

FAST CANVAS

PROBLEMÁTICA

La falta de coordinación de los sectores público y privado para promoción del turismo, así como la ausencia de instrumentos de planeación turística a mediano y largo plazo que han sido el principal factor que detiene el desarrollo de un turismo inteligente.

7.- Socios clave <ul style="list-style-type: none">• Usuarios y creadores de contenido• Agencias de viajes• Secretaría de turismo• Inversionistas• Promotores	5.- Actividades clave <ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de la plataforma• Mantenimiento de la plataforma• Búsqueda de nuevos clientes• Promoción y publicidad• Mejoras en algoritmos y uso de redes neuronales	1.- Propuesta de valor diferencial <ul style="list-style-type: none">• Ofrecer una aplicación dinámica que brinde publicidad orgánica dirigida a empresas y atractivos turísticos mediante usuarios motivados por retos que, además de permitirles descubrir la gastronomía, cultura, paisajes y vida nocturna de Durango les permitirá obtener recompensas al compartir contenido como fotos y videos, dicho material podrá ser usado por nuestros clientes como publicidad, aumentando su numero de ventas logrando una mayor difusión a sus negocios.	3.- Relaciones con clientes <p>Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none">• Insignias de usuarios destacados• Premios otorgados a través de los retos• Reviews y comentarios por la app <p>Comerciantes</p> <ul style="list-style-type: none">• Servicio al cliente• Seguimiento personalizado a las empresas• Insignias a clientes destacados• Reviews y comentarios por la app	2.- Segmento de clientes <ul style="list-style-type: none">• La secretaria de turismo del estado• Comerciantes que quieran a dar a conocer sus negocios con el uso de nuevas tecnologías y que se encuentren cerca de una zona turística• Usuarios de entre 16 y 35 años familiarizados con el uso de tecnología y redes sociales que paguen la suscripción premium
	6.- Recursos clave <ul style="list-style-type: none">• Plataforma• Desarrolladores• Propiedad intelectual		4.- Canales <ul style="list-style-type: none">• Publicidad en zonas turísticas• Play Store• App Store• Redes Sociales• Recomendación de usuarios• Canal directo (presentarlo a las empresas)	
8.- Estructura de costos <p>Costos fijos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nominas• Rentas• Bases de datos• Pago de Servicios• Licencias <p>Costos variables:</p> <ul style="list-style-type: none">• Infraestructura		9.- Fuente de ingresos <ul style="list-style-type: none">• Venta de paquetes promocionales• Comisiones por ventas• Anuncios ad clic de la versión gratuita• Suscripción mensual para uso de servicio premium de la aplicación• Merchandising de la página		10- impacto socioambiental <ul style="list-style-type: none">• Recomendaciones eco turísticas en la app• Fomento de prácticas ecológicas