



**MiTicket**

VIVE LA EXPERIENCIA





# Contenido 01

Resumen ejecutivo

Introducción

Definición del problema

Diseño de investigación

Antecedentes

Análisis de datos

Limitaciones

Buyer persona

Conclusiones

Anexos

# Resumen ejecutivo

---

Somos una **plataforma de venta** y reventa de boletos que surge de la pasión por los eventos en vivo junto con la **identificación de la necesidad de dar un buen servicio** y una plataforma práctica de venta y **adquisición de boletos**.

Con el estudio se busca identificar los aspectos importantes que el usuario o comprador final toma en cuenta para considerar satisfactoria la compra dentro de un sitio web de adquisición de boletos, además de abrir el panorama a nuevas ideas que podrían ser implementadas con éxito.

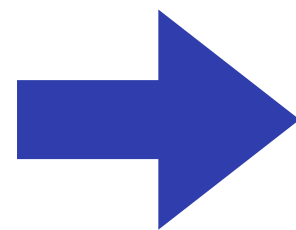
# Introducción

Eventos culturales  
como forma de  
expresión

Generan vínculos  
emocionales con el  
público y el asistente:  
Se crean momentos  
únicos para recordar.

El arte y la cultura  
aumentan los niveles  
de serotonina.

**Covid-19**



La mitad de las  
empresas vieron  
caer sus ventas por  
encima del 80%.

Más de la mitad de las  
organizaciones  
duplicaron su oferta  
digital, mientras que el  
44% introdujo nuevos



# Definición del problema

- Mercado fuertemente atacado por la pandemia pero con muchas oportunidades de crecimiento
- Crear una plataforma digital de venta y reventa de boletos nacionales e internacionales.
- Proporcionar un servicio de calidad desde el momento 1 en el que los clientes tengan cercanía con la plataforma
- Proporcionar seguridad al momento de la compra en pre venta, venta y reventa de boletos.
- Dar una experiencia de compra única, en dónde los clientes se sientan dueños y parte del proceso de compra desde el primer acercamiento con la plataforma, hasta que se asista al evento.



# Diseño de investigación

Investigación mixta:: cualitativa y cuantitativa:

- Análisis cuantitativo: Encuesta digital con 16 preguntas con única y múltiple respuesta
- Análisis cualitativo: Focus group virtual con el fin de conocer la percepción de los usuarios del servicio de venta de boletos

Herramientas: Survey y Zoom respectivamente





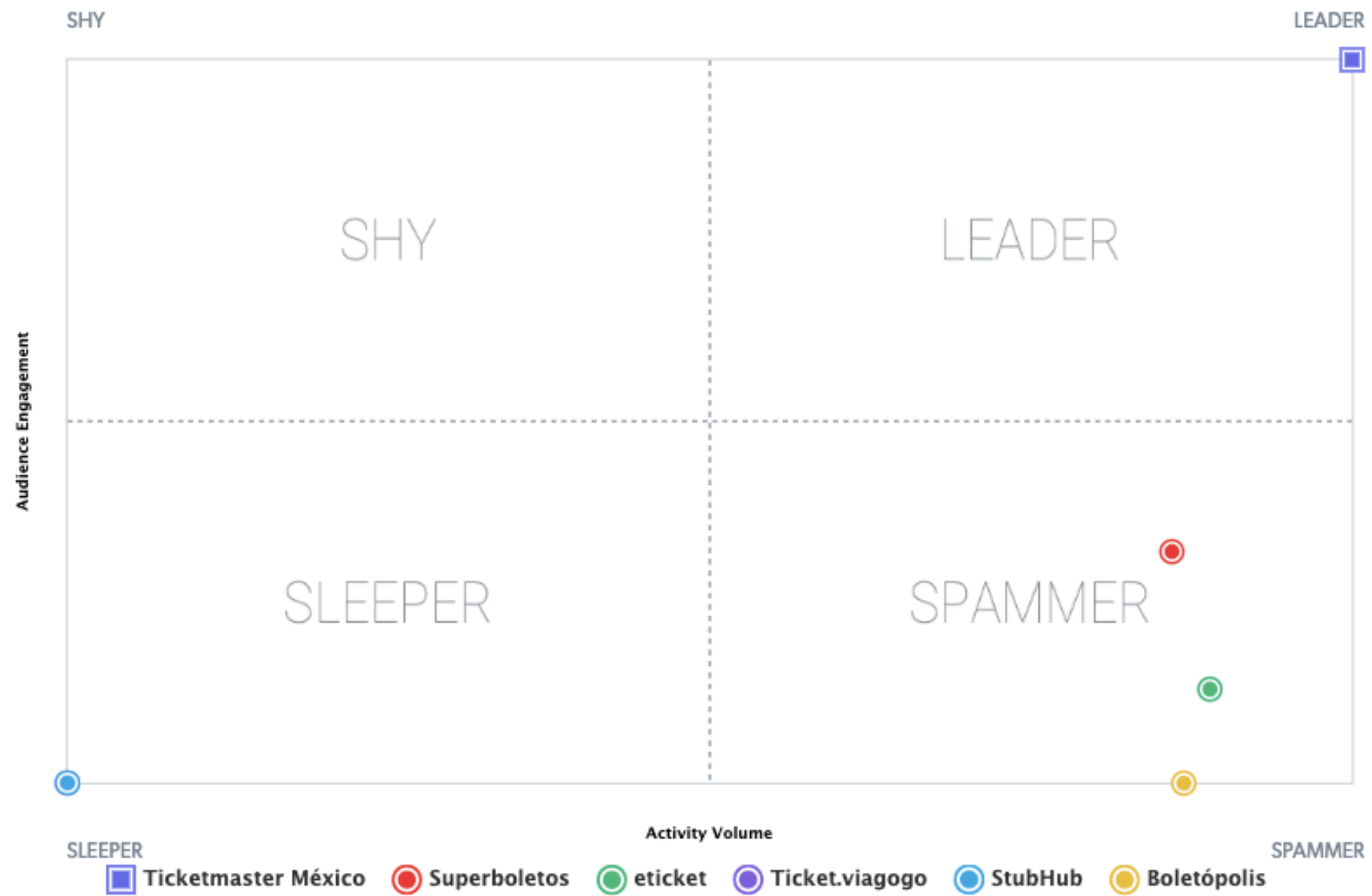
**Antecedentes:**



# Socialbakers

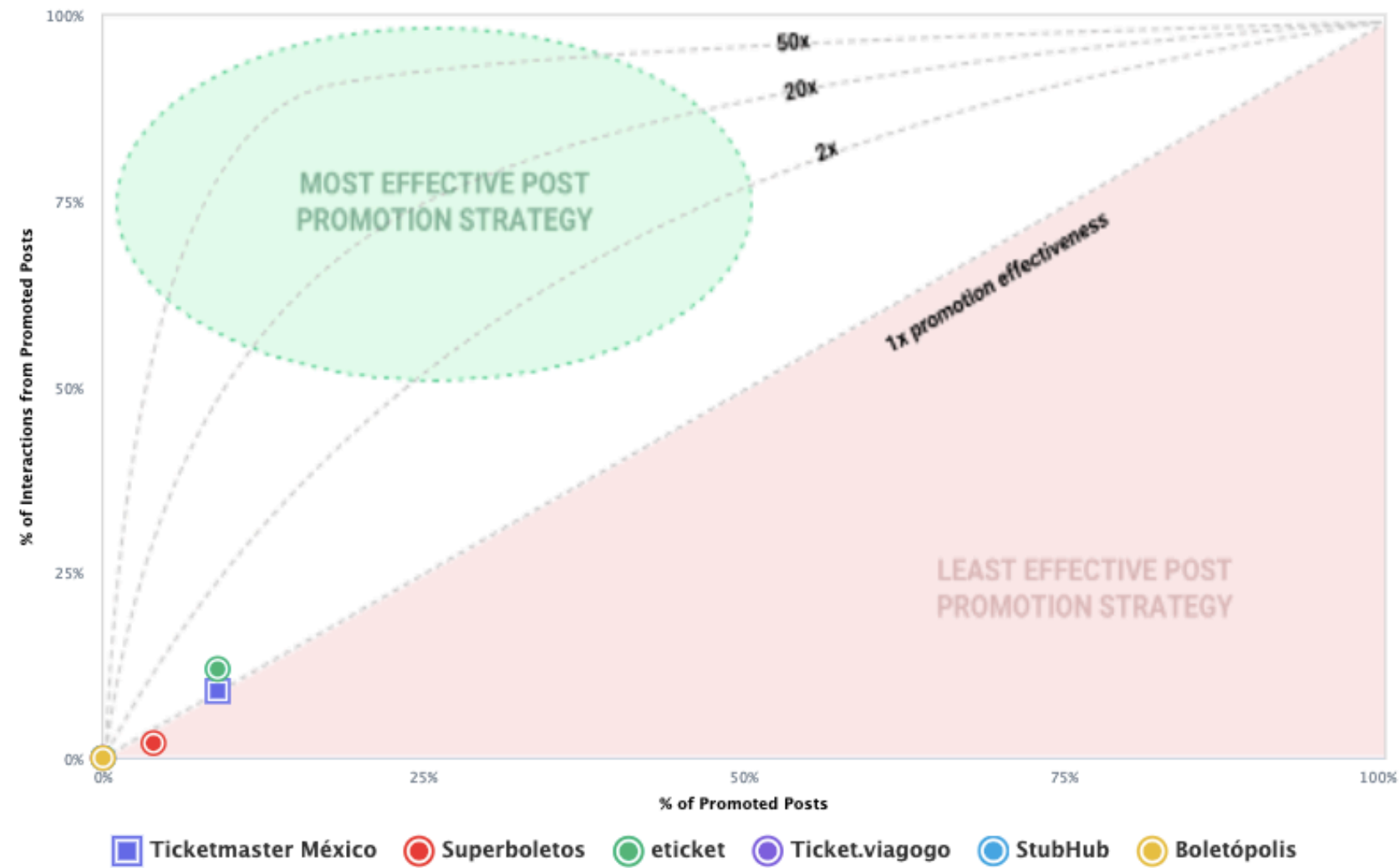
## Your Facebook Performance Quadrant

19 Feb, 2022 - 20 May, 2022









## Your Post Promotion Effectiveness

19 Feb, 2022 – 20 May, 2022

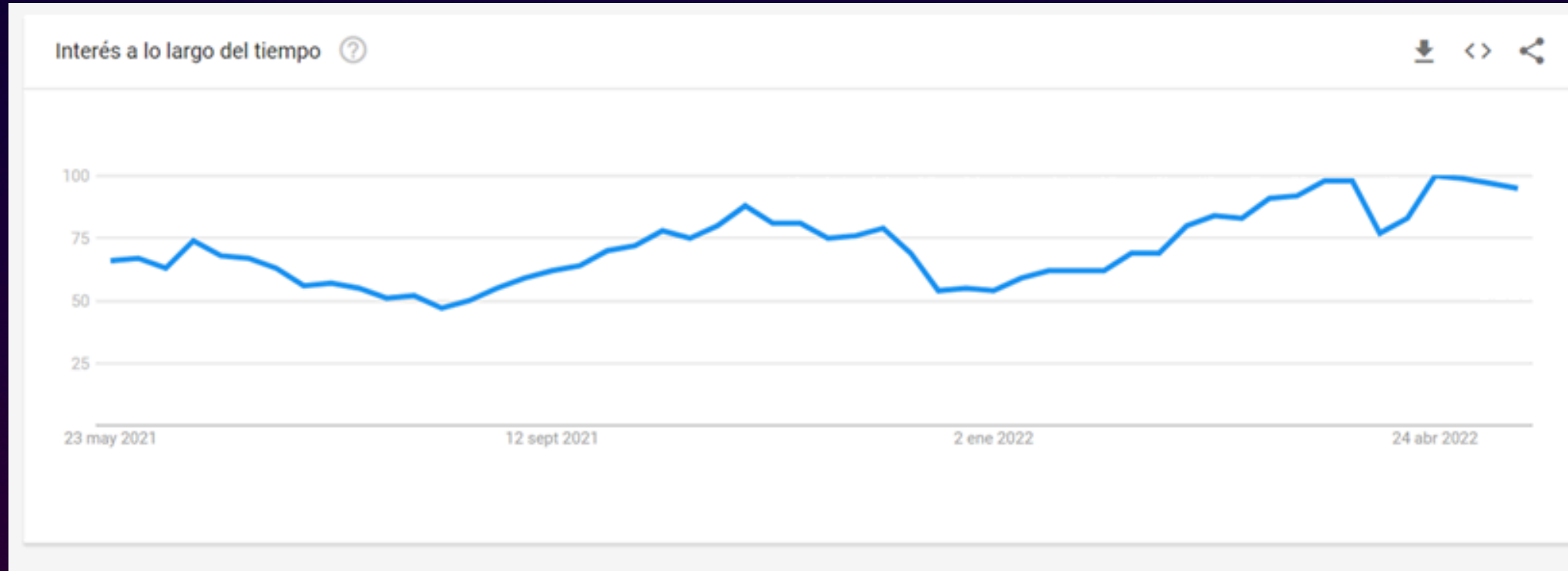


## Your Facebook Promotion Strategy in Greater Context

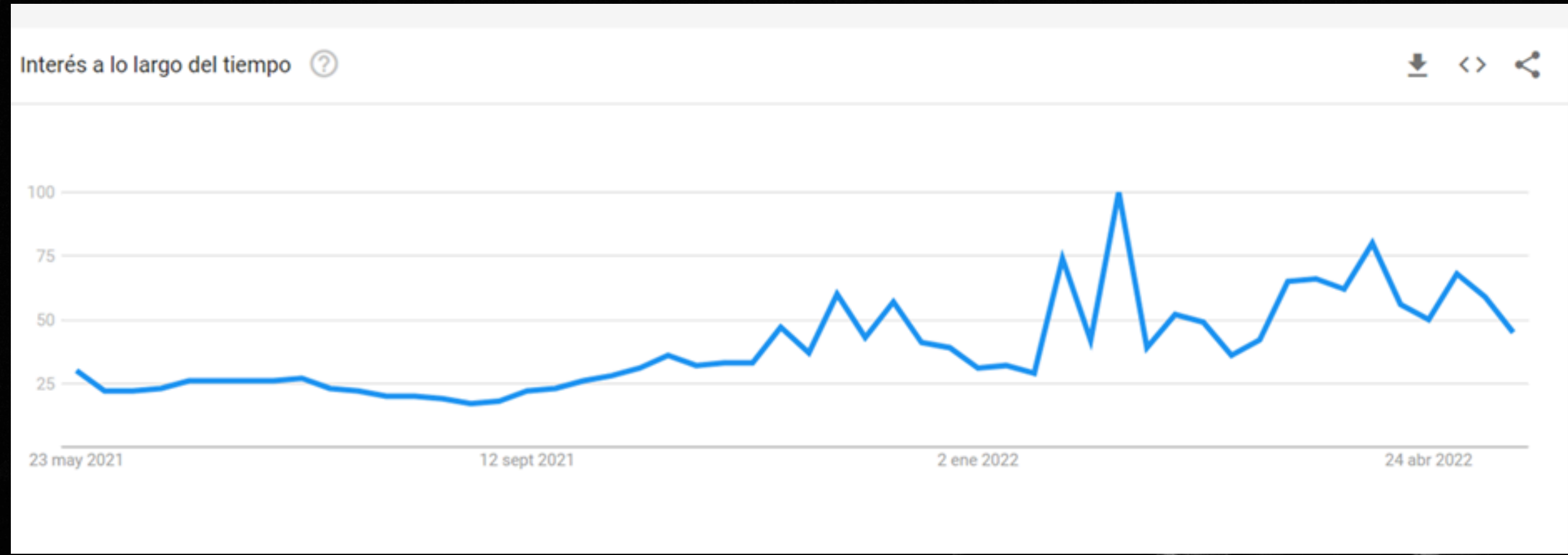
Page Name	Promoted Posts	Interactions from Promoted Posts	Promotion Effectiveness
 eticket f /eticket	9%	12%	1.51x
 Ticketmaster México f /TicketmasterMexico	9%	9%	1.097x
 Superboletos f /SuperboletosMx	4%	2%	0.405x
 Ticket.viagogo f /viagogo	N/A	N/A	N/A
 StubHub f /Stubhub	N/A	N/A	N/A
 Boletópolis f /boletopolis	N/A	N/A	N/A

## Eventos

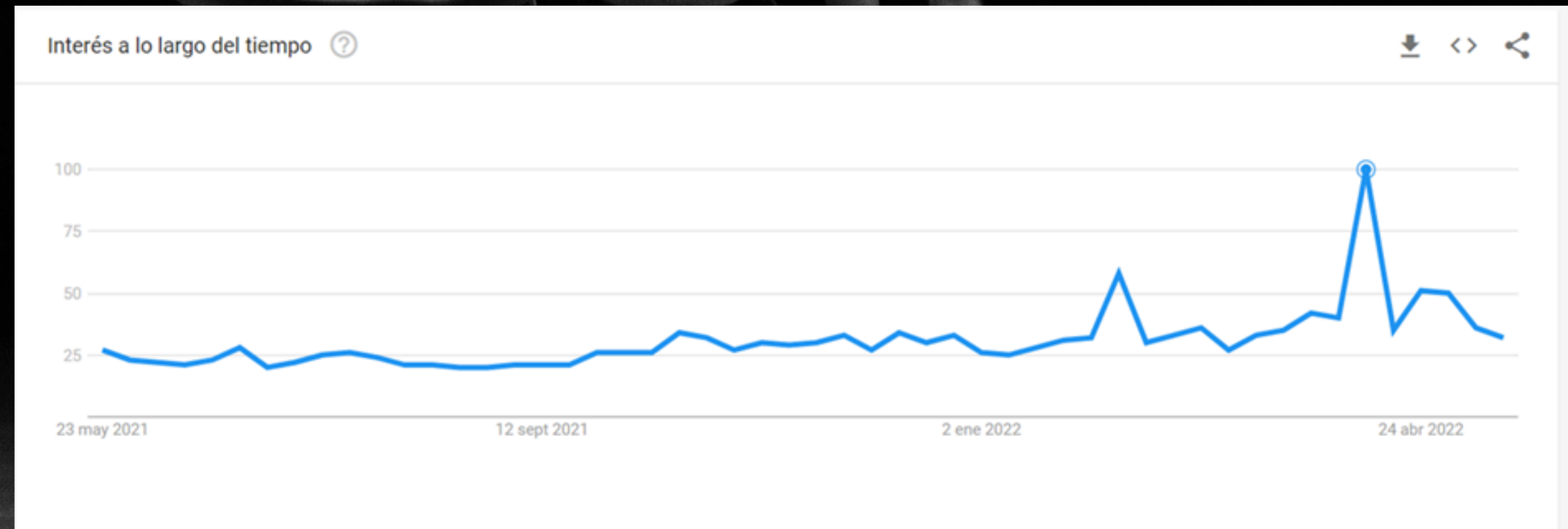
# Google trends








# Boletos



# Tickets








## Boletos

Consultas relacionadas  En aumento    

1	coldplay boletos	Aumento puntual
2	boletos spider man no way home	Aumento puntual
3	daddy yankee boletos	Aumento puntual
4	daddy yankee	Aumento puntual
5	boletos grupo firme foro sol	Aumento puntual

## Tickets

Consultas relacionadas  En aumento    

1	daddy yankee	Aumento puntual
2	fun ticket daddy yankee	Aumento puntual
3	fun ticket	Aumento puntual
4	boletos daddy yankee	Aumento puntual
5	access ticket puebla	Aumento puntual

Mostrando 1-5 de 25 consultas

# Semrush

1	<a href="https://www.ticketmaster.com.mx/">https://www.ticketmaster.com.mx/</a> ↗ ticketmaster.com.mx	70	833	13.2K	1.3M	14.1K
2	<a href="https://www.eticket.mx/">https://www.eticket.mx/</a> ↗ eticket.mx	61	221	3.8K	74.6K	1.1K
3	<a href="https://funticket.mx/?">https://funticket.mx/?</a> ↗ funticket.mx	57	155	595	5.0K	1.0K
4	<a href="https://arema.mx/">https://arema.mx/</a> ↗ arema.mx	57	201	1.7K	18.3K	6.8K
5	<a href="https://eventos.ticketone.mx/">https://eventos.ticketone.mx/</a> ↗ ticketone.mx	54	51	358	7.4K	827
6	<a href="https://ventas.ticketbox.com.mx/">https://ventas.ticketbox.com.mx/</a> ↗ ticketbox.com.mx	4	1	1	1.7K	128
7	<a href="https://ticketplanet.com.mx/">https://ticketplanet.com.mx/</a> ↗ ticketplanet.com.mx	49	14	183	3.3K	132
8	<a href="https://eventos.hot-ticket.net/">https://eventos.hot-ticket.net/</a> ↗ hot-ticket.net	57	33	81	1.9K	114
9	<a href="https://boletos.showbizticket.com.mx/">https://boletos.showbizticket.com.mx/</a> ↗ showbizticket.com.mx	23	28	40	2.9K	571
10	<a href="https://www.showticket.com.mx/">https://www.showticket.com.mx/</a> ↗ showticket.com.mx	40	44	71	4.6K	?

	URL	AS de pá...	Dominios de r...	Backlinks	Tráfico de bú...	Palabras clav...
1	<a href="https://www.ado.com.mx/">https://www.ado.com.mx/</a> ↗ ado.com.mx	79	1.4K	41.9K	1.6M	26.1K
2	<a href="https://dle.rae.es/boleto">https://dle.rae.es/boleto</a> ↗ rae.es	35	5	8	2.4K	12
3	<a href="https://www.masboletos.mx/">https://www.masboletos.mx/</a> ↗ masboletos.mx	70	41	4.6K	4.5K	256
4	<a href="https://www.clickbus.com.mx/es/">https://www.clickbus.com.mx/es/</a> ↗ clickbus.com.mx	62	101	356	60.3K	2.2K
5	<a href="https://www.superboletos.com/">https://www.superboletos.com/</a> ↗ superboletos.com	58	34	2.2K	257.1K	16.5K
6	<a href="https://www.ticketmaster.com.mx/">https://www.ticketmaster.com.mx/</a> ↗ ticketmaster.com.mx	70	833	13.2K	1.3M	14.1K
7	<a href="https://boletomovil.com/">https://boletomovil.com/</a> ↗ boletomovil.com	71	219	735	46.0K	7.7K
8	<a href="https://etn.com.mx/">https://etn.com.mx/</a> ↗ etn.com.mx	69	452	8.0K	424.4K	17.3K
9	<a href="https://odm.com.mx/">https://odm.com.mx/</a> ↗ odm.com.mx	51	130	4.0K	516.2K	28.4K
10	<a href="https://estrellablanca.com.mx/">https://estrellablanca.com.mx/</a> ↗ estrellablanca.com.mx	82	264	30.1K	244.5K	

# Análisis de datos:



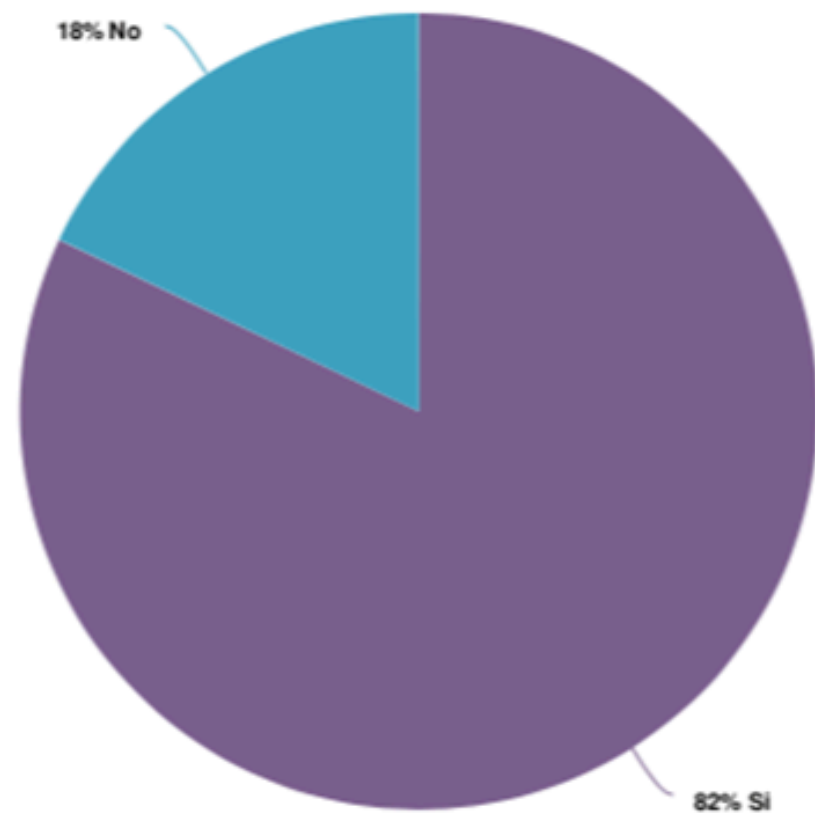
# Resultados de la encuesta

**27%: Masculino**  
**72%: Femenino**

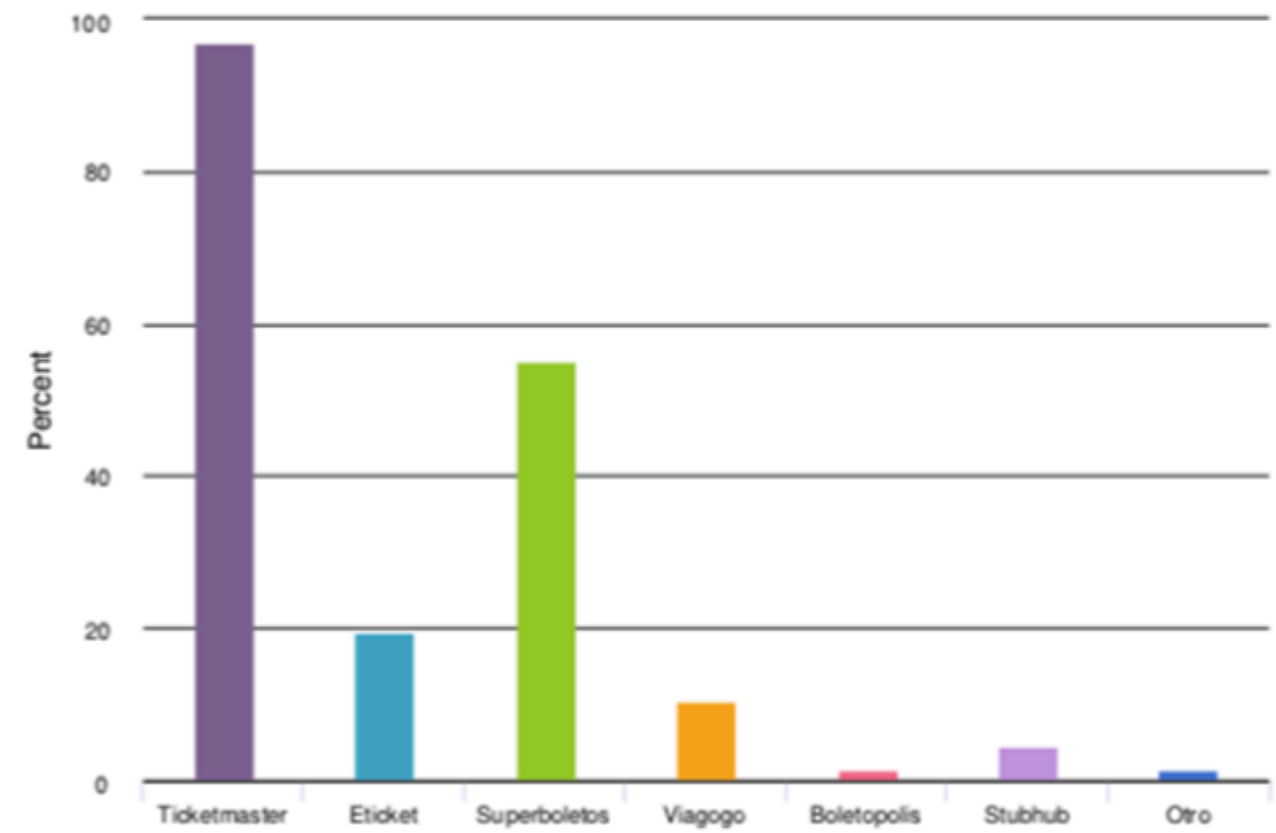
**Edad**  
**55%: 16-25**  
**30%: 26-35**

**Locación**  
**55%: Edo Mex**  
**32%: CDMX**  
**8%: Jalisco**

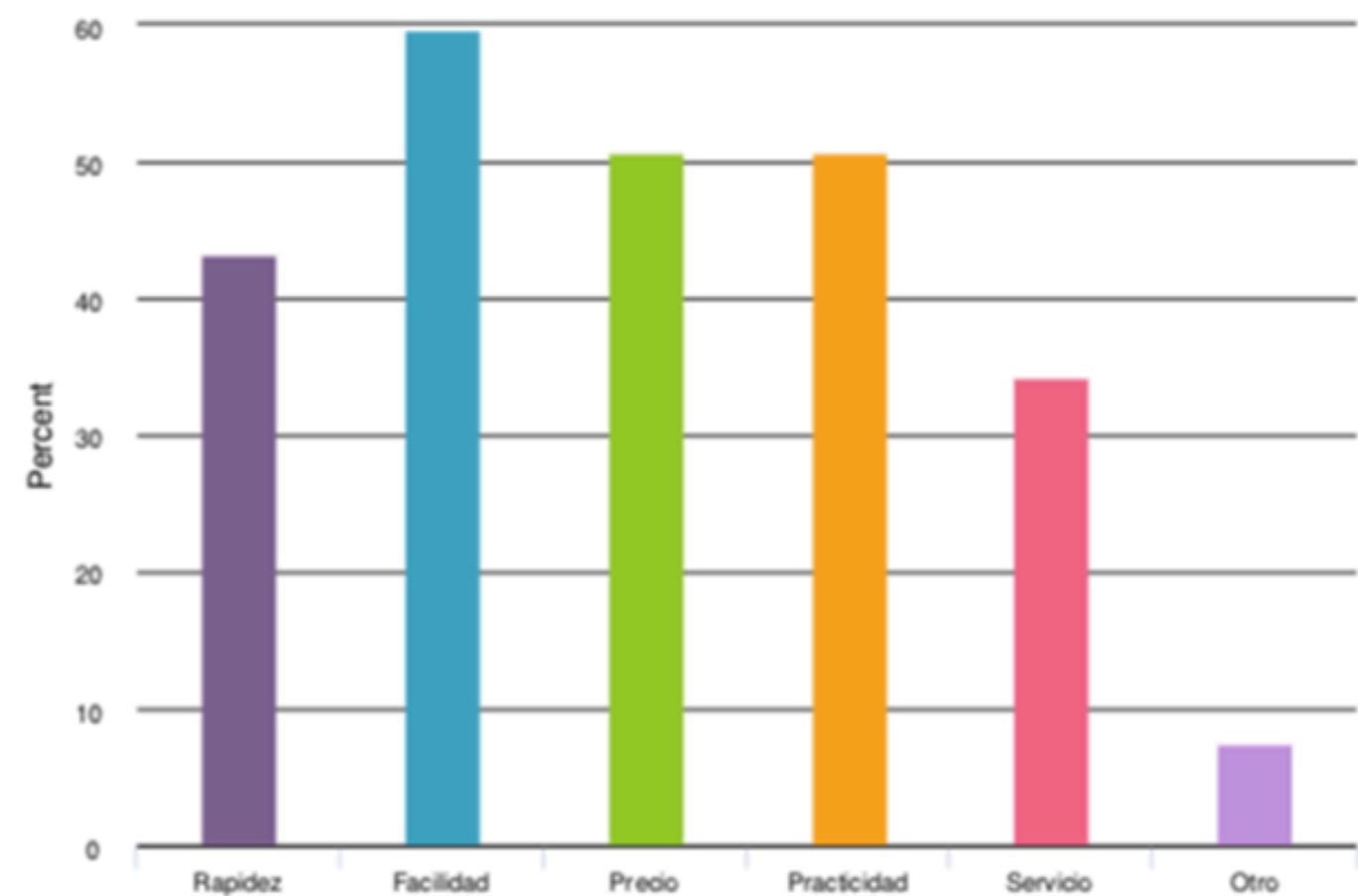
4. ¿Has usado alguna plataforma de venta de boletos para eventos?



5. ¿Cuáles de las siguientes plataformas de adquisición de boletos conoces? (puedes elegir más de una)



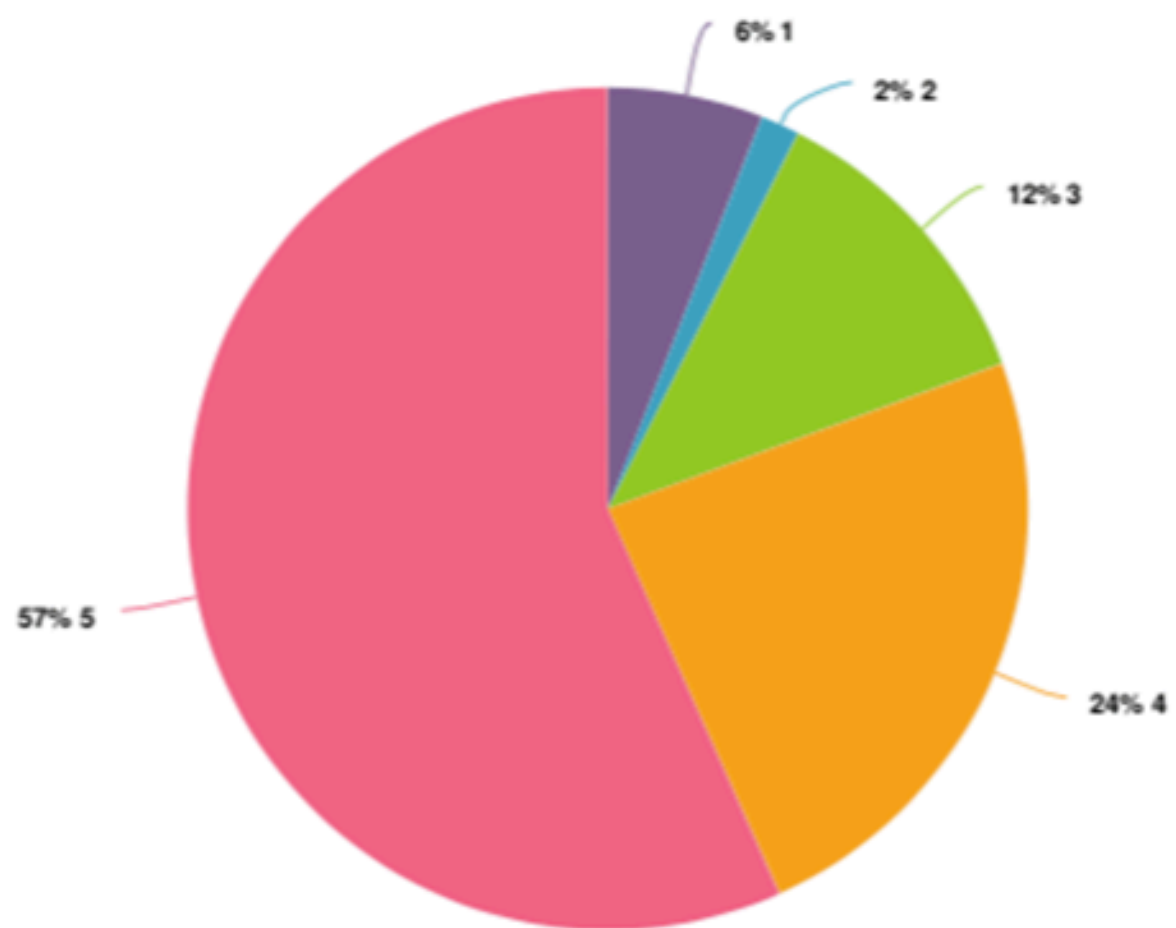
6. ¿Qué es lo primero que tomas en cuenta a la hora de adquirir boletos en un sitio en línea? (puedes elegir más de una)



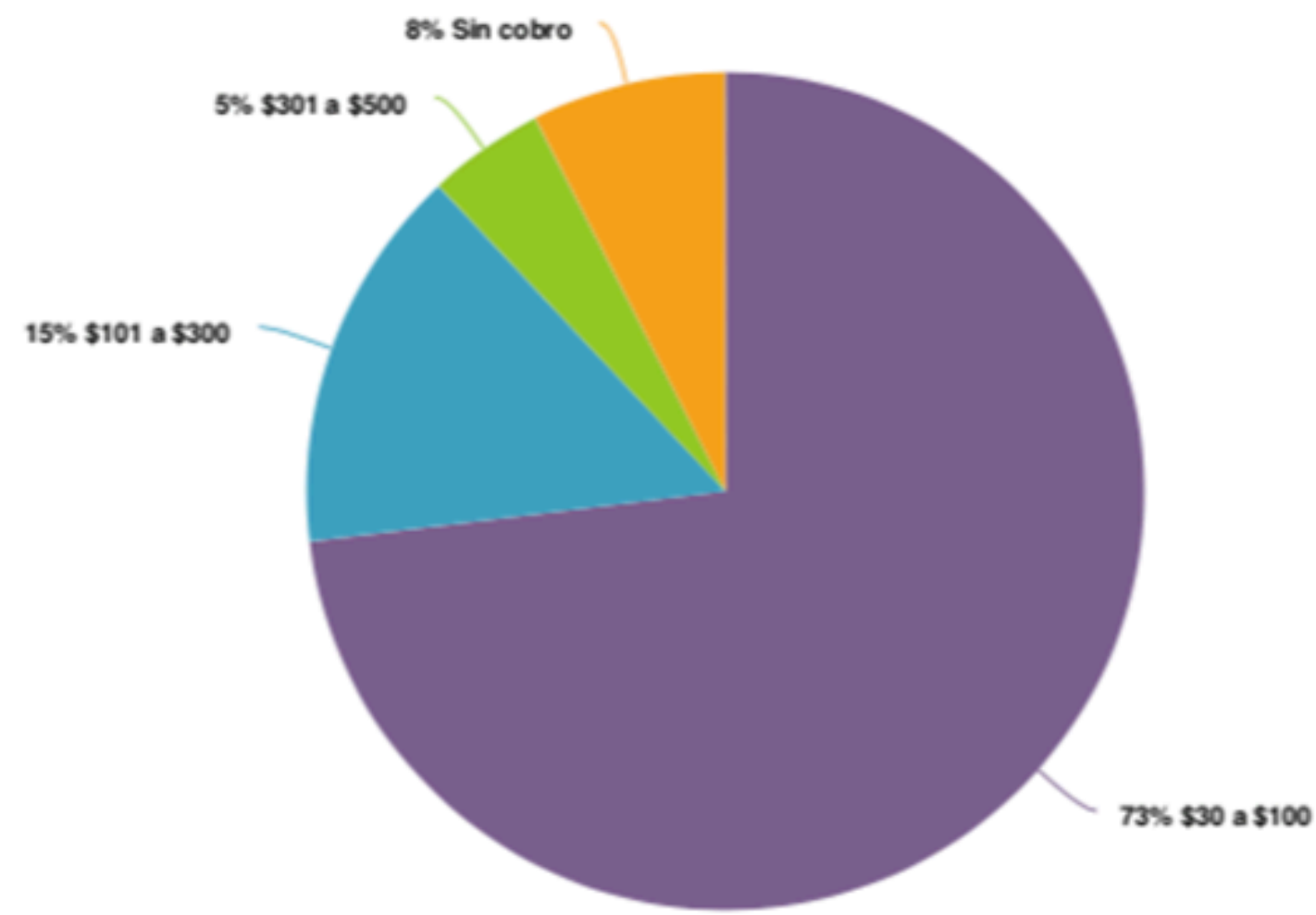
7. ¿Sientes más seguridad al adquirir boletos en línea o físicos?



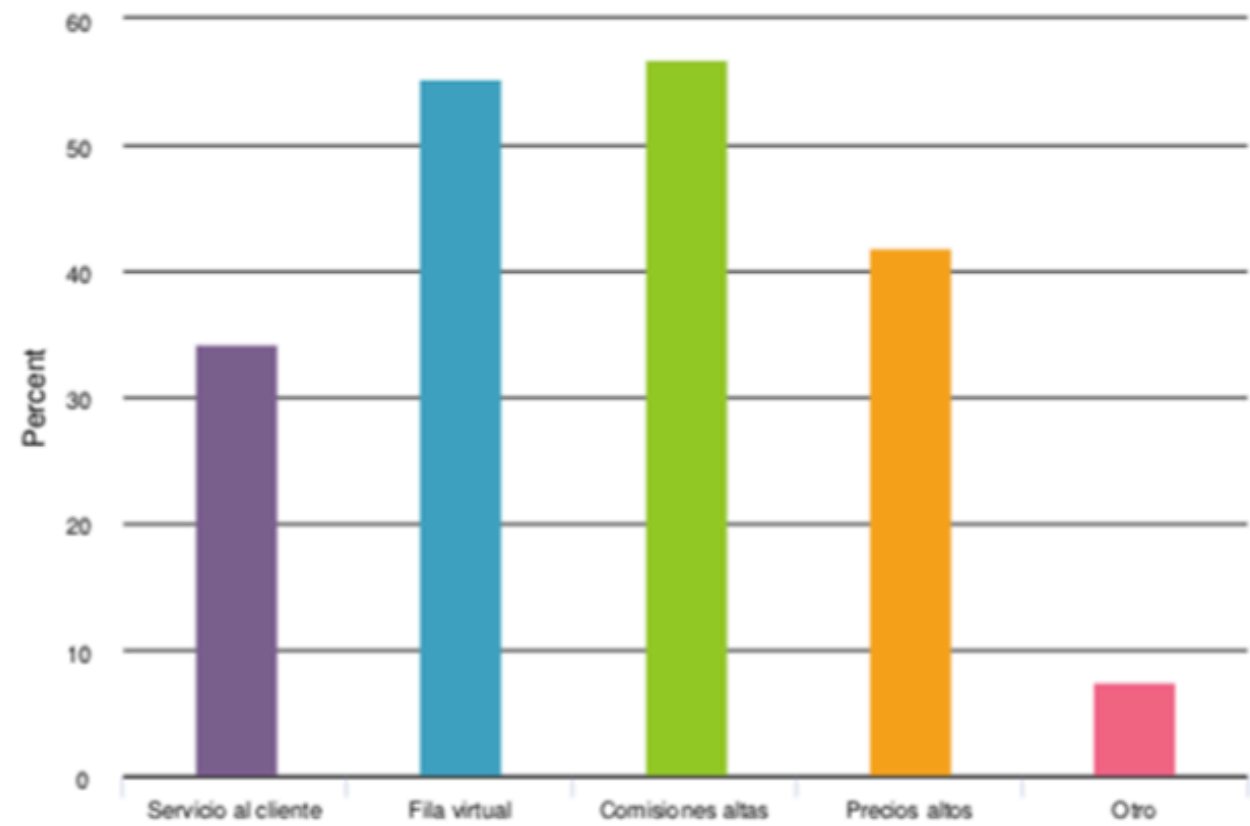
8. En una escala del 1 al 5 (donde 1 representa el nivel más bajo y el 5 el más alto) ¿qué tan importante consideras la calidad del servicio en la adquisición de boletos?



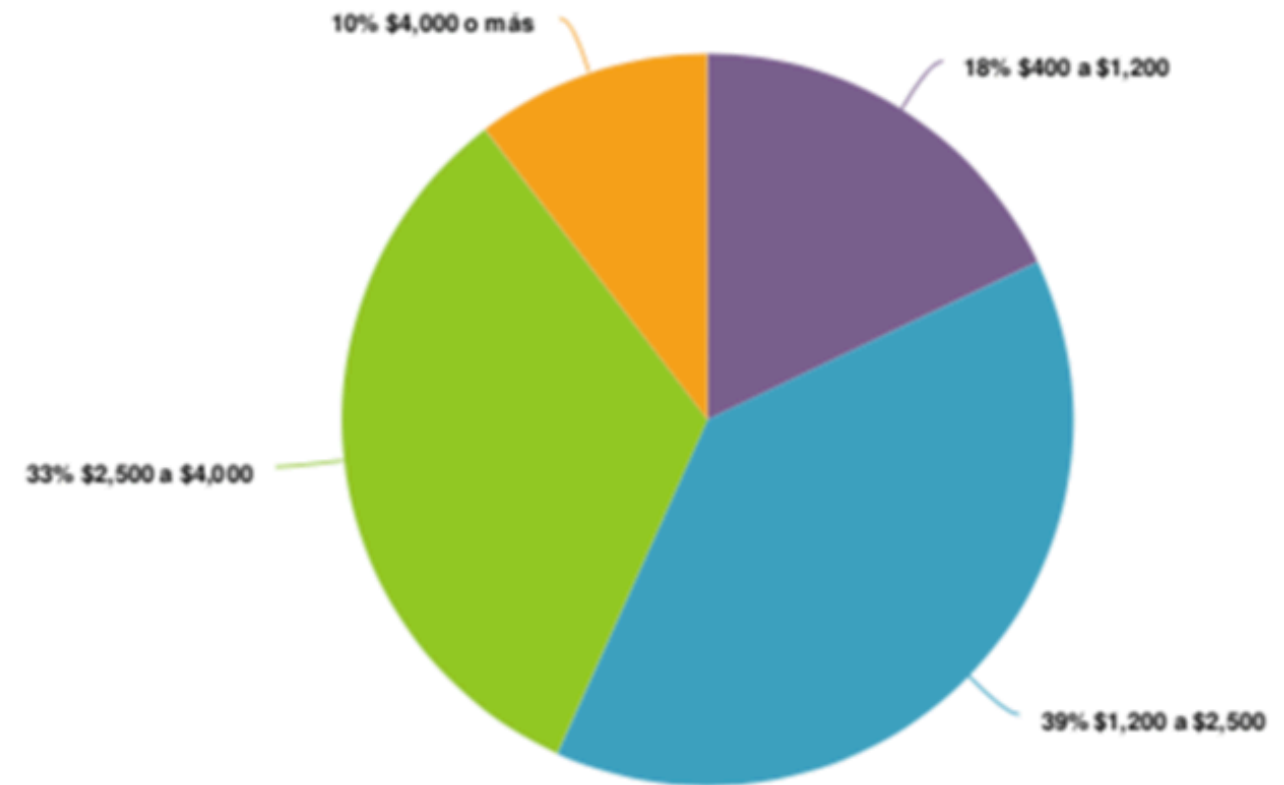
9. ¿Cuál es el rango de precio que consideras accesible en el cobro extra por servicio de la plataforma?



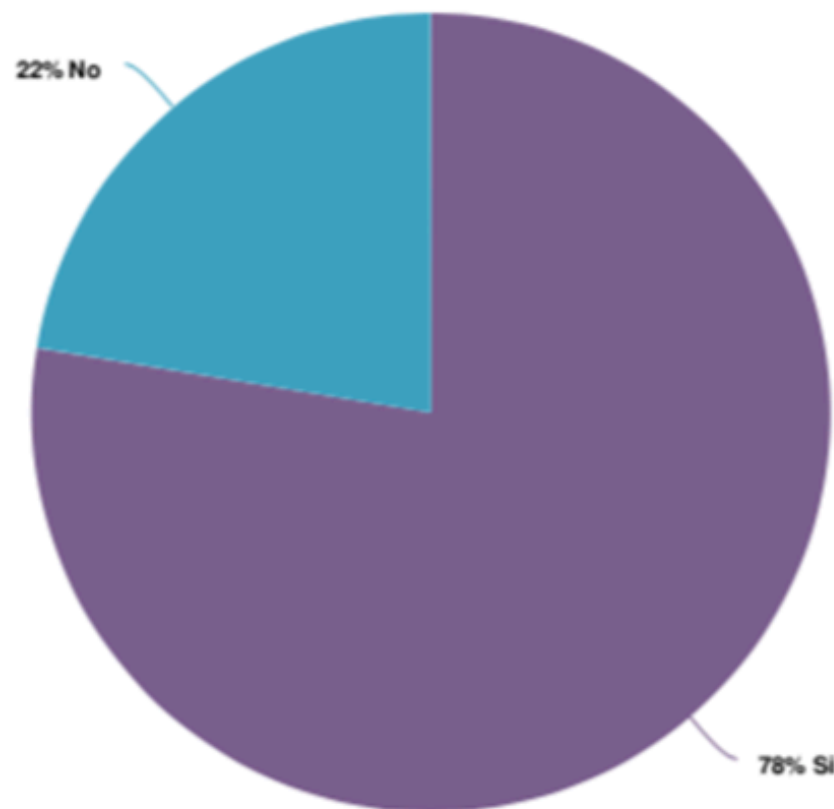
10. ¿Qué es lo que más te ha molestado en la experiencia de adquisición de boletos? (puedes elegir más de una)



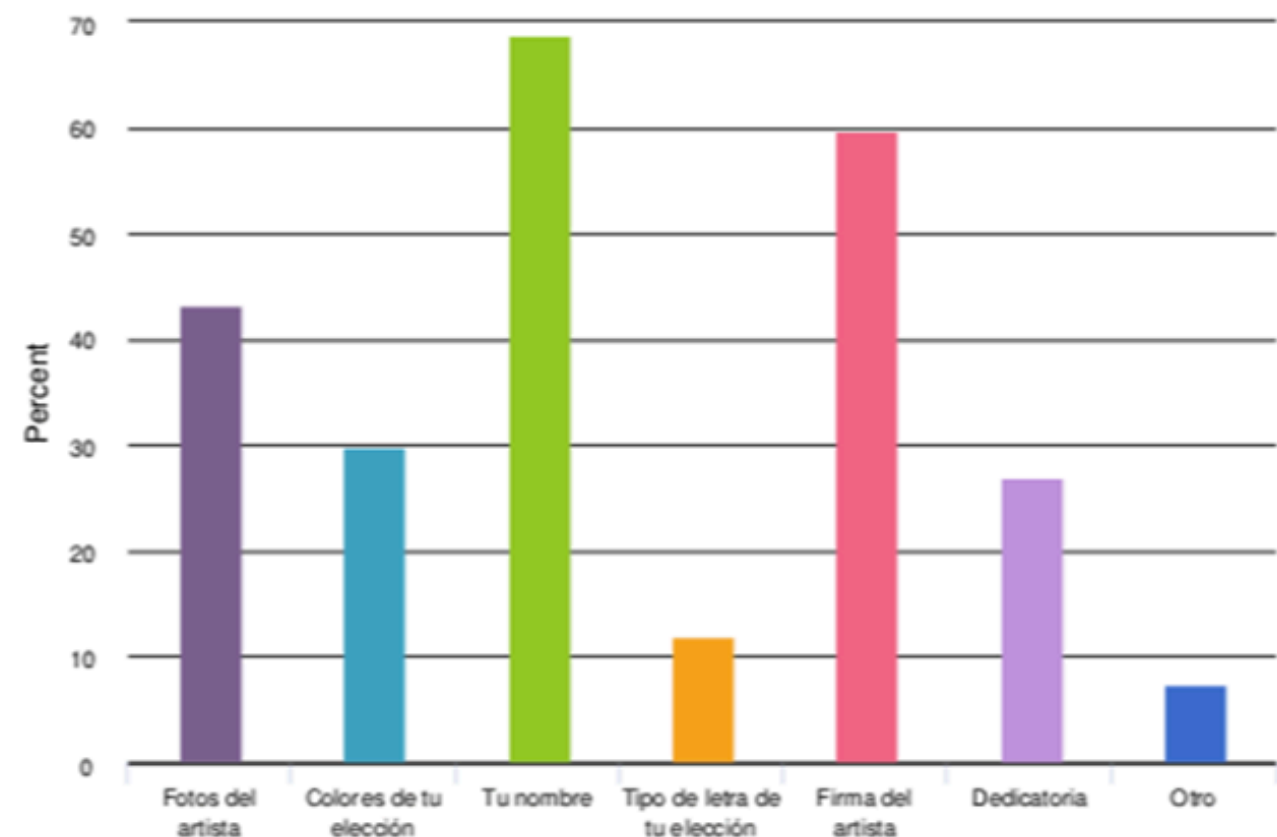
11. ¿Cuánto ha sido lo más que has gastado en la adquisición de un boleto?



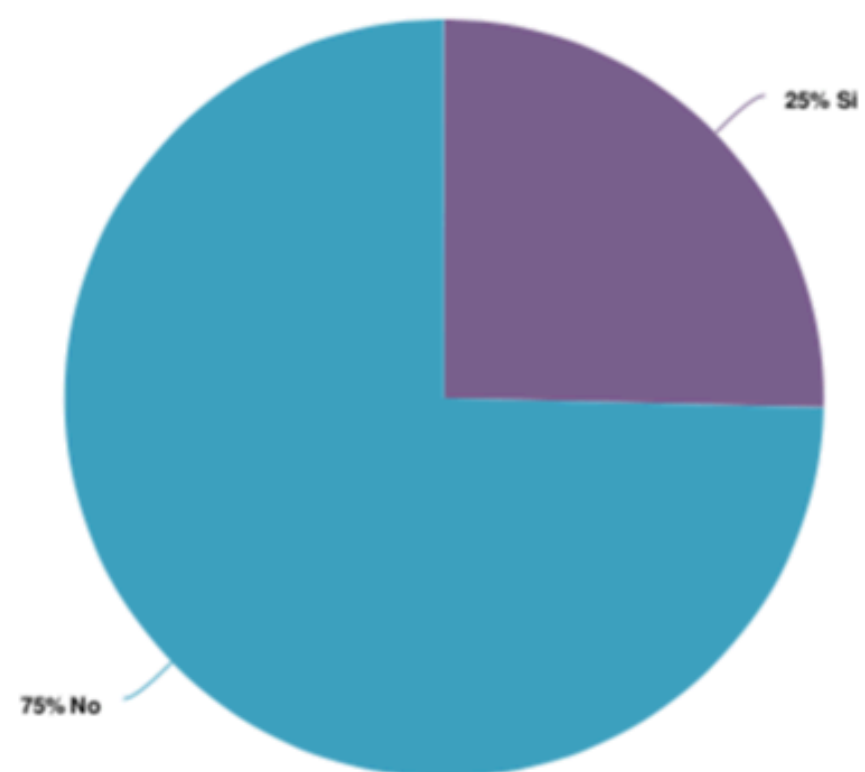
12. ¿Te gustaría personalizar tu boleto en línea?



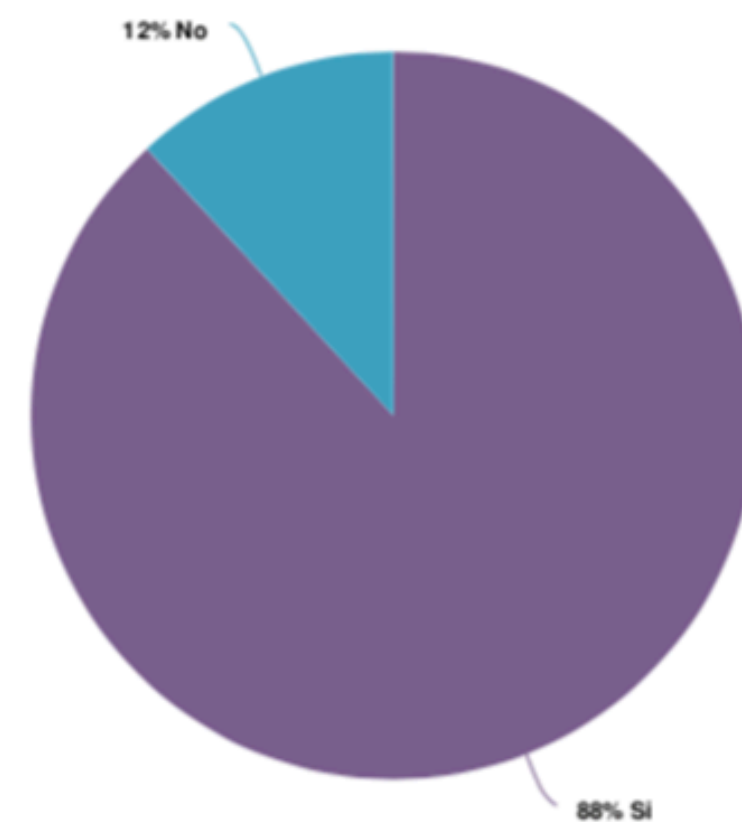
13. Si tu respuesta fue SI ¿qué detalles te gustaría agregar? (puedes elegir más de una)



15. ¿Has comprado boletos en reventa?



16. ¿Te gustaría que existiera la posibilidad de revender tu boleto en la misma plataforma donde lo adquiriste?





**Focus group:**



# LOGO

La primer dinámica se enfocó en la **PERCEPCIÓN** y se desarrolló con la ayuda de la muestra de:



Logo (Sólo isotipo):

- Rapidez
- Digital
- Intercambio
- Negocios
- Seguridad



**MiTicket**  
VIVE LA EXPERIENCIA

Logo:

- Fácil de recordar
- Sensación de pertenencia
- Venta de boletos

# Practicidad

**Ticketmaster:** La compra es muy sencilla e intuitiva, ofrece una opción de "Ticket protector" con un costo extra de \$200, sin embargo el tema del límite de tiempo para compra hace sentir presionado al usuario, el costo de la comisión es aceptable.

**Superboletos:** La variedad en cartelera es disminuida, el límite de tiempo es un problema ya que no hace sentir cómodo al usuario, promete la disponibilidad de boletos pero al comprarlos, la disponibilidad es nula, el precio de comisión por servicio es accesible.

**Eticket:** Existe un bombardeo de cartelera, el journey dentro del sitio es confuso ya que se debe dar bastante scroll para poder llegar a la opción de pago, el precio en comisión es muy elevado. Ofrece una membresía con costo para ganar boletos a conciertos y eventos.

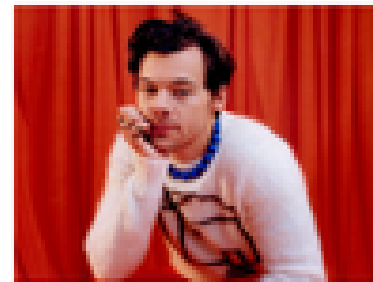
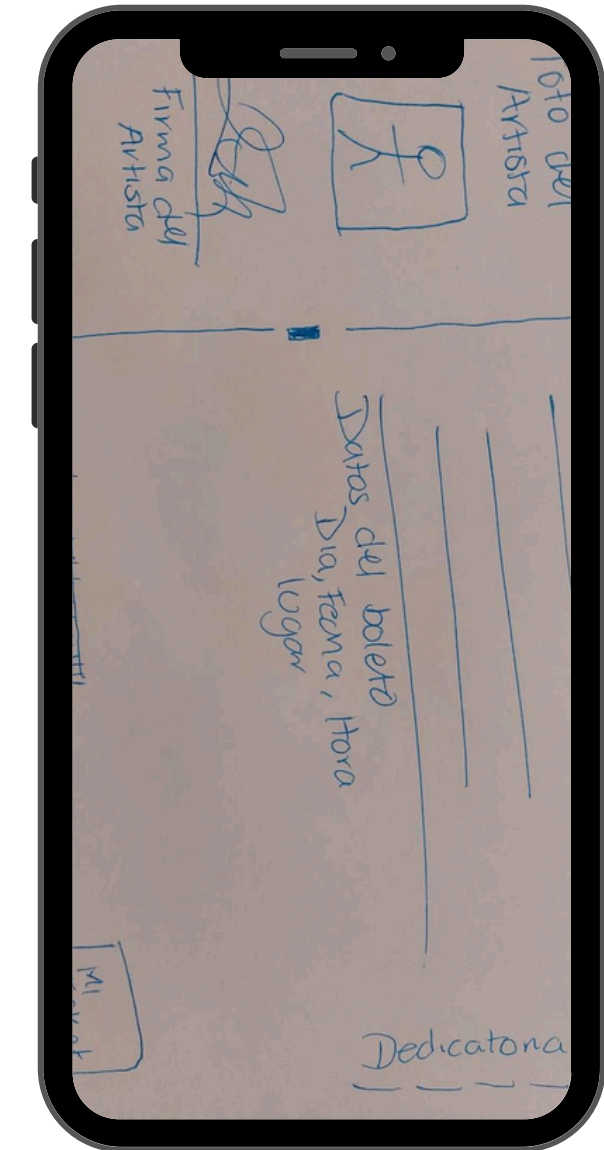
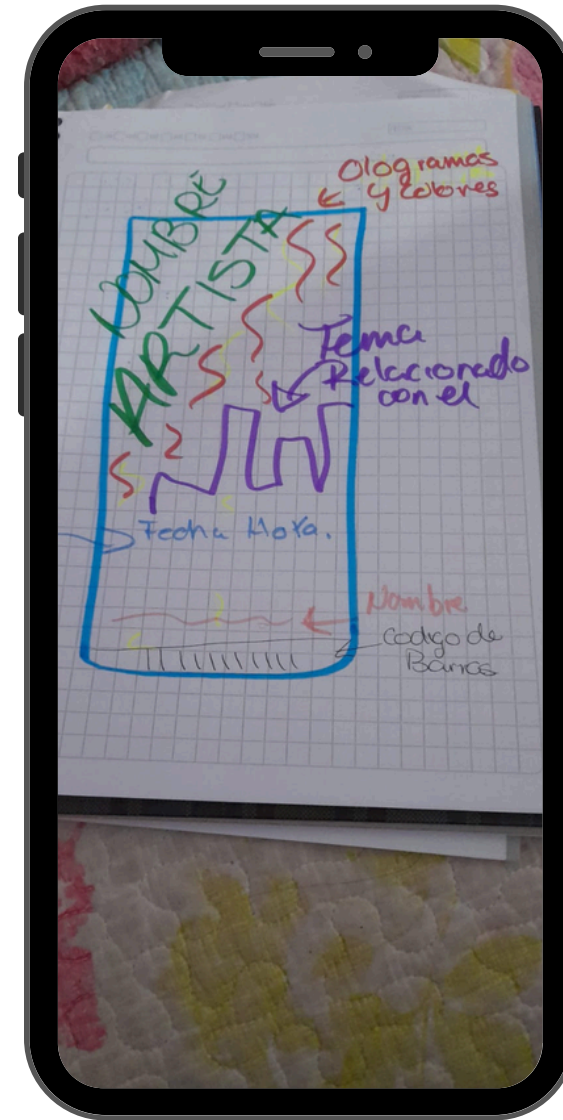
**Viagogo:** No es una página intuitiva, existen muchas páginas emergentes en la que no te permite tener una fácil navegación dentro del sitio, el costo de la comisión es accesible, ya que ronda entre los 100 y 200 pesos mexicanos

**Stubhub:** Una página accesible, sin embargo para poder adquirir un boleto, se debe comprar de base más de uno, esta plataforma cobra en dólares y ofrece la opción de recolocación de boletos.



# Boleto

- Firma del Artista
- Fotografía a elección
- Colores llamativos y con textura
- Opción a dedicatoria
- Nombre de la persona que compró el boleto
- Fecha



Harry

## MiTicket

VIVE LA EXPERIENCIA

Harry Styles: Love on Tour  
Foro sol México  
13 febrero 2022

Acceso C Fila 300 Asiento 550



# Limitaciones:



La población objeto de estudio pertenece a la **Zona Metropolitana del Valle de México** de acuerdo con datos del INEGI el tamaño de la población es de **26, 202, 362**, el tamaño de la muestra es de **68 personas encuestadas**, con un **nivel de confianza de 80%** nuestro margen de error calculado es **del 8%**



# Buyer persona

# Buyer Persona



## Energía

¡Vive la experiencia!

Empleada/estudiante

Femenino

NSE: A/B

Ingreso mensual: \$10,000- \$40,000

Edad: 18/30 años

Trayectoria escolar: Licenciatura

Sin hijos

Soltera

Ubicación: CDMX/Área Metropolitana

Con acceso a Internet

Activa en redes sociales

Disfruta el contacto con la naturaleza y piensa vivir la vida disfrutándola al máximo, probando nuevas experiencias.

Es extrovertida y se llena de energía a través del contacto con las personas.



# Buyer Persona

Poder

¡Solo se vive una vez!

Empleado/estudiante

Masculino

NSE: C/C-

Ingreso mensual: \$6,000-\$20,000

Edad: 25/40 años

Trayectoria escolar: Bachillerato trunco/licenciatura

Sin hijos

Soltero

Ubicación: Ciudades grandes (Guadalajara, CDMX, Monterrey)

Con acceso a Internet

Activo en redes sociales

Amigable

Persona que disfruta socializar y las nuevas experiencias.

Disfruta el aprendizaje, la música y coleccionar momentos.

# Conclusiones y recomendaciones

- Los eventos culturales son un mercado de interés para el target
- El servicio, las comisiones altas y el buyer's journey son factores que se tienen que tomar en cuenta para los potenciales clientes: Enfocados en rapidez y agilidad
- Hacer parte de las decisiones al consumidor
- Los clientes están dispuestos a probar este nuevo estilo de recolocación y adquisición de un boleto dentro de la misma plataforma.
- El enfoque que el proyecto tiene, es satisfacer las necesidades y deseos del usuario, permitiendo innovar la experiencia de adquisición de boletos que se conoce hasta el momento.



