

Navigate U

Aplicación Proyecto Final - Propuesta de Negocio



Navigate U

Caballero Montaña Montserrat
De La Cruz Flores Hugo Alberto

Mayo 29, 2019

| | |
|--|---|
| Aplicación Proyecto Final - Propuesta de Negocio | 1 |
| Resumen | 3 |
| Abstract | 3 |
| Introducción | 3 |
| Características | 4 |
| Geocercas | 4 |
| Modelo de negocios | 5 |
| Viabilidad | 6 |
| Oportunidades | 6 |
| Timeline | 7 |
| Presupuesto | 7 |
| Finalización de la propuesta | 7 |

Resumen

Navigate U es una aplicación que busca promover la difusión cultural y el esparcimiento de la información acerca de los muchos puntos turísticos de interés que ofrece el campus de Ciudad Universitaria.

La aplicación está basada en la interacción del usuario con los puntos de interés de la universidad presentando datos importantes, historia, horarios de cierre y apertura, además de todo tipo de información relevante.

Proponemos un modelo de negocio basado en publicidad, gracias a su demografía altamente identificada y las características de los usuarios objetivos que planeamos utilicen la aplicación.

Se muestra la característica central más relevante, un mapa con geocercas añadidas, enlazadas a los puntos más relevantes de la facultad, estas geocercas estarán combinadas con bases de datos capaces de proporcionar la información acerca de un lugar de interés.

Abstract

Navi is an application that seeks to promote cultural expansion and the expansion of information about the many tourist attractions of interest offered by the campus of Ciudad Universitaria.

The application is based on the user's interaction with the points of interest of the university, presenting important data, history, opening and closing times, and all kinds of relevant information about such places.

We propose a business model based on advertising, thanks to its highly identified demographics and the characteristics of the users that we plan to target to use the application.

Here we show the most relevant central feature of the application, a map with added geofences, linked to the most relevant points of the faculty, these geofences will be combined with databases capable of providing information about all places of interest.

Introducción

La Universidad Nacional Autónoma de México tiene uno de los campus más grandes y ricos en cultura del mundo, es por eso, que una industria del turismo, así como la expansión y globalización del conocimiento sobre este majestuoso campus.

C.U. Es una parte importante de la vida cultural de la ciudad de México. El campus contiene muchos espacios dedicados a actividades culturales de música, teatro, cine, artes visuales, etc. La mayoría de las facultades tienen espacios de exhibición y auditorios que se utilizan para tales fines. El Centro Cultural Universitario es una sección del campus que contiene los principales auditorios, teatros y cines. También incluye uno de los más recientes museos de arte contemporáneo en México, el Museo Universitario de Arte Contemporáneo.

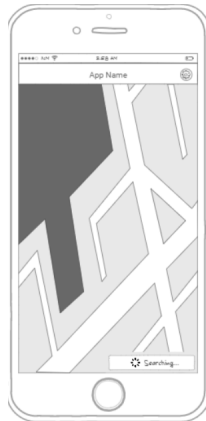
Es por lo anterior, que una aplicación capaz de informar al público en general acerca de la riqueza cultural que contiene este magistral recinto no solo es útil, sino obligatoria si se quiere mantener el legado que esta representa.

Navigate U tiene los puntos necesarios para hacer de este campus, un campo de recreación educativa para todos los gustos, esto a través de la sinergia lograda gracias a la interacción del mundo real con el mundo virtual.

Características

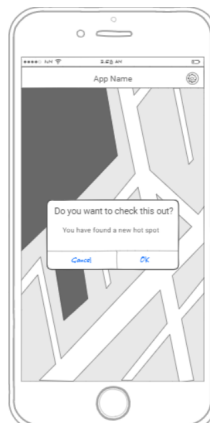
Geocercas

Las geocercas implementadas en esta aplicación fungen como punto de entrada al recorrido virtual planeado para el usuario, en el que será capaz de vivir la experiencia de un guía al alcance de su mano; lo anterior funciona gracias a la localización del dispositivo y los triggers implementados para lograr que se muestre cierto anuncio cuando un usuario ha ingresado a una zona de alto interés.



1.0 El mapa en búsqueda de lugares de alta relevancia

Una vez que el usuario haya ingresado a un lugar de relevancia con datos acerca de este, se le presentará la opción de obtener o no información acerca del mismo. Misma que será presentada en la pantalla correspondiente a la imagen 2.0



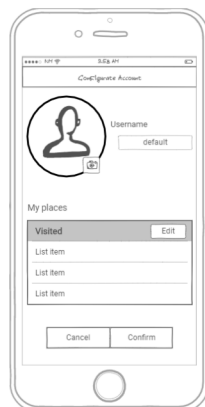
2.0 Imagen de aceptación de información

A partir de la pantalla/mensaje de aceptación, se puede acceder a la información que cada punto de interés provee, como se muestra en la pantalla de la imagen 3.0



3.0 Pantalla con información del sitio de interés

La aplicación tiene historial de lugares visitados, además de una parte social para compartir y comparar lugares visitados con usuarios autorizados, y conectados con el usuario de la aplicación.



4.0 Pantalla de historial y visualización de perfil social

Utilizando lo anterior como interfaz de usuario, esperamos que el usuario pueda relacionarse con la cultura e historia que ofrece la universidad.

Modelo de negocios

Se busca un modelo de negocios basados en la publicidad, el beneficio de un modelo de ingresos respaldado por publicidad es que si tiene una audiencia, casi siempre puede encontrar compañías que quieran pagar para alcanzarla. Esto es especialmente cierto cuando puede proporcionar detalles específicos sobre la naturaleza de su audiencia. Consideramos que la aplicación estará dedicada a estudiantes y turistas, y debido a la alta identificación y caracterización de nuestra audiencia, que serán en su mayoría jóvenes universitarios entre 13 y 22 años de edad, podremos alcanzar ingresos por publicidad sin necesidad de alcanzar grandes números de visitas.

Cuando opera con un modelo 100 por ciento compatible con anuncios, puede atraer más fácilmente usuarios con contenido gratuito.

Adicional a lo anterior, se propone trabajar con compañías locales, Pymes, para ofrecer publicidad dirigida especialmente a su audiencia, potenciando al máximo tanto el ingreso generado para ellas, tanto el cargo por vista en la plataforma.

Viabilidad

La aplicación funcionará autónoma y requerirá de muy poco mantenimiento, además de que en el plan de acción se incluye un per-llenado de la base de datos de lugares disponibles, esto para que la aplicación pueda funcionar desde el día de entrega.

El público objetivo está conformado por una población de 175,000 personas que desarrollan actividades diarias en Ciudad Universitaria, lo anterior sin tomar en cuenta visitantes (turistas) en búsqueda de visitas guiadas alrededor del campus.

Como dato, (ofrecido por el Inegi), se estima que 8 de cada 10 universitarios de la Ciudad de México cuentan con un teléfono inteligente, por lo tanto, la cifra objetivo son casi 150,000 usuarios de teléfonos dentro del campus.

Debido a que la población está bien caracterizada, podremos entonces ofrecer lugares a compañías cuyos públicos objetivos encajen con la ofrecida; lo anterior representa una ganancia debido a que este tipo de espacios publicitarios suelen ofrecerse a un precio hasta 10 veces mayor que el promedio.

Como punto de partida, Google Adsense ofrece \$5 USD por cada 1,000 vistas; por lo tanto, gracias a nuestra población, podríamos ver beneficios de hasta \$50 USD por cada 1,000 vistas; cubriendo esto, el costo mensual atribuido a mantener la aplicación en línea.

Por lo tanto, queda claro que, el mercado para esta aplicación existe y ,la demanda por medios de interacción publicitaria enfocada a jóvenes también se hace presente.

Oportunidades

Si bien esta aplicación está planeada para lugares relevantes dentro del campus universitario de CU, su alcance no se limita a esto, ya que con mínima adaptación podría usarse para cualquier campus de la UNAM, además de sus museos y atracciones turísticas.

Gracias a la precisión de hasta 5m de la tecnología de geolocalización, es posible pensar que una aplicación para museos populares, como el MUAC, MUCA o inclusive la Sala Nezahualcoyotl ,presentarían un atractivo extra para estos y podría aumentar el flujo de visitantes, aumentando el ingreso por venta de boletos.

Timeline

| Action | TimeFrame |
|-----------------------------------|------------|
| Planeación | 2 semanas |
| Framework, BluePrint y Contenidos | 3 semanas |
| Desarrollo | 12 semanas |
| Pruebas y lanzamiento | 2 semanas |

Presupuesto

| Action | TimeFrame |
|----------------------|-----------|
| Diseño y Branding | \$1000 |
| Desarrollo | \$2500 |
| Diseño y carga de DB | \$500 |
| Hosting | \$50 |

Finalización de la propuesta

Una vez que se acepte esta propuesta, nuestro equipo puede comenzar a trabajar con una tarifa de retención de 1/3 del costo total del proyecto. El pago restante se debe realizar dentro de los 30 días posteriores al lanzamiento de la nueva aplicación iOS.

NOTA: Alojamiento de su aplicación es un servicio continuo, que se paga a la tasa mensual de \$50 USD. Debemos hacer esto para garantizar la seguridad, ofrecer actualizaciones cuando sea necesario y responder a los comentarios de los usuarios y la UNAM. Los pagos se pueden hacer al comienzo de cada mes.