



AllEvent

GARCIA MAITE - JUAREZ ROMINA - MAZA NAHUEL – PRESTI MICAELA – REIDEN AGUSTÍN –

TAHHAN FACUNDO – VERNAL JORGE

jagustinreiden@gmail.com - micapresti94@gmail.com - facundotahhan09@gmail.com -

vernalalzaga@gmail.com - mazaserqionahuel62t@gmail.com - gmaite749@gmail.com

Resumen

Al hacer un análisis sobre la oferta de actividades de ocio de la provincia de Tucumán se observó que existe un gran desconocimiento sobre la amplia variedad de bares, eventos y atracciones disponibles en la provincia. Este desconocimiento está provocado por la falta de una centralización de la información, lo que hace que la gente no sepa buscar, o está concentrada en lugares que en su mayoría la población no consulta, como lo son las guías de eventos de los periódicos; y en caso de existir información sobre el evento en sí, generalmente es difícil encontrar información útil o fidedigna sobre la calidad de los servicios ofrecidos. Por último la incertidumbre de factores importantes como cupos y precios en las distintas actividades desalienta al consumidor a acudir a determinados lugares. Este trabajo se propuso desarrollar una solución integral a las distintas problemáticas creando una plataforma donde los usuarios puedan encontrar la mayor variedad posible de eventos, bares y atracciones disponibles; con información de calidad sobre los servicios compartida por los mismos usuarios mediante reseñas, fotos y videos sobre sus experiencias; y a su vez la posibilidad de reservar tu lugar, consultar precios y comprar entradas, todo desde un mismo lugar con el menor esfuerzo posible.

Palabras Clave: Ocio – Mercado – Comunidad – Variedad– Información- Cultura

Introducción



Lo que motivó al desarrollo de este trabajo es el haber encontrado una necesidad de información y comodidad insatisfecha por parte de la comunidad; y la voluntad de aprovechar esta oportunidad pensando y proponiendo una solución a esta necesidad. La solución que se pensó y se propone se basa fundamentalmente en los conceptos de *“Crowdsourcing”*, de *“plataforma”* y de *“Lean Startup”*. Sin embargo también se abordan temáticas tales como *“Modelos de negocios”*, *“Inteligencia Artificial”* y *“Big Data”*.

Situación Problemática

La búsqueda y planificación de actividades de ocio, como conciertos, obras de teatro, restaurantes y otros eventos culturales, es una tarea desafiante y a menudo frustrante para muchas personas. La falta de acceso a información actualizada y relevante sobre eventos locales, la dificultad para encontrar actividades de acuerdo a los gustos personales y la tediosa tarea de comprar entradas o hacer reservas son problemas comunes que enfrentan los amantes del entretenimiento.

La situación se agrava debido a la diversidad de eventos y la proliferación de lugares de entretenimiento, lo que dificulta la toma de decisiones informadas. Además, los organizadores de eventos y los lugares a menudo enfrentan desafíos para llegar a su público objetivo y para vender entradas o reservas, lo que resulta en una falta de visibilidad y participación.

La aplicación AllEvent aborda esta situación problemática al proporcionar una solución integral para usuarios y proveedores de entretenimiento. Permite a los usuarios encontrar eventos relevantes en función de sus preferencias y ubicación, realizar compras de entradas o reservas de manera eficiente y compartir experiencias con otros. Para los lugares de entretenimiento y organizadores de eventos, la aplicación actúa como una plataforma que mejora la visibilidad y facilita la venta de entradas, lo que resuelve los desafíos de comercialización y participación.

AllEvent incorpora el concepto de **crowdsourcing** al permitir que los usuarios contribuyan con recomendaciones, reseñas y actualizaciones de información sobre eventos y lugares. La sabiduría



colectiva de la comunidad enriquece la base de datos de la aplicación y mejora la calidad de las recomendaciones.

La aplicación actúa como una **plataforma** que conecta a usuarios, lugares de entretenimiento y organizadores de eventos en un ecosistema colaborativo. Facilita la interacción y la transacción entre estas partes interesadas, lo que crea un mercado de entretenimiento más eficiente.

La metodología **Lean Startup** se aplica en el proceso de desarrollo de AllEvent al comenzar con un MVP y al buscar validar la hipótesis de valor antes de invertir recursos significativos. La aplicación se ajusta continuamente en función de la retroalimentación de los usuarios y las métricas, lo que garantiza que ofrezca un valor real antes de su lanzamiento completo.

Preguntas de Investigación

- ¿Qué opciones tienen los habitantes de San Miguel de Tucumán para consultar información sobre las actividades de ocio y cultura disponibles en la provincia?
- ¿Estas opciones satisfacen las necesidades de los habitantes o hay una necesidad de más y mejor información?
- ¿Es posible una solución a esta carencia de información mediante una aplicación?
- ¿Cuál es el mejor modelo de aplicación que solucionaría esta necesidad?
- ¿Es posible crear un negocio rentable dando solución a esta necesidad?

Objetivo General

El objetivo general del trabajo es pensar y proponer una solución a los problemas anteriormente mencionados, aprovechando una oportunidad de mercado y proporcionándoles de los oferentes y los consumidores herramientas que mejoren las relaciones entre ambos, mejorando los beneficios económicos y satisfaciendo necesidades de ambos lados.



Objetivos Específicos

1. Desarrollar una Plataforma de Descubrimiento de Entretenimiento Integral:

- Diseñar y desarrollar una plataforma que permita a los usuarios descubrir, explorar y acceder a una amplia gama de eventos y actividades de ocio en su área, con un enfoque en la personalización y recomendaciones precisas.

2. Facilitar la Participación Activa de la Comunidad de Usuarios:

- Implementar características de crowdsourcing que fomenten la participación de la comunidad de usuarios, como la contribución de reseñas, calificaciones y recomendaciones de eventos, lo que mejorará la calidad de las recomendaciones.

3. Aplicar la Metodología Lean Startup para un Desarrollo Eficiente:

- Utilizar la metodología Lean Startup para llevar a cabo un desarrollo ágil y eficiente de la aplicación, comenzando con un MVP y realizando iteraciones basadas en la retroalimentación de los usuarios, con el objetivo de validar la hipótesis de valor y garantizar una experiencia de usuario óptima.

Estos objetivos específicos están directamente alineados con la resolución de la situación problemática que aborda la aplicación. Cada uno de estos objetivos contribuye a abordar los desafíos de descubrimiento de entretenimiento, la mejora de la calidad de las recomendaciones y el desarrollo eficiente de la aplicación, respectivamente.

Marco Metodológico

1. Diagnóstico Inicial y Definición de Problema:



- Identificación de la situación problemática en la búsqueda y planificación de actividades de ocio.

- Colaboración con posibles usuarios para comprender sus necesidades y desafíos.

2. Diseño y Planificación:

- Colaboración con un equipo interdisciplinario para definir la visión, misión y objetivos de AllEvent.

- Utilización de herramientas como el Modelo de Negocio Canvas para definir la propuesta de valor, los segmentos de usuarios, canales de distribución, etc.

3. Desarrollo Ágil con MVP:

- Implementación de la metodología Lean Startup, comenzando con un Producto Mínimo Viable (MVP).

- Desarrollo iterativo basado en la retroalimentación de los usuarios y el aprendizaje constante.

- Pruebas de usabilidad y evaluación de la experiencia del usuario en cada iteración.

4. Participación de la Comunidad:

- Fomentar la participación activa de la comunidad de usuarios a través de características de crowdsourcing.

- Colaboración continua con los usuarios para enriquecer la base de datos de eventos y mejorar la calidad de las recomendaciones.

5. Evaluación Cualitativa:



- Utilizar métodos cualitativos, como entrevistas en profundidad y grupos focales, para recopilar comentarios detallados de los usuarios.

- Evaluar la percepción de valor, la usabilidad y la satisfacción del usuario.

6. Iteraciones y Mejoras Continuas:

- Utilizar la retroalimentación de los usuarios y los resultados cualitativos para realizar iteraciones en la aplicación.

- Realizar mejoras continuas en función de las necesidades y expectativas de los usuarios.

7. Implementación y Lanzamiento:

- Lanzamiento de la aplicación basado en el desarrollo ágil y la validación de la hipótesis de valor.

- Estrategias de marketing y promoción para atraer a los primeros usuarios.

8. Monitoreo y Evaluación Post-Lanzamiento:

- Seguimiento del desempeño de la aplicación en términos de retención de usuarios, participación y calidad de las recomendaciones.

- Utilización de datos cualitativos y cuantitativos para ajustar la estrategia post-lanzamiento.

9. Documentación y Comunicación:

- Documentación de todo el proceso, incluyendo hallazgos cualitativos y lecciones aprendidas.

- Comunicación continua con los usuarios y la comunidad para mantenerlos informados y comprometidos.



Este marco metodológico enfatiza la colaboración activa con los usuarios y la comunidad, así como el uso de herramientas como Lean Startup y la metodología Canvas para garantizar un enfoque centrado en el usuario y en la resolución de la situación problemática. Las metodologías cualitativas se utilizan para comprender en profundidad las necesidades y expectativas de los usuarios a lo largo del proceso de desarrollo de la aplicación AllEvent.

Marco Teórico

1. Crowdsourcing:

- El crowdsourcing es una estrategia que aprovecha la inteligencia colectiva y la colaboración de una amplia comunidad de personas para abordar tareas, resolver problemas o generar ideas. En lugar de depender únicamente de expertos o empleados internos, las organizaciones pueden solicitar la contribución de una "multitud" diversa, que puede incluir personas de todo el mundo. Esto se aplica en una variedad de contextos, desde la recopilación de datos y la financiación colectiva (crowdfunding) hasta la resolución de desafíos complejos mediante concursos abiertos. El crowdsourcing permite acceder a una gama más amplia de conocimientos y perspectivas, lo que a menudo conduce a soluciones innovadoras y ahorro de recursos.

2. Big Data:

- El término "Big Data" hace referencia al procesamiento y análisis de conjuntos de datos extremadamente grandes y complejos que superan la capacidad de las herramientas de gestión de datos tradicionales. Estos conjuntos de datos pueden incluir información estructurada y no estructurada, como datos de sensores, registros de transacciones, texto, imágenes y más. El objetivo del Big Data es extraer información valiosa, identificar patrones y tendencias, y tomar decisiones



basadas en evidencia. Para lograrlo, se utilizan técnicas avanzadas de análisis de datos, como el aprendizaje automático y el procesamiento de datos en tiempo real.

3. Lean Startup:

- La metodología Lean Startup es un enfoque para el desarrollo de productos y negocios que se basa en la creación de un Producto Mínimo Viable (MVP). Su objetivo es validar hipótesis, aprender rápidamente y de manera eficiente, y minimizar el desperdicio de recursos. Los emprendedores y equipos de desarrollo comienzan con un MVP, que es una versión básica del producto, y la lanzan al mercado para obtener retroalimentación de los usuarios. Luego, realizan iteraciones basadas en esta retroalimentación para mejorar y expandir el producto. La metodología Lean Startup fomenta la agilidad, la adaptación y la validación de la propuesta de valor.

4. Plataforma:

- Una plataforma es un sistema que actúa como intermediario para facilitar la interacción, la colaboración y las transacciones entre múltiples partes interesadas. Puede ser un entorno en línea o una infraestructura que conecta a usuarios, proveedores de servicios y consumidores. Las plataformas pueden ofrecer acceso a una variedad de servicios, recursos o aplicaciones. Ejemplos comunes incluyen redes sociales, mercados en línea, sistemas de gestión de contenidos y sistemas operativos para dispositivos móviles. Las plataformas permiten la creación de ecosistemas donde diferentes actores pueden interactuar y beneficiarse mutuamente.

5. Inteligencia Artificial (IA):

- La Inteligencia Artificial es un campo de la informática que se enfoca en desarrollar sistemas y programas de software capaces de realizar tareas que, típicamente, requieren inteligencia humana.



Esto incluye habilidades como el aprendizaje automático, donde las máquinas pueden mejorar su rendimiento a través de la experiencia y los datos; el procesamiento de lenguaje natural, que permite a las máquinas comprender y generar texto de manera similar a los humanos; y la visión por computadora, que permite a las máquinas interpretar imágenes y videos. La IA se utiliza en una variedad de aplicaciones, desde Chatbots y asistentes virtuales hasta diagnóstico médico y vehículos autónomos. Su capacidad para automatizar tareas y tomar decisiones basadas en datos la hace una tecnología transformadora en diversos campos.

Aplicación

AllEvent aprovecha el concepto de **crowdsourcing** de varias maneras para mejorar la experiencia de los usuarios y enriquecer su base de datos:

Recomendaciones de Usuarios: Los usuarios pueden contribuir recomendaciones de lugares y eventos que hayan disfrutado. Esta información se puede utilizar para mejorar las recomendaciones automáticas y ampliar la variedad de opciones disponibles en la aplicación. El sistema de calificaciones y reseñas de AllEvent es una forma de crowdsourcing en sí mismo. Las opiniones de los usuarios ayudan a otros a tomar decisiones informadas sobre actividades de ocio.

Datos sobre Eventos Locales: Los usuarios pueden agregar eventos locales que no estén en la base de datos de la aplicación. Esto permite a la comunidad mantener actualizada la información sobre eventos en su área.

Información de Accesibilidad: Los usuarios pueden proporcionar información sobre la accesibilidad de lugares y eventos para personas con discapacidades, lo que ayuda a aquellos que tienen necesidades especiales a encontrar opciones adecuadas.



Corrección de Datos: Si un lugar o evento ha cambiado su dirección, horario u otra información, los usuarios pueden contribuir actualizando los datos, asegurando que la información sea precisa y actualizada.

Recopilación de Fotos y Videos: Los usuarios pueden compartir fotos y videos de sus experiencias en lugares y eventos. Esto no solo enriquece las páginas de actividades, sino que también ayuda a otros usuarios a tener una vista previa visual de lo que pueden esperar.

Identificación de Eventos de Nicho: Los usuarios pueden destacar eventos de nicho o poco conocidos que podrían no aparecer en las recomendaciones automáticas, lo que brinda a la aplicación una mayor diversidad de opciones.

El crowdsourcing en AllEvent aprovecha la sabiduría colectiva de la comunidad de usuarios para mejorar la calidad de los datos, enriquecer las recomendaciones y garantizar que la aplicación sea una fuente confiable de información sobre actividades de ocio. Esto crea una experiencia más valiosa y completa para todos los usuarios.

MVP Aplicación

Las características esenciales que tiene que tener la aplicación para salir al mercado, es decir, el producto mínimo viable es: La funcionalidad de acceder al mapa donde visualizar las actividades de ocio, es esencial que aparezcan distintos tipos de actividades, no solo bares y boliches, si no también cines, teatro, exposiciones, entre otros eventos que se publican diariamente en los diarios locales, para marcar una diferenciación clara con las ofertas disponibles en Google Maps o Ticketek. Las reseñas de parte de los usuarios y las formas de compartir la experiencia por parte de los usuarios mediante texto, imágenes y videos son parte fundamental para tomar lo mejor que tienen las redes



sociales como Instagram para la recomendación y valoración de eventos, y mejorar fundamentalmente la función de reseñas de Google Maps que generalmente no aportan información realmente útil. La posibilidad de comprar entradas y reservar a través de la app es una característica no fundamental para el MVP pero de no involucrar altos costos y complejidad para implementarlos, se la puede añadir para probar su uso con los eventos y restaurantes más concurridos. De igual manera aprovechando la realidad de que gran cantidad de restaurantes tienen sus menús digitalizados, se puede crear accesos directos a estos menús directamente desde la app, haciéndolo para la primera versión con los restaurantes más concurridos.

Probar que la idea tenga valor para ambas partes. Hipótesis del valor y de crecimiento.

Pruebas de Marketing Digital: Utiliza campañas de marketing digital, como publicidad en redes sociales o Google Ads, para dirigir tráfico a la página de aterrizaje y medir la tasa de conversión de visitantes a registros de interés. Analizar los resultados de la campaña de marketing para medir cuántas personas visitaron la página de aterrizaje y cuántas se registraron. Esto proporcionará información valiosa sobre el interés inicial en la idea.

Recopilar Comentarios: Además de la información de registro, permite a los visitantes de la página de aterrizaje proporcionar comentarios y preguntas sobre la aplicación propuesta. Esto te ayudará a comprender las expectativas y preocupaciones de los posibles usuarios.

Contenido de Blog y Redes Sociales: Crear contenido en blogs y redes sociales relacionados con actividades de ocio y comparte estos contenidos a través de las redes sociales. Mide la interacción y la retención de los usuarios.



Encuestas: La forma más fácil de identificar si realmente existe una necesidad insatisfecha por las distintas alternativas (Google Maps, La Gaceta, El Tucumano, Ticketek, entre otros), y si es que de existir un producto que satisficiera esta necesidad, los potenciales usuarios estarían interesados en usarla.

Un tráfico similar o mayor de la página de lanzamiento y de los contenidos creados al que tienen las secciones de eventos de los periódicos y los influencers sobre bares y eventos ya establecidos marcarían la posibilidad de que los usuarios utilizaran la app para facilitar donde ver las actividades. Por otro lado habría que comparar el tráfico que tendrá la página en comparación a la cantidad de consultas de bares y atracciones en google Maps; si bien sería irracional buscar que sean parecidas, que se desvíe una fracción significativa del tráfico de google Maps (específicamente para consultar estas actividades) hacia la app, demostraría una necesidad insatisfecha por google y marcaría que realmente existe una oportunidad que explotar.

Plataforma:

AllEvent opera como una plataforma al actuar como intermediario entre múltiples partes interesadas. Conecta a los usuarios con una variedad de lugares y eventos, lo que brinda a estos lugares la exposición y la oportunidad de llegar a nuevos clientes. Además, integra servicios de reserva y compra de entradas, como una plataforma de transacción.

Una vez fijada la aplicación en el mercado, se cree que la oferta se puede ampliar sin costo fijo adicional.

La app utilizará herramientas basadas en datos para crear bucles de retroalimentación en la comunidad. La comunidad es quien determina la calidad y realiza el control, utilizando herramientas



provistas por la plataforma, esto se aprecia de forma muy clara en la funcionalidad para reseñar y compartir la experiencia por parte de los usuarios.

La aplicación contaría con una clarísima externalidad de red positiva, que es que al participar más usuarios, se podrá encontrar más información útil y de calidad sobre las distintas actividades de ocio, asimismo cuantos más oferentes ingresen mayor será la variedad de los usuarios para elegir. La posible externalidad de red negativa es que al aumentar la cantidad de usuarios, dificultaría la capacidad de conseguir entradas y reservas a través de la app. Es aquí donde entra la versión premium otorgando prioridad para estas reservas.

En el caso de la app el efecto de red sería de los dos lados: La mayor cantidad de ofertas atraerían a los usuarios a que busquen y conozcan nuevas actividades en la app; y a mayor cantidad de usuarios esto motivaría a los oferentes a entrar a la app para publicitar sus negocios.

Se puede plantear un sistema de subsidios cruzados utilizando una dinámica similar a la que utiliza “Pinta Libre”, la cual es una app que otorga descuento a los consumidores para los consumos en determinados bares, para fomentar el ingreso de usuarios a la app.

Es necesario crear un filtro ya sea mediante registros, algoritmos o IA para evitar el ingreso de eventos fraudulentos y estafas a la aplicación.

Algunas de las conexiones clave con **Big Data** de AllEvent son:

Recopilación de Datos Masivos: AllEvent recopila una gran cantidad de datos de usuarios, como preferencias, ubicaciones, interacciones y compras. Además, al listar numerosos lugares y eventos, se generan enormes volúmenes de información relacionada con horarios, ubicaciones y reseñas.



Procesamiento de Datos en Tiempo Real: La aplicación procesa datos en tiempo real, ya que los usuarios buscan eventos, compran entradas y dejan reseñas. Esto requiere capacidades de procesamiento de Big Data para manejar múltiples transacciones simultáneas.

Análisis de Comportamiento del Usuario: La aplicación utiliza el Big Data para analizar el comportamiento de los usuarios y sus interacciones con lugares y eventos. Esto permite ofrecer recomendaciones precisas y personalizadas.

Generación de Informes y Análisis: El análisis de datos en AllEvent puede ayudar a los lugares de entretenimiento a comprender mejor el comportamiento de los visitantes y el impacto de las promociones. Se pueden generar informes basados en Big Data para tomar decisiones informadas.

Optimización de Recursos: La aplicación puede utilizar datos sobre la demanda de entradas y reservas para optimizar la asignación de recursos en lugares de entretenimiento, lo que incluye la gestión de personal y suministros.

Mejora Continua de la Experiencia del Usuario: El análisis de Big Data ayuda a la aplicación a identificar tendencias y patrones de uso. Esto se utiliza para mejorar la experiencia del usuario y agregar características útiles.

Escalabilidad: AllEvent debe estar diseñada para manejar un crecimiento significativo en usuarios, lugares y eventos. La arquitectura de Big Data permite la escalabilidad para satisfacer las demandas cambiantes.

La inclusión de **inteligencia artificial (IA)** en la aplicación AllEvent puede mejorar significativamente la experiencia del usuario y ofrecer características avanzadas:



Sistema de Recomendaciones Personalizadas: Utilizar la IA para analizar el historial y las preferencias de los usuarios y proporcionar recomendaciones altamente personalizadas de lugares y eventos. Esto mejora la relevancia de las sugerencias y aumenta la satisfacción del usuario con la aplicación.

Búsqueda Avanzada: Implementar un motor de búsqueda avanzado basado en IA que permita a los usuarios realizar búsquedas específicas, como "restaurantes de sushi mejor calificados cerca de mí". La IA puede comprender la intención del usuario y proporcionar resultados precisos.

Chatbots de Asistencia al Cliente: Integrar un chatbot que utilice IA para responder preguntas de los usuarios, brindar asistencia en tiempo real y ayudar con la compra de entradas y reservas. Esto mejora la atención al cliente y la eficiencia.

Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP): Utilizar NLP para analizar reseñas y comentarios de los usuarios, lo que permite identificar tendencias y sentimientos. Esto puede ayudar a la aplicación a ajustar sus recomendaciones y proporcionar retroalimentación a los lugares y eventos.

Segmentación de Audiencia: Utilizar IA para segmentar a los usuarios en grupos según sus intereses y comportamientos, lo que permite a los lugares y eventos dirigir sus promociones de manera más efectiva.

Predicción de Demanda: La IA puede analizar datos históricos y eventos programados para predecir la demanda de entradas y reservas en diferentes lugares. Esto permite a los lugares ajustar su capacidad y recursos de manera óptima.

Detección de Fraude: Utilizar IA para detectar y prevenir actividades fraudulentas, como reseñas falsas o compras de entradas fraudulentas, lo que garantiza la integridad de la plataforma.



Optimización de Rutas: En el caso de eventos que involucran viajes, como conciertos o festivales, la IA puede ayudar a los usuarios a optimizar sus rutas y horarios para llegar a tiempo a los eventos.

Análisis de Sentimiento en Redes Sociales: La IA puede monitorear las redes sociales en busca de menciones de lugares y eventos para comprender el sentimiento del público y proporcionar retroalimentación en tiempo real.

Personalización de Contenido: Utilizar IA para personalizar el contenido del feed de noticias y las notificaciones en función de los intereses y actividades previas de los usuarios.

La integración estratégica de la IA en AllEvent no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también permite la automatización de procesos, la optimización de operaciones y la toma de decisiones basadas en datos, lo que beneficia tanto a los usuarios como a los lugares y eventos asociados.

Se puede plantear una versión premium de la aplicación mediante la cual a través de una suscripción mensual los usuarios premium puedan:

Acceso Anticipado a Entradas y Reservas: Los usuarios premium pueden acceder a la compra de entradas y reservas antes que los usuarios regulares, lo que les da prioridad para eventos populares.

Descuentos Exclusivos: Los suscriptores premium pueden recibir descuentos especiales en entradas, reservas de restaurantes, bares y otros servicios de ocio.

Sin Publicidad: Los usuarios premium no verán anuncios en la aplicación, lo que mejora la experiencia de navegación.



Asistencia Prioritaria al Cliente: Soporte al cliente prioritario para resolver problemas y preguntas de manera más rápida.

Perfiles Personalizados Mejorados: Personalización avanzada de perfiles de usuario con más opciones de preferencias y recomendaciones.

Reservas Prioritarias: Los usuarios premium obtienen prioridad en las reservas de restaurantes y bares populares.

Invitaciones a Eventos Especiales: Acceso a eventos especiales y exclusivos para usuarios premium.

Recomendaciones

Huevo y la gallina

Lo primero que necesita conseguir la aplicación son los eventos que se ofrecen en la app, para garantizar la disponibilidad de ofertas al lanzarla. Al principio es difícil que los oferentes se tomen el trabajo de cargar los datos apropiadamente en la app, por lo que es necesario crear un equipo que se encargue de buscar los oferentes, apuntando principalmente a las atracciones y bares que en base a las investigaciones sean las más concurridas, y se tomen el trabajo de cargar los datos necesarios y la información útil para el correcto funcionamiento de la app. Para fomentar el lado de la demanda (los usuarios) se puede plantear colaboraciones con las personalidades de la provincia que se dedican a la reseña y al fomento de actividades de ocio, especialmente de bares (influencers). Los videos ya subidos a Instagram de los distintos creadores de contenido se subirían a las reseñas de cada oferente.

Algunos obstáculos que se pueden observar a priori podrían ser:



Que los eventos ya tengan acuerdo con otras plataformas de ventas de entradas que prohíban permanecer en más de una vendedora, prefiriendo permanecer en la que ya están e imposibilitando que se vendan entradas a través de la app.

Otra dificultad es la necesidad de desarrollar la forma en que las reservas que se realicen a través de la app se conecten con los sistemas de reserva de los restaurantes para evitar que se dupliquen reservas o se sobrevendan entradas, mesas o turnos.

Si la app no logra solucionar los problemas de una forma que sea de fácil uso para los usuarios desincentivaría a los usuarios en permanecer a la plataforma, ya que perdería la ventaja por la cual fue creada.

Al principio la idea de la aplicación es que un equipo propio salga a conseguir las atracciones que se van a exponer en las primeras versiones de la app. Una vez establecida en el mercado la app, la idea es que las propias atracciones tengan interés en promocionarse dentro de la app, por lo que cargarían ellos mismos sus datos e ingresarían. El riesgo que implica esto es la carga de datos fraudulentos y la venta de entradas o cupos de eventos que no existan. Es fundamental desarrollar una estrategia con un sistema que permita predecir y evitar el fraude dentro de la aplicación.

Conclusiones

Los habitantes de San Miguel de Tucumán actualmente cuentan con opciones limitadas para consultar información sobre actividades de ocio y cultura en la provincia. Las fuentes de información existentes pueden no ser exhaustivas ni satisfacer completamente las necesidades de los usuarios en términos de diversidad de eventos y facilidad de acceso a la información.



Existe una necesidad clara de proporcionar a los habitantes de San Miguel de Tucumán una solución que ofrezca información más completa y actualizada sobre actividades de ocio y cultura en la provincia. La información actual puede no ser suficiente para satisfacer la demanda de opciones de entretenimiento.

La investigación sugiere que una aplicación móvil como AllEvent puede ser una solución viable para abordar la falta de información sobre actividades de ocio. La aplicación tiene el potencial de proporcionar a los usuarios una plataforma integral y personalizada para descubrir eventos, comprar entradas y planificar sus actividades de entretenimiento.

El enfoque de desarrollo basado en la metodología Lean Startup, con la creación de un Producto Mínimo Viable (MVP), se presenta como el modelo óptimo para la aplicación. Esto permite validar la hipótesis de valor y aprender de manera eficiente de los usuarios, asegurando que la aplicación evolucione de acuerdo con las necesidades reales.

La creación de un negocio rentable es una posibilidad real al abordar esta necesidad de información sobre entretenimiento. Al proporcionar una plataforma que conecta a usuarios, lugares de entretenimiento y organizadores de eventos, la aplicación puede generar ingresos a través de acuerdos de comisión por ventas, publicidad y promoción de eventos.

Referencias

Según APA.

Ries, E. (2011). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. [The New York Times]

Comisión de Apoyo a Emprendedores y Empresarios, EXECyL. (2014). Lean Startup. [Documento].



Resumen Ejecutivo de Wikinomics (Leader Summaries, 2007).

Cañigual Bagó, A. (Versión 1.1). Introducción al Consumo Colaborativo.

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de Plataformas: INTRODUCCIÓN, CAPÍTULO 2 Y ENTREVISTA FINAL.

Anderson, C. (2007). La economía Long Tail (1ª edición).

Shapiro, C., & Varian, H. R. (2000). El dominio de la información.

Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2019). Máquinas Predictivas. Editorial Reverté.

Solana, A., & Roca, G. (2015). Big Data para Directivos (1ª edición). Ediciones Urano.

Joyanes Aguilar, L. (2013). Big Data: Análisis de Grandes Volúmenes de Datos en Organizaciones (1ª edición). Editorial Marcombo.

Ver normas APA de: <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>