



## **Conecta**

Guillermo Cantero, Marlon  
Jimenez, Christian Zaplaic,  
Mario de Pablo



# Índice

<b>Índice.....</b>	<b>2</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
1.1 OBJETIVOS.....	5
1.2 ACTIVIDAD Y NICHOS DE MERCADO.....	5
1.3 VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPETENCIA.....	6
¿Qué hace única a Conecta?.....	6
Comparación con otras apps.....	6
<b>2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y R.S.C.....</b>	<b>6</b>
Misión:.....	6
Visión:.....	6
Valores:.....	7
Responsabilidad Social Corporativa (RSC):.....	7
2.2 FORMA JURÍDICA.....	7
<b>3. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>9</b>
3.1 JUSTIFICACIÓN COMERCIAL.....	9
3.2 JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.....	9
Contexto Económico General.....	11
Macroeconomía:.....	11
Microeconomía:.....	11
3.3 ANÁLISIS DAFO, PESTEL Y DE MERCADO.....	12
ANÁLISIS DAFO.....	12
ANÁLISIS PESTEL.....	13
ANÁLISIS DE MERCADO.....	14
Tamaño del mercado.....	14
Tendencias del consumidor.....	14
Segmentación del mercado.....	15
ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	15
Competidores directos.....	15
Competidores indirectos.....	15
Fortalezas de la competencia.....	15
Debilidades de la competencia.....	16
<b>4. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>16</b>
4.1 CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE USUARIOS.....	16
Captación de Usuarios:.....	16
Fidelización de Usuarios:.....	17
4.2 PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	18



Estrategia de Producto.....	18
Características del Producto:.....	18
Innovación:.....	18
Estrategia de Precio.....	19
Modelo de ingresos:.....	19
Estrategia de Promoción.....	20
Marketing Digital:.....	20
Marketing Tradicional:.....	21
Estrategia de Distribución.....	21
4.3 NICHO DE MERCADO.....	22
Perfil del público objetivo:.....	22
<b>5. CADENA LOGÍSTICA.....</b>	<b>23</b>
Desarrollo y Soporte Técnico.....	23
Proveedores Tecnológicos Clave:.....	23
Implementación y Lanzamiento.....	23
Mantenimiento y Actualizaciones.....	24
Distribución y Accesibilidad.....	24
Usuarios Finales.....	25
5.1 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	25
1. Desarrollo del Producto.....	25
2. Lanzamiento y Comercialización.....	26
3. Uso Activo.....	26
4. Renovación, Expansión o Sustitución.....	26
<b>6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>27</b>
6.1 Necesidades de Personal Inicial y Previsiones.....	27
Previsiones a medio plazo (2-3 años).....	28
6.2 Política de Contratación y Selección.....	28
6.3 Plan de Formación y Desarrollo.....	29
6.4 Plan de Prevención de Riesgos, Calidad, Mejora, Igualdad y Conciliación.....	30
6.5 Cultura Empresarial.....	31
<b>7. PLAN FINANCIERO.....</b>	<b>32</b>
7.1 Viabilidad económica y financiera.....	32
7.2 Presupuesto Inicial.....	32
7.3 Punto de equilibrio, costes fijos y variables.....	33
7.4 Fuentes de financiación.....	34
7.5 Margen operativo y rentabilidad esperada.....	34
<b>8. PLAN DE CONTINGENCIA Y RIESGOS.....</b>	<b>35</b>
8.1 Principales riesgos.....	35
8.2 Estrategias de mitigación.....	36



8.3 Recursos disponibles.....	37
<b>9. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>38</b>
9.1 Resumen de los puntos clave.....	38
9.2 Viabilidad económica.....	39

# 1. INTRODUCCIÓN

Somos **Conecta**, una app que nace con un propósito claro: acercar a las personas a través de los eventos que ocurren a su alrededor. ¿Un concierto? ¿Un mercadillo artesanal? ¿Un partido de fútbol o una charla interesante? Con Conecta, nuestros usuarios pueden descubrirlos, crearlos e incluso conversar con quienes también asistirán.

Queremos recuperar las relaciones basadas en la conexión física y no digital.

## 1.1 OBJETIVOS

**A corto plazo:** durante el primer año, nos enfocaremos en dar a conocer la app y construir una comunidad de, al menos, 1.000 usuarios activos. Esto se puede conseguir a través de campañas digitales, colaboraciones con empresas locales y la promoción de eventos que ocurran en las comunidades.

**A largo plazo:** queremos que Conecta se convierta en la app de referencia para descubrir eventos cercanos. Además, trabajaremos para mejorar la experiencia del usuario, hacer la app accesible para todos y expandirnos a más ciudades e incluso otros países.

## 1.2 ACTIVIDAD Y NICHOS DE MERCADO

Conecta es una aplicación móvil y web que permite:

- Descubrir eventos que suceden cerca de ti.
- Crear tus propios eventos.
- Conectar con otras personas que asistirán.

Nos dirigimos especialmente a personas entre 15 y 40 años que viven en zonas urbanas. Son usuarios que valoran los encuentros sociales, las nuevas experiencias y que quieren dejar de lado la comunicación a través de las redes sociales, para volver a la comunicación directa y real.

## 1.3 VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPETENCIA

### ¿Qué hace única a Conecta?

- **Eventos personalizados:** Gracias a la geolocalización, cada usuario ve eventos que realmente le interesan.
- **Funcionalidad social real:** Puedes chatear con asistentes, seguir usuarios y crear comunidad.
- **Facilidad para crear eventos:** Cualquiera puede organizar un plan y compartirlo con la comunidad.
- **Diseño moderno y fácil de usar:** Pensamos en cada detalle para que la experiencia sea fluida, intuitiva y agradable.

### Comparación con otras apps

Apps como Meetup o Eventbrite ya existen, pero Conecta va más allá: nos centramos en lo local, en lo humano, en las relaciones reales. No solo buscas eventos: conectas con personas.

## 2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y R.S.C

### Misión:

Queremos ofrecer una solución tecnológica que haga más fácil (y divertida) la conexión entre personas y su entorno social. Buscamos fomentar el tejido social urbano y aportar un granito de arena positivo a la sociedad.

### Visión:

Ser una app referente, reconocida por conectar personas de manera auténtica, con responsabilidad y cercanía.

## Valores:

- **Orientación al usuario:** Ponemos a las personas en el centro de todo lo que hacemos.
- **Transparencia:** Somos honestos, claros y abiertos en cómo actuamos y nos comunicamos.
- **Innovación:** Buscamos siempre nuevas formas de mejorar lo que hacemos y cómo lo hacemos.
- **Compromiso social:** Creemos en el poder de las personas para transformar su comunidad.

## Responsabilidad Social Corporativa (RSC):

- **Apoyo a lo local:** Queremos dar visibilidad a pequeños promotores, colectivos vecinales, asociaciones y eventos comunitarios.
- **Concienciación:** A través de campañas dentro de la app, sensibilizamos sobre la importancia de un ocio responsable, diverso e inclusivo.
- **Tecnología con impacto:** Apostamos por una app ligera, accesible y respetuosa con el entorno digital y social.

## 2.2 FORMA JURÍDICA

Para operar legalmente, **Conecta** se constituirá como una **Sociedad Limitada (SL)** en España. Estos son los pasos que seguiremos:

1. **Nombre oficial:** Solicitar al Registro Mercantil que nos asegure que "Conecta" es un nombre disponible para registrar.
2. **Cuenta bancaria:** Abriremos una cuenta a nombre de la empresa y depositaremos los 3.000 € de capital social mínimo.



3. **Estatutos sociales:** Redactaremos las normas internas de la empresa: qué hacemos, cómo nos organizamos y cómo tomamos decisiones.
4. **Firma ante notario:** Todos los socios fundadores firmarán la escritura de constitución, que incluirá los estatutos y los documentos anteriores.
5. **NIF provisional:** Lo solicitaremos a Hacienda para poder empezar a operar mientras se completa el proceso.
6. **Registro oficial:** Inscribiremos la empresa en el Registro Mercantil para obtener el NIF definitivo.
7. **Alta en Hacienda:** Declararemos formalmente nuestra actividad: desarrollo y gestión de aplicaciones tecnológicas.
8. **Alta en la Seguridad Social:** Para poder contratar equipo y cumplir con nuestras obligaciones laborales desde el primer día.



## 3. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 3.1 JUSTIFICACIÓN COMERCIAL

Vivimos en un mundo cada vez más conectado digitalmente, pero a menudo más desconectado a nivel personal. En ese contexto, **Conecta** nace para cubrir una necesidad real: volver a reunir a las personas a través de experiencias cercanas y auténticas.

- **Demanda en crecimiento:** La gente busca formas nuevas y accesibles de socializar, descubrir qué ocurre cerca y compartir momentos con otros. Las apps que promueven el ocio local y la comunidad están ganando fuerza, especialmente entre quienes valoran los encuentros físicos.
- **Diversidad de usuarios:** Conecta puede atraer a un público muy amplio, desde jóvenes estudiantes que quieren ir a un concierto, hasta adultos que buscan ferias, talleres o encuentros deportivos. La clave está en ofrecer variedad y cercanía.
- **Oportunidad de marca:** Existen muchas aplicaciones que muestran eventos, pero pocas crean un espacio donde el usuario no solo **descubre**, sino también **crea** y **conecta** con otros. Esta combinación única puede convertirse en nuestro sello de identidad.
- **Tendencias sociales:** Cada vez nos estamos dando más cuenta de que, las relaciones sociales son mucho más enriquecedoras cuando estas no se dan a través de un dispositivo electrónico. Esto puede posicionarnos en unos puestos de interés mucho más altos para las personas que quieren salir, vivir y compartir.

### 3.2 JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

Desde el punto de vista económico, Conecta tiene un alto potencial de rentabilidad con costes de entrada moderados, especialmente al tratarse de una plataforma digital.

- **Modelo escalable y eficiente:** Al ser una app, el crecimiento no depende de una infraestructura física costosa. Podemos escalar el servicio a otras ciudades o

países sin necesidad de grandes inversiones iniciales.

- **Costes controlables:** El desarrollo y mantenimiento de la app, así como las campañas de marketing digital, son más previsibles y manejables que en negocios tradicionales. Esto permite planificar mejor el crecimiento.
- **Ingresos sostenibles a medio plazo:** Conecta puede monetizarse mediante colaboraciones con organizadores, espacios culturales, marcas locales o publicidad dentro de la app. A largo plazo, también se pueden ofrecer funcionalidades premium o herramientas de promoción para eventos destacados.
- **Oportunidades de alianzas:** Podemos establecer acuerdos con promotores culturales, influencers locales, asociaciones vecinales o pequeñas empresas, lo que ampliaría el alcance de la app sin grandes inversiones y aumentaría la relevancia local.
- **Usuarios recurrentes:** Si la app se convierte en parte del día a día de los usuarios, lograremos una comunidad fiel y activa.
- **Adaptación rápida al mercado:** Al ser un producto digital, podemos implementar mejoras al escuchar a los usuarios. Esto nos permite mantenernos actualizados y competitivos.

## Contexto Económico General

### Macroeconomía:

- **Crecimiento económico y ocio:** En contextos de estabilidad económica, el gasto en ocio y eventos suele aumentar. Conecta se posiciona como una herramienta clave para aprovechar ese movimiento.
- **Inflación y consumo:** Al ofrecer una alternativa de ocio accesible y en muchos casos gratuita, la app puede mantenerse atractiva incluso cuando el poder adquisitivo disminuye.
- **Tasas de interés y emprendimiento digital:** Un entorno de financiación favorable puede facilitar nuestra expansión y desarrollo tecnológico.
- **Tendencias sociales:** Hay un cambio claro hacia el consumo responsable, la vida local, la participación en comunidad y el bienestar emocional, todo lo cual está alineado con los valores de Conecta.

### Microeconomía:

- **Demanda real:** Identificamos un grupo amplio de usuarios que buscan actividades cercanas, económicas y fáciles de acceder, lo que da lugar a una demanda sólida y en crecimiento.
- **Competencia y diferenciación:** Aunque existen apps como Meetup o Eventbrite, nuestra propuesta de valor —una comunidad social basada en la geolocalización y la conversación— nos diferencia claramente.
- **Estrategia de marketing y ventas:** Nuestra distribución es digital, lo que nos permite centrarnos en estrategias de marketing online, redes sociales, alianzas locales y promociones virales, optimizando costes.

### 3.3 ANÁLISIS DAFO, PESTEL Y DE MERCADO

#### ANÁLISIS DAFO

<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de reconocimiento de marca. Al ser una app emergente, aún no cuenta con una comunidad sólida ni gran visibilidad en el mercado.</li><li>• Dependencia del contenido generado por los usuarios. Si los usuarios no crean o comparten eventos, la app puede no ofrecer suficiente valor inicial</li></ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Alta competencia. Existen plataformas consolidadas como Eventbrite, Meetup o redes sociales que ya ofrecen funciones similares.</li><li>• Cambios en hábitos digitales. Las preferencias tecnológicas y sociales evolucionan rápidamente, lo que obliga a adaptarse con agilidad.</li></ul>
<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerte enfoque en la conexión local y social. Conecta no solo informa, sino que permite descubrir eventos cercanos y conectar con otros asistentes.</li><li>• Capacidad de adaptación. La estructura de la app permite implementar mejoras continuas basadas en la experiencia del usuario.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mayor interés por el ocio local tras la pandemia. La gente busca planes cerca y quiere volver a socializar presencialmente.</li><li>• Posibilidad de alianzas con instituciones, comercios o colectivos locales para dar visibilidad a sus actividades y atraer público.</li><li>• Tendencia al uso de herramientas digitales para descubrir experiencias nuevas, especialmente entre jóvenes.</li></ul>

## ANÁLISIS PESTEL

<b>POLÍTICO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Legislaciones sobre protección de datos, uso de ubicación y normativa en eventos pueden influir en el desarrollo de la app.</li><li>• Es importante asegurar el cumplimiento normativo para generar confianza en los usuarios.</li></ul>	<b>ECONÓMICO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Las personas tienden a priorizar actividades asequibles. Conecta puede ayudarles a encontrar planes accesibles o gratuitos.</li><li>• Es una oportunidad para apoyar la economía local, dando visibilidad a pequeños negocios y eventos comunitarios.</li></ul>
<b>SOCIAL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aumenta la necesidad de experiencias reales frente al exceso de interacción virtual.</li><li>• Las personas buscan formas más humanas de conocer a otros, compartir intereses y disfrutar de su entorno cercano.</li><li>• También crece el interés por la cultura local y las iniciativas colaborativas.</li></ul>	<b>TECNOLÓGICO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El avance de tecnologías como la geolocalización, los algoritmos de recomendación y los sistemas de chat favorecen una experiencia más personalizada y fluida.</li><li>• La evolución constante del entorno digital permite a Conecta mejorar su propuesta sin grandes barreras tecnológicas.</li></ul>
<b>ECOLÓGICO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conecta puede promover eventos sostenibles, ferias locales, mercados ecológicos o encuentros</li></ul>	<b>LEGAL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Debe cumplirse con normativas como el RGPD en Europa para garantizar la privacidad y</li></ul>

<p>en espacios naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Posicionarse como una plataforma que apoya iniciativas responsables puede fortalecer la imagen de marca.</li></ul>	<p>seguridad de los datos personales.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Hay que considerar las regulaciones locales sobre eventos, aforos, permisos y normas sanitarias en determinados contextos.</li></ul>
--	--

## ANÁLISIS DE MERCADO

### Tamaño del mercado

El interés por plataformas que conectan personas con planes locales ha crecido. Especialmente después de la pandemia, se ha incrementado la demanda de eventos en los que las personas se conozcan cara a cara, como en: actividades deportivas, sociales o recreativas sin necesidad de desplazarse lejos.

Conecta se sitúa en un mercado con gran potencial, impulsado por el deseo de las personas de optimizar su tiempo libre, descubrir planes nuevos y conocer gente con intereses comunes.

### Tendencias del consumidor

- Búsqueda de experiencias auténticas y cercanas.
- Preferencia por plataformas que ofrecen recomendaciones personalizadas.
- Uso intensivo del móvil para gestionar el ocio: descubrir, reservar y compartir eventos.
- Necesidad de conexión humana: los usuarios quieren saber con quién compartirán la experiencia.

## Segmentación del mercado

- **Demográfica:** jóvenes y adultos entre 15 y 45 años, activos digitalmente, con interés por la cultura, el deporte, el arte o la vida social.
- **Psicográfica:** Personas que valoran el ocio de calidad, el descubrimiento de nuevos espacios o comunidades, y la interacción con otros. No buscan únicamente información, sino también participación.

## ANÁLISIS DE COMPETENCIA

### Competidores directos

- Aplicaciones y plataformas como Meetup, Eventbrite, Fever o Facebook Events que permiten buscar y promocionar eventos, pero con enfoques más globales o centrados en la compra de entradas.
- Suelen tener una comunidad amplia, pero no están tan focalizadas en la conexión entre asistentes ni en la experiencia social posterior.

### Competidores indirectos

- Redes sociales, apps de mensajería o blogs locales donde ocasionalmente se comparten eventos, aunque no de forma estructurada ni con seguimiento personalizado.

### Fortalezas de la competencia

- Alto reconocimiento de marca.
- Gran base de usuarios.
- Integración con otros servicios como pago de entradas o publicidad masiva.

## Debilidades de la competencia

- Escasa personalización en las recomendaciones.
- Poca conexión social real entre los asistentes.
- Enfoque amplio que puede dejar de lado lo local o comunitario.

# 4. PLAN DE MARKETING

## 4.1 CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE USUARIOS

### Captación de Usuarios:

- **Marketing Digital:**

Vamos a aprovechar plataformas como Instagram, TikTok o incluso YouTube Shorts para mostrar cómo funciona Conecta, qué tipo de eventos puedes descubrir y, sobre todo, lo fácil que es encontrar un buen plan cerca de ti.

- **Publicidad Segmentada:**

Invertiremos en campañas digitales (Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads) para llegar a personas interesadas en el ocio local, la música en vivo, actividades al aire libre, cultura o deporte. El objetivo es aparecer justo cuando alguien busca qué hacer cerca.

- **Ofertas de Bienvenida:**

Incentivaremos el registro con recompensas, como acceso anticipado a eventos, puntos para desbloquear funciones premium o participar en sorteos de entradas. Un primer contacto con valor puede marcar la diferencia.

- **Presencia en Eventos Locales:**

Participar o colaborar con ferias, festivales, mercados y actividades comunitarias es una gran oportunidad para darnos a conocer y conectar con organizadores y asistentes cara a cara.



- **Estrategia SEO y ASO:**

Optimizar tanto la web como las apps de compra (App Store y Google Play).

### **Fidelización de Usuarios:**

- **Sistema de Recompensas:**

Implementaremos un sistema que premie la participación: asistir a eventos, crear eventos propios, invitar amigos, comentar o chatear en la app podrá traducirse en beneficios exclusivos dentro de la plataforma.

- **Atención Cercana y Personalizada:**

Queremos que cada usuario sienta que está en una comunidad, no solo en una app. Un buen soporte, respuestas rápidas y una buena comunicación marcan la diferencia cuando alguien tiene dudas o necesita ayuda.

- **Boletines y Recomendaciones Personalizadas:**

Enviaremos recomendaciones basadas en los gustos y ubicación de cada usuario: desde conciertos y exposiciones hasta mercados o talleres. También compartiremos artículos sobre tendencias culturales, planes alternativos o guías locales.

- **Eventos Personalizados y Privados:**

Incentivaremos a usuarios y comunidades a crear eventos más personales (como clubs de lectura, picnics, torneos amistosos...), lo que ayuda a que los usuarios sientan que forman parte de un grupo.

- **Acceso Prioritario:**

Ofreceremos funciones exclusivas o acceso anticipado a determinados eventos para los usuarios más activos, creando así un sentido de pertenencia y recompensa.

- **Interacción Constante en Redes Sociales:**

La comunicación no termina en la app. Estaremos presentes en redes sociales no solo publicando contenido, sino escuchando, respondiendo comentarios, haciendo encuestas, y compartiendo experiencias de usuarios reales.

- **Testimonios y Comunidad:**

Potenciaremos las valoraciones dentro de la app y en las tiendas, además de dar

voz a los usuarios. Sus historias, fotos o experiencias en eventos pueden inspirar a otros a unirse.

## 4.2 PRODUCTO, PRECIO, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

### Estrategia de Producto

Conecta es más que una app: es una herramienta social para descubrir, compartir y vivir experiencias locales. La estrategia de producto se enfoca en conectar a las personas con su entorno y la comunidad.

#### Características del Producto:

- App gratuita para iOS y Android con geolocalización de eventos.
- Posibilidad de crear eventos públicos o privados.
- Sistema de chat para interactuar con otros asistentes.
- Recomendaciones personalizadas según ubicación e intereses.
- Filtros por tipo de evento: música, deporte, cultura, gastronomía, etc.
- Integración con mapas y calendarios.
- Notificaciones inteligentes sobre eventos cercanos o nuevos.

#### Innovación:

- Eventos colaborativos: cualquier usuario puede ser organizador.
- Ediciones temáticas: como "Semana de la Música", "Planes sin gastar", etc.

- Integración con redes sociales para compartir eventos y experiencias.
- Sistema de gamificación con logros, puntos y recompensas por asistir, organizar o interactuar.
- Versión premium futura con ventajas exclusivas: filtros avanzados, creación de eventos destacados, estadísticas y más.

## Estrategia de Precio

La descarga de Conecta es gratuita. Su modelo de negocio se apoya en una combinación de freemium, publicidad local y servicios premium a organizadores.

### Modelo de ingresos:

- **Versión gratuita:** Acceso completo para usuarios que buscan eventos o quieren asistir.
- **Versión premium para organizadores:**  
*Precio objetivo:* entre 5 y 20 €/mes dependiendo del nivel de visibilidad y herramientas extra (análisis, destacar eventos, promoción).  
*Justificación:* Pensado para pequeños negocios, emprendedores, colectivos o artistas que quieran dar visibilidad a sus eventos con bajo coste.
- **Publicidad local y colaboraciones:**  
*Espacios publicitarios limitados para negocios locales relacionados con el ocio (restaurantes, salas, tiendas, etc.).*

## Estrategia de Promoción

### Marketing Digital:

- **Redes Sociales:**

- En Instagram y TikTok mostraremos cómo encontrar planes fácilmente o cómo crear un evento.
- También compartiremos experiencias reales, vídeos de eventos o historias de usuarios.
- El enfoque será local y cercano, usando lenguaje natural y contenido participativo (preguntas, encuestas, retos...).

- **Influencers y Microinfluencers:**

- Colaboración con influencers locales y microcreadores que ya asisten a eventos.

- **SEO y ASO:**

- Optimización del posicionamiento en buscadores y tiendas de apps con palabras como: "eventos cerca de mí", "qué hacer hoy", "planes en mi ciudad", "eventos gratis".

- **Email Marketing:**

- Correos semanales con los mejores eventos, recomendaciones personalizadas, novedades de la app y sorteos exclusivos para suscriptores.

- **Publicidad PPC:**

- Anuncios geolocalizados en redes y Google, segmentados por intereses (música, deporte, cultura, etc.) y franjas de edad (18-45).

## Marketing Tradicional:

- **Eventos y Colaboraciones Locales:**
  - Participación en ferias, festivales y mercados donde se pueda presentar la app, ofrecer descuentos a organizadores o incluso patrocinar actividades.
- **Cartelería y Flyers:**
  - Distribución de materiales en lugares clave como cafeterías, bibliotecas, salas de conciertos, universidades, centros culturales, etc.
- **Alianzas con negocios locales:**
  - Ofrecer visibilidad en la app a cambio de códigos de descuento exclusivos o experiencias para usuarios de Conecta.

## Estrategia de Distribución

La app se distribuye de manera digital a través de:

- **Tiendas de Aplicaciones (App Store y Google Play):**

Con diseño atractivo, buenas reseñas, capturas reales de la app y una descripción orientada a beneficios (“descubre, conecta, crea”).
- **Página web oficial:**

Que funciona como landing page y blog, con recomendaciones locales, noticias y enlaces de descarga.
- **Redes Sociales y Marketing de Contenidos:**

Para atraer tráfico directo a la descarga mediante contenido útil y compartible.

## 4.3 NICHOS DE MERCADO

**Conecta** está dirigida a personas activas, curiosas y con ganas de descubrir su ciudad de otra forma. No se trata solo de encontrar eventos, sino de vivir experiencias y conocer nuevas personas.

### Perfil del público objetivo:

- **Edad:** Principalmente entre 20 y 40 años.
- **Situación económica:** Ingresos medios (entre 15.000 y 35.000 € anuales).
- **Comportamiento:**
  - Buscan ocio local sin gastar mucho.
  - Están acostumbrados a usar apps para resolver sus planes (delivery, mapas, recomendaciones).
  - Son sociables, siguen a creadores locales y valoran el contenido personalizado.
  - Usan las redes sociales para decidir qué hacer o a qué evento asistir.
- **Motivaciones de uso:**
  - Encontrar planes sin tener que buscarlos mucho.
  - Hacer algo diferente el fin de semana.
  - Organizar sus propios eventos con facilidad.
  - Conocer gente con intereses similares.

Conecta responde a una necesidad real: reconectar con lo local, recuperar el tiempo libre y vivir nuevas experiencias sin tener que ir muy lejos ni gastar demasiado.

## 5. CADENA LOGÍSTICA

Conecta es una app digital, por lo que su cadena logística es diferente a la de un producto físico. Empieza con el desarrollo de la app, llega hasta la entrega de esta y sigue con las constantes actualizaciones que se deben realizar. El objetivo es asegurar que la experiencia sea fluida y atractiva para todos los tipos de usuarios( asistentes, organizadores y anunciantes).

### Desarrollo y Soporte Técnico

El primer eslabón en la cadena logística es el desarrollo de la app. Este proceso está a cargo de equipos especializados en programación, diseño , seguridad y gestión de datos.

### Proveedores Tecnológicos Clave:

- **Servidores y almacenamiento en la nube:**  
Servicios como AWS, Google Cloud o Azure, que alojan la aplicación y sus bases de datos, permitiendo su funcionamiento 24/7.
- **Desarrolladores de software:**  
Encargados de crear y mantener el código fuente, corregir errores, y lanzar nuevas funcionalidades.
- **Diseñadores de experiencia de usuario y diseño gráfico:**  
Aseguran que la app sea visualmente atractiva, intuitiva y fácil de usar.
- **Sistemas de seguridad y protección de datos:**  
Garantizan que los datos personales y las comunicaciones estén protegidas.

### Implementación y Lanzamiento

Una vez desarrollada, la app pasa por varias fases antes de llegar al usuario:

- **Fase de pruebas:**  
Se realizan pruebas internas y betas cerradas para asegurar que todo funcione correctamente, se detectan errores y se optimiza la experiencia.

- **Publicación:**

La app se lanza en plataformas como **App Store** y **Google Play**, junto con una estrategia de marketing digital que asegura su visibilidad.

## Mantenimiento y Actualizaciones

- **Actualizaciones periódicas:**

Para corregir errores, mejorar el rendimiento y añadir nuevas funciones en base al feedback de los usuarios.

- **Atención al cliente y soporte técnico:**

A través de canales dentro de la app o externos (correo, chat o redes sociales) se da respuesta a incidencias o dudas.

- **Análisis de uso y datos de comportamiento:**

Permiten ajustar la experiencia de usuario, mejorar la personalización y detectar oportunidades de mejora.

## Distribución y Accesibilidad

La app se distribuye digitalmente, pero requiere una logística bien estructurada para asegurar que llegue correctamente al público objetivo.

- **Plataformas de distribución:**

- App Store (iOS)
- Google Play (Android)
- Página web oficial con enlaces de descarga y contenido adicional



- **Redes sociales y acciones promocionales:**  
Actúan como canal de distribución indirecto, impulsando la descarga de la app.
- **Sistemas de notificaciones:**  
Mantienen la comunicación activa con los usuarios, enviando alertas sobre eventos cercanos, nuevos lanzamientos o recordatorios personalizados.

## Usuarios Finales

El último eslabón de esta cadena lo conforman los **usuarios finales**, que pueden ser:

- Personas que asisten a eventos.
- Organizadores que crean y promueven eventos.
- Negocios o marcas que se promocionan dentro de la app.

## 5.1 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El ciclo de vida de una app como Conecta implica una evolución constante que se adapta a la tecnología, las tendencias sociales y las necesidades cambiantes del usuario.

### 1. Desarrollo del Producto

- **Investigación de mercado y usuarios:**  
Análisis de comportamientos sociales, hábitos de ocio, uso de apps, y preferencias locales.
- **Diseño y prototipado:**  
Creación de la interfaz de usuario, definición de funciones clave (buscar, crear, chatear) y pruebas de usabilidad.
- **Desarrollo tecnológico:**  
Construcción de la app por parte del equipo técnico, integrando los sistemas de geolocalización, chat, alertas, buscador de eventos, etc.

## 2. Lanzamiento y Comercialización

- **Publicación en tiendas de apps** con una estrategia de posicionamiento clara.
- **Promoción** a través de redes sociales, influencers, medios digitales y alianzas locales.
- **Pruebas piloto** en determinadas ciudades o zonas para validar funcionamiento y recopilar feedback inicial.

## 3. Uso Activo

- **Crecimiento de la comunidad:**  
Usuarios descargan la app, descubren eventos, crean los suyos y conectan entre sí.
- **Gamificación y recompensas:**  
Se introducen elementos que incentivan la participación activa, como logros por asistir a varios eventos o crear comunidad.
- **Mejora continua:**  
Nuevas funciones, ajustes visuales, optimización del rendimiento, con base en los datos de uso y sugerencias de los usuarios.

## 4. Renovación, Expansión o Sustitución

- **Actualización constante:**  
Nuevas versiones que mejoran la experiencia, corrigen errores o incorporan tendencias (por ejemplo, eventos con realidad aumentada, experiencias inmersivas, etc.).
- **Expansión geográfica:**  
Tras validar el modelo en una ciudad o región, se escala la app a otras zonas.

- **Sustitución de funcionalidades obsoletas:**

Si alguna función ya no aporta valor o tiene bajo uso, se reemplaza o retira.

Conecta no es un producto estático: su ciclo de vida está pensado para evolucionar constantemente, adaptarse al entorno local y ser una herramienta viva que crezca junto a su comunidad de usuarios.

## 6. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Nuestro objetivo es concretar el personal necesario para la creación de la app en su etapa inicial y llevar a cabo una selección y formación de personal bajo unos baremos puestos por los socios. También se contemplan medidas de prevención de riesgos, garantía de calidad, igualdad y conciliación laboral.

### 6.1 Necesidades de Personal Inicial y Previsiones

Basándonos en la estructura inicial de Conecta, estos son los perfiles clave en la fase de lanzamiento:

1. **Director General (CEO) – Marlon Jiménez**

Encargado de la dirección estratégica, decisiones clave y representación de la empresa ante inversores, aliados y prensa.

2. **CTO / Responsable Técnico – Cristian Zaplaic**

Supervisa el desarrollo de la plataforma, coordina al equipo de programación, gestiona servidores, seguridad y escalabilidad tecnológica.

3. **CMO / Responsable de Marketing y Comunidad – Guillermo Cantero**

Diseña las campañas de marketing digital, gestiona redes sociales y relaciones con influencers, y lidera la estrategia de crecimiento orgánico y de usuarios.

4. **COO / Responsable de Operaciones y Atención al Cliente – Mario de Pablo**

Encargado de asegurar la operatividad diaria de la app, supervisa la atención al cliente, coordina soporte técnico y el buen funcionamiento general.

#### 5. **Desarrollador/a Full Stack (1-2 personas)**

Apoyan el desarrollo técnico de la app tanto en frontend (interfaz) como backend (servidores, base de datos, APIs).

#### 6. **Diseñador/a**

Aporta el diseño visual de la app y se encarga de la experiencia de usuario, mejorando la navegación y el atractivo general.

#### 7. **Apoyo Administrativo / Legal / Contable (externo)**

Soporte en tareas legales, contables y administrativas durante los primeros meses.

### **Previsiones a medio plazo (2-3 años)**

- Contratación de personal adicional en desarrollo y soporte si la base de usuarios crece significativamente.
- Creación de un equipo de gestión de eventos y alianzas locales en distintas ciudades.
- Incorporación de especialistas en análisis de datos para personalizar aún más la experiencia del usuario.

## **6.2 Política de Contratación y Selección**

#### 1. **Definición de perfiles profesionales**

Se elaboran descripciones detalladas para cada puesto (funciones, formación mínima, experiencia).

#### 2. **Fuentes de reclutamiento**

- Portales de empleo online (LinkedIn, InfoJobs).
- Comunidades tecnológicas y foros especializados (GitHub, Stack Overflow).

- Programas universitarios y bootcamps tecnológicos.

### 3. Proceso de selección

- Revisión curricular y preselección por el COO.
- Entrevistas técnicas con el CTO para perfiles de desarrollo.
- Entrevista final con el CEO y CMO, según el área.
- Pruebas prácticas para evaluar competencias reales.

### 4. Tipos de contratos

- Contratos indefinidos o de larga duración para puestos clave.
- Colaboraciones freelance para tareas puntuales (diseño, legal, etc.).
- Posibilidad de prácticas para estudiantes de desarrollo, diseño o marketing.

## 6.3 Plan de Formación y Desarrollo

### Formación inicial:

- Introducción a la visión de Conecta, sus valores y objetivos.
- Capacitación en el uso interno de la app, herramientas de gestión y comunicación.
- Formación técnica específica (en frameworks, bases de datos, UI, SEO, etc.).

### Formación continua:

- Seminarios sobre tendencias digitales, apps, IA, y gestión de comunidades.
- Cursos sobre marketing digital, estrategia de crecimiento y analítica de datos.

- Desarrollo de liderazgo para los perfiles de gestión (CTO, CMO, COO).

#### **Desarrollo profesional:**

- Planes de carrera internos con posibilidad de promoción.
- Movilidad entre áreas según intereses (por ejemplo, de soporte a producto o marketing).
- Participación en eventos del sector (ferias, conferencias, hackathons).

## **6.4 Plan de Prevención de Riesgos, Calidad, Mejora, Igualdad y Conciliación**

### **1. Prevención de Riesgos Laborales (PRL):**

- Evaluación de los puestos de trabajo remotos y en oficina.
- Ergonomía, pausas activas y salud mental en el teletrabajo.
- Protocolo de actuación en caso de emergencia o fallo tecnológico grave.

### **2. Calidad y mejora continua:**

- Implementación de métricas clave (KPIs) para evaluar rendimiento técnico, marketing y satisfacción del usuario.
- Recogida constante de feedback de los usuarios para mejorar la app.
- Reuniones quincenales de equipo para revisar avances y bloqueos.

### **3. Igualdad y conciliación:**

- Igualdad de oportunidades sin distinción de género, edad, orientación o procedencia.

- Horarios flexibles y posibilidad de teletrabajo 100% o híbrido.
- Apoyo en momentos personales importantes (maternidad, enfermedad, etc.).

## 6.5 Cultura Empresarial

**Conecta** promueve una cultura:

- **Colaborativa:** Se fomenta la participación abierta, el respeto y el trabajo en equipo horizontal.
- **Tecnológica e innovadora:** Se impulsa la curiosidad, el prototipado rápido y la mejora continua.
- **Socialmente responsable:** Enfocada en crear un impacto positivo en la vida social y cultural de las personas.
- **Centrada en el usuario:** Todas las decisiones se orientan en mejorar la experiencia del usuario y su conexión con los demás.

## 7. PLAN FINANCIERO

Este apartado establece la viabilidad económica **Conecta**. En él analizamos: el presupuesto inicial, el punto de equilibrio, las fuentes de financiación, el margen operativo y la rentabilidad esperada.

### 7.1 Viabilidad económica y financiera

El proyecto se apoya en los siguientes pilares:

- **Creciente demanda de espacios digitales de conexión social**, especialmente entre jóvenes urbanos.
- **Modelo escalable y de bajo coste físico**, gracias al enfoque 100% digital.
- **Estrategia de marketing basada en comunidad e influencers**, que permite crecimiento orgánico controlando costes.
- **Valor diferencial centrado en la experiencia y no solo en la funcionalidad**, aumentando el engagement y la retención de usuarios.

Normalmente, en el primer año no se cubren todos los costes. Prevemos ingresos que irán aumentando a lo largo de los años (13000 €, 26000 € y 64000 € en los tres primeros años), gracias a un modelo freemium con suscripción y anuncios.

### 7.2 Presupuesto Inicial

#### 1. Inversión inicial (aprox. 9000 €):

- Constitución legal y asesoría jurídica inicial: **1000 €**
- Desarrollo de la app (programación y diseño): **2000 €**
- Marketing de lanzamiento y community building inicial: **1000 €**
- Infraestructura tecnológica (servidores, dominios, herramientas de gestión): **3000 €**



- Otros gastos (branding, materiales promocionales, software, etc.): **2000 €**

## 2. Costes operativos mensuales (aprox. 4000 €):

- Hosting y mantenimiento técnico de la app: **800 €**
- Marketing digital y publicidad (redes sociales, campañas): **2000 €**
- Servicios externos (contabilidad, legal, SaaS): **800 €**
- Otros gastos (plataformas, herramientas de analítica, imprevistos): **400 €**

## 7.3 Punto de equilibrio, costes fijos y variables

- **Costes fijos mensuales:** Aproximadamente **1500 €**, servidores, SaaS y marketing constante.
- **Costes variables:** Dependen del volumen de usuarios activos (soporte, almacenamiento, funcionalidades premium), estimados en **1.000 € mensuales** inicialmente.

### Cálculo del punto de equilibrio:

- Supongamos un ticket medio mensual por usuario suscrito de **7 €**.
- Si el margen neto por usuario tras costes variables es de **5 €**, y los costes fijos anuales ascienden a **13000 €**, serían necesarios:
  - **2600 usuarios de pago al año** (13000 €/5 €), es decir, unos **56 usuarios de pago activos al mes** para alcanzar el punto de equilibrio.

Dado que se estima captar inicialmente una comunidad amplia gratuita con un 5-10% de conversión a pago, se proyecta alcanzar este equilibrio en el segundo año.

## 7.4 Fuentes de financiación

- **Fondos propios (aportados por los socios fundadores):** 13000 € iniciales.
- **Ayudas y subvenciones públicas:** Para proyectos tecnológicos, digitales, de economía social o enfocados en juventud.
- **Líneas ICO y préstamos blandos:** Para startups tecnológicas y proyectos de innovación.
- **Business Angels o fondos semilla:** En fases posteriores, si se demuestra tracción y potencial de escalabilidad.

## 7.5 Margen operativo y rentabilidad esperada

- **Margen operativo:** Muy alto en escalabilidad. Una vez cubierta la inversión inicial, el margen por usuario es significativo gracias al modelo digital (sin costes logísticos ni de stock). Se estima un margen neto del **60-75%** sobre ingresos por suscripción o servicios adicionales.
- **Rentabilidad esperada:**
  - **Año 1:** Ingresos estimados de **1000 €**, con costes totales de unos **13000 €**. Se prevé un déficit inicial compensado por la inversión de los socios.
  - **Año 2:** Ingresos de **26000 €**, acercándose al punto de equilibrio con un incremento del número de usuarios de pago.
  - **Año 3:** Ingresos de **65000 €**. Se espera alcanzar rentabilidad neta y margen suficiente para reinvertir en nuevas funciones o internacionalización.

## 8. PLAN DE CONTINGENCIA Y RIESGOS

Como cualquier proyecto innovador, nuestra app de eventos también se enfrenta a ciertos desafíos. En este apartado identificamos los principales problemas que podrían surgir durante su desarrollo y explicamos cómo planeamos actuar ante ellos.

### 8.1 Principales riesgos

**1. Pocos usuarios iniciales:**

- Puede que nos cueste captar la atención en un mercado digital saturado, sobre todo en los primeros meses.

**2. Fuerte competencia en el entorno digital:**

- Existen grandes plataformas ya consolidadas y otras emergentes con recursos más amplios.

**3. Problemas técnicos o errores en el desarrollo:**

- Como en toda app, podrían surgir fallos de funcionamiento, especialmente en la fase de lanzamiento.

**4. Dependencia de eventos y colaboraciones externas:**

- Si no se logra atraer suficientes organizadores o eventos interesantes, la app pierde valor para los usuarios.

**5. Dificultades financieras durante los primeros meses:**

- Si los ingresos no llegan en el ritmo previsto, puede haber tensiones.

**6. Riesgos de ciberseguridad y protección de datos:**

- Al manejar información de usuarios y pagos, estamos expuestos a posibles amenazas digitales.

## 7. Cambios en las regulaciones tecnológicas o de protección de datos:

- Cualquier modificación legal, especialmente en materia de RGPD, puede exigir adaptaciones rápidas.

## 8.2 Estrategias de mitigación

### 1. Campañas de captación y fidelización progresiva:

- Lanzamientos por fases, con invitaciones beta, colaboraciones con creadores de contenido y promociones especiales para los primeros usuarios.

### 2. Desarrollo técnico y testeo continuo:

- Fases de prueba con grupos reales, actualizaciones frecuentes, y feedback constante para corregir errores.

### 3. Diversificación de funciones:

- No solo centrarnos en eventos presenciales, sino también incluir experiencias digitales, notificaciones personalizadas y opciones para diferentes perfiles (asistentes, organizadores, marcas).

### 4. Gestión financiera responsable:

- Control estricto de los costes, colchón económico inicial y posible acceso a financiación externa si hiciera falta.

### 5. Equipo técnico y soporte ágil:

- Soporte rápido ante incidencias, copias de seguridad y herramientas de monitorización para reaccionar en tiempo real.

### 6. Protección legal y tecnológica:

- Adaptación a todas las normativas de privacidad y uso de plataformas seguras de gestión y pago.

## 8.3 Recursos disponibles

- **Recursos humanos:** Un equipo comprometido con la experiencia del usuario y la mejora continua de la app.
- **Recursos financieros:** Fondos propios, posibilidad de recurrir a financiación complementaria, y control sobre los costes operativos.
- **Recursos tecnológicos:** Infraestructura escalable, software de analítica, CRM, y soluciones de ciberseguridad actualizadas.
- **Asesoramiento externo:** Colaboración con especialistas en desarrollo, marketing digital, legal y seguridad informática para asegurar que tomamos decisiones bien fundamentadas desde el principio.

## 9. CONCLUSIÓN

### 9.1 Resumen de los puntos clave

#### 1. Identidad y público

- Nuestra app conecta a personas jóvenes (entre 18 y 35 años) con planes únicos y accesibles en su ciudad, apostando por una experiencia social auténtica y espontánea.
- Está pensada para quienes quieren descubrir eventos reales, desde conciertos emergentes hasta mercadillos alternativos.

#### 2. Objetivos y estrategia

- **A corto plazo:** Lanzar la app, captar 1.000 usuarios y consolidar una comunidad activa en Madrid.
- **A largo plazo:** Expandirnos a otras ciudades y consolidar el modelo de ingresos mediante suscripciones y colaboraciones con organizadores.

#### 3. Equipo y cultura

- Formado por perfiles multidisciplinares (desarrollo, marketing, gestión y atención al usuario), con un enfoque joven, creativo y colaborativo.
- Apostamos por una cultura laboral flexible, inclusiva y enfocada en el bienestar del equipo.

#### 4. Marketing y riesgos

- Estrategia basada en redes sociales, influencers y colaboraciones locales.
- Riesgos principales: baja captación inicial, saturación del mercado, problemas técnicos.

- Para mitigarlos, contamos con un plan de contingencia y herramientas para adaptarnos rápido a los cambios.

## 9.2 Viabilidad económica

Aunque el arranque puede ser lento, creemos que el crecimiento es realista. Nuestro modelo freemium y de suscripción tiene un potencial fuerte si logramos una comunidad fiel y participativa. La propuesta se diferencia por centrarse en el usuario, priorizando la experiencia local, auténtica y asequible. Con una gestión financiera responsable y una estrategia clara, confiamos en que esta app no solo será viable, sino relevante dentro del ecosistema de ocio joven en España.