



Universidad Tecnológica de Querétaro.

Integradora

Documentos

Grupo: IDSG 11

Alumnos:

Salinas Jiménez María Dolores

Torres Jiménez Ricardo

Miralrío Espinoza Hugo Alberto

Serrano Cruz Hernán

Maestro: Agustín Buenrostro Rico

# Índice

Ficha técnica	3
Segmentación del mercado	8
Canales de Distribución	9
Flujo De Ingresos	11
Recursos Clave	12
Actividades Clave	14
Fuentes bibliográficas	16

# Justificación de la idea de negocio

La idea de este negocio inicia ante la necesidad de digitalizar y centralizar la oferta turística local, permitiendo que vendedores de productos y/o dueños de negocios y visitantes se conecten de forma directa mediante una plataforma web y una aplicación móvil. Esta herramienta facilitará la promoción, reserva y pago de servicios turísticos como alojamiento, alimentos, recorridos, guías y experiencias culturales.

El proyecto impulsa el turismo local y sostenible, responde a la demanda de experiencias auténticas y promueve la transformación digital del sector turístico, beneficiando tanto a los anfitriones al monetizar sus recursos, como a los viajeros al acceder a experiencias únicas y personalizadas.

## Ficha técnica

La Incubadora de Empresas, de la Universidad Tecnológica de Querétaro, tiene como misión el promover y estimular la creación de empresas de alta competitividad y profesionalismo en un contexto de globalidad y responsabilidad social; así como el fortalecimiento de MIPYME.

### SECCIÓN 1: INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

#### 1.1 Datos generales.

<b>Nombre de la Empresa o negocio:</b>	Amura Arroyo Seco					
<b>R. F. C.:</b>						
<b>Giro de la Empresa</b>	Hospedaje					
<b>Sector</b>	Turismo					
<b>Antigüedad de la Empresa.</b>	Tres años					
<b>Empleados</b>	<b>Mujeres</b>	<b>1</b>	<b>Hombres</b>	<b>3</b>	<b>Total, empleados</b>	<b>4</b>
<b>Dirección:</b>	Av. Pie de la Cuesta 2501, Nacional, 76148 Santiago de Querétaro, Qro.					
<b>Ciudad o Estado</b>	Querétaro					

<b>Nombre del Contacto</b>	Hugo Alberto Miralrio	<b>Cargo:</b>	Lider de empresa
<b>Redes Sociales</b>	Amura Arroyo Seco		
<b>email</b>	amura.arroyo.seco@gmail.com	<b>Cel:</b>	4464098634
<b>Tel. oficina</b>		<b>Pág. Web</b>	amura-arroyo-seco.com

## SECCIÓN 2: MERCADO

### 2.1 ¿CONOCE LAS NECESIDADES DEL MERCADO QUE SATISFACE SU EMPRESA?

Si

☐

No

☒

### 2.2 ¿Si su respuesta es afirmativa, ¿QUÉ NECESIDADES DEL MERCADO CONSIDERA QUE SATISFACE? Describa clara y brevemente las necesidades que atiende el producto.

Acceso rapido a opciones de servicios generales como hospedaje, alimentos, venta de productos desde un sitio web

---



---



---



---



---

### 2.3 ¿CONOCE EL MERCADO POTENCIAL? (Marque con una "X" en una de las siguientes casillas).

Si

☒

No

☐

### 2.4 EN CASO AFIRMATIVO, DESCRIBA CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE SUS CLIENTES POTENCIALES.

Hoteles o similares pequeños o emergentes que deseen comenzar a ofrecer sus servicios por medios digitales

---



---



---

2.5 **¿EXISTEN EN EL MERCADO PRODUCTOS SIMILARES Y/O SUSTITUTOS AL SUYO?**  
(Marque con una "X" en una de las siguientes casillas).

Si

☒

No

☐

2.6 **EN CASO AFIRMATIVO, MENCIONE DICHOS PRODUCTOS.**

Aplicaciones grandes como booking, trivago, etc.

---

---

---

---

### 3. INFORMACIÓN DE LA IDEA O PROYECTO

Nombre de la Idea o Proyecto:	Hospedate		
Nombre del responsable del proyecto	Hugo Alberto Miralrio Espinoza		
Dirección:	Av. Pie de la Cuesta 2501, Nacional, 76148 Santiago de Querétaro, Qro.		
Ciudad o Estado	Querétaro		
Correo electrónico	resolveuteq@gmail.com		
Tel. fijo:	NA	Cel:	NA
Redes sociales	NA		

#### 3.1 PERSONAS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO

Nombre	Hugo Alberto Miralrio Espinoza
Correo Electrónico	2021153024@uteq.edu.mx

<b>Cel., Fijo</b>	446 409 8634
<b>Nombre</b>	Ricardo Torres Jiménez
<b>Correo Electrónico</b>	2022371087@uteq.edu.mx
<b>Cel., Fijo</b>	442 880 3728
<b>Nombre</b>	Maria Dolores Salinas Jimenez
<b>Correo Electrónico</b>	2022371044@uteq.edu.mx
<b>Cel., Fijo</b>	441 155 7834
<b>Nombre</b>	Hernán Serrano Cruz
<b>Correo Electrónico</b>	2022371126@uteq.edu.mx
<b>Cel., Fijo</b>	441 115 2974

## SECCIÓN 4: INFORMACIÓN DEL PROYECTO

4.1 **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.** Proporcione un breve resumen del proyecto.

Sistema que ofrece servicios varios, desde servicios de hospedaje, reservas para consumo de alimentos, venta de productos, etc

---



---



---



---



---

4.2 **OBJETIVO DEL PROYECTO.** Describa el o los objetivos de su proyecto.

Ofrecer un facil acceso a los servicios que son de interes en los turistas mientras vacacionan

---



---



---

## SECCION 5: PROPIEDAD INTELECTUAL

5.1 **¿HA REALIZADO ALGÚN TRÁMITE DE PROPIEDAD INTELECTUAL PARA SU PROYECTO?**

(Marque con una "X" en una de las siguientes casillas).

Si ☐

No ☒

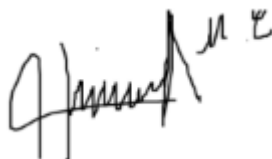
**5.2 EN CASO DE SER AFIRMATIVO, MENCIONE EN CUAL DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS.** (Marque con una "X" en una de las siguientes casillas).

Categoría		Categoría	
a) Registro de marca		b) Patente	

## SECCIÓN 6: IMPACTO DEL PROYECTO

**6.1 SECTORES DE MAYOR IMPACTO.** Indique en cuál de los siguientes sectores impactará en mayor medida su proyecto. (Marque con una "X" en una de las siguientes casillas, puede marcar más de una opción).

Sectores		Sectores	
Aeronáutica		Tecnologías del Aprendizaje	
Agroindustria		Turismo	X
Alimentos		Desarrollo Social	X
Automotriz		Salud	
Biónica		Electrónica	
Biotechnología		Medio Ambiente	
Construcción		Metalmecánica	
Cosmetología		Productos Naturales	
Tecnologías de la Información (software, Multimedia, etc.)		Robótica	
Otro		Especifique:	



**Hugo Alberto Miralrio Espinoza**

**Nombre firma del responsable del  
Proyecto – Empresa**

**¿CÓMO SE ENTERÓ DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA INCUBADORA?** Mencione el medio por el cual conoció acerca de nuestros servicios.

Por el profesor que imparte la materia Integradora, Agustín Buenrostro Rico

---

**OBSERVACIONES:**

---

---

---

## Segmentación del mercado

- Definir 2 variables de segmentación para tu proyecto (producto)

1. Segmentación Demográfica
2. Segmentación Psicográfica

- Identificación del segmento

El segmento elegido son personas entre 20 y 50 años de edad, con un nivel de vida medio o alto, a quienes les gusta viajar y cuentan con los recursos económicos para hacerlo.

- Justificación

Se eligió este segmento porque está compuesto por individuos económicamente activos que valoran las experiencias de viaje como parte de su estilo de vida. Este grupo cuenta con la capacidad económica necesaria para cubrir los gastos relacionados con turismo (transporte, hospedaje, alimentación). Además, su rango de edad abarca tanto a jóvenes adultos que buscan aventuras y nuevas experiencias, como a personas con mayor estabilidad laboral y financiera que disfrutan de viajar como forma de descanso y recreación con la familia.



# Canales de Distribución

→ Diseñar un plan de canales para tu proyecto.

## **1. Canales de adquisición (Indirectos):**

- Tiendas de aplicaciones (Google Play Store, App Store): Publicar la PWA en formato “app empaquetada” para descarga.
- Plataformas de turismo (TripAdvisor, Booking, Expedia): Anuncios o enlaces hacia la PWA.
- Agencias de viajes digitales: Inclusión de la app como recomendación de hospedaje.
- Códigos QR en puntos estratégicos (aeropuertos, hoteles, oficinas de turismo): Escaneables para acceder e instalar la PWA fácilmente.

## **2. Canales de interacción**

- Acceso desde cualquier navegador o instalada como app.
- Chat en línea integrado.
- Notificaciones push personalizadas.

## **3. Canales de conversión**

- Pasarela de pagos segura.
- Sistema de reservas en tiempo real.
- Descuentos por primera compra o referidos.

## **4. Canales de fidelización**

- Programa de recompensas por reservas.
- Newsletters con ofertas personalizadas.
- Encuestas de satisfacción.
- Elegir el tipo de canal, la estrategia, y el costo del canal.

### **Canal elegido**

### **Códigos QR en puntos estratégicos (adquisición)**

#### **Estrategia**

Colocar carteles con códigos QR en aeropuertos, hoteles y oficinas de turismo, que al escanearlos dirijan directamente a la PWA para instalarla o usarla en el navegador. Esto facilita el acceso inmediato de turistas que ya están en el lugar y buscan opciones rápidas de hospedaje o actividades.

#### **Costo**

**Bajo** → impresión y colocación de carteles: entre **\$50 – \$200 USD** según cantidad y diseño.

# Flujo De Ingresos

## 1. Comisiones por reservaciones

- Cobrar un porcentaje por cada transacción realizada entre anfitriones y huéspedes.
- Escalable porque mientras más usuarios hagan uso de la aplicación, más ingresos entran sin aumentar los costos proporcionalmente.
- Rentable porque asegura un flujo constante ligado al volumen de operaciones.

## 2. Publicidad digital segmentada

- Espacios dentro de la app para que negocios turísticos (restaurantes, tours, transporte) paguen por anunciarse a los viajeros.
- Muy rentable porque aprovecha la data de los usuarios y su segmentación.

# Recursos Clave

## 1. Recursos Humanos

Son las personas necesarias para el ciclo completo de desarrollo, prueba y entrega de la PWA:

- Programadores: desarrolladores frontend (React Native) y backend (Node.js).
- Diseñadores UX/UI: crean interfaces atractivas y usables para los usuarios finales (turistas y administradores).
- Testers / QA: prueban la app en diferentes dispositivos y navegadores, garantizando calidad.

- Project Manager: gestiona tiempos, tareas, comunicación con el cliente y asegura la entrega en tiempo y forma.

## 2. Recursos Tecnológicos

Herramientas y plataformas necesarias para el desarrollo y funcionamiento:

- Servidores: para backend, base de datos y almacenamiento (posible contratación de servicios de Hosting).
- Software: sistema operativo, control de versiones (Git/GitHub), gestores de dependencias (npm, pip).
- Frameworks:
  - Frontend → React Native
  - Backend → Node.js
- IDEs y Herramientas: VS Code, Postman, Thunder Client, Figma (para diseño).
- Bases de datos: PostgreSQL, MySQL

## 3. Recursos Financieros

Fondos necesarios para garantizar el desarrollo y comercialización: ● Capital inicial: para arrancar con infraestructura y contratación de personal.

- Inversión en tecnología: hosting, dominios, certificados SSL, licencias de software (si aplica).
- Flujo de efectivo: cubrir salarios, mantenimiento y actualizaciones hasta la venta del producto.

## 4. Recursos Intelectuales

Activos intangibles que dan valor al proyecto:

- Propiedad Intelectual: la PWA desarrollada es de nuestra propiedad hasta que se venda al cliente.
- Experiencia en desarrollo: experiencia en el desarrollo de PWAs, despliegue

en la nube, integración de pagos y reservas.

- Metodologías: metodologías ágiles (Scrum/Kanban) para gestionar el proyecto.
- Documentación: manual de usuario y manual técnico para el cliente. ●

Código y Arquitectura: reusable para futuras personalizaciones y ventas.

## Actividades Clave

### Actividades Clave de la Plataforma

#### 1. Desarrollo y mantenimiento tecnológico

- Diseño y programación de la plataforma web y app móvil.
- Integración de pasarela de pagos segura.
- Actualizaciones y pruebas constantes.

Responsable: Hernan

#### 2. Gestión de oferentes (anfitriones)

- Registro y validación de anfitriones locales.
- Capacitación en uso de la plataforma.
- Posible soporte técnico y acompañamiento.

Responsable: Dolores

### 3. Gestión de experiencias turísticas

- Selección y actualización de productos (hospedaje o alojamiento).
- Creación de paquetes integrales personalizados.
- Innovación en nuevas experiencias.

Responsable: Ricardo

### 4. Relación con clientes (visitantes)

- Atención al cliente y soporte en línea.
- Manejo de reseñas y retroalimentación.
- Generación de confianza y reputación en la plataforma.

Responsable: Hugo

### 5. Marketing y promoción digital

- Campañas en redes sociales y plataformas de turismo.

- Estrategias de SEO y posicionamiento.
- Alianzas con agencias de turismo y blogs de viaje.

Responsable: Todos los integrantes del equipo

## Fuentes bibliográficas

Mailchimp. (s. f.). *¿Qué son las variables de segmentación?* Mailchimp.  
<https://mailchimp.com/es/resources/what-are-segmentation-variables/>

Bartels, N. A., Koch, M., Schmitt, A., & Gordijn, J. (2024). *A taxonomy for platform revenue models: An empirical-to-conceptual development approach*. En *Enterprise Design, Operations, and Computing* (pp. 119–133). Springer.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-031-49299-8\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-031-49299-8_9)

Choi, H., & Mela, C. F. (2019). Monetizing online marketplaces. *Marketing Science*, 38(6), 994–1008. <https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1197>

Eurich, M., Giessmann, A., Mettler, T., & Stanoevska-Slabeva, K. (2011, agosto). *Revenue streams of cloud-based platforms: Current state and future directions*. En *Proceedings of the 17th Americas Conference on Information Systems (AMCIS)* (pp. 1–10). Association for Information Systems.  
<https://www.researchgate.net/publication/220891594>