eventos, desde la promoción hasta la venta de entradas, facilitando la labor de los organizadores.
- **Personalización y segmentación:** Utiliza datos de usuarios para ofrecer eventos personalizados, mejorando la experiencia del usuario y aumentando la asistencia a eventos.
- **Opciones de pago flexibles:** Para eventos de alto costo, Joinnus ofrece la posibilidad de dividir el pago en partes, permitiendo a los usuarios abonar en cuotas y facilitando el acceso a eventos que de otro modo podrían ser inaccesibles.

## 7. Análisis de competencia

- Joinnus es una plataforma digital enfocada en la gestión y venta de entradas para eventos, con fuerte presencia en el mercado peruano. Su modelo de negocio se centra en facilitar tanto a los usuarios como a los organizadores el descubrimiento, promoción y compra de entradas para diversos tipos de eventos, como conciertos, festivales, conferencias, actividades deportivas y experiencias culturales.
- En cuanto a su competencia, Joinnus se enfrenta tanto a plataformas internacionales como a competidores locales. Ticketmaster es uno de los gigantes del sector, con una fuerte presencia global, grandes alianzas y un enfoque en eventos masivos. Eventbrite, por su parte, es una plataforma muy usada a nivel internacional para todo tipo de eventos, destacando por su facilidad de uso, opciones gratuitas y herramientas de promoción. A nivel local, Teleticket compite directamente en Perú, sobre todo en eventos grandes y con alianzas importantes. También existen opciones regionales como Passline, que se enfoca en eventos medianos y pequeños en

Latinoamérica, y Atrápalo, que combina la venta de entradas con ofertas de ocio y viajes.

## 8. Metodologías y tendencias Startups utilizadas

- **Eventos con identidad y branding:**

Crean eventos con un sello distintivo que los diferencia y ofrece experiencias únicas a los asistentes según gustos y preferencias.

- **Planificación enfocada en el público:**

Consideran las necesidades de los participantes al planificar eventos para garantizar una experiencia satisfactoria.

- **Digitalización y automatización:**

Utilizan la tecnología para facilitar procesos como la venta de entradas, la gestión de eventos y la difusión de información.

- **Adaptación a las tendencias móviles:**

Reconocen la importancia de la tecnología móvil y diseñan eventos que sean accesibles y atractivos en dispositivos móviles, especialmente Android e iOS.

- **Difusión y viralización:**

Brindan herramientas para la difusión de eventos a través de redes sociales y correo electrónico, permitiendo a los organizadores llegar a un público más amplio.

- **Seguridad en transacciones online:**

Implementan medidas de seguridad para proteger las transacciones de pago en línea.

- **Adaptabilidad y flexibilidad:**

Como plataforma digital, se adaptan rápidamente a las regulaciones y añaden nuevas funcionalidades para responder a las necesidades del mercado.

En resumen, Joinnus se enfoca en la experiencia del usuario, la eficiencia digital y la adaptación a las tendencias del mercado para ayudar a los organizadores a crear eventos exitosos.

## 9. Definición de Buyer persona

**Nombre:** Daniel Ríos.

**Características Sociodemográficas:**

- **Edad:** 22 años
- **Género:** Masculino
- **Ocupación:** Estudiante de ingeniería de sistemas y freelancer en diseño web
- **Ubicación:** Lima, Perú
- **Nivel socioeconómico:** Medio
- **Estado civil:** Soltero
- **Vive con:** Sus padres y un hermano menor
- **Educación:** Universitaria en curso

**Descripción de su personalidad:**

Daniel es curioso, sociable y autodidacta. Tiene una actitud relajada pero es muy proactivo cuando algo le interesa. Le gusta estar al día con la tecnología, probar nuevas apps, asistir a eventos culturales y conectarse con personas con intereses similares. No le gusta perder el tiempo ni sentirse desconectado de lo que pasa en su ciudad. Prefiere experiencias auténticas y valora la originalidad por encima del lujo. Se considera un entusiasta del aprendizaje continuo y la creatividad.

**Análisis de sus intereses y objetivos:**

Daniel busca planes fuera de lo común: conciertos indie, meetups de tecnología, ferias alternativas, cine independiente o charlas sobre innovación. Le interesa tanto entretenerse como aprender, y suele asistir a eventos que combinan conocimiento con diversión. Su objetivo es equilibrar su rutina académica con experiencias que lo inspiren y conecten con nuevas ideas o personas. También está construyendo una red de contactos para futuros proyectos como freelancer, por lo que le interesan espacios donde pueda hacer networking informal.

**Conducta y respuestas en redes sociales:**

Daniel es muy activo en redes sociales, especialmente en **Instagram**, **X (antes Twitter)** y **LinkedIn**. Usa **Instagram Stories** para compartir sus salidas y descubre eventos por los anuncios o recomendaciones de amigos. Participa en encuestas, sigue cuentas de cultura y tecnología, y responde con entusiasmo a eventos gratuitos o con descuentos. No es fan de las promociones genéricas; prefiere contenido auténtico y bien segmentado. Confía más en recomendaciones de creadores digitales locales que en publicidad tradicional. Es probable que guarde publicaciones de eventos y comparta enlaces en sus grupos de WhatsApp.

## 10. Mapa de empatía

- **¿Qué dice el cliente?**

Le agrada la idea de saber que hay eventos cerca a donde uno reside al igual que saber la actualización de los eventos que se realizan en el país.

- **¿Qué piensa el cliente?**

Espera encontrar entradas a eventos de calidad a un precio justo sin margen de revendedores y con la seguridad de que es real la entrada y no tendrá problemas para asistir.

- **¿Qué hace el cliente?**

Busca eventos por categoría y fecha los gustos de cada cliente y de acuerdo a sus necesidades lee reseñas de otros usuarios para confirmar el buen servicio que ofrece, compra entradas a fácil acceso desde la comodidad de su rutina diaria.

- **¿Qué siente el cliente?**

Satisfacción del cliente al saber que cuenta con una entrada para su evento que es de su agrado, al igual que seguridad por haberlo adquirido en una plataforma que lo respalda si en caso hubiera una eventualidad con la fecha del evento o el reembolso.



## Bibliografía

- Equipo Joinnus / JOINNUS SAC. (2020, November 4).

*El caso Joinnus de Perú: Cómo mutar al mundo streaming y prepararse para crecer en la pospandemia en 2021.* Blog Joinnus.

Retrieved May 7, 2025, from

<https://blog.joinnus.com/el-caso-joinnus-de-peru-como-mutar-al-mundo-streaming-y-prepararse-para-crecer-en-la-pospandemia-en-2021/>

- Redacción Gestión / Gestión.pe. (2015, 11 06).

*Startup Joinnus desarrolla aplicaciones móviles para comprar entradas a eventos.* Gestion.pe.

<https://gestion.pe/tecnologia/startup-joinnus-desarrolla-aplicaciones-moviles-comprar-entradas-eventos-104370-noticia/>