**Planificación Estratégica**

Emmanuel Buenrostro Briseño 22300891

Hugo Isaac Morales Algaba 22300885

Emilio Mateo Rico García 22300895

Emiliano Arzate Gutiérrez 22300929

5° I

**1. Datos generales del negocio**

* **Nombre del negocio**: **TechSpark**
* **Sector**: Tecnología (Aplicaciones móviles y plataformas digitales).
* **Enfoque**: Desarrollo de una aplicación móvil para organizar eventos sociales, dirigida a jóvenes (18-30 años) en zonas urbanas.
* **Mercado meta**: Jóvenes interesados en tecnología, conectividad y redes sociales.

**2. Misión**

Brindar soluciones digitales innovadoras que conecten a los jóvenes y faciliten la organización de eventos sociales, promoviendo experiencias únicas y accesibles a través de tecnología local confiable.

**3. Visión**

En un plazo de 8 meses, posicionarnos como la aplicación líder para eventos sociales en el mercado local y sentar las bases para una expansión nacional con herramientas de conectividad efectivas y una comunidad activa de usuarios.

**4. Análisis FODA**

**Fortalezas**

1. Equipo joven y creativo con conocimiento en tecnología.
2. Propuesta de valor clara y enfocada en un público específico.
3. Bajo costo de operaciones iniciales.
4. Potencial de viralidad a través de redes sociales.
5. Interfaz de usuario innovadora y fácil de usar.

**Oportunidades**

1. Creciente uso de aplicaciones móviles entre los jóvenes.
2. Incremento en la organización de eventos sociales tras restricciones previas.
3. Posibilidad de alianzas estratégicas con locales (cafés, bares, salones).
4. Adaptación rápida a las necesidades locales del usuario.
5. Potencial de monetización a través de publicidad local.

**Debilidades**

1. Limitado presupuesto inicial para marketing.
2. Dependencia de la tecnología para la funcionalidad total.
3. Falta de reconocimiento de marca inicial.
4. Competencia local de aplicaciones similares.
5. Posible resistencia de usuarios a adoptar una nueva aplicación.

**Amenazas**

1. Aparición de competidores con más recursos.
2. Cambios en las políticas de plataformas digitales.
3. Vulnerabilidades en la seguridad digital.
4. Bajos índices de adopción inicial del producto.
5. Crisis económicas que limiten el gasto de los usuarios en eventos.

**5. Análisis Benchmarking**

**Empresa de referencia**: **Eventbrite** (plataforma internacional de gestión de eventos).

* **Similitudes**:
  1. Centrada en la organización de eventos.
  2. Uso de una plataforma tecnológica para la conexión con usuarios.
  3. Enfoque en facilidad de uso y accesibilidad.
* **Diferencias**:
  1. Eventbrite opera a nivel internacional, mientras que TechSpark inicia localmente.
  2. TechSpark está centrada en eventos sociales pequeños, mientras que Eventbrite incluye eventos corporativos.
  3. TechSpark se enfoca en la personalización para jóvenes, mientras que Eventbrite tiene un público más amplio.

1. **Cuadro comparativo**

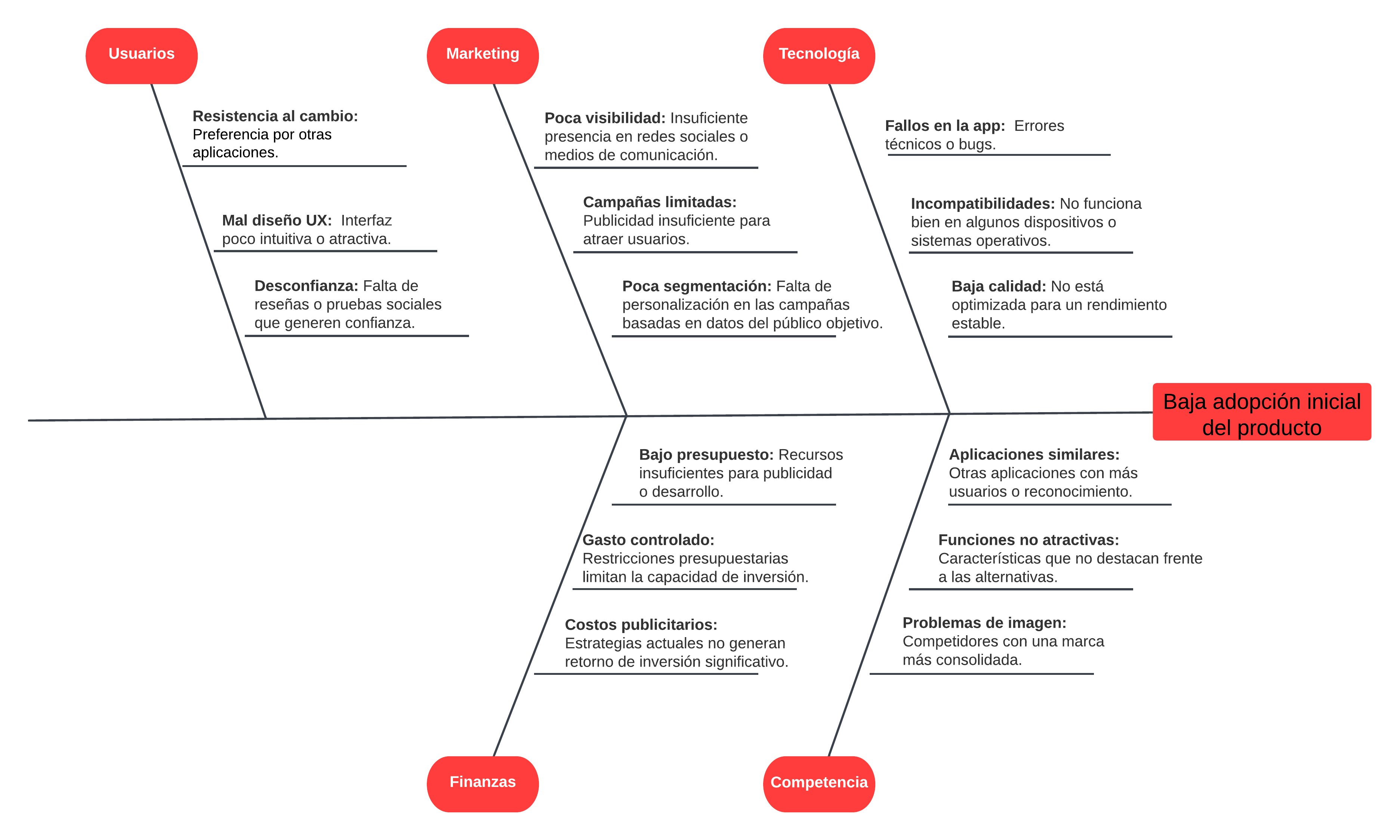
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Aspecto** | **TechSpark** | **Eventbrite** |
| **Enfoque principal** | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Organización y promoción de eventos sociales para jóvenes | | Organización de eventos de todo tipo |
| **Mercado objetivo** | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Local, jóvenes entre 18-30 años | | Global, todo público |
| **Modelo de negocio** | Freemium: eventos gratuitos y pagos con comisión | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Comisión por entrada vendida | |
| **Plataforma inicial** | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Móvil (app) | | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Web y app móvil | |
| **Presencia física** | Red local de organizadores | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Sin oficinas públicas; enfoque digital | |
| **Estrategia de marketing** | Redes sociales (Instagram, TikTok), embajadores locales | SEO, email marketing, y asociaciones |
| **Tecnología** | Algoritmos para recomendar eventos personalizados | Tecnología de búsqueda avanzada |
| **Financiamiento inicial** | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Capital semilla local | | Fondos de capital de riesgo |
| **Cantidad de usuarios** | Meta: 50K usuarios activos en 8 meses | Más de 70M usuarios activos globales |
| **Estrategia de retención** | Ofertas exclusivas para eventos recurrentes | Emails automáticos sobre eventos sugeridos |
| **Diferenciador clave** | Eventos juveniles y dinámicos | Amplitud de tipos de eventos |
| **Tipos de eventos** | Sociales, culturales, fiestas | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Cualquier tipo de evento (social, educativo) | |
| **Colaboraciones** | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Negocios locales, influencers | | Organizadores profesionales y empresas |
| **Inversión tecnológica** | Moderada, centrada en experiencia móvil | Alta, con análisis de grandes volúmenes de datos |
| **Interfaz de usuario** | Juvenil, moderna y sencilla | Profesional y funcional |
| **Monetización** | Comisión por eventos pagados, publicidad | Comisión por venta de boletos |
| **Tiempo para alcanzar metas** | 8 meses para impacto local | 2 años para consolidarse globalmente |
| **Uso de datos** | Personalización de recomendaciones | Reportes avanzados para organizadores |
| **Impacto social** | Fortalecer la vida social juvenil local | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Promover la conexión entre comunidades | |
| **Reconocimientos** | Meta: Premios locales en innovación | |  | | --- | |  |  |  | | --- | | Reconocimientos globales y liderazgo | |

1. **A diagram of marketing

   Description automatically generatedDiagrama de Flujo**

**8. Aplicación de las 7 Herramientas de la Calidad Total**

Estas herramientas son esenciales para mejorar procesos y resolver problemas. Aquí está su aplicación al proyecto:

1. **Hoja de verificación**
   * **Objetivo**: Recopilar datos de errores en la aplicación durante el uso por los primeros usuarios.
   * **Ejemplo**: Crear una lista donde se registre cada tipo de error reportado (fallos en el login, incompatibilidades, caídas de la app).
2. **Gráfico de Pareto**
   * **Uso**: Identificar los problemas más frecuentes en la experiencia del usuario.
   * **Implementación**: Agrupar los errores reportados y graficar el porcentaje acumulado para priorizar soluciones.
3. **Diagrama de causa-efecto (espina de pescado)**
   * **Uso:** Para identificar las causas de la baja adopción inicial del producto.
   * **Implementación:**
4. **Histogramas**
   * **Uso**: Analizar la frecuencia de uso de la aplicación por franja horaria o función.
   * **Beneficio**: Ayuda a entender patrones de uso para optimizar la experiencia del usuario.
5. **Diagramas de dispersión**
   * **Uso**: Evaluar la relación entre inversión publicitaria y descargas de la aplicación.
   * **Análisis**: Identificar si más inversión en redes sociales se traduce en más descargas.
6. **Gráfico de control**
   * **Uso**: Monitorizar la estabilidad del sistema.
   * **Ejemplo**: Registrar tiempos de respuesta del servidor para identificar desviaciones anómalas.
7. **Estratificación**
   * **Aplicación**: Separar datos de usuarios según grupo etario, ubicación o uso frecuente de funciones.
   * **Beneficio**: Adaptar estrategias de marketing y mejoras específicas según los subgrupos.