

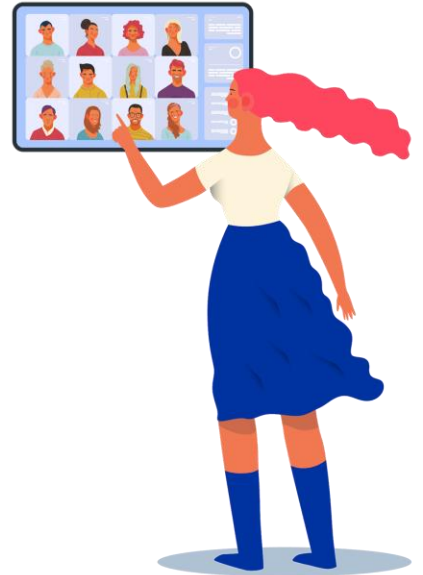


Qmir Turismo Tecnológico

Hackatón
EDICIÓN SANTA CRUZ

Índice

1. **Desafío:** *¿qué problemática o necesidad concreta buscan resolver?*
2. **Solución:** *¿cuál es su propuesta de solución?*
3. **Segmento del mercado:** *¿cuál es el mercado de su emprendimiento? ¿A qué diferentes grupos de personas o entidades se dirige el emprendimiento? ¿Quiénes son nuestros clientes y usuarios?*
4. **Aliados potenciales:** *¿quiénes pueden ser sus aliados? ¿Quiénes pueden integrar su red de socios y/o proveedores?*
5. **Valor diferencial:** *¿por qué su solución es especial? ¿Cuáles son sus beneficios?*
6. **Proyección temporal:** *¿en qué lapso de tiempo va a estar disponible su solución para ser implementada?*
7. **Fuentes de Ingreso:** *¿cuáles son sus posibles fuentes de ingresos?*
8. **Equipo y capacidades:** *¿quiénes están detrás del proyecto? ¿qué capacidades tiene el equipo para desarrollar la solución?*



Desafío

LOS TOURS DE TURISMO TRADICIONALES NO ESTAN ADAPTADOS A LOS NUEVOS COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS DEL TURISTA POSTCOVID, NI ADAPTADOS A LA NUEVA NORMALIDAD Y VERTIENTE DEL ENFOQUE DIGITAL.



Solución



Tours de turismo urbano realizados en un transporte individualizado (bicicletas, Scooter eléctricos), guiados por una app móvil que permita conocer detalles de interés para el usuario e interactuar con su entorno (Edificios, monumentos, etc.) de manera digital y además permita acceder a un sistema de recomendaciones de turistas que hayan pasado por ese lugar, Adicionalmente el uso de la app brindara descuentos al usuario en negocios afiliados, afines al turismo, esto basado en un sistema de afiliados, llevando flujo de clientes a estos y apoyando al sector turismo en la ciudad.

Segmento de mercado

- Turistas nacionales e internacionales entre 15 a 34 años que viajen sin niños; Solos, en pareja o Grupo con un enfoque del cuidado medioambiental y con un perfil Aventurero.



Aliados

- Agencias de viajes.
- Agencias de alquiler de bicicletas y/o scooters electricos (dependera si existen en la ciudad y la demanda de los tours)
- Red de afiliados:

Museos, Restaurantes, tiendas de artesanías, hoteles y negocios de la ciudad afines al turismo.



Valor diferencial



Gracias a la app móvil y al modelo de negocio en base afiliados permitirá a la ciudad (sus monumentos, edificios, negocios y personas) interactuar con el turista logrando que la ciudad cobre vida y cuente una historia, haciendo que el turista pueda tomar diferentes rutas y cada tour sea único.

Crear una aventura única para cada tour en la ciudad.

“La felicidad esta en el camino, no en el destino”

Proyección temporal

- El proyecto esta planificado para ser realizado en 10 meses.
- FASES:
 - 1. Generación de PMV: 3 meses
 - 2. Fase de pruebas: 2 meses
 - 3. Fase de correcciones: 4 meses.
 - 4. Fase de Lanzamiento: 1 mes



Fuente de ingresos



- Renta del servicio de nuestros tours urbanos.
- Ingresos por sistema de afiliados (**diferencia** en el **descuento percibido** por el turista en un producto o servicio **y** el **descuento real** que nos brindan por convenio al llevarles un flujo de clientes, por ejemplo: si el afiliado nos otorga un 15% de descuento, el turista recibe 10% y el otro 5% es nuestra ganancia, la que es cobrada por nosotros al final de mes en los negocios de los afiliados)

Equipo y capacidades

- Romina Navarro: Estudiante con enfoque al ámbito social y creativo del proyecto.
- Santiago Fernandez: Ing. Industrial, Lean Six Sigma Green belt, especialista en la eficiencia de procesos, Sistemas de gestión de empresas y la generación de modelos de negocio.
- Bryan Quispe: Ing. Electricista, consultor de Assets planing, se especializa en la parte técnica y la viabilidad tecnológica del proyecto.



¡Muchas gracias!

