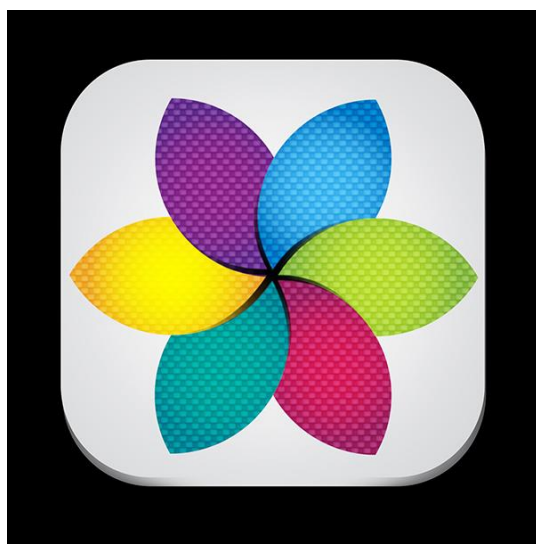


Guía Mágica App



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. PRESENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	6
3. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO.....	7
4. ANÁLISIS DEL ENTORNO.	8
4.1 ANÁLISIS ECONÓMICO	10
4.2 ANÁLISIS NORMATIVO LEGAL.....	11
4.3 ANÁLISIS SOCIO-CULTURAL.....	17
4.4 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	18
4.5 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	19
5 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.	22
6. PLAN DE MARKETING.	24
6.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO.....	24
6.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	24
FLUJOGRAMA DE PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	27
6.3 FIJACIÓN DE CONTRATOS CON CLIENTES.....	28
NIVELES DE TECNOLOGÍA APLICADOS EN LOS PROCESOS.....	29
6.5 DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	30
6.6 ESTRATEGIA DE PRECIOS INICIAL.....	34
6.7 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	35
6.8 CANALES Y PUNTOS DE VENTA.....	36
7. ESTRATEGIA DE MEDIO DE COMUNICACIÓN/PUBLICIDAD.....	36
MARKETING DIGITAL.....	36
7.2 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	37
8. RECURSOS HUMANOS.....	38
8.1 ACTIVIDADES POR PUESTO:.....	38
8.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURA DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN.....	40
9. PLAN FINANCIERO.	41

PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	41
ACTIVOS DIFERIDOS.....	41
PRESUPUESTOS DE GASTOS	42
PRESUPUESTO DE INGRESOS	43
EDO. DE RESULTADOS (PRIMER AÑO)	43
10. CONCLUSIONES.....	44

Resumen ejecutivo.

Actualmente en México existen 111 Pueblos considerados como Mágicos que al día de hoy se encuentran un tanto desconocidos por los turistas Nacionales y Extranjeros por lo que la difusión que el gobierno de nuestro país les da es muy escasa, es aquí donde nace nuestra idea de proyecto innovador y es la creación de un aplicación móvil que los usuarios descargaran de manera gratuita a sus dispositivos móviles, al existir una escasa difusión de los pueblos mágicos esto trae consecuencia factores que afectan directamente a la economía de cada uno de los pueblos mágicos, es por eso que este proyecto se diseñó primeramente para reactivar nuevamente el turismo de nuestro país en base a este sector turístico que son los pueblos mágicos, de la misma manera uno de los objetivos es reactivar la economía de los pueblos mágicos, que tendrían como beneficiarios a los habitantes, comerciantes, comercios, empresarios y Municipios de los pueblos mágicos de México.

El modelo de negocios de guía mágica es primeramente fungir como una guía turística digital para todos los turistas nacionales y extranjeros que visiten uno de los 111 pueblos mágicos de México, presentándoles a ellos a guía mágica como un herramienta tecnológica que apoye su estancia en el pueblos mágicos y que de la misma manera disfruten de sus tecnologías de innovación implementadas en Guía mágica como lo serán tecnologías de geolocalización, realidad aumentada, sección informativa de la esencia y cultura del pueblo mágico, así mismo ofrecerles una sección donde ellos pueda conocer todas las oportunidades y ofertas económicas que se estén manejando a la hora de su visita y estancia, es en esta parte del modelo de negocios donde guía mágica comienza a ver sus ingresos puesto que diseño para que funja como una prestadora de servicios de publicidad digital móvil destinada únicamente para los comercios pequeños, comerciantes, empresarios, y Municipios de los pueblo mágicos de México, así logramos que su actividad económica de esos comerciantes, municipios y empresarios se vea incrementada gracias al servicio que guía mágica brinda, esta misma publicidad será vista por todos los usuarios de guía mágica de una manera gratuita, esta misma estrategia de publicidad digital que se manejara en guía mágica tendrá una estrategia de marketing digital basado en social media (Redes sociales) por lo nuestros número de usuarios que verán dicha publicidad será un numero exponencial.

Nuestro mercado es lo suficiente grande como para poder generar grandes ganancias y está conformado por todos los pequeños empresarios, comerciantes, artesanos, hoteles, restaurantes y municipios de los 111 pueblos mágicos de México, así como a nivel internacional tenemos un mercado el cual vamos a penetrar el cual es el programa de pueblos mágicos de España que al día de hoy son 40, de la misma manera **escalar** nuestro proyecto de programa de pueblos mágicos en todo el mundo.

Nuestra solución cambia radicalmente el juego en la industria de este sector por lo que la implementación de tecnologías innovadoras y la integración de servicios de publicidad digital para este sector serán grandes oportunidades para nuestro modelo de negocios para que de esta forma el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo económico de los pueblos mágicos incorporados a guía mágica.

Nuestras proyecciones en cuanto a ventas, costos y ganancias son las siguientes.

Ventas.

Respecto a la ventas se estima que en el primer año de implementación se les Brinde un servicio de publicidad digital on line a esos pequeños empresarios, comerciantes, artesano, Hoteles, restaurantes de un pueblo mágico que en números son en promedio 35 clientes * por pueblo mágico * un precio Promedio de servicio de 195 pesos *111 pueblos mágicos da como resultado ventas anuales de **\$ 9, 090,900**

Costos.

- \$634,384 anuales

Ganancias.

- 5, 881,477.12 anuales

Necesitamos capital económico para poder materializar nuestra idea y así poder transmitir esa esencia de los pueblos mágicos con un toque de tecnología para poder brindar nuestro modelo de negocio que es dar un servicio de publicidad digital a los comerciantes, empresarios municipios de todos los pueblos mágicos, además de contratar servicios de programadores experimentados en el tema.

Nuestra red / equipo está conformada por 4 estudiantes de la **Universidad veracruzana campus Ixtaczoquitlán** que decidimos emprender nuestra idea innovadora incursionando la tecnología en los pueblos mágicos, asesorados por doctores e ingenieros nuestra facultad en diferentes áreas académicas, dichos alumnos son: **Jhosue Hillary Ortega Figueroa, Marco Fabio González Flores, Adán Isaí Cruz Cruz y Rafael Adrián Valerio Granados.**

2. Presentación de la idea de negocio.

Guía Mágica App surge de la necesidad que nace al no existir una difusión eficiente y adecuada hacia los pueblos mágicos de México, trata además de la problemática turística a la que se enfrentan los visitantes tanto locales, Nacionales como Extranjeros, tales como no conocer los lugares culturales, emblemáticos y turísticos de México para visitar, así como la manera de dirigirse de un punto a otro dentro del **Pueblo Mágico**, captar la atención de los visitantes es uno de los objetivos principales de **Guía Mágica App**, ya que es un punto ideal el dar a conocer la esencia cultural de México en su más puro estado, además de satisfacer las necesidades turísticas, sociales, culturales, y personales de un visitante, dejar en claro que todos los pueblos mágicos de México serán el corazón de esta iniciativa.

Mediante **Guía Mágica App** el visitante tendrá la facilidad de acceder a una gran cantidad de información segmentada por cada uno de los **Pueblos Mágicos** que conforman dicho programa y que haga que su estancia en el **Pueblo Mágico** sea lo más placentera y agradable posible, de manera que logremos que motiven a otras personas tanto turística como publicitariamente, consecuentemente se genera una estrategia que sirva de apoyo tanto a los Municipios de cada pueblo como a los comerciantes del mismo así obtendremos un retorno de inversión que sea satisfactorio para ambos perfiles.

La idea de negocio surge aquí de la mano de todo lo antes mencionado puesto que **Guía Mágica App** generará un crecimiento económico tanto para los gobiernos como para los comerciantes de los Pueblos, de esta manera **Guía Mágica** será quien le venda sus servicios de publicidad a los Municipios y comerciantes misma que será enviada mediante notificaciones a los usuarios que tengan alojada la App en su dispositivo móvil (la descarga será gratuita), dicho servicio tendrá un costo ya sea mensual o en su defecto anual, es de esta manera que lograremos penetrar un segmento específico y lograr generar un negocio redituable en términos de utilidades.

3. Datos básicos del proyecto.

Concepto	Guía Mágica
Giro de la empresa	Prestador de servicios publicitarios on line.
Forma Jurídica	Por definir.
Localización	No aplica
Clientes	Empresarios, comerciantes, comercios, hoteles, restaurantes, Municipios de los Pueblos Mágicos de México.
Herramientas de promoción	Redes sociales, publicidad impresa, publicidad masiva.
Misión	Nuestra misión como Guía Mágica App es apoyar y colaborar con nuestros usuarios en la búsqueda de lugares y establecimientos emblemáticos y turísticos de un pueblo mágico aportándoles soluciones adaptadas, de alto valor y calidad en una sola aplicación móvil.
Visión	Ser la aplicación móvil de todos los Pueblos Mágicos de México, así mismo cubrir de igual manera los modelos de Pueblos Mágicos a nivel mundial.

4. Análisis del entorno.

La idea de **Guía Mágica** nace con el compromiso de brindar a todos los usuarios y comerciantes de los **Pueblos Mágicos** otra perspectiva sobre la manera de apreciar todas las riquezas en materia de cultura de nuestro país, dándole un valor agregado donde se introduce la tecnología en los **Pueblos Mágicos**, es por eso que se determinó rigurosamente por cuales enfoques teníamos que dirigirnos, así, se analizaron los siguientes puntos. Éste es un factor clave que determina las necesidades, expectativas y demandas de los que serán nuestros consumidores y clientes consumidores. Aquí se presenta un esquema **FODA**.

-
- Aplicación enfocada al turismo en los Pueblos Mágicos
 - Es un sistema escalable que se puede implementar en cualquier Pueblo Mágico y país que tenga un programa similar.
 - Concentración de información turística en una aplicación.
 - Alto retorno de inversión.
 - Uso de nuevas tecnologías para el turista.

- La creciente difusión y promoción de los Pueblos Mágicos.
- Existen en México 111 Pueblos Mágicos en donde se puede implementar.
- Existe un número elevado de clientes potenciales en cada Pueblo Mágico.
- El gobierno está muy interesado en fomentar el turismo en los Pueblos Mágicos por lo que podría surgir una alianza

- No se tiene personal altamente calificado para la realización de la aplicación.
- Actualmente no se cuenta con el capital financiero para emprender el proyecto.
- No se tiene experiencia en implementaciones de aplicaciones

- Los comerciantes de los Pueblos Mágicos rechacen la idea publicitarse por medio de la aplicación.
- El programa de Secretaria de Turismo no actualice o nombre más Pueblos Mágicos en la República Mexicana.
- La actualización anual para mantener su nombramiento como Pueblo Mágico cumpliendo con sus acciones y programas de trabajo, ya de no hacerlo perderían el nombramiento.
- Inseguridad e inestabilidad del Pueblo Mágico dando así mala reputación.
- Existe una escasa coordinación entre las instituciones del sector público con injerencia en el desarrollo turístico de cada Pueblo Mágico.

4.1 Análisis económico

- Indudablemente **Guía Mágica** se verá influenciado por la situación económica de nuestro país pero principalmente de la situación económica actual de cada uno de todos los **Pueblos Mágicos** de México, no sería el mismo en una situación de crecimiento económico consolidado puesto que la idea de este proyecto es que posicionemos a lo que hoy en día es un sector turístico del país olvidado.
- Debemos ser sinceros y enmarcar nuestro proyecto en el actual entorno económico tanto propio como de nuestros clientes potenciales (usuarios móviles, empresarios, Municipios y comercios de los **Pueblos Mágicos**) es a ellos a los que nos dirigimos, son ellos los que contextualizarán nuestra oferta en su renta (el pagar por un servicio publicitario digital incluyéndolo en redes sociales). Sabemos que el flujo de ingresos económicos en los **Pueblos Mágicos** es muy diferente si lo ponemos en comparación con las zonas urbanas del país, pero esto no quiere decir que no puedan crecer económicamente, es aquí donde **Guía Mágica** juega un papel muy importante además de ser un modelo de negocios que genere utilidades también tiene la capacidad de acaparar la atención de todo el sector turístico nacional y extranjero, esto conlleva a que si hacemos un análisis económico a futuro **Guía Mágica** puede hacer que los **Pueblos Mágicos** crezcan en cuanto a materia de ingresos de dinero, ya que se estima que los índices estadísticos de visitantes aumenten considerablemente lo que nos daría como resultado que el turismo local, nacional y extranjero venga a visitar a los **Pueblos Mágicos** y por ende a gastar su dinero, de esta manera estamos reactivando la economía local de cada uno de los **Pueblos Mágicos** de México llevándola a la alza y así cada uno de los Municipios y gobiernos de los mismos verán beneficios para su población.
- La segmentación por zonas económicas en México también es parte importante de nuestro proyecto ya que no es la misma economía que se maneja al centro del país, o al sur ni al norte, es decir, para nosotros es importante segmentar las posibilidades de nuestros clientes al pagar nuestro servicio, para esto vamos a ocupar diferentes paquetes de diferentes precios para resolver esta situación.
- Según el artículo “Una revisión del programa Pueblos Mágicos” de Anna María Fernández Poncela, la mayoría del turismo mexicano es nacional (28.79%), regional (38.51%) y en menor proporción internacional (15.78%) esto nos ayuda a decidir que nuestro principal consumidor sería el turista mexicano y por tanto tendremos un entorno nacional y que consume en gran medida viajes y estadías en Pueblos Mágicos. El turista mexicano tiene la capacidad económica de consumir turismo nacional y esto nos dice que puede resultar muy amplio el margen de usabilidad que tendremos en México no dejando de lado al extranjero.

4.2 Análisis normativo legal.

Marco legal

Aún no hay una reglamentación existente y formal para la realización de un tipo de negocio como **Guía Mágica app**, según la PROFECO el comercio electrónico hoy debe estar regulado por la Ley federal de protección al consumidor.

-Ley federal de protección al consumidor:

Según la PROFECO “Contiene disposiciones generales sobre comercio electrónico en su capítulo VIII bis (De los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología).

Tendremos que apegarnos a los siguientes reglamentos, a menos que a futuro se formule una Ley para el comercio electrónico en México.

-Código de comercio:

Contiene las medidas a las que todo comercio se debe apegar y en este caso el comercio electrónico:

Rescataremos lo más importante referente a nuestro comercio:

-Artículo 80.- Los convenios y contratos mercantiles que se celebren por correspondencia, telégrafo, o mediante el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, quedarán perfeccionados desde que se reciba la aceptación de la propuesta o las condiciones con que ésta fuere modificada.

-Artículo 89.- Las disposiciones de este Título regirán en toda la República Mexicana en asuntos del orden comercial, sin perjuicio de lo dispuesto en los tratados internacionales de los que México sea parte.

-Artículo 89 bis.- No se negarán efectos jurídicos, validez o fuerza obligatoria a cualquier tipo de información por la sola razón de que esté contenida en un Mensaje de Datos.

-Artículo 90.- Se presumirá que un Mensaje de Datos proviene del Emisor si ha sido enviado:

I. Por el propio Emisor;

II. Usando medios de identificación, tales como claves o contraseñas del Emisor o por alguna persona facultada para actuar en nombre del Emisor respecto a ese Mensaje de Datos, o

III. Por un Sistema de Información programado por el Emisor o en su nombre para que opere automáticamente.

-Artículo 90 bis.- Se presume que un Mensaje de Datos ha sido enviado por el Emisor y, por lo tanto, el Destinatario o la Parte que Confía, en su caso, podrá actuar en consecuencia, cuando:

I. Haya aplicado en forma adecuada el procedimiento acordado previamente con el Emisor, con el fin de establecer que el Mensaje de Datos provenía efectivamente de éste, o

II. El Mensaje de Datos que reciba el Destinatario o la Parte que Confía, resulte de los actos de un Intermediario que le haya dado acceso a algún método utilizado por el Emisor para identificar un Mensaje de Datos como propio.

Lo dispuesto en el presente artículo no se aplicará:

I. A partir del momento en que el Destinatario o la Parte que Confía, haya sido informado por el Emisor de que el Mensaje de Datos no provenía de éste, y haya dispuesto de un plazo razonable para actuar en consecuencia, o

II. A partir del momento en que el Destinatario o la Parte que Confía, tenga conocimiento, o debiere tenerlo, de haber actuado con la debida diligencia o aplicado algún método convenido, que el Mensaje de Datos no provenía del Emisor.

Salvo prueba en contrario y sin perjuicio del uso de cualquier otro método de verificación de la identidad del Emisor, se presumirá que se actuó con la debida diligencia si el método que usó el Destinatario o la Parte que Confía cumple con los requisitos establecidos en este Código para la verificación de la fiabilidad de las Firmas Electrónicas.

-Artículo 92.- En lo referente a acuse de recibo de Mensajes de Datos, se estará a lo siguiente:

I. Si al enviar o antes de enviar un Mensaje de Datos, el Emisor solicita o acuerda con el Destinatario que se acuse recibo del Mensaje de Datos, pero no se ha acordado entre éstos una forma o método determinado para efectuarlo, se podrá acusar recibo mediante:

- a) Toda comunicación del Destinatario, automatizada o no, o
- b) Todo acto del Destinatario, que baste para indicar al Emisor que se ha recibido el Mensaje de Datos.

II. Cuando el Emisor haya indicado que los efectos del Mensaje de Datos estarán condicionados a la recepción de un acuse de recibo, se considerará que el Mensaje de Datos no ha sido enviado en tanto que no se haya recibido el acuse de recibo en el plazo fijado por el Emisor o dentro de un plazo razonable atendiendo a la naturaleza del negocio, a partir del momento del envío del Mensaje de Datos;

III. Cuando el Emisor haya solicitado o acordado con el Destinatario que se acuse recibo del Mensaje de Datos, independientemente de la forma o método determinado para efectuarlo, salvo que:

- a) El Emisor no haya indicado expresamente que los efectos del Mensaje de Datos estén condicionados a la recepción del acuse de recibo, y

b) No se haya recibido el acuse de recibo en el plazo solicitado o acordado o, en su defecto, dentro de un plazo razonable atendiendo a la naturaleza del negocio.

El Emisor podrá dar aviso al Destinatario de que no ha recibido el acuse de recibo solicitado o acordado y fijar un nuevo plazo razonable para su recepción, contado a partir del momento de este aviso. Cuando el Emisor reciba acuse de recibo del Destinatario, se presumirá que éste ha recibido el Mensaje de Datos correspondiente;

IV. Cuando en el acuse de recibo se indique que el Mensaje de Datos recibido cumple con los requisitos técnicos convenidos o establecidos en ley, se presumirá que ello es así.

Artículo 93.- Cuando la ley exija la forma escrita para los actos, convenios o contratos, este supuesto se tendrá por cumplido tratándose de Mensaje de Datos, siempre que la información en él contenida se mantenga íntegra y sea accesible para su ulterior consulta, sin importar el formato en el que se encuentre o represente.

Cuando adicionalmente la ley exija la firma de las partes, dicho requisito se tendrá por cumplido tratándose de Mensaje de Datos, siempre que éste sea atribuible a dichas partes.

En los casos en que la ley establezca como requisito que un acto jurídico deba otorgarse en instrumento ante fedatario público, éste y las partes obligadas podrán, a través de Mensajes de Datos, expresar los términos exactos en que las partes han decidido obligarse, en cuyo caso el fedatario público deberá hacer constar en el propio instrumento los elementos a través de los cuales se atribuyen dichos mensajes a las partes y conservar bajo su resguardo una versión íntegra de los mismos para su ulterior consulta, otorgando dicho instrumento de conformidad con la legislación aplicable que lo rige.

-Artículo 93 bis.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 49 de este Código, cuando la ley requiera que la información sea presentada y conservada en su forma original, ese requisito quedará satisfecho respecto a un Mensaje de Datos:

I. Si existe garantía confiable de que se ha conservado la integridad de la información, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como Mensaje de Datos o en alguna otra forma, y

II. De requerirse que la información sea presentada, si dicha información puede ser mostrada a la persona a la que se deba presentar.

Para efectos de este artículo, se considerará que el contenido de un Mensaje de Datos es íntegro, si éste ha permanecido completo e inalterado independientemente de los cambios que hubiere podido sufrir el medio que lo contiene, resultado del proceso de comunicación, archivo o presentación. El grado de confiabilidad requerido será determinado conforme a los fines para los que se generó la información y de todas las circunstancias relevantes del caso.

-Artículo 94.- Salvo pacto en contrario entre el Emisor y el Destinatario, el Mensaje de Datos se tendrá por expedido en el lugar donde el Emisor tenga su establecimiento y por recibido en el lugar donde el Destinatario tenga el suyo. Para los fines del presente artículo:

I. Si el Emisor o el Destinatario tienen más de un establecimiento, su establecimiento será el que guarde una relación más estrecha con la operación subyacente o, de no haber una operación subyacente, su establecimiento principal, y

II. Si el Emisor o el Destinatario no tienen establecimiento, se tendrá en cuenta su lugar de residencia habitual.

Código fiscal de la Federación

Nos debemos apegar al código para que como contribuyentes nos ocupemos de las obligaciones referentes a los impuestos federales.

Ley federal del derecho de autor

Necesitamos ocupar éste reglamento ya que el contenido en nuestra aplicación debe estar siempre protegido por las consignas descritas en ésta normativa y también protegernos así de posibles plagios y ataques de este tipo.

También nos comprometemos a respetar la información que se cargue allá aplicación y a todo lo referente a ella, como redes sociales, página web, etc.

Ley de la propiedad industrial

Ocuparemos los lineamientos dados en esta Ley ya que necesitamos estar en una mejora continua de procesos y más por el tipo de negocio que es; además necesitamos obtener patentes para marcas y en general para todo el proyecto.

Necesitamos prevenir posibles ataques que se pudieran presentar a la propiedad industrial y proteger nuestro proyecto de estos.

4.3 Análisis socio-cultural.

En conjunto con el análisis económico, el objetivo para **Guía mágica** sobre el análisis sociocultural es:

- Idear maneras de resolver los problemas derivados de la falta de información que existe por parte de la población de los **Pueblos Mágicos** de México, al implementar un sistema móvil de tecnología (App móvil) donde inicialmente se tiene esperado que exista un cierto rechazo tecnológico en este sector de población, esto requiere y da paso a nuestra estrategia de manejar e implementar únicamente información relacionada con los **Pueblos Mágicos** para que así la sociedad que pertenece a dicho sector se sienta plenamente identificada y que su círculo social continuamente valla adaptándose a esta nueva forma de ver sus **Pueblos Mágicos**, de ver su esencia.
- No debemos olvidar que **Guía Mágica** está diseñada para dar a conocer a la sociedad en general que los **Pueblos Mágicos** reflejan nuestras raíces, nuestra cultura, nuestra historia, nuestras costumbres y tradiciones, nuestros productos y servicios típicos del país y lo rico que es en cultura, es por eso que se decidió penetrar este sector que si bien lleva años ya de conocerse pero no se le ha dado la oportuna y correcta difusión para que así nuestros turistas nacionales y extranjeros sepan que en México existe una enorme riqueza tanto en sus raíces, como en su gente y obviamente en toda variedad de lugares turísticos naturales que tenemos por ofrecer como nación. Mediante la creación e implementación de **Guía mágica** y puesta en marcha estamos seguros que daremos un enfoque intercultural en todos los aspectos socio-culturales que sean necesarios.
- Colocar a los **Pueblos Mágicos** como destinos ricos en Cultura y en Tradiciones con gran importancia en México y si las circunstancias son buenas también en el Mundo.
- Proporcionar suficiente información para que los visitantes y turistas tengan la mejor experiencia y conozcan lo mejor de la cultura en los **Pueblos Mágicos** y tradiciones

4.4 Entorno tecnológico.

1. Local (Pueblos Mágicos).

- Hoy en día vivimos en un mundo globalizado donde la tecnología está al día, donde ya no es un lujo si no que ha pasado a ser una necesidad en la mayoría de los sectores de nuestra población, la llamada era digital esta entre nosotros, es por eso que se analizó detalladamente el entorno tecnológico que gira alrededor de los **Pueblos Mágicos** de México y se obtuvieron resultados que desgraciadamente la tecnología no ha llegado directamente a este sector de nuestra población mexicana.

Gracias a encuestas realizadas y que se encuentran documentadas **Guía Mágica** se dio cuenta de que la población de los **Pueblos Mágicos** está interesada y creen que es una excelente idea y nueva manera de hacerse conocer ante el exterior (como ellos lo llaman) , en que la tecnología sea parte de la ideología de sus **Pueblos Mágicos** puesto que si bien ya tienen acceso a una cierta cantidad de tecnologías como lo son los dispositivos móviles sólo que estas son utilizadas con un fin de comunicación interpersonal (Whatsapp, Facebook) , además de que nos dimos cuenta que el uso de las redes sociales en este sector si esta abarcado lo cual para **Guía Mágica** es un punto favor ya que dentro de las estrategia de negocio se tiene pensado existe una estrategia de marketing digital para los comercios donde se abarcan las redes sociales esto nos daría como resultado que serían bien aceptadas estas estrategias de publicidad que se le harán a los comercios de los **Pueblos Mágicos** y que de esta manera uno de nuestros segmentos de clientes se verían beneficiados.

Siguiendo con una visión a futuro debemos resaltar que si **Guía Mágica** se implementa en los pueblos mágicos podemos tener por seguro que reactivaremos nuestro turismo y daremos a conocer aún más nuestra esencia, nuestras culturas no solo a personas de otros estados sino también de otros países, el introducir las **tecnologías de información TIC`s** adentro de de los **Pueblos Mágicos** es un reto pero también es una oportunidad para tener otra perspectiva, se tiene claro que el implementar y el invertir en tecnología trae como resultados mejores utilidades hablando para comercios, y más aún que será una tecnología que estará creada, el gobierno y los municipios no tendrán que invertir en desarrollarla, lo único que tendrán que hacer es disfrutarla y contratar nuestros servicios a un bajo costo.

2. Exterior (Ajeno a los Pueblos Mágicos).

Como se menciona anteriormente la importancia de la tecnología es enorme, y cuando hablamos de ese mundo globalizado nos referimos a que es la mayoría de los sectores urbanos, donde la estadísticas recientes hablan que de cada 10 personas en México 8 tienen un dispositivo móvil con acceso a internet, estos datos son de una magnitud de enorme importancia para **Guía Mágica** puesto que uno de los principales objetivos y retos es llevar a conocer a los **Pueblos Mágicos** a estas grandes ciudades, a estos estados del país por lo que el uso del internet y de los dispositivos móviles será una ventaja competitiva que tendremos a la hora de implementar la estrategia de Marketing digital para promocionar a los comercios y **Pueblos Mágicos** de México. Esto da como resultado que los reflectores iluminan a este sector un tanto olvidado por la población en general, podremos asegurar que ahora los turistas locales, nacionales y extranjeros pondrán como primera opción a visitar a un **Pueblo Mágico** y romperemos con esas costumbres de siempre visitar playas, grandes ciudades, grandes centros comerciales entre otros.

4.5 Análisis del mercado.

Sabemos que no somos los pioneros tratándose de aplicación móviles ni tampoco somos los primeros en abordar la tecnología en un ámbito turístico, pero si estamos seguros de que nos localizamos dentro de los primeros que se preocupan primeramente por nuestro país, por nuestras costumbres, por nuestros **Pueblos Mágicos** desde un punto de vista tecnológico, es por eso que se decidió optar por introducir dicha tecnología en este sector que se encuentra un tanto olvidado. Es por eso que se analizó a detalle nuestro mercado y obtuvimos estos puntos de referencia claves:

- **Clientes.**

1. **Municipios de los Pueblos Mágicos del Estado de Veracruz.**

- Nuestros clientes son inicialmente todos los municipios y pueblos mágicos del estado de Veracruz, como se menciona en la **visión de Guía Mágica** uno de los objetivos es posicionarnos ya como una aplicación rentable en todos los 111 **Pueblos Mágicos** que hasta este año 2016 se encuentran registrados, todo esto en un periodo de máximo 3 años, ya que ellos serán principalmente nuestro primer punto de impulso para que apoyándonos de ellos la aplicación tenga mayor difusión y nos sea un respaldo, todo esto con el objetivo de que los demás estados de la República Mexicana que integran los demás **Pueblos Mágicos** noten el cambio y resultado de implementar un sistema de aplicación móvil para sus **Pueblos Mágicos**.

2. Municipios de los Pueblos Mágicos de la República Mexicana (111 al 2016)

- Siguiendo con la esencia y la visión de **Guía Mágica** como segundos clientes potenciales futuros se encuentran en general todos los Municipios de cada uno de los **Pueblos Mágicos** de México, se espera que lleguemos a ellos en un lapso de tiempo de máximo 3 años después del lanzamiento de la aplicación, esto significa que ellos como pilares y máximas autoridades de dichos **Pueblos Mágicos** tienen la obligación ante su población de hacer que sus pueblos sean conocidos más allá de lo común, es por eso que se está diseñando una alianza o servicio de publicidad para dichos municipios donde **Guía Mágica** será su principal proveedor de servicios publicitarios digitales donde además de anunciar publicidad sobre su pueblo brindaremos la difusión de sus eventos oficiales culturales, tradicionales, ferias del pueblo, ferias de artesanías, anuncios y videos publicitarios con el objetivo de reactivar su turismo entrante y por ende reactivar su economía atrayendo nuevos turistas y logrando así que los flujos de entradas de dinero a los pueblos mágicos se vean incrementados, así es una ganancia mutua, ellos ganan atrayendo más turismo y reactivando su economía y nosotros ganamos por brindar un servicio de publicidad digital.

3. Comercios y establecimientos de los pueblos Mágicos de Veracruz.

- Como primera parte del plan del proyecto de **Guía Mágica** es posicionarse en el mercado estatal para que esto nos sirva como impulso para seguir de la mano con nuestra visión y obtener excelentes resultados como primer modelo en Veracruz, por lo que nuestros clientes potenciales serán todos los comercios, comerciantes, empresarios de cada uno de los **Pueblos Mágicos** de Veracruz (7) aquellos que se caracterizan por ser típicos de un **Pueblo Mágico** y que son principalmente atractivos para satisfacer las necesidades de los turistas y los habitantes de el mismo **Pueblo Mágico**, ellos formaran parte importante del éxito de la App ya que se tiene pensado un modelo de negocio en el que ellos como principal fuente de flujo de recursos de la ciudad estén concentrados en una misma aplicación móvil y que **Guía Mágica** sea su principal proveedor de publicidad on- line mediante una app móvil que llegue tanto a los habitantes del pueblo como a los turistas nacionales y extranjeros que deseen visitar México, así gracias a guía mágica los motivamos a que se decidan por un **Pueblo Mágico** y por ende dichos por dichos

comerciantes, comercios y empresarios serán conocidos nacional y mundialmente gracias a esta App.

4. Comercios y establecimientos de los pueblos Mágicos de toda la República Mexicana.

- Siguiendo nuevamente con la visión de **Guía Mágica** que es llegar a abarcar todos los **Pueblos Mágicos** de México, en cuarto lugar se posicionan en general todos los **Pueblos Mágicos** de México (111), así lograremos tener una amplia cartera de clientes que como se menciona en puntos anteriores el modelo de negocio está diseñado para brindarles publicidad on-line logrando así que su producto, servicio y/o marca sea reconocida por todos los usuarios activos de **Guía Mágica App**.
- Realizando una estimación un tanto ligera, si se tiene en cuenta que al 2016 en México existen 111 **Pueblos Mágicos** y si contemplamos como un mínimo de 35 clientes entre ellos comerciantes, comercios, restaurantes, empresarios, hoteles etc., estamos hablando que se tendrían alrededor de 3,885 clientes en todo el país, sin tomar en cuenta que nuestro mercado es cambiante y que cada año en promedio se van agregando 5 **Pueblos Mágicos** más al programa, por lo que nos da como resultado más futuros clientes potenciales.

5 Actividad de la Empresa.

- Definición de los servicios que prestara Guía Mágica.

Guía Mágica como prestadora de servicios ofrecerá una cartera de servicios al cliente/usuario en el ámbito tecnológico (On-line) donde se detallan a continuación.

Servicio	Descripción	Perfil de Cliente
Guía Turística On-line	El usuario que tenga alojada la aplicación su dispositivo móvil tendrá la oportunidad de acceder a una amplia información turística desde, los lugares que visitar, donde dormir, donde comer, donde comprar sus artesanías, entre otros.	Turista.
Publicidad On-line(1)	Todos los comerciantes, empresarios, restaurantes, hoteles, etc. Podrán contratar un servicio de publicidad en Guía Mágica por lo que se incluirán notificaciones push para que estas puedan ser vistas personalmente por los usuarios.	Comerciantes, empresarios.
Publicidad On-line (2) asociaciones con Municipios.	Todos los Municipios de los Pueblos Mágicos podrán contratar un servicio de Guía Mágica que está diseñado para dar a conocer los eventos culturales, sociales, políticos del pueblo, así como avisos de las autoridades sobre eventualidades en el Pueblo mágico , entre otros.	Municipios.
Publicidad Banners	A personas y empresas, empresarios externos a los Pueblos Mágicos , ofrecer un servicio de publicidad digital, mediante banners en la app, esto como un estrategia de marketing.	Empresa, comercios externos a los Pueblos Mágicos.

- Participación en ventas de cada una de las líneas

Servicios	Año1	Ano2	Año3	Año4	Año5
Guía Turística On- line	0%	0%	0%	0%	0%
Publicidad On - line (1)	70%	70%	70%	70%	70%
Publicidad On-line (2) Asociaciones con Municipios.	20%	20%	20%	20%	20%
Publicidad Banners	10%	10%	10%	10%	10%
Total de ventas	100%	100%	100%	100%	100%

- Casos de éxito

Actualmente el sector de mercado en relación con **Pueblos Mágicos** está casi rezagado, a excepción de un competidor que lo clasificamos como una **no competencia**, ya que es una aplicación móvil segmentada por estado donde el usuario tendría que descargar 31 veces una aplicación diferente para obtener información sobre los pueblos mágicos de México, además que cada una de estas tiende un costo de \$69.00 y que al momento de la redacción de este documento cuenta con una descarga.

Si hacemos una comparación directa **Guía Mágica** dará la opción de descargar de manera gratis, la visión de negocio en este modelo se encuentra en brindar un servicio de publicidad y anuncios que no afecten a la economía tanto de los turistas locales, nacionales así como extranjeros.

6. Plan de Marketing.

6.1 Estrategia de Servicio.

- **Determinación del proceso de prestación del servicio.**
- Se hará de la manera más profesional y simple en cuestión de la contratación del mismo por parte de los clientes potenciales (Comerciantes, Empresarios, Municipios) de los **Pueblos Mágicos**, el cliente decidirá qué servicio de publicidad elegir ajustándose a sus necesidades de marketing, la prestación del servicio será únicamente vía on – line desarrollado con estrategia de marketing digital.

6.2 Estrategia de precios.

- **Tipos de servicios ofertar.**
- **Al Comerciante – Empresario.**

1. Paquete Pueblito.

Dirigido para comerciantes, empresarios, locales, hoteles, restaurantes, centro de diversión, entretenimiento etc. de los pueblos Mágicos, el servicio lleva por nombre: **“Paquete Pueblito”** e incluye lo siguiente.

- 15 notificaciones Push Mensuales
- Estancia de alojamiento en la base de datos de **Guía Mágica** por 30 días.
- 6 publicaciones mensuales en Facebook (Únicamente contenido textual).
- **Precio: \$ 165 Mensual**

2. Paquete Pueblo.

Dirigido para comerciantes, empresarios, locales, hoteles, restaurantes, centro de diversión, entretenimiento etc. de los pueblos Mágicos, el servicio lleva por nombre: **“Paquete Pueblo”** e incluye lo siguiente.

- 25 notificaciones Push al mes.
- Estancia de alojamiento en la base de datos de **Guía Mágica** por 30 días.
- 18 publicaciones Mensuales en Facebook (contenido textual e imagen)
- 6 publicaciones Mensuales en Instagram (únicamente contenido imagen)
- 12 Publicaciones mensuales en Twitter
- **Precio: \$ 200 Mensual**

3. Paquete Mágico.

- 30 notificaciones Push al mes
- Estancia preferencial de alojamiento en la base de datos de **Guía Mágica** por 30 días.
- 30 publicaciones Mensuales en Facebook (contenido textual, imagen y video)
- 12 publicaciones Mensuales en Instagram (contenido imagen y video)
- 24 publicaciones en Twitter mensuales.
- Estancia preferencial en el sitio web de **Guía Mágica** por 30 días.
- 1 Banner mensual
- Creación de 1 contenido multimedia como medio publicitario.
- **Precio: \$ 220 Mensual**

- Colocación de contenidos multimedia por publicidad en página web:
- Banners
- Videos
- Imágenes
- costos extras a los paquetes
Un precio sujeto a costos de empresas asociadas.
- Intermediación con empresa de publicidad asociada **Guía Mágica**
- Utilizaremos alianzas con empresas dedicadas a la creación del contenido descrito anteriormente que nos de precios para que podamos ganar 15% del costo total que se cobre al cliente, todo esto como una estrategia de outsourcing.

Flujograma de proceso de prestación del servicio.



6.3 Fijación de contratos con clientes.

- El proceso de la prestación de los 3 diferentes paquetes de servicios que se manejan (**Pueblito, Pueblo, Mágico**) llevara un previo proceso de contratación, que valla de la mano primeramente con la esencia de transmitir todo lo relacionado con un **Pueblo Mágico**, el cliente ya sea desde uno de los 4 perfiles que tenemos contemplados (**1. Empresario, 2. Municipio, 3. Comercio, 4. Empresa/comercio externo a los pueblos mágicos**) se realizara la selección del paquete de servicio que se ajuste a sus necesidad publicitarias, en base a eso se le pedirá llenar un formulario donde se pondrán a detalles todas las actividades y giros de la empresa o comercio a publicitar, brindándonos la información de tiempos y días en que se ejecutarían todas las acciones incluidas en su paquete seleccionado (**Mencionada en tipos de servicios a ofertar**), en el caso de los Municipios interesados en contratar un servicio de **Guía Mágica** tendrán que brindarnos de igual manera su información a dar a conocer a su pueblo, y las fechas de los eventos tanto sociales, culturales como políticos si llegaran a necesitar para tenerlas estipuladas y programadas previo a las fechas otorgadas.
- Finalmente ambos perfiles de clientes posterior al proceso mencionado con anterioridad decidirán su periodo de contratación de servicio ya sea de manera mensual o anual, posterior a ello tendrán que realizar un deposito a una cuenta bancaria y tomando en cuenta que puedan existir complicaciones se podrá realizar de igual manera en establecimiento como lo son Oxxo y sus semejantes, 48 horas después de su pago registrado se subirá la información otorgada por el cliente para comenzar a ser publicitado conforme a su paquete seleccionado.

Niveles de tecnología aplicados en los procesos.

- Toda la gestión, actualización y manipulación de los servicios On line se harán desde una plataforma que funge como nuestro servidor, donde **Guía Mágica** pagará anualmente un membrecía para poder darle gestión a todos los procesos implementados, de esta manera la incursión de la tecnología sigue y seguirá siendo un principio de este proyecto, automatizando así nuestras tareas y procesos agilizándolos de una manera que beneficie tanto a nosotros como prestadores de servicios como a los clientes consumidores.
- Se dispondrá del sistema de pago en línea
- Se dispondrá del sistema de pago en servicios de arquitectura tipo Oxxo
- El cliente dispondrá de una atención On line para aclaración de dudas y soporte técnico
- Se dispondrá de una estrategia de marketing digital basada en redes sociales
- Se dispondrá de un sitio web personalizado de **Guía Mágica** con una similitud de transacciones en cuanto a aplicación móvil

6.5 Definición del Mercado.

Características y tamaño del mercado.

El Bloque de Segmentos de Clientes que definimos segmenta los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que Guía Mágica aspira llegar y brindar un servicio, por lo que nuestro tipo de mercado está definido como:

Plataformas Multilaterales. Guía Mágica sirve a dos o más Segmentos de Clientes relacionados entre ellos y que contribuyen todos a hacer que el modelo de negocio funcione, esos segmentos de clientes están definidos en:

6.3 Empresarios, comercios, comerciantes.

6.4 Municipios de los Pueblos mágicos.

6.5 Empresarios, empresas, comercios ajenos a los Pueblos Mágicos.

Para calcular el tamaño del mercado de nuestro proyecto, se tomaron en consideración los siguientes datos.

Pueblos Mágicos de México.

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Álamos, Sonora | 22. El Rosario, Sinaloa |
| 2. Arteaga, Coahuila | 23. El Fuerte, Sinaloa |
| 3. Bacalar, Quintana Roo | 24. Huamantla, Tlaxcala |
| 4. Batopilas, Chihuahua | 25. Huasca de Ocampo, Hidalgo |
| 5. Bernal, Querétaro | 26. Huichapan, Hidalgo |
| 6. Cadereyta de Montes, Querétaro | 27. Izamal, Yucatán |
| 7. Calvillo, Aguascalientes | 28. Jala, Nayarit |
| 8. Capulálpam de Méndez, Oaxaca | 29. Jalpa, Guanajuato |
| 9. Chiapa de Corzo, Chiapas | 30. Jalpan de Serra, Querétaro |
| 10. Chignahuapan, Puebla | 31. Jeréz de García Salinas, Zacatecas |
| 11. Cholula, Puebla | 32. Jiquilpan, Michoacán |
| 12. Coatepec, Veracruz | 33. Loreto, Baja California Sur |
| 13. Comala, Colima | 34. Lagos de Moreno, Jalisco |
| 14. Comitán, Chiapas | 35. Magdalena de Kino, Sonora |
| 15. Cosalá, Sinaloa | 36. Malinalco, México |
| 16. Creel, Chihuahua | 37. Mapimi, Durango |
| 17. Cuatro Ciénegas, Coahuila | 38. Mazamitla, Jalisco |
| 18. Cuetzalan del Progreso, Puebla | 39. Metepec, México |
| 19. Cuitzeo, Michoacán | 40. Mier, Tamaulipas |
| 20. Dolores Hidalgo, Guanajuato | 41. Mineral de Angangueo, Michoacán |
| 21. El Oro, México | 42. Mineral de Pozos, Guanajuato |
| | 43. Mineral del Chico, Hidalgo |

44. Nochistlán, Zacatecas
45. Pahuatlán, Puebla
46. Palizada, Campeche
47. Papantla, Veracruz
48. Parras de la Fuente, Coahuila
49. Pátzcuaro, Michoacán
50. Pino, Zacatecas
51. Real de Asientos, Aguascalientes
52. Real de Catorce, San Luis Potosí
53. Real de Monte, Hidalgo
54. Salvatierra, Guanajuato
55. San Cristóbal de las Casas, Chiapas
56. San Sebastián del Oeste, Jalisco
57. Santa Clara del Cobre, Michoacán
58. Santiago, Nuevo León
59. Sombrerete, Zacatecas
60. Tacámbaro, Michoacán
61. Tapalpa, Jalisco
62. Tapijulapa, Tabasco
63. Taxco, Guerrero
64. Tecate, Baja California
65. Tepotzotlán, México
66. Tepoztlán, Morelos
67. Tequila, Jalisco
68. Tequisquiapan, Querétaro
69. Teúl de González Ortega, Zacatecas
70. Tlatlauquitepec, Puebla
71. Tlayacapan, Morelos
72. Tlalpujahua, Michoacán
73. Todos Santos, Baja California Sur
74. Tula, Tamaulipas
75. Tzintzuntzan, Michoacán
76. Valladolid, Yucatán
77. Valle de Bravo, México
78. Viesca, Coahuila
79. Xico, Veracruz
80. Xicotepéc, Puebla
81. Xilitla, San Luis Potosí
82. Yuriria, Guanajuato
83. Zacatlán, Puebla
84. Aculco, Edo de México
85. Atlixco, Puebla
86. Candela, Coahuila
87. Casas Grandes, Chihuahua
88. Coscomatepec, Veracruz
89. Guerrero, en Coahuila
90. Huauchinango, Puebla
91. Huautla de Jiménez, Oaxaca
92. Isla Mujeres, Quintana Roo
93. Ixtapan de la Sal, Edo de México
94. Linares, nuevo León
95. Mascota, Jalisco
96. Mazunte, Oaxaca
97. Mocorito, Sinaloa
98. Orizaba, Veracruz
99. Palenque, Chiapas
100. San Joaquín, Querétaro
101. San José de Gracia, Aguascalientes
102. San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, Edo de México
103. San Pablo Villa Mitla, Oaxaca
104. San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oaxaca
105. Sayulita, Nayarit
106. Talpa de Allende, Jalisco
107. Tecozautla, Hidalgo
108. Tlaxco, Tlaxcala
109. Tulum, Quintana Roo
110. Villa del carbón, Edo de México
111. Zozocolco, Veracruz

Mercado potencial: 111 Pueblos Mágicos esto es igual a:

- 111 Municipios a los que Guía Mágica puede ofrecer un servicio y tenerlos como clientes.
- Se tomó como un promedio de 35 clientes por pueblo mágico.

- **En promedio al primer año como clientes serán :**

- 35 % de Pueblos Mágicos penetrados = 38 Pueblos Mágicos
- 35 clientes * 38 Pueblos mágicos = 1,330 clientes en el primer año.

- **En promedio al segundo año como clientes serán:**

55 % de Pueblos Mágicos penetrados = 61 Pueblos Mágicos
35 clientes * 61 Pueblos Mágicos = 2,135 clientes en el segundo año.

- **En promedio al tercer año como clientes serán:**

100 % de Pueblos Mágicos penetrados = 111 Pueblos Mágicos
35 clientes * 111 Pueblos Mágicos = 3,885 clientes en el segundo año.

A partir del **cuarto y quinto año**, se espera seguir con esta tendencia de ventas y adquisición clientes, tomando en cuenta que el programa de **Pueblos Mágicos** tiene un promedio de actualizaciones anualmente nos da como resultado que en ese período tendríamos nuevamente una nueva oportunidad de penetrar a clientes potenciales por lo que el 100% se seguiría manejando de la misma manera hasta el **año 5**.

- Como parte de nuestra visión de llegar a penetrar los hasta hoy 111 pueblos mágicos de México, en España existe un programa similar al de México donde existen los también llamados “Pueblos Mágicos de España” aquí podremos llevar el modelo de negocios de Guía Mágica y tener un nuevo mercado, puesto que uno de los principios de este proyecto es que puede ser escalable.
- Según el artículo “Una revisión al programa de los pueblos mágicos” de Anna María Fernández Poncela en el año 2012 se anunció que el Programa sería replicado en otros países latinoamericanos, lo cual y en palabras de la entonces Secretaria de Turismo, Gloria Guevara, “refleja el trabajo que se ha hecho para fortalecer el sector” (De la Rosa 2012). Con anterioridad en diferentes estados de la República se crearon Programas similares, como Pueblos con Encanto o Pueblos Señoriales.
- En base a estos dos puntos mencionados anteriormente nuestro mercado puede ser más extenso y por ende llevar nuestro modelo de negocios a otros países, logrando así que nuestro número de clientes se vea incrementado de manera exponencial.

6.6 Estrategia de precios inicial.

Como toda organización uno de los objetivos de **Guía Mágica** es captar la atención de la población y nuestro mercado por lo que sabemos que el proceso de aceptación del mismo puede ser lento, ya que si tomamos en cuenta que seríamos una novedad en cuanto a la incursión de la tecnología en los **Pueblos Mágicos** tendremos que diseñar perfectamente una estrategia para penetrar rápidamente a nuestros clientes por lo que diseño la siguiente estrategia de precios inicial:

- Dentro del primer trimestre del lanzamiento de **Guía Mágica** nuestros clientes conformados por empresarios, comerciantes, comercios, hoteles, restaurantes, municipios de los **Pueblos Mágicos** de México tendrán la oportunidad de estar alojados de manera gratuita en la base de datos del sistema de **Guía Mágica**, el servicio de Publicidad Digital se manejará después, justificamos esto de la siguiente manera:
 1. Los empresarios, comerciantes, comercios, hoteles, restaurantes, municipios de los **Pueblos Mágicos** de México estarán alojados en la aplicación formando parte de la primera versión inicial de **Guía Mágica** la cual será de carácter informativo, a que nos referimos con esto a que en el primer trimestre ellos estarán anunciados de manera gratuita lógicamente sin notificaciones ni publicaciones ni banners, con el transcurso de los primeros 3 meses notaran cambios radicales en cuanto a sus incrementos de ventas y de clientes, de esta manera ahí es cuando se les ofrece la prestación del servicio de manera completa, lo que dará como resultado ahora si brindarle uno de los paquetes diseñados y mencionados anteriormente los cuales son: **Paquete Pueblito, Paquete Pueblo y Paquete Mágico**.
- Con esta estrategia lo que se busca es que el número de followers (seguidores) y clientes se incremente en un menor tiempo, así los empresarios, comerciantes, y municipios comienzan a aparecer de manera informativa en un medio publicitario digital mediante una app sin ningún costo, y los turistas locales, nacionales y extranjeros de igual manera se comienzan a familiarizar con ellos, con esto damos paso a que en su pronta visita a los **Pueblos Mágico** ellos ya vallan con la idea de ir a visitar esos establecimientos, y por ende nosotros como **Guía Mágica** podremos comenzar a cobrar y a ofrecer nuestros servicios de manera completa.

6.7 Estrategia de Distribución.

Al usuario.

- Como se ha venido mencionando a lo largo del plan de negocios **Guía Mágica** es una aplicación móvil por lo que inicialmente nuestro primer medio de distribución serán las tiendas de descarga segmentadas por sistema operativo.

Android.

1. Play Store

Apple.

2. App Store

- Es muy importante mencionar que esta descarga de **Guía Mágica** mediante dichas plataformas será de manera gratuita, esta estrategia ira directamente para los usuarios que si bien juegan un papel importante porque son a ellos a que los se les ofrecerá la parte informativa de nuestro servicio, aunque ellos no formaran parte de nuestros ingresos.
- En segundo término la estrategia está diseñada de esta manera digital ya que hoy en día el acceso a internet es más fácil, es por eso que se decidió penetrar este sector de mercado que son los **Pueblos Mágicos** de México .

Al cliente.

- Dentro de las estrategia diseñadas para hacer llegar nuestro servicio a nuestros clientes potenciales está diseñada también un “web site on line” donde el cliente podrá visualizar en el mismo una serie de opciones que la plataforma dispondrá para su manejo, desde este medio el cliente podrá contratar los servicios de **Guía Mágica**, llenando un formulario y por ultimo realizando un pago mensual o anual dependiendo sus necesidades, dicho pago será mediante tarjeta de crédito o en establecimientos que sigan la arquitectura de tipo Oxxo .
- De esta forma estaremos haciendo llegar a nuestros clientes de manera que pueden adquirir nuestros servicios, cabe mencionar que esta es un patrón muy estratégico por lo que el costo de implementación no es tan exponencial puesto que también el sitio web será utilizado como parte de la estrategia de publicidad que se les brindara a nuestros clientes, así lograremos que el retorno de inversión únicamente de este segmento sea mayor.

6.8 Canales y puntos de venta.

Nuestro canal de distribución será internet puesto al ser un servicio en línea será nuestro único proveedor y canal, de la misma manera están nuevamente situadas las tiendas de descarga, **App Store y Play Store**.

En la parte de puntos de venta no aplica para **Guía Mágica**.

7. Estrategia de medio de Comunicación/Publicidad.

La última etapa del Plan de Marketing es donde estamos determinando las acciones de comunicación que **Guía Mágica** planteó para dar a conocer sus servicios. Para ello, **Guía Mágica** diseño como parte de la estrategia lo siguiente.

- **Publicidad.**

Marketing digital.

1. Cross-Channel Marketing.

- Esta estrategia estará diseñada para abarcar un segmento de usuarios que nos puedan ver en diferentes sitios web o páginas de gobierno o turismo, se creara contenido display donde el usuario lo vera en algunos de los sitios antes mencionados, al dar click en nuestro anuncio display automáticamente se le enviara al sitio web de **Guía Mágica** de esta manera podrá conocer nuestros servicios de una manera más directa.

2. Primeros lugares en buscadores. (AdWords)

- Segmentar las búsquedas que los usuarios realicen con palabras claves o similares para que cuando ellos busquen algo relacionado o parecido a lo que **Guía Mágica** ofrece estemos en los primeros sitios de búsqueda, así lograremos que los usuarios al encontrarnos en dichos lugares generemos interés por su parte, logrando así que ingresen a nuestro sitio web ganando más seguidores.

3. Redes sociales

- Actualmente vivimos en un mundo donde las redes sociales forman parte de nuestra vidas, es aquí donde **Guía Mágica** ve una oportunidad de ingresar hasta esas personas por medio de diferentes redes sociales, así que se creó una **estrategia de social media** donde damos a dar a conocer a **Guía Mágica**, primeramente a todos nuestros usuarios que para ellos es por quienes se diseñó y por ende a nuestros clientes.
- Se tendrán administradores por cada red social que estarán conformadas inicialmente por cada uno de los integrantes del equipo (4).

7.2 Localización de la empresa.

Guía Mágica es un proyecto tecnológico y como tal e inicialmente no necesita instalaciones físicas ya que puede funcionar sin ellas y esto nos da ventajas competitivas porque:

- No hay costos iniciales de instalaciones físicas ni rentas de inmuebles.
- No hay costos fijos relacionados a los inmuebles.
- No dependemos de instalaciones físicas, el negocio puede funcionar en cualquier parte de México.
- Tenemos mayor flexibilidad gracias a las telecomunicaciones que facilitan las negociaciones y las relaciones comerciales.
- El mercado hoy en día necesita medios tecnológicos para mejorar la comercialización de bienes y servicios y nosotros como intermediario podemos ayudar a muchos negocios que quieran publicitar sus bienes y servicios en todo México y no en una sola región.

8. Recursos Humanos.

- **Guía Mágica** tendrá una organización nueva porque es un proyecto que apenas se iniciará en el sector turístico. No contamos con muchos puestos en este momento porque es un pequeño proyecto que si resulta como lo hemos proyectado entonces cambiará la estructura y aumentarán los puestos

Puesto	Categoría profesional	Fecha de incorporación
Cuatro Gerentes	Gerentes (Licenciados en Sistemas)	Año 1
31 Administradores	Administradores de estado (Administradores de relaciones comerciales y contratos)	Año 3
Cuatro Programadores	Programadores (Programador de aplicaciones web y móviles y base de datos, seguridad)	Año 3

- Conforme pase el tiempo habrá una expansión de la empresa y como antes mencionamos podremos la estructura organizacional y contratar más personal para que podamos suplir la demanda con buena calidad.

8.1 Actividades por puesto:

Gerentes.

1. Los gerentes en este caso seremos nosotros como fundadores de **Guía Mágica** y nos encargaremos en los inicios de todas las tareas o gran parte de ellas como en toda empresa sucede. Ya que contamos con pocos recursos tendremos que ayudar en la creación de toda actividad, en la programación, en los registros legales de la marca, en las actividades de búsqueda de asociaciones de empresas de publicidad, en las decisiones gerenciales, en las actividades financieras y de contabilidad, creación de contenido para la publicidad de inicio.
2. Tendremos que hacernos cargo también de acciones como buscar las relaciones con los pueblos mágicos para que se nos faciliten las distintas tareas que debemos realizar en cada **Pueblo Mágico**, también nos dedicaremos a buscar la buscar las relaciones con las diferentes formas de pago.
3. En conclusión nosotros como emprendedores necesitamos realizar todas las actividades hasta que tengamos la capacidad financiera para contratar a los demás empleados que tenemos contemplados hasta el año 3.

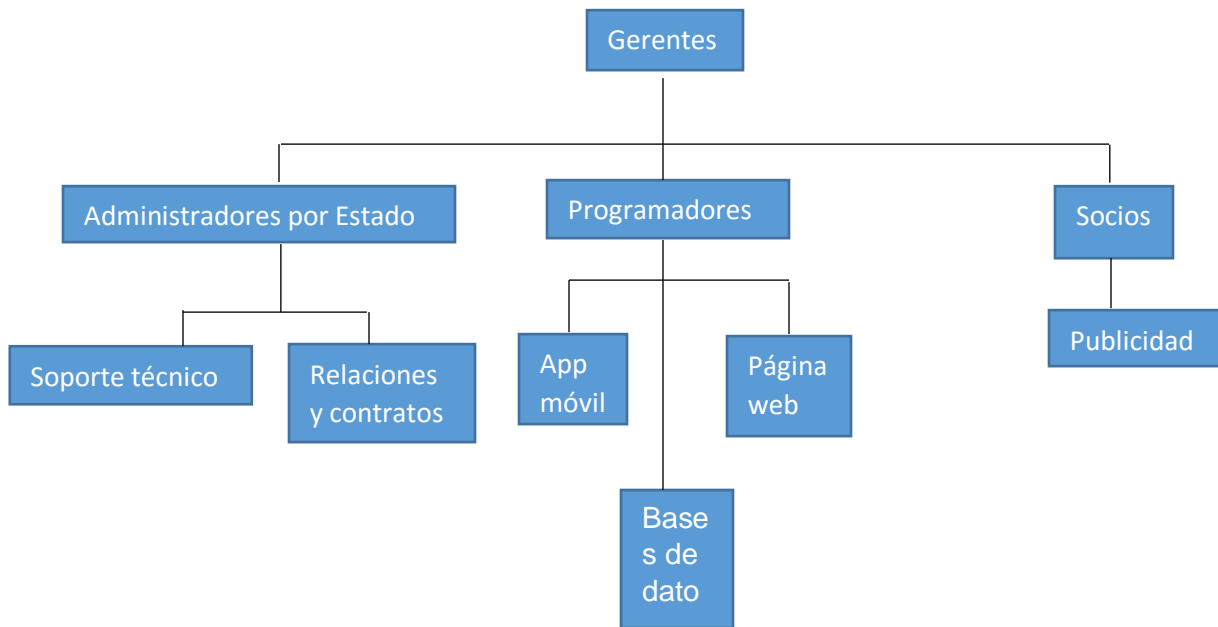
Administradores por Estado.

- Los administradores tendrán que encargarse de los **Pueblos Mágicos** que existan en los estados y de los comercios que quieran nuestros servicios y las relaciones con ellos. Tendrán a su cargo un departamento de Asistencia y soporte al cliente que tenemos contemplado implementar pero como antes mencionamos si con el paso del tiempo tenemos la capacidad de hacer eso.
- También los administradores llevarán el control de los contratos y clientes y estarán al pendiente de los tiempos de vencimiento de los contratos y tendrán el control de las operaciones que se pidan por parte del Estado o las disposiciones que éste haga siempre consultando a la gerencia general. Se tiene contemplado que para el tercer año **Guía Mágica** este bien posicionada en México y que tendremos una cartera de clientes amplia, por esta razón podrá cambiar la estructura de puestos en cada Estado y dependiendo la región.

Programadores.

- Serán un recurso clave ya que sin ellos no se podrá llevar a cabo la materialización del proyecto, por el momento somos nosotros los que nos ocupamos de la programación y de la realización de la página web, bases de datos y todo lo que se relacione con la tecnología.
- También se encargarán de proponer mejoras a los procesos funcionales del departamento de desarrollo de software y aplicaciones, tendrán un papel primordial en las tomas de decisiones y serán los que nos darán la pauta para elegir qué tecnologías somos capaces de implementar.

8.2 Organigrama Estructura de dirección y gestión.



9. Plan Financiero.

Presupuesto de inversiones.

Nombre	Costo	Amortización (porcentaje)	Amortización
2 Cámaras profesionales	\$15,000 MXN	25 %	\$ 3750 MXN
Apple iMac Mk142E/A	\$22,799 MXN	25 %	\$ 5699.75 MXN
TOTAL	\$ 37,799 MXN	---	\$ 9,449.75

Activos Diferidos

Nombre	Costo
Logo	\$1,500 MXN
Registro de logo y marca	\$2,851 MXN
Publicidad en Redes sociales	\$6,000 MXN
Cecato (Publicidad)	\$20,000 MXN
Traslado a los pueblos mágicos de Veracruz (En relación a la primera fase de desarrollo)	\$25,000 MXN
Total	\$55,351 MXN

Presupuestos de gastos

Concepto	Precio mensual	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 Año
Luz e internet (Apoyo para los integrantes del proyecto)	\$1,000 MXN	\$12,000 MXN	\$12,420 MXN	\$12,840 MXN	\$13,260 MXN	\$13,680 MXN
Sueldos	\$50,000 MXN	\$600,000 MXN	\$621,000 MXN	\$642,000 MXN	\$663,000 MXN	\$684,000 MNX
Pago de membresía de desarrollo de App	\$ 912 MXN	\$10,944 MXN	\$113,27.04 MXN	\$11,710.08 MXN	\$12,093.12 MXN	\$12,476.16 MXN
Publicidad	\$1000 MXN	\$4,140 MXN	\$4,280 MXN	\$4,420 MXN	\$4,560 MXN	\$4,700 MXN
Redes sociales	\$500 MXN	\$6,000 MXN	\$6,210 MXN	\$6,420 MXN	\$6,630 MXN	\$6,840 MXN
Dominio (sitio web)	\$108.33 MXN	\$1,300 MXN	\$1,625 MXN	\$1,950 MXN	\$2,275 MXN	\$2,600 MXN
TOTAL	\$53,520.33 MXN	\$634,384 MXN	\$656,862.04 MXN	\$679,340.08 MXN	\$701,818.12 MXN	\$724,296.16 MXN

Inflación de 3.5% Anual.

Presupuesto de ingresos

Concepto	Porcentaje de penetración de mercado (aproximadamente)	Pueblos Implementados	Año	Ingresos estimados mensualmente	Ingresos estimados anualmente
Publicidad a los negocios, comerciantes, empresarios y Municipios de los pueblos mágicos	35 %	38	1	\$ 259,350	\$ 3,112,200
	55 %	61	2	\$ 416,325	\$ 4,995,900
	100 %	111	3	\$ 757,575	\$ 9,090,900
	100 %	111	4	\$ 757,575	\$ 9,090,900
	100 %	111	5	\$ 757,575	\$ 9,090,900

Precio promedio: \$ 195 Por negocio

Promedio de negocios por pueblo: 35

Los ingresos estimados mensualmente se calcularon a partir de:

Precio estimado por servicio a negocio \$195 multiplicado por el promedio de negocios por pueblo mágico 35 el resultado multiplicado por los pueblos mágicos implementados dependiendo el periodo de penetración.

Desde el tercer año ya se estima tener los 111 pueblos mágicos existentes hasta ahora implementados en **Guía Mágica**. En caso de que el Programa de pueblos mágicos siga creciendo y agregando más pueblos mágicos, se estima que sigan siendo agregados a nuestra aplicación.

Edo. de resultados (Primer año)

Concepto	Monto
Ventas	\$ 3,112,200 MXN
(-) Costos	\$ 634,384 MXN
(=)Utilidad de operación	\$ 2,477,816 MXN
(-) Amortización	\$ 9,449.75 MXN
Utilidad antes de Impuestos	\$ 2,468,366.25 MXN
(-) Impuestos (30 %)	\$ 740,509.87 MXN
Utilidad del ejercicio	\$ 1,727,856.37 MXN

ROI

32.41

10. Conclusiones.

Las razones por lo que se estima que **Guía Mágica** debe ganar este concurso son porque tiene los fundamentos suficientes para poder ser un modelo de negocios exitoso, se mencionan algunos puntos (los más importantes).

Innovación en el sector turístico

Modelo de negocio escalable

Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos histórico-culturales de los **Pueblos Mágicos** singulares.

Aprovechar la singularidad de los **Pueblos Mágicos** para la generación de servicios turísticos basados en la publicidad digital mediante una App.

Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de los Pueblos Mágicos con potencial y atraktividad turística, fomentando así flujos turísticos.

Mayor ingreso económico en beneficio de la comunidad receptora (comerciantes, comercios, empresarios, artesanos, hoteles, Restaurantes y comercio en general)

La creación y/o modernización de los negocios turísticos locales.

Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de los **Pueblos Mágicos** incorporados al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal.