1. **¿POR QUÉ ESTE NEGOCIO / PRODUCTO / SERVICIO?**

Actualmente, buscar eventos de socialización o diversión requiere de un esfuerzo notable por parte de las personas, en Facebook por ejemplo, es necesario buscar grupos donde se publiciten dichos eventos o buscar directamente los eventos de Facebook y darle al botón de asistir sin la garantía de que realmente se vayan a llevar a cabo o no, mientras que los eventos más formales usualmente tienen una mejor infraestructura, pero no están centralizados en una página para que sea fácil buscarlos y encontrarlos, por ellos, se propone esta aplicación como un facilitador para la interacción social entre personas y la búsqueda de eventos.

1. **PROPUESTA DE VALOR**

* Descripción del producto/servicio

El producto permitirá encontrar eventos ya sea por categorías, tags o cercanía. La idea es que los eventos no tengan que ser netamente formales, si alguien quiere jugar fútbol en el barrio con gente que viva cerca, puede crear un evento para que la gente aledaña pueda jugar ahí. Aun así, existe la posibilidad de publicitar y colocar eventos más formales como lo son conciertos u obras de teatro. Cada evento contara con imágenes si es que el creador del evento lo desea y contara con un sistema de votos para que la gente pueda ver qué eventos son populares en la ciudad.

* ¿Qué no ofreceré?

Un sistema de pago en caso de que los eventos requieran un pago por asistencia.

* ¿Qué lo hace único?

La facilidad para crear eventos al momento de carácter informal para que las personas puedan interactuar entre ellas con gustos en común.

1. **ESTUDIO DE MERCADO**

* *Distribución*

Por medio de redes sociales, anuncios y buscadores.

* *Cobertura*

Inicialmente Bogotá.

* *Aceptación*

Por parte del usuario regular, la facilidad de generar eventos y reunirse con personas para compartir será un atributo de gran interés mientras que, para los organizadores de eventos, el hecho de tener un público centralizado será una oportunidad para obtener un mayor alcance de personas.

* *Casos de éxito*

Eventbrite, Facebook.

* *Productos de referencia*

Eventbrite.

* *Productos sustitutos*
* *Productos complementarios*

Tuboleta.com

Ticketshop.com.co

* *Estrategia de Precios*

Dependiendo del tipo de evento y el alcance o publicidad que quiera el organizador que tenga el evento, se cobrara para generar recomendaciones a los usuarios de la aplicación. Si son eventos simples como organizarse para jugar con un alcance corto, no tendrá costo para el organizador del evento.

* *Publicidad*

1. *El usuario / consumidor*

Organizadores de eventos y personas que quieran salir a eventos sea de manera casual o sería. *Motivaciones de consumo*

* Personas: Facilidad para encontrar eventos.
* Organizador de eventos: facilidad de alcance y publicidad.

*Preferencias y aceptación*

* *Precio:*

La facilidad de difusión hace que los organizadores de eventos encuentren un gran mercado en esta aplicación.

* *Calidad:*

Se pone a disposición del usuario una herramienta que permite encontrar gran variedad de eventos.

* *Facilidad de uso:*

La aplicación permite encontrar una gran variedad de uso por categoría según las preferencias del usuario.

**Modelo Lean Canvas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Problema**  **Problema o necesidad del cliente / grupo objetivo**  **Usuario:**  Dificultad de encontrar eventos para tener mayor interacción social.  Disponibilidad de tiempo para salir con amigos (Puede llegar a ser difícil cuadrar salidas con conocidos)  **Organizador de eventos**: Llegar a una gran cantidad de personas de manera sencilla. | **Solución**  Plataforma móvil que facilite la ubicación de eventos por distintos filtros como categorías o ubicación.  Use de GPS para obtener la ubicación de eventos cercanos.  Uso de cámara o galería para cargar las imágenes asociadas al evento. | **Propuesta de Valor \***  El producto permitirá encontrar eventos ya sea por categorías, tags o cercanía. La idea es que los eventos no tengan que ser netamente formales, si alguien quiere jugar fútbol en el barrio con gente que viva cerca, puede crear un evento para que la gente aledaña pueda jugar ahí. Aun así, existe la posibilidad de publicitar y colocar eventos más formales como lo son conciertos u obras de teatro. Cada evento contara con imágenes si es que el creador del evento lo desea y contara con un sistema de votos para que la gente pueda ver qué eventos son populares en la ciudad. | | **Ventaja especial**  La creación de eventos informales de las que cualquiera puede participar. | **Segmentos de clientes**  Los usuarios son gente clase media alta, con un manejo moderado o alto de dispositivos móviles y/o redes sociales. No sé fija una edad mínima de los usuarios, aunque los eventos pueden tener requisitos con la edad para participar.  Los principales beneficiarios son personas que deseen salir y hacer actividades diferentes, pero no deseen desplazarse a través de toda la ciudad. |
| **Métricas clave \***  Levantamiento de requerimientos.  Diseño de interfaces.  Seguimiento del desarrollo de la app.  Despliegue de la aplicación.  Publicidad y visibilidad de la aplicación. | **Canales**  Redes sociales, Anuncios en  buscadores, Anuncios de YouTube.  Voz a voz (Testimonios). |
| **Estructura de costos**  Costos en la nube, dominio, licencias, el costo de publicar la aplicación en la playstore. | | | **Fuentes de Ingreso**  Publicidad, ya sea de externos o de los propios organizadores de eventos. | | |