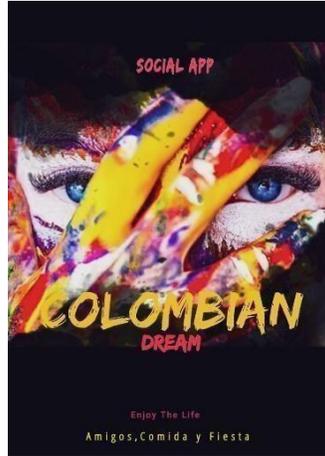


## **Colombian dream**



**CINDY MILENA CAÑÓN ROZO**

**LIDA MARCELA PEREZ PANQUEVA**

**MAIRA YANETH PATIÑO DONOSO**

**Septiembre 2020**

**Corporación Unificada Nacional de Educación**

**Superior CUN Yopal-Casanare**

**Opción de Grado II**

## COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Cindy Milena Cañón Rozo identificado con C.C 1.012.391.982, Lida Marcela Perez Panqueva identificado con C.C 1.007.599.130, Maira Yaneth Patiño Donoso identificado con C.C 1.118.574.243 estudiantes del programa Administración de Empresas declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta al a fuente original, somos responsables directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo ,a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas. Firma

  
Cindy Milena Cañón Rozo

1.012.391.982

Scanned by TapScanner

  
Maira Yaneth

Patiño

1.118.572.423



Lida Marcela Perez Panqueva

1.007.599.130

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo .....	6
<b>Introducción .....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivo General y Específicos.....</b>	<b>8</b>
Claves para el Éxito.....	9
<b>Descripción de la Idea de Negocio.....</b>	<b>10</b>
<b>Modelo de Negocio.....</b>	<b>11</b>
Innovación Sostenible .....	14
<b>Análisis del Sector.....</b>	<b>15</b>
<b>Análisis de Porter.....</b>	<b>18</b>
Marketing Mix.....	20
<b>Estrategias de Precios.....</b>	<b>22</b>
<b>Estrategias de Distribución.....</b>	<b>22</b>
Estrategias de Comunicación .....	22
<b>Matriz Desarrollo de Marca .....</b>	<b>24</b>
<b>Estrategias Marketing Digital .....</b>	<b>25</b>
Métricas Clave.....	27
<b>Estudio Técnico I.....</b>	<b>28</b>
<b>Estudio Técnico II .....</b>	<b>31</b>
Estudio Técnico III.....	34
<b>Conclusiones .....</b>	<b>37</b>

## LISTA DE TABLAS

Modelos de Negocio... ..	11
Innovación sostenible.....	14
<b>Análisis del Sector .....</b>	<b>17</b>
Marketing Mix... ..	23
Matriz Desarrollo de Marca.....	24
<b>Estimación del Tamaño Optimo.....</b>	<b>30</b>
<b>Esquema.....</b>	<b>32</b>
Ficha Técnica.....	34

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Portafolio .....	21
<b>Estrategias de Marketing Digital.....</b>	<b>25</b>
Métricas Clave .....	27
Macrolocalización.....	28
<b>Microlocalización .....</b>	<b>28</b>
Plano de Oficina.....	31
Flujograma.....	31
<b>Lanzamiento Producto Mínimo Variable.....</b>	<b>36</b>

## **Resumen Ejecutivo**

Actualmente, alrededor del mundo las personas han gastado gran parte de su tiempo en el mundo digital, donde las Apps que más utilizan las personas están relacionadas con temas de personalización, Lifestyle, compras y demás. Por consiguiente, hemos decidido implementar una aplicación de citas para los viajeros con el fin de llevar adelante un proyecto teniendo en cuenta la planeación y desarrollo de una idea tecnológica y práctica, Colombian dream, que ayuda en la orientación a los viajeros que quieran ir a cualquier sitio en Colombia y tener una cita con otra persona; Por otro lado, que ayude el manejo de publicidad y promoción de las empresas turísticas.

Los emprendedores son Cindy Milena Cañon Roso, Lida Marcela Perez Panqueva y Maira Yaneth Patiño Donoso, estudiantes de administración de empresas en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, cursando quinto semestre, de la ciudad de Bogotá y Yopal, con una pasión por la tecnología y el emprendimiento en la creación de nuevas aplicaciones móviles para los usuarios.

## **Introducción**

El presente proyecto de grado trata de la creación de una aplicación que puede ser usada como una herramienta para la interacción entre personas que deseen conocerse, el objetivo es que estos usuarios puedan interactuar realizando una reserva a lugares de interés, planes y sitio turísticos que ofrece la plataforma.

Estas reservas hacen que los usuarios que accedan a nuestra plataforma obtengan paquetes y planes turísticos colombianos, ya que con esta herramienta buscamos que nuestros usuarios inclinen sus intereses a la importancia que se le debe dar a la riqueza de nuestro país, aportando al desarrollo turístico de Colombia teniendo en cuenta que la única forma en que estos usuarios pueden tener interacción es por medio de esta.

## **Objetivo General**

Crear una aplicación donde los usuarios puedan interactuar y conocerse en una cita reservada en un sitio colombiano.

**Objetivos Específicos.** A continuación, los objetivos específicos

- Incentivar el turismo colombiano
- Aportar al desarrollo del país
- Desarrollar una aplicación de gran capacidad
- desarrollar un buena comunicación e interacción entre usuarios
- Desarrollar un espacio seguro para conocer gente
- Desarrollar una aplicación segura para realizar pagos
- incentivar importancia de la preservación ambiental

## **Claves para el éxito.**

### *Factores diferenciales*

Una aplicación Diseñada para la interacción de usuarios “citas” que cuenta con las siguientes características :

- Es la única forma para que los usuarios registrados se puedan contactar ya que la plataforma bloquea números de teléfono correos y direcciones.
- Después de cierto tiempo de interacción los usuarios deben realizar una reserva porque de lo contrario se les bloqueara todo tipo de comunicación (inicialmente pueden comenzar por restaurantes)
- Todos los sitios para visitar son 100% colombianos u ofrecen productos Típicos.
- Planes de Ecoturismo

1. *Descripción de la idea de negocio.* A continuación, daremos la descripción de la idea de negocio

*¿Cuál es el producto o servicio ?*

Nuestro servicio es Freemium, un modelo de negocio que funciona ofreciendo servicios básicos gratuitos, es una aplicación que presta un servicio donde permite conocer gente dependiendo de la ciudad donde se encuentre y de allí podrán por medio de nuestra aplicación hacer una reserva del lugar o el plan que quieren hacer especialmente a la innovación de los sitios Turísticos Colombianos y los encuentros son programados por medio de nuestra aplicación; mientras se cobra dinero por otros servicios especiales.

*¿Quién es el cliente potencial?*

Este producto va dirigido a personas de 18 años sin importar su orientación sexual que deseen conocer gente online.

*¿Cuál es la Necesidad?*

Esta aplicación accede a sus usuarios comunicarse de manera simultánea a través de mensajes la cual los lleva a encuentros cara a cara.

*¿Cómo?*

Nuestra aplicación permite que los usuarios socialicen con personas que tienen diferentes culturas, costumbres, gustos y sobre todo de diferentes personalidades, con el fin de lograr la necesidad de la pirámide de Maslow.

*¿Por qué lo preferirán?*

- No es solo una plataforma para conocer gente y relacionarse, si no también se puede hacer automáticamente una reserva para un plan turístico 100% colombiano.
- El registro es gratuito.
  - Se fomenta e incentiva a visitar el turismo colombiano.

## **2. Modelo de Negocio.**

*Tabla 1*

<p>¿Quiénes son los clientes? Va dirigido a personas mayores de 18 años que se encuentren en los estratos del 2 al 4; geográficamente ubicados en las ciudades de Bogotá, Casanare, Cali, Medellín y barranquilla.</p>	<p>¿Cuál es la propuesta de valor? Descubre gente y viaja por Colombia en un solo Clic</p>	<p>¿Cuáles son los recursos y procesos necesarios? hace referencia a la utilización de una plataforma del modelo Freedom donde los usuarios buscan relaciones con otros, conocerse, reservar planes y visitar sitios turísticos colombianos que ofrece la plataforma.</p>
--	--	---

<p>¿Cuáles son los costos para entregar una propuesta de valor?</p> <p>Costos y Precio: el valor de la creación de la plataforma es de \$7.000.000</p>	<p>¿Cómo se entrega la propuesta de valor?</p> <p>Como aplicación brindamos el servicio de EpayCo donde se ofrecen variedad de métodos de pago especialmente para los usuarios.</p>	<p>¿Cómo genera ingresos o fuentes de financiación?</p> <p>Crédito de una entidad Financiera.</p>
<p>¿Cómo puede ser sostenible?</p> <p>Asesoría en Innovación Web Programación de lenguaje, asesoría de imagen y actualización de tendencias en planes y turismo</p>	<p>¿Cómo se puede generar relaciones con los clientes?</p> <p>Fidelidad: A partir de la segunda reserva descuento del 15% en los planes donde el valor de la reserva sea de 500.000 a 1.000.000 y un 20% para planea donde la reserva sea mayor a 1.000.000</p> <p>todos los clientes a partir de la 5 reserva reciben 20% adicional y quedan inscritos en un sorteo de una reserva por valor de 1.000.000</p>	<p>¿Qué alianzas estratégicas se pueden generar?</p> <p>A través de ahorros programados y una fuente de financiación por un préstamo en el Banco de la mujer.</p>

*Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet. A continuación, el modelo de negocio de ventas por internet*

Modelo de negocios escogido freemium.

*¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido ?. A continuación, clientes en el modelo de ventas por internet.*

- Crear relaciones comerciales y colaboraciones con medios relevantes (blogs, revistas, periódicos,
- Publicidad y promoción mediante RRSS.
- Crear una web o landing de descarga de la App
- Publicación en App Store o tiendas de descarga de aplicaciones
- Contactar con influencers y bloggers en el sector

*¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido? A continuación, las alternativas que ofrecemos a los clientes.*

- ocio, entretenimiento y diversión.
- Los usuarios pagarán menos por servicios básicos, pero destina más a experiencias y pueden gastar una buena parte de su presupuesto en actividades en destino y sobre todo Proporcionando un buen servicio y trato durante todas las fases del viaje

*¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo ? A continuación, los métodos de pago*

Quando el usuario lleve un determinado tiempo de interacción con un mismo usuario la plataforma le aparecerá un anuncio que le solicitará realizar la primera reserva, las primeras propuestas son restaurantes de comida típica colombiana de bajo precio.

Los medios utilizados para este modelo de negocio son a través de pagos en línea y de plataformas como Nequi, Bancos y Efecty.

3. **Actividad innovación sostenible.** a continuación, la innovación sostenible

Tabla 2

	<i>Agua</i>	<b>Energía</b>	<b>Materia prima</b>	<b>Emisiones</b>	<b>Residuos</b>
<p>producto o <i>SERVICIO</i></p> <p>¿El producto tiene un ecodisño?</p>	<p>Ofrecemos un plan amigo en el cual mostramos anuncios fotográficos, cada vez que el usuario ingrese a chatear con otra persona le aparecerá en la parte superior al lado derecho un anuncio fotográfico</p>	<p>Siendo una aplicación concientizamos el ahorro de energía a los usuarios a la hora de abrir la aplicación les saldrá un anuncio de 2 segundos acerca de campañas medio ambientales al ahorro de energía en el</p>	<p>No utilizamos materia prima al ser un servicio intangible.</p>	<p>Optamos por horarios diurnos ya que la energía de noche es un poco más frecuente. nosotras hemos decidido utilizar este pequeño tips para cuidar nuestra</p>	<p>Nuestra aplicación se basa en armar planes turísticos colombianos y para eso en nuestra app brindamos un enlace especial para que los usuarios tengan el conocimiento acerca de la clasificación de residuos.</p>

	donde se incentive ahorrar y a reducir el agua.	cual no se podrá omitir este anuncio.		huella de carbono.	
Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?	Se realizan seminarios referentes al cuidado del agua cada 6 meses con los contactos de la aplicación	En nuestro aplicativo tenemos convenios con alquileres de bicicletas para sus planes diarios con el fin de cuidar el medio ambiente.	Al ser un servicio intangible utilizamos el marketing digital al ahorro de papel y a cada 30 encuentros se le obsequiara al usuario una semilla.	La campaña realizada por nuestra app es sobre imagen fotográfica para reflexionar sobre el alto consumo de energía que nos afecta a futuro.	Realizamos una campaña ecológica y/o ambientalista como caminatas y picnic por sorteos a 3 parejas en nuestra aplicación.

#### 4. Análisis del sector. A continuación, descripción del análisis del sector.

Colombian Dream es un servicio que está más enfocado a un público entre los 18 y los 55 años sin importar su orientación sexual, pero que además pertenezcan a una clase social media y alta ya que es claro que esta aplicación de viajes y citas turísticas es más que todo para gente con una buena estabilidad económica, por lo que podría decirse que está dirigido a un público más exclusivo y sofisticado de la población. Nuestro servicio va dirigido a un tipo de personas

extrovertidas sociables y sobre todo activas que tengan ganas de conocer gente y distraerse un rato de todos sus problemas, el motivo por el que nuestro servicio es mejor es porque brindamos exclusividad a nuestros clientes, ofreciendo siempre unos servicios de planes y citas turísticas muy cómodos y a un excelente precio.

➤ *Interacción entre Usuarios ( Chat, Foto y Video)*

Los usuarios al ingresar a nuestra plataforma van a buscar interactuar con otros usuarios por medio de un chat interno en el cual podrán compartir fotos y videos; se tiene bloqueado que se compartan números de teléfonos, correos electrónicos ya que los usuarios solo se pueden comunicar por medio de nuestra plataforma.

➤ *Seguro de Viaje*

Teniendo en cuenta que nuestra plataforma está diseñada para que interactúen los usuarios y se puedan conocer realizando reservas, contamos con un seguro de viaje únicamente para las reservas donde se ampara un servicio contra cualquier incidente que les pueda pasar a nuestros usuarios. ( accidente, enfermedades etc.) .

➤ *Traslados*

Estos traslados son aplicados cuando los usuarios hacen reservas en distintos sitios de la ciudad bien sea aeropuerto- Hotel o entre distintos sitios turísticos.

➤ *Grupos de Interés*

La plataforma tendrá una parte diseñada como grupo de interés, estos grupos tendrán inclinación hacia un tema en específico como la gastronomía, deportes, cultura, moda.

➤ *Ecoturismo*

Esta Plataforma también ofrece una parte donde su enfoque principal es un turismo alternativo o ecologista que no altera el medio ambiente ni causa daños al contrario concientiza a los usuarios.

➤ *Incentivo del Turismo Colombiano*

Nuestra plataforma aparte de buscar la interacción entre usuarios también busca ayudar al desarrollo social-económico y ambiental del país

*Tabla 3*

“Nombre de app”	Interacción entre usuarios ( chat, Foto y Video)	Actividades Económicas	Seguro de viaje (asistencia)	Traslados	Grupos de interés	Ecoturismo	Incentivo del turismo colombiano	Precio
Colombian dream	5	4	4	5	5		5	4
Worldpackers	5	2	1	1	1		1	4
Tinder Passport	4	2	1	1	1		1	3
Withlocals	3	2	1	1	1		1	4
Backpackr	4	3	1	3	1		1	4
Eatwith	5	4	1	2	1		1	3
Partywith	5	4	1	1	1		1	3
Estrategia	Mantener	Incrementar	crear	Mantener	incrementar	Incrementar	incrementar	mantener

#### 4.2 **Análisis de Porter.** A continuación, el análisis de Porter

➤ *Poder de negociación de los clientes*

Para obtener el poder de negociación de los clientes se debe tener un sistema de aplicación que se diferencie de los demás, en este caso sí lo es; ya que la aplicación está diseñada para que los usuarios puedan interactuar y de esta forma después de cierto tiempo de interacción deben realizar una reserva a los planes que tiene nuestra plataforma bien sea en restaurantes o salidas a sitios turísticos y ecológicos. Nuestra plataforma está diseñada para detectar direcciones, números de teléfono y correos electrónicos, los cuales serán bloqueados es decir el único medio de contacto entre nuestros usuarios es la plataforma.

➤ *Poder de negociación con los proveedores.*

El poder de negociación con los proveedores es alto, ya que como aplicación podemos reemplazar al proveedor buscando un precio más cómodo y una mejor calidad para nuestros usuarios. Teniendo en cuenta que en el mercado se encuentra gran variedad de hoteles, restaurantes, aerolíneas y almacenes.

➤ *menaza de productos sustitutos.*

Con el crecimiento diario en la creación de las aplicaciones móviles se evidencia como amenaza que nuestro producto sea sustituido por una página de citas o de turismo. Para esto debemos utilizar como estrategias el plus que ofrece nuestra app aprovechando al máximo las tendencias utilizadas en turismo colombiano y entre la interacción de usuarios utilizando los más buscado en otras plataformas incluirlo en la nuestra de forma

mejorada sin perder nuestro horizonte y el objeto de la misma.

➤ *Amenaza de productos entrantes.*

Se puede ver que a mediano o largo plazo se logran conseguir nuevos productos entrantes. Sin embargo, existen obstáculos que nos permitirán que entren con facilidad al mercado las cuales son: falta de experiencia, desconfianza, inseguridad, entre otras.

Pero por otro lado se toman algunas medidas

- fidelización de clientes
- precios accesibles
- Desarrollo de la aplicación con calidad
- Aumentar los canales de distribución.

➤ *Rivalidad entre los competidores.*

Anteriormente, se han mencionado aplicaciones competidoras las cuales realizan actividades similares y prestan un servicio asequible. Debido a ello, es necesario generar una ventaja competitiva sobre ellos por lo que se aplicaran estrategias como:

- Dar servicio de buena calidad
- Dotar nuevas características innovadoras a la aplicación o tecnologías.
- Aplicar publicidad
- Ecoturismo Colombiano
- Seguro de Viaje.

## 5. Marketing Mix

### 5.1 Estrategias de producto para clientes

*Núcleo:* Al ser aplicación como núcleo tenemos el sistema operativo Software el cual nos brinda un sistema de seguridad, gestión de procesos y un modelo de controladores.

*Calidad:* Velocidad y la facilidad con lo que los usuarios navegan en nuestra plataforma teniendo en cuenta que no siempre se usa el mismo sistema operativo.

*Envase:* Nuestro elemento de protección es nuestro logo ya que con eso nos diferenciamos de la competencia y así incentivamos a los usuarios a descargar nuestra aplicación.

*Diseño:* La identificación del producto en nuestra aplicación es el canal de distribución ya que es el medio donde ellos se comunican para así poder reservar los lugares a donde quieren ir.

*Servicio:* Nuestra APP presta un servicio basado en la seguridad y confianza que se les brinda a los clientes, Se basa en la honestidad y el buen nombre de los lugares más reconocidos de Colombia en los cuales cumplen con todas las políticas de privacidad y confiabilidad.

### 5.1.1 Portafolio



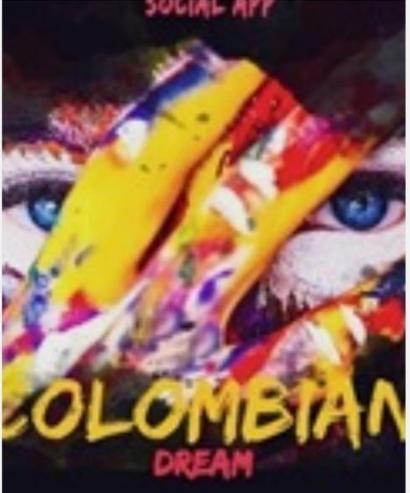
No te pierdas de disfrutar nuestros servicios y ofrecimientos en el mercado, disfruta y conoce al menos una vez, entre otras atracciones y eventos importantes de nuestro país.

**CORREO ELECTRÓNICO**  
colombiadream@gamil.com

**INSTAGRAM**  
Colombia\_Dream

**CONTACTOS**  
3222115309

# Colombian Dream



Con Colombia Dream encontraras planes en todas las ciudades del país de la mas pequeña a la mas grande, no te pierdas de darle alegría a tú vida y conocer mas gente, costumbres y aún mas lugares.

#### PLAN BASICO

ESTE PLAN SE BASA EN 12 HORAS  
O SOLO UN MOMENTO  
QUE ESCOJA EL CLIENTE.

- TENEMOS ALQUILER DE BICICLETAS.
- DOS COMIDAS DEPENDIENDO EL HORARIO EN QUE LO ESCOJAS.
- SE LOGRA INTEGRAR CON MAS PERSONAS O SOLO CON LA PERSONAS QUE ESCOJAS EN TU CHAT.

#### PLAN PREMIUM

ESTE PLAN SE BASA EN 24 HORAS DISFRUTANDO DE NUESTROS SERVICIOS.

- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEPENDIENDO EL GUSTO.
- DISPOSICIÓN DE MOTO CON UN GUÍA.
- HOSPEDAJE EN EL MEJOR HOTEL DE LA CIUDAD.

#### PLAN GOLF

EN ESTE PLAN ENCONTRARAS YA UNO MAS COMPLETO SERÁN 4 DÍAS Y 3 NOCHES.

- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEPENDIENDO EL GUSTO.
- DISPOSICIÓN DE VEHICULO CON UN GUÍA.
- HOSPEDAJE EN EL MEJOR HOTEL DE LA CIUDAD.

#### PLAN CASA

*Come, Juega y Relajate*

NUESTRO PLAN CASA CUENTA CON UNA SEMANA DISFRUTANDO DE TODO INOLVIDABLE DE LA CIUDAD, CUENTA CON UN ESPACIO EN CADA RINCÓN DE LA CIUDAD Y SUS ALREDEDORES, ES UN PLAN VASADO PARA MAS DE 4 PERSONAS CON UNA BUENA DISPONIBILIDAD DE TIEMPO

- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROGRAMADO POR NOSOTROS.
- DISPOSICIÓN DE VEHICULO CON UN GUÍA.
- HOSPEDAJE EN EL MEJOR HOTEL DE LA CIUDAD.
- RECREACIÓN Y COMIDA DISPONIBILIDAD.

## 5.2 Estrategia de Precios

Colombian Dream estima sus precios y sus planes basados en la competencia y a partir de ello hacemos un análisis de qué planes se ofrecen y el por qué tan caro y por qué nosotras le podemos bajar o aumentar a estos precios, dependiendo de cada plan al que escojan nuestros usuarios.

### 5.3 Estrategia de Distribución. A continuación, las estrategias de distribución.

Colombian dream tiene como estrategia de distribución unas gangas, donde allí ofrecemos un número de descargas gratuitas por cierto tiempo limitado para así nosotros poder adquirir más descargas para nuestra aplicación, estas gangas se refieren a una navegación mínimo de 3 semanas donde no les saldrá publicidad.

### 5.4 Estrategia de Comunicación. A continuación, las estrategias de comunicación.

En nuestra App manejamos el modelo freemium con un reconocimiento de seguridad, privacidad y fidelización con los usuarios, Ellos se guiarán con la página web que tenemos ya en funcionamiento, también tenemos gran variedad de comunicación tanto externa como interna de los planes en Instagram, especialmente manejamos nuestro público desde los 18 a 55 años, con esto presentamos los lugares donde pueden reservar sus planes ya dependiendo la condición que el usuario prefiera adecuándose con su economía.

## Marketing Mix Tabla

MARKETING MIX					
Estrategia	Objetivo	Como llegar al objetivo	Cuando	Donde	Valor
Objetivo	Creación de 3 nuevos servicios para hacer las mejoras de la app.	Haciendo un estudio en los usuarios buscando las novedades que no se han agregado a la plataforma	Próximos 6 Meses	Clientes Potenciales App en Colombia	\$4.000.000
Precio	Aumento de usuarios 20% (estudiantes)	Realizar una alianza de precios cómodos con 2 universidades buscando que una muestra de 1000 estudiantes use la App y tengan un descuento del 50%.	próximos 12 Meses	2 universidades más importantes del país Bogotá Colombia	\$7.000.000
Proporción y comunicación	Crear reconocimiento de marca 25%	Realizando una campaña publicitaria en las 2 emisoras juveniles más escuchadas en las principales ciudades del país (la Mega y Oxígeno)	próximos 16 Meses	Bogotá, Cali Medellín	\$ 5.000.000
Distribución	Estimular la buena imagen de la marca a través de la distribución aumento de las visitas en un 10%	Realizado una campaña de branding en (LinkedIn, Twitter y Facebook)	próximos 6 Meses	Nivel Nacional	\$ 3.000.000

## 6. Matriz Desarrollo de Marca

Colombian Dream

Pasos	Objetivos	Resultado
Primer paso Diagnóstico de mercado	A. Identificar el sector	Cultura, entretenimiento, tradiciones, turismo y costumbres.
	B. Identificar marcas en competencia	Tinder Passport, Worldpackers, Withlocals
	C. Soluciones principales y alternativas	Planes completos de turismo, guías y sitios muy reconocidos
	D. Tendencia del mercado	Los lugares más llamativos que tengan más colores, las bebidas o lugares donde se consuman a un buen precio y sea de calidad
	E. Arquetipo de la marca	Explorador, Amante
Segundo paso Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de la marca de la competencia.	Claridad en el proceso de ingreso de la aplicación.
	B. Identificar variables del neuromarketing	La organización y buen presentimiento de la página.
Tercer paso Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Si, con lo que se basa en buscar nuevas experiencias.
	B. Identificar Top of heard	No, porque he visto comentarios donde la gente dice cosas referentes a cómo les fue con la cita o plan que tuvieron.
Cuarto paso Realidad Material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Queremos brindar seguridad, diversión, creatividad en lo que se muestra y lo que se brinda. -Creador, Protector y Amante
Quinto paso Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Desarrollamos canales de vía digital, con un gran desempeño en actividades de turismo, entretenimiento y de más actividades con fidelización y seguridad a mano del país, siempre contamos con nuestra aplicación y sitios web como Instagram y la página web.

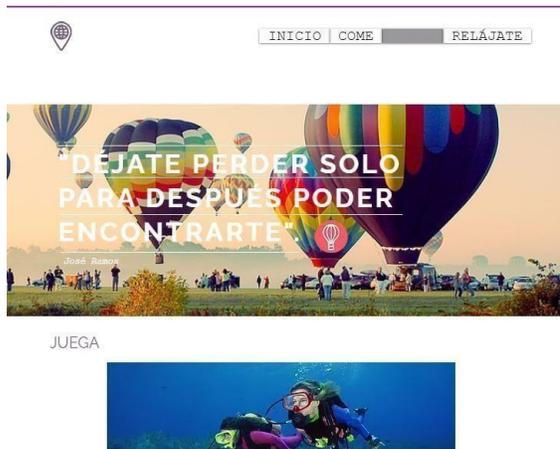
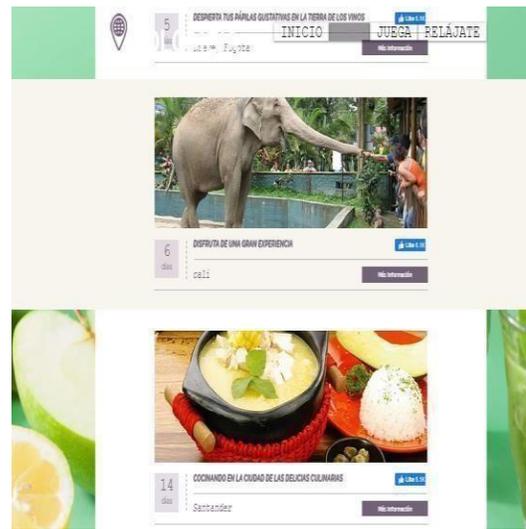
## 7. Estrategia de Marketing Digital

Con el fin de adquirir nuevas estrategias de marketing digital para Colombian Dream hemos decidido crear una landing page en wix mostrando un prototipo de los planes, turismo y comidas que pueden tener nuestros usuarios, sin embargo, si ellos quieren una mayor información acerca de las tarifas y planes para sus citas, hemos dejado nuestras páginas, correos y número de teléfono.

A continuación, el enlace para acceder a nuestra página en wix:

<https://lidaperez.wixsite.com/misitio/juega>





## 8. Estrategias de Marketing Digital

Colombian Dream maneja una parte de concursos y premios, para toda aquella persona que descargue nuestra App y cree un perfil se le dará un cartón digital de bingo, destinado a una fecha especial, donde se promocionaran 10 premios como televisores, bicicletas, tables etc, aquellos usuarios tendrán que estar conectados a la hora del en vivo para poder adquirir estos premios, de no estar allí se le dará la oportunidad a otra persona; Manejamos anualmente unos descuentos especiales aquellas personas que sean fieles con Colombian

Dream solo para las reservaciones de hospedaje, adicional a esto haremos una rifa Tour Colombia, estas personas podrán decidir al lugar que desean viajar y se les pagara el hospedaje y transporte.

## 9. Métricas clave

CAC: A Colombian Dream le cuesta captar un cliente alrededor de 28.333

85.000 = 15 Días de publicación + la mano de obra.

3= Número de

planes vendidos

$85.000/3 = 28.333$

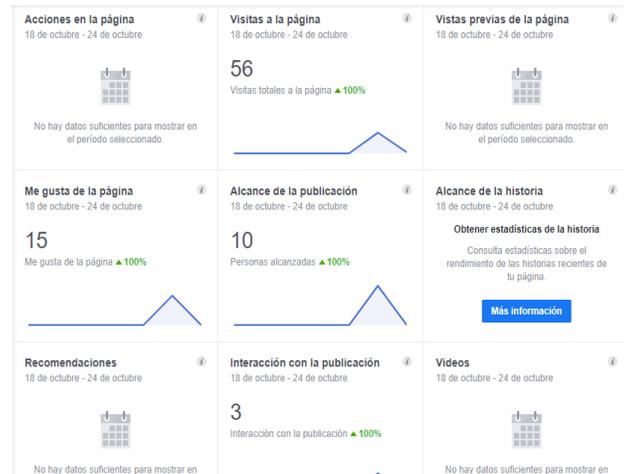
LTV

$28.333/3 = 9.444$  Precio unitario por

cada cliente Ahora

$9.444 \times 3 = 28.332$

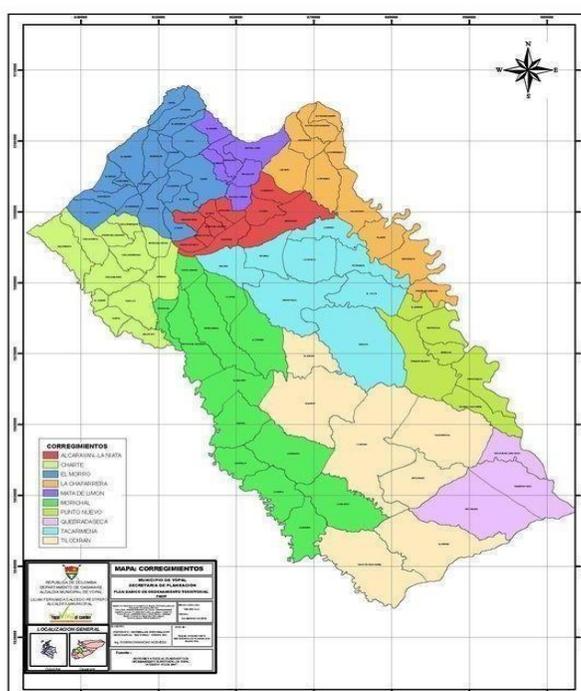
The screenshot shows the Facebook page admin interface for 'Colombian Dream'. On the left, there is a navigation menu with options like 'Inicio', 'Bandeja de entrada', 'Recursos y herramientas', 'Notificaciones', and 'Estadísticas'. The main content area displays 'Información' for the page, including the location, a description about user interaction for bookings, and the number of likes and followers (15 each). It also shows the page's URL and contact information (phone number 322 2115309 and email colombiadream@gmail.com).



## Estudio Técnico I

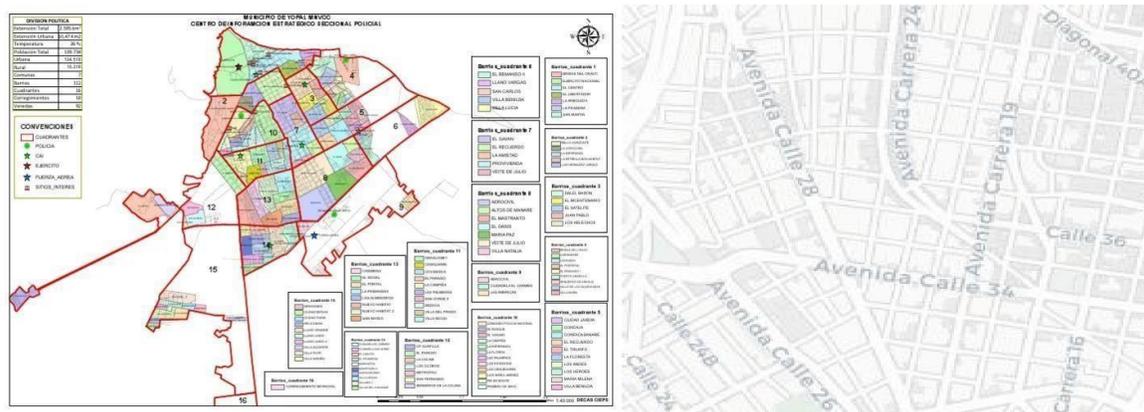
### 9.1 Macrolocalización

Teniendo en cuenta que Colombian Dream es una aplicación diseñada para la interacción entre usuarios e incentivar el turismo en colombiano. Para el desarrollo de la misma se requieren en su mayoría recursos electrónicos e informáticos, la macrozona dentro de la cual se establecerá este proyecto es en el municipio de Yopal capital del departamento de Casanare, se sitúa a 335 kilómetros de Bogotá, con un número de habitantes 155 882, limita hacia el norte con el municipio de Nunchía y municipio de Paya en el departamento de Boyacá, hacia el sur con el municipio de Orocué y Maní, hacia el oriente con el municipio de San Luis de Palenque y al occidente el municipio de Aguazul y municipio de Labranza grande en de Boyacá, su temperatura es de 25° Altitud sobre el nivel del mar: 338 m.



## Microlocalización

La microlocalización para este proyecto está ubicada en el barrio el Recuerdo en Yopal es una zona urbana céntrica en el municipio, sector que muestra gran desarrollo, localizada cerca al terminal de transporte rodeada de todo el comercio del sector , gran porcentaje del hotelería la rodea centros comerciales y el parque el recuerdo que es emblemático el recuerdo , como el desarrollo de la copa de coleo que se desarrolla en este sitio limita con el barrio el milagro y comfacasanare.



## 9.2 Ubicación

Para realizar este proyecto se adaptó una oficina ubicada en un primer piso arrendado el cual cuenta con una recepción con una sala de espera 1 salón donde se trabaja el manejo de la plataforma medios tecnológicos y 3 oficinas para el manejo administrativo con aproximadamente 80m<sup>2</sup> con el fin de crear un excelente entorno laboral.

## Planta y Equipo

Para el buen funcionamiento de las instalaciones y del proyecto de requieren 7 equipos

de cómputo, distribuidos de la siguiente manera 1 para la recepción, 3 para las personas encargadas del manejo informático, mantenimiento y manejo de la aplicación y los tres restantes para las encargadas del proyecto y temas administrativos Maira Patiño, Lida Perez y Cindy Cañón, se requiere mobiliario de oficina para cada puesto y sillas para recepción, 7 teléfonos, 2 impresoras multifuncionales, papelería de oficina, papelería de publicidad y folletos que se relacionan a continuación:

Tabla 6

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO				
Requerimientos Técnicos				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Espacio de 80 m <sup>2</sup>	1	\$650.000	Espacio adaptado para el funcionamiento de la oficina
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	7	\$ 14.000.000	4 computadores con funciones básicas para el desarrollo de labores administrativas y 3 con una capacidad más alta para el manejo de redes y mantenimiento de la plataforma
	Impresora	2	\$ 1.000.000	impresora multifuncional
	Telefono de mesa	7	\$ 1.400.000	Telefonos con capacidad de manejo de extensión
Muebles y Enseres y otros	Escritorio de en L	7	\$ 14.000.000	Mobiliario que sea remobile
	muebles de sala de estar	6	\$ 5.000.000	básicos en cuero negro
	silla tipo escritorio	7	\$ 8.000.000	Sillas ergonómicas
	Archivador	3	\$ 750.000	Tamaño medio
Otros (incluido herramientas)	Resmas de Papel	10	\$ 90.000	Papel reciclable elaborado de caña
	Esfero	24	\$ 7.000	Tinta Negra
	Publicidad	250	\$ 200.000	
Gastos pre- operativos	servicios	5	\$ 1.000.000	Pago servicios públicos
	Apertura	1	\$ 200.000	Dian
	Registro	1	\$ 1.000.000	Camara de Comercio- tics -RNT



El proceso para prestar nuestro servicio como APP, es primordialmente que nuestros usuarios, primeramente descarguen la aplicación y accedan a ella para que puedan ver el contenido y así realizar sus citas con una y más personas ya después de eso proceden a escoger uno de nuestros 4 planes, los cuales se prestan diversos contenidos y ya proceden a el tour con nuestro guía o guías dependiendo de la cantidad de usuario que tomaron el plan y así se finaliza el proceso de nuestro servicio.

## 10.1 Esquema

Bien- Servicio:		SERVICIO			33
Unidades a producir		MILLONES DE DESCARGAS			
Actividad de proceso	Tiempo destinado de realización Minutos-Horas	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que invierten por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producto por máquina, Cantidad de producto-unidad de tiempo.	
Descargas de la APP	Entre 20 a 50 descargas durante una semana.	Ninguno	Ninguno	En mi servicio no generamos capacidad de máquinas, pues ya que cada usuario se encarga del objetivo más importante y es contar con una herramienta como es el Computador, Celular o Tableta.	
Programación de la citas o encuentros	Se realizan chats durante unas horas donde interactúan dos o más personas para llegar a un fin.	La aplicación y los anuncios en los cuales se cuenta, ya cuando este usuario a ingresado.	Ninguno	En este caso todavía no contamos con esta maquinaria pues ya que somos solo servicio de APP	
Planes que ofrece la APP	Se ofrecen 4 planes. 1. 12 horas o menos. 2. 24. Horas o menos. 3. 4 días y 3 noches. 4. Una semana completa.	Aquí ya pasan a participar los establecimientos que hayan escogido en dicho plan.	Aquí ya se maneja variedad de personal, pues ya que no es solo uno porque es un establecimiento el cual puede llegar a tener más de 4 personas a disposición del usuario.	Es un establecimiento que puede contar con más de 20 máquinas a disposición de los trabajadores de dichos horarios que la empresa determine.	
Asesorías- Guías	Disposición depende del programa que escoja nuestro usuario.	Guía o asesor para nuestros usuarios.	Uno o dos personas.	Ninguna.	

## 11. Estudio Técnico III

### Ficha Técnica

	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>		
	CODIGO	VERSIÓN	FECHA
<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>			
<b>A. NOMBRE DEL SERVICIO ( Defina el nombre del servicio)</b>			
Colombian Dream, aplicación de citas para conocer sitios turísticos colombianos			
<b>B. OBJETIVO</b>			
Permitirle a los usuarios relacionarse con una mayor diversidad de individuos a sitios turísticos colombianos con el fin de tener nuevas experiencias de culturas y ecoturismo.			
<b>C. METODOLOGIA</b>			
Distraccion turística: Colombian dream cuenta con una plataforma de citas para solo sitios turísticos colombianos, se brindara un acompañamiento en las reservas para ecoturismo, gastronomía y actividades de distracción especialmente para que los usuarios vivan una mejor experiencia a través de guías personales para cada cita únicamente si lo requieren.			
<b>D. DESCRIPCIÓN GENERAL</b>			
Contamos con unos paquetes turísticos especiales a cartagena; nuestros clientes podran disfrutar de la playa en cartagena donde podran bucear e ir a sitios de gastronomía o biñeros si así lo prefieren o incluso escoger el plan que mas les guste. En la parte de reservacion tenemos un convenio con los hoteles o apartamententos que esten mas cerca del sector para así poder garantizarles mas economía.			
<b>D. DURACION</b>			
Desde que inicia el día de reservacion hasta el día que el usuarios queda satisfecho con el servicio, en un rango de 4 a 6 días.			
<b>E. ENTREGABLES</b>			
Se les enviara a los usuarios un detalle de agradecimiento por preferirnos en nuestra aplicación.			

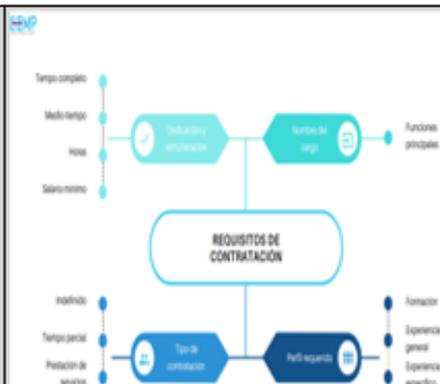
## G. PERFIL DEL CLIENTE

Colombian Dream es un servicio que esta más enfocado a un público entre los 18 y los 55 años sin importar su orientación sexual, pero que además pertenezcan a una clase social media y alta ya que es claro que esta aplicación de viajes y citas turísticas es más que todo para gente con una buena estabilidad económica, por lo que podría decirse que está dirigido a un público más exclusivo y sofisticado de la población.

## G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

Guia Turístico: Colombian Dream necesita la interacción de un guía turístico que tenga las funciones de supervisar la unidad de transporte a utilizar, Supervise la unidad de transporte, elabore informes al finalizar los itinerarios, acompañe a los turistas de compras, Toma de decisiones en situaciones especiales que afectan al turista, Coordina los servicios que se realizarán mediante el recorrido.

.Conocimientos generales sobre la actividad turística.  
 .función del guía de turismo,  
 Conocimientos de legislación Turística, mercado Turístico, patrimonio Cultural.  
 Conocimientos generales del área económica  
 Habilidad para comunicar, orientar en informar  
 Habilidad para la conducción de grupos.  
 Habilidad para promover actividades de animación  
 Habilidad para supervisar



**Firma del responsable  
del servicio:**

JEFE DE PRODUCCION

Nombre del Responsable  
del servicio

Firma:

## 12. Lanzamiento Producto Mínimo Variable

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
 <p>Quiero ir a cerro de Monserrate pero no tengo con quien ir :c</p> <p>Hola</p> <p>Hola!!</p> <p>Abrir Colombian Dream para conocer a alguien y poder pasear!!!</p>			
	<p>Esta enfocado a un publico entre los 18 a 55 años sin importar su orientación sexual, pero que además pertenezcan a una clase social media y alta .</p>		

## CONCLUSIONES

Para cerrar la idea el sector turístico colombiano en los últimos años ha experimentado un constante crecimiento; el cual surge una necesidad en la preparación óptima para enfrentar tal demanda, que a medida del tiempo es más exigente y cambiante; En Colombia en tema de actividades turísticas, está creciendo cada vez más, la cual está llamada a seguir preparándose e innovando para sacarle el mayor beneficio al sector turístico y a la gran cantidad de sitios y recursos que cuenta este sector, aprovechando así las nuevas tendencias del mercado, como lo son el ecoturismo entre otras.

De acuerdo con los viajeros extranjeros, en la determinación de preferencias, gustos y nivel de satisfacción de los turistas que llegan a Colombia; se puede afirmar que en la mayoría de los casos ellos buscan planes de tures y nuevas personas con quien experimentar nuevas cosas, no obstante buscan la facilidad en la información, seguridad en sus trayectos y en la interacción social, cumpliendo con las expectativas de los turistas, teniendo en cuenta las variables que son de vital importancia para la satisfacción de este.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<https://perevilaro.wordpress.com/2012/12/25/escenarios-competencia-mercado-de-apps/>

<https://www.5fuerzasdeporter.com/el-poder-de-negociacion-de-los-proveedores/>

<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/pHDzRdcHMzy7zso#pdfviewer>

<https://blog.esl-idiomas.com/blog/viajes/aplicaciones-para-conocer-gente-mientras-viajas/>

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10462/Final%20Proyecto%20de%20Grado.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15453/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20COMPETITIVA%20POR%20MEDIO%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20EN%20LA%20ASOCIACION%20DE%20N%20D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142085/Seminario%20Segmentacion%20Psicogr%C3%A1fica%20Una%20aplicaci%C3%B3n%20para%20Chil.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://www.coursehero.com/file/p5dvk3m/En-la-segmentaci%C3%B3n-de-mercado-Apple-abarca-casi-todos-los-mercados-como/>

<https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/marketing-mix/>

<https://pinbus.com/>

<https://planesturisticos.com/>

<https://www.boats4u.co/es/>

[https://elpais.com/sociedad/2019/09/27/actualidad/1569614879\\_466846.html#comentarios](https://elpais.com/sociedad/2019/09/27/actualidad/1569614879_466846.html#comentarios)

<https://www.ticbeat.com/tecnologias/10-canales-distribucion-para-las-aplicaciones-moviles>