

Awesome City Trips

Desarrollo de Aplicaciones para Dispositivos Móviles 2018-2

Profesor

PhD. Jorge Eliecer Camargo

Estudiantes

Cristian Felipe Ramos Lopez
Luis Eduardo Martín De La Peña
Ing. Rigoberto Sáenz Imbacuán
Ing. Salomón Segundo Cadena De La Hoz

21 de Agosto del 2018
Bogotá D.C.

NOMBRE DE LA APLICACIÓN

Awesome City Trips

PROBLEMA A RESOLVER

Cuando personas de otros países llegan a nuestro país, naturalmente se inclinan a conocerlo, visitar lugares y/o realizar actividades que se ajusten a sus intereses. Es normal que cuando deseen hacer esto, quieran hacerlo de forma tal que puedan moverse de forma continua y estar programados para cambios de espacios y actividades. La experiencia del visitante puede no llegar a ser tan agradable si, en algún punto queda desprogramado o quizás el orden en el que recorre no es el más cómodo.

MERCADO OBJETIVO

El público objetivo inicialmente son los extranjeros que visitan Bogotá, que vengan por negocios o placer, que tengan un alto poder adquisitivo, que manejen tarjeta de crédito y que deseen encontrar planes interesantes para desarrollar en la ciudad, como visitas guiadas a puntos relevantes de Bogotá, caminatas ecológicas, rumbas, recorridos gastronómicos y demás. Nuestro foco estaría en personas de Estados Unidos y Europa principalmente, hombres y mujeres de entre 25 y 60 años de edad.

Pueden ser familias que vengan por turismo, mochileros que vengan de paso, empresarios que busquen la creación de negocios, personas pertenecientes a misiones diplomáticas y demás. Sin embargo, esto no significa que no pueda ser usada por cualquier persona que viva en la ciudad, lo que sí es importante es que tenga acceso a tarjetas de crédito.

Este último punto es importante ya que nos sirve como un primer filtro de usuarios. En Colombia, los bancos sólo otorgan tarjetas de crédito a personas con un buen poder adquisitivo, con un buen historial crediticio y en general con buenos ingresos o con patrimonio. Nosotros haríamos la validación del usuario solicitándole que ingrese los datos de una tarjeta de crédito, a la cual cargáramos 1 dólar (de manera similar a como lo hace Apple) para verificar la validez de la tarjeta y la existencia de fondos. Nosotros integraríamos una pasarela de pagos que tenga un módulo anti-fraude como PayU Latam, TPago, MercadoPago o Stripe.

Solo los usuarios que hayan pasado este primer filtro podrán agendar y comprar las entradas a los eventos.

FACTOR DE INNOVACIÓN Y ELEMENTO DIFERENCIADOR

Los servicios se ofrecerán por medio de una aplicación revolucionando la forma de contratar tours, se destaca con particularidad que Bogotá no tenga este tipo de servicios al menos en forma popular por medio de aplicación móvil, lo cual hace natural la búsqueda , ya que en este momento lo que no se consigue de forma ágil o cómoda aburre y hace además que la experiencia llegue a ser tediosa.

APLICACIONES SIMILARES

TripAdvisor: <https://www.tripadvisor.com/>

Get Your Guide: <https://www.getyourguide.com/apps/>

Civico: <https://www.civico.com/bogota>

PLATAFORMAS DE DESARROLLO

- iOS: Fase de desarrollo inicial (Curso académico)
- Android: Segunda fase de desarrollo, luego de tener un producto mínimo viable en iOS
- Angular 2: Posible desarrollo front end del website.

LICENCIAMIENTO

Todo el código, tanto del backend, el website, las apps móviles para iOS y Android, y cualquier otro desarrollo es propietario. Lo recomendable sería crear una sociedad ante cámara de comercio de bogotá para constituir una empresa, con el fin de que el código pertenezca a la empresa, esto facilita la aplicación de medidas de protección como el registro del código fuente como Propiedad Intelectual para proteger los derechos patrimoniales de los founders y futuros inversionistas de la empresa. Lo importante es que el app móvil para iOS será gratuita para los usuarios finales.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Se pueden aplicar varias estrategias de comercialización y conversión de usuario. La principal es la inversión en Facebook Ads, a un público segmentado y geolocalizado, en nuestro caso particular pueden ser los usuarios de entre 25 y 60 años de edad, con experiencia crediticia y que hayan viajado en los últimos 3 años al exterior. Para ello sería necesario crear una fan page en Facebook.

El contenido publicitario a usar para atraer al público serían videos que muestran las ventajas de usar el app. También podemos crear una estrategia conjunta con empresas que organicen los eventos para convertirnos en un showroom, por ejemplo, nos contactaremos con la empresa que comercialice recorridos turísticos en el centro de la ciudad para hacer una pieza publicitaria conjunta, que sería distribuida en los canales de ellos y nosotros.

Cuando tengamos los primeros casos de usuarios que hayan utilizado el app, podemos hacer videos en los que ellos nos cuenten su experiencia usando el app. También podemos hacer acuerdos con influencers en las principales redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para que publiquen el app a cambio de entradas gratis a algunos de los recorridos. Dichos acuerdos incluirían que ellos creen reviews en sus canales y que los visualice, y que nosotros también podamos usar esos contenidos en nuestros canales.

Otra estrategia complementaria sería el pago de Google Adwords, para ello primero será necesaria la implementación de un website que implemente las mejores prácticas de SEO (Search Engine Optimization). Inicialmente el website podría ser construido usando Wordpress, por lo que bastaría con buscar un template llamativo y relacionado con categorías como viajes, turismo, naturaleza o vida nocturna en general. Si se requiere, dependiendo de la cantidad de tráfico recibido y de las limitaciones de personalización del template, podríamos construir un website en Angular o React, en este caso sería necesario adquirir horas de trabajo de un diseñador gráfico que trabaje freelance para que ayude, no solo en el diseño del website, sino también en las piezas publicitarias que mostraremos mediante Google Adwords.

Adicionalmente es necesaria la incorporación de un sistema de Analytics para entender mejor a los usuarios y medir el impacto de alguna campaña de marketing en particular. Podríamos incorporar sistemas como Facebook Analytics, Google Analytics for Firebase, Flurry y Amplitude. Tendríamos que hacer un análisis detallado de los eventos que deseamos medir, ya que muchas de estas plataformas cobran solo después de pasar un límite determinado de eventos por hora.

Finalmente, podríamos contratar la consultoría de un experto en Digital Marketing para que nos asesore en temas de conversión de usuarios y en general sobre técnicas para optimizar el marketing funnel.

ESTRATEGIAS DE MONETIZACIÓN

El app permitirá a los usuario que hayan registrado su tarjeta de crédito previamente, adquirir entradas para diversos tipos de eventos en Bogotá. Nosotros cobrariamos una comision por ser intermediarios.

