

PROM TOURISM

SOCIOS CLAVE

¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?
¿Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
¿Que actividades realizan nuestros socios clave?

Socios:

- 1). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo , Gobierno nacional, gobiernos regionales y gobiernos locales.
- 2) Emprendedores y operadores turísticos.
- 3) Equipo de desarrollo.

Adquisición de recursos:

- 1). Información turística.
- 2) Contactos.
- 3) Desarrollo de la plataforma digital.

Actividades de los socios:

- 1). Regulaciones del sector turismo.
- 2) Brindar servicio turísticos.
- 3) Creación de producto.

ACTIVIDADES CLAVE

¿Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?

Actividad:
1). Brindar información confiable sobre los atractivos y operadores turísticos que cumplan con los protocolos de seguridad e higiene.

Canales:
1) Redes sociales.

Relación con clientes:
1) Convenios de gratuidad con los clientes por un tiempo.
2) Descuentos y promociones para nuestros usuarios.

Fuentes de ingreso:
1) Inversionistas
2) Emprendimientos.

RECURSOS CLAVE

motivaciones para realizar alianzas:
Optimización y economía. Reducción de costos e incentivos.
Adquisición de recursos y actividades particulares.

Operadores turísticos y emprendedores

Turistas

Personal administrativo

Desarrolladores

Personal administrativo

Analistas de medios digitales.

Inversionistas

Patente

Analistas de datos

PROPUESTA DE VALOR

1) Plataforma digital dinámica.

2) Conexión directa entre los usuarios y centros turísticos.

3) Fácil acceso para nuestros usuarios.

4) Servicio de calidad y costo cero para los turistas.

5) Información confiable , centralizada de los lugares y servicios turísticos activos que cumplen los protocolos de seguridad e higiene.

RELACIÓN CON CLIENTES

¿Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
¿Que relaciones hemos establecido?
¿Cuan costosas son?
¿Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

El usuario podrá calificar los servicios y atractivos turísticos

En un periodo de prueba. Plataforma es gratuita para todos los usuarios

Capacitación básica en el protocolo de seguridad e higiene a emprendedores con interés en promocionarse en nuestra app

CANALES

1). Redes sociales

2). Google

3). Medios de comunicación: radio y tv.

SEGMENTOS DE CLIENTES

¿Para quién estamos creando valor?
¿Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado meta: Nichos de mercado Segmentado Diferenciado Plataforma multiplataforma

1- Emprendedores y centros turísticos que cumplen con el filtro de seguridad e higiene (datos, actualizaciones, horario, normas de higiene y seguridad)

2- Usuarios interesados en saber cuales lugares turísticos están activos (turistas, mochileros, vajereros, etc)

Estructura De Costos

¿Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
¿Cuales recursos clave son los mas costosos? ¿Cuales actividades clave son las mas costosas?

Salario a los desarrolladores. Gastos de publicidad y marketing.

Capacitaciones para el equipo.

COSTO DEL HOSTING Y DOMINIO

Pago para play store y apple store.

Telefonía e internet.

Patente de app

FUENTES DE INGRESOS

La empresa inicialmente contará con inversores. Luego generaremos ganancias realizando un cobro a los operadores turísticos y emprendedores, ya que contarán con un espacio informativo sobre los servicios que brindan los operadores turísticos y emprendedores.

Cobro por publicidad que aparecerá durante la navegación de los clientes en nuestra App.