

<div>Problema</div> <div><p>SNecesidades de las Agencias de viaje:</p><ul style="list-style-type: none">• Aumento de la oferta de servicios para los turistas.<p>• Complementar los paquetes turísticos que ofrecen las Agencias en la ciudad.</p><p>Necesidades de ciudadanía en general:</p><ul style="list-style-type: none">• Una nueva opción de recreación, entretenimiento y diversión en la ciudad, diferente a las actuales.• Recorridos turísticos culturales y deportivos para la ciudadanía en general.<p>Necesidades del turista extranjero:</p><ul style="list-style-type: none">• Realizar rutas turísticas culturales de calidad con buen contenido histórico exaltando las culturas y costumbres indígenas de la región.• Aumento a las actividades de recreación, entretenimiento y diversión que pueden desarrollar en la ciudad durante su paso por esta.<p>Necesidades del turista nacional:</p><ul style="list-style-type: none">• Realizar rutas turísticas culturales de calidad con buen contenido histórico exaltando las culturas y costumbres indígenas de la región.• Aumento a las actividades de recreación, entretenimiento y diversión que pueden desarrollar en la ciudad durante su paso por esta.</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Paquetes turísticos• Pasadías</div>	<div>Solución</div> <div><p>1. Promocionar la cultura local y de las comunidades indígenas a través de la historia, los monumentos y las artesanías mediante las tardes de ranchería. 2. Cabalgatas, 3. Medicina tradicional</p></div> <div><ul style="list-style-type: none">• • • • • Cantidad de ventas por perfil de consumidores.• Cantidad de consumidores referidos por cada empresa aliada.• Efectividad de las estrategias de publicidad.</div>	<div>Proposición de valor única</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Promocionar la cultura local y de las comunidades indígenas a través de las tardes de ranchería. .• ¿Que nos hace Diferente? Que nuestra empresa se preocupa por promocionar la cultura nos preocupamos por brindarle al usuario un servicio de calidad con los elementos necesarios para que se sienta cómodo y disfrute de actividades recreativas, deportivas y sanas diferentes a las presentes en la actualidad.</div>	<div>Ventaja especial</div> <div><p>Las estrategias de promoción que vamos a emplear canalizarán clientes desde las propias agencias y hoteles.</p></div> <div><ul style="list-style-type: none">• • • Venta Directa.• Alianzas con operadores turísticos.• Alianzas y Promoción en Hoteles.• Página Web para promoción y ventas.</div>	<div>Segmentos de clientes</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Turistas Extranjeros• Turistas Nacionales• Comunidad en General• Agencias de Viaje</div> <div><div>(Early adopters)</div><ul style="list-style-type: none">• 15% del total de Turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad• 10% de la población en general del distrito en edades de los 15 a los 65 años</div>
<div>Estructura de costes</div> <div><p>Los costos asociados serán los siguientes:</p><p>ASOCIADOS AL MANTENIMIENTO.</p><ul style="list-style-type: none">➤ Mantenimiento preventivo: limpieza<p>ASOCIADOS A LA PRESTACIÓN DE SERVICIO</p><ul style="list-style-type: none">➤ Refrigerio➤ Souvenir➤ Seguro contra accidentes➤ Publicidad</div>		<div>Flujos de ingresos</div> <div><p>Venta servicio principal:</p><ul style="list-style-type: none">➤ Paquetes turísticos<p>El medio de pago es de forma directa en efectivo</p><p>Publicidad en medios digitales, basado en marketing a través de redes sociales.</p><p>La estrategia de mercadeo está diseñada en base a la publicidad que se realizara a través de volates publicitarios, alianzas con Hoteles, Agencias de viaje y Restaurantes como estrategia para que los clientes conozcan la empresa y canalizar tráfico de clientes.</p></div>		
<div>LEAN CANVAS - NOMBRE DEL EMPRENDEDOR: FRANCISCO HERRERA EPINAYU FECHA: 10 de marzo CIUDAD: Riohacha, Ranchería La Plazoleta, CAMARONES</div>				