

**UNIVERSIDAD DE MONTERREY
EDUCACIÓN SUPERIOR
ESCUELA DE INGENIERÍA Y TECNOLOGÍAS
GESTIÓN DE TECNOLOGÍA**



Blast Off

MENTOR:

Dra. Lizbeth Alicia González Tamayo

ALUMNO(S)

Eduardo Rios Gómez | 192165
Juan Pablo Zubieta Peña | 562827
Leslie Fabiola López Rosales | 571315
José Eduardo Olivares Quiroga | 594165
Jesús Daniel Chapa Leal | 572614
Jonathan Ariel Valadez Saldaña | 595657
Fátima Morales Vázquez | 614571

Índice

Summary.....	2
Problem definition.....	2
Business model - Lean Canvas.....	3
Product market fit.....	5
Product functionalities:.....	5
Minimum Viable Product.....	6
Referencias.....	7

Summary

"Blast Off" es una aplicación gamificada con temática de exploración espacial que motiva a los usuarios a visitar y redescubrir restaurantes en su región, desde establecimientos locales hasta grandes cadenas. Mediante desafíos y recompensas, la plataforma no solo enriquece la experiencia restaurantera del usuario, sino que también proporciona a los restaurantes herramientas valiosas para fidelizar y entender mejor a su clientela.

Para lograr que la aplicación funcione de manera adecuada y sea sostenible, se tiene planeado un modelo de negocio, en el que "Blast Off" realice comisiones, cobrando un pequeño porcentaje de la cuenta generada por los locales, logrando un beneficio mutuo. A su vez, "Blast Off" les otorgará datos a las PYMES, permitiéndoles aplicar estrategias de mercado, cómo hacer promociones dentro de la misma aplicación. Los usuarios contarán con un sistema de recompensas que los motivará a compartir sus experiencias con otros para que estos también exploren su mercado local.

Problem definition

En la sociedad actual se fomenta el consumismo externo, situación que impulsa la fuga de recursos económicos de la comunidad. Apoyar la economía local es una actividad que debería practicarse más al ser muy importante para el crecimiento económico y social de la región en la que se habita. Los negocios locales son clave para la economía mexicana, ya que, representan el 72% del empleo y el 52% del producto interno bruto, además de que generan entre el 70% y 80% de nuevos empleos en México (INEGI, 2019). Para que se pueda implementar, se necesita el trabajo de varias partes, los emprendedores, con sus trabajadores y los clientes. Funciona como un ciclo; muchas veces, aunque exista la intención de comenzar un emprendimiento, puede faltar la motivación de otras personas para convertirse en clientes de negocios locales.

Al comenzar un negocio, uno de los mayores retos es darse a conocer entre sus potenciales clientes. "Datos de la Asociación de Emprendedores de México revelan que 34% del fracaso en las pymes está relacionado con la falta de conocimiento del

mercado.” (El Economista, 2022); puede que sea una muy buena idea de negocio, pero al inicio se contará con un círculo pequeño de clientes para crecer su mercado a partir de ahí.

Los negocios locales han utilizado la digitalización para lograr expandir su alcance y llegar a una audiencia que antes, con el negocio basado únicamente en un local fijo, no era posible. (American Express, 2021). Por eso es de gran importancia invertir en herramientas para darse a conocer y trabajar un buen manejo de su mercadotecnia, aunque no todos cuentan con los recursos económicos y humanos necesarios.

Business model - Lean Canvas

1. Problema

a. Cliente

- i. Es difícil darse a conocer entre los clientes
- ii. Mucha competencia por lo tanto es difícil diferenciarse
- iii. Poca lealtad por parte de los clientes

b. Usuario

- i. Visitan lugares conocidos y familiares
- ii. Gasta más de lo deseado por alternativas costosas
- iii. Le preocupa que el negocio realmente cumpla con buena calidad del servicio

2. Segmento de mercado

- a. Cliente: Restaurantes de origen local sin tanta capacidad de promoción para su comunidad
- b. Usuario: Personas las cuales quieran visitar negocios locales o no tengan tanto conocimiento de su ubicación

3. Propuesta única de valor

- a. Cliente: Ayudamos a negocios locales a incrementar ventas y potenciar la lealtad de sus clientes al ofrecer una plataforma digital divertida que motiva a fomentar una participación activa del mercado.
- b. Usuario: Ayudamos a nuestros usuarios a llegar a nuevas experiencias al ofrecer una plataforma digital interactiva que promueve la exploración de negocios locales mediante el juego y recompensas.

4. Solución

- a. Clientes: Expandir el mercado y lealtad por medio de una plataforma digital para exponer negocios locales. Podrán dar a conocer su diferenciador ofreciendo personalización para sus recompensas.
- b. Usuario: Plataforma digital con una lista de negocios locales cercanos y verificados. Donde aplica un sistema de recompensas por la exploración de éstos.

5. Canales de distribución

- a. - Redes Sociales (Instagram, Facebook, X, TikTok)
- b. - Scavanger Hunt (escanear códigos, seguir pistas)
- c. - Póster en los restaurantes: "Escanea para obtener recompensas"
- d. - Promoción en eventos masivos

6. Flujo de efectivo

- a. 2%-5% de cada venta hecha por la aplicación

7. Estructura de costos

- a. GoogleADS - 125 USD x mes
- b. Facebook ADS - 0.5 a 2.0 pesos por click
- c. Instagram ADS - 5,000 pesos x mes
- d. Costos de operación, mantenimiento y administración
- e. Hosting Heroku - 25 USD x mes
- f. Salario programador promedio 40,000 pesos x mes
- g. Subir a app store 100 USD año
- h. Subir a google play pago único de 25 USD

8. Métricas clave

- a. Cantidad de restaurantes activos en la app
- b. Cantidad de usuarios activos en la app
- c. Cantidad de visitas en los restaurantes
- d. Total de dinero generado

Product market fit

Aplicamos encuestas de validación para nuestros usuarios, donde el segmento de la población se enfoca principalmente en adultos jóvenes que viven en Monterrey, Nuevo León. Con la información recabada, hicimos un User Persona para validar nuestro mercado objetivo y asegurarnos de diseñar una plataforma adecuada para nuestro usuario objetivo. A continuación, se presenta el user persona creado:



Claudia Jimenez

Edad: 20
Educación: Estudiante universitario de ITC
Vive en: Monterrey, Nuevo León
Familia: Vive en departamento con amigos
Ocupación: Estudiante

Metas

- Ahorrar en costos
- Conocer opciones económicas y variadas
- Encontrar negocios cercanos
- Apoyar la economía local

Frustraciones

- "Siempre gasto mucho en comida"
- "Me aburro de consumir lo mismo"
- "Gasto mucho en transporte"

Claudia es una estudiante universitaria que observa las necesidades económicas de su comunidad, así como sus gastos personales, por lo que busca opciones que apoyen su salud financiera. Le gusta salir a comer con sus amigas y conocer nuevos lugares. Le gusta usar aplicaciones móviles para aspectos de la vida diaria y siempre busca la tecnología como herramienta.

Product functionalities:

Colección de Platos: Esta funcionalidad permite a los jugadores coleccionar sellos del logotipo del restaurante con la fecha de su visita.

Desafíos y Retos: La aplicación propone desafíos a los usuarios, como por ejemplo, "Visita 3 restaurantes locales nuevos en una semana".

Niveles y Recompensas: A medida que los jugadores completan desafíos, tienen la oportunidad de subir de nivel. Al hacerlo, pueden obtener recompensas, como descuentos en restaurantes afiliados y monedas dentro del juego.

Mapa Interactivo: Los jugadores tienen acceso a un mapa interactivo donde pueden visualizar restaurantes cercanos y leer reseñas de otros jugadores.

Programa de Afiliados: Se establece un programa en el que los restaurantes pueden unirse para ofrecer descuentos o promociones exclusivas a los jugadores de la aplicación.

Publicidad Destacada: Los restaurantes tienen la opción de pagar una tarifa para ser destacados en el juego o para organizar eventos especiales.

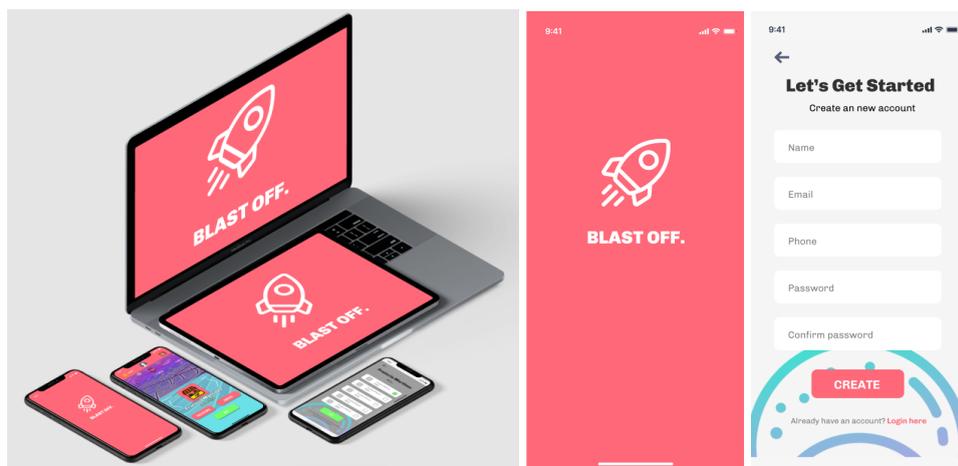
Comisión por Venta: "Blast Off" cobrará a los restaurantes un porcentaje de la cuenta total generada a través de la aplicación.

Análisis de Datos: La aplicación recopila datos sobre las preferencias y comportamientos de los usuarios, como los platos más populares y las horas pico de visita. Estos datos serán compartidos con los restaurantes asociados.

Comunidad Activa: A través de desafíos, recompensas y una plataforma social integrada, se motiva a los usuarios a compartir sus experiencias y reseñas, creando un efecto de "boca a boca" digital.

Minimum Viable Product

Construimos nuestro primer prototipo funcional, que incluye la generación de los códigos por parte del negocio y el escaneo de estos por parte del usuario. Manteniendo el registro de cuantas visitas ha realizado un usuario y cuántas ventas ha generado el negocio por nuestra causa. Recolectamos esta información en una base de datos de prueba SQLite. Se seguirá trabajando en implementar la vista del mapa, obtener más negocios que quieran participar, buscar un host de mejor calidad y construir un sistema de diseño responsivo para todas las funcionalidades.



Referencias

American Express. (2021). La importancia del comercio local en México.
<https://www.americanexpress.com/es-mx/negocios/trends-and-insights/articles/importancia-del-comercio-local-en-mexico/>

El Economista. (2022). Los 5 retos financieros a los que se enfrentan los emprendedores.
<https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Los-5-retos-financieros-a-lo-que-se-enfrentan-los-emprendedores-20220812-0092.html>

INEGI. (2019). Subsistema de Información Económica.
<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>