

Encanto Santa Cruz

Promoción turística



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?*

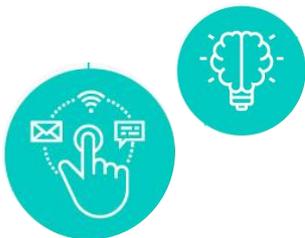


Desafío

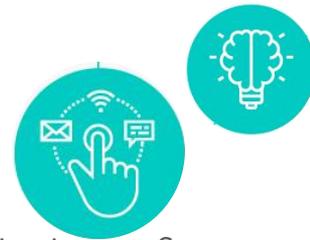
Las estadísticas obtenidas por el Ministerios de Producción, Comercio e Industria de Santa Cruz, evidencian que la principales inquietudes de los turistas en relación con la temporada estival 2020-2021 son: **la seguridad sanitaria y el factor económico**.

En este contexto, se observa una:

- Necesidad de reactivar el turismo en la Provincia de Santa Cruz, promoviendo el acceso a la información y servicios turísticos.
- Lograr que las empresas, pymes, y comercios relacionados al turismo, trabajen en forma conjunta para brindar una mejor experiencia al turista, a la vez de promocionar sus servicios.
- Ofrecer un servicio donde el el turista pueda armar, desde un abanico de servicios turísticos y complementarios, un itinerario de viaje seguro.



Solución



Al desafío planteado, planeamos solucionarlo creando un sitio ("Encanto Santa Cruz") con los siguientes fines:

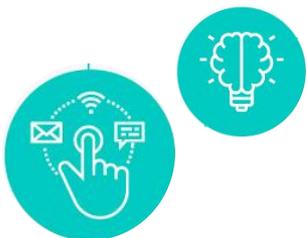
1. Brindar el espacio a todos los actores de la oferta de servicios relacionados con el turismo (hoteles, hosterías, excursiones, tiendas de regalos, transportes, etc.)
2. Integrar todas las etapas del viaje, teniendo la posibilidad de planear cada etapa con un óptimo calidad – precio. Permitir además el pago de los servicios desde la plataforma, a través de los medios que ya están extendidos en la actualidad
3. Promover que los proveedores del servicio, garanticen la seguridad sanitaria y la calidad en la prestación de servicios.
4. Dar a conocer los destinos turísticos de la provincia de Santa Cruz de una manera dinámica, inspiradora, atractiva y consolidada.
5. Capacitar a aquellos actores que no estén integrados dentro del desarrollo digital (mercado turístico) presente en la actualidad, de una forma activa desde el sitio y con asistencia por parte de consultores.
6. Promover el empleo, incluyendo una bolsa de trabajo en el mismo sitio.

Segmento de mercado

Dado que nuestros clientes son los proveedores de servicios de turismo y los turistas, el segmento de mercado apunta a ellos:

Agencias de Viaje, Cámaras Hoteleras, Empresas de Transporte (corta, mediana y larga distancia), Empresarios de Turismo, Cámaras de Comercio.

Por otro lado, los **usuarios** serán los turistas de todo el mundo; a quienes se les ofrecerá una plataforma traducida a los idiomas inglés, chino, alemán, francés e italiano.



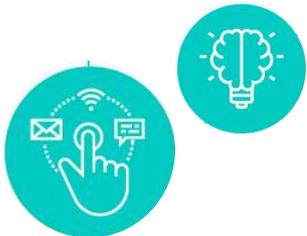
Aliados

El turismo es fundamental para la sustentabilidad económica de la provincia.

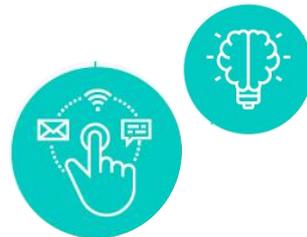
En este sentido, un aliado importante es la **Secretaría de Turismo, Producción, y Medio Ambiente**.

Por otro lado, al brindarle mayor visibilidad a todos los destinos, garantizando seguridad en este clima de incertidumbre y además, sentando las bases de identificación de este proyecto con la adquisición de paquetes de viaje, los **empresarios del rubro turístico** tendrán un beneficio en ventas.

No hay que olvidar a los **Recursos Humanos** presentes en la región dado que, desde distintas instituciones educativas, egresan técnicos y licenciados en Turismo.



Valor diferencial



- El principal valor diferencial es brindar una herramienta TIC que le brinde un espacio a todos los actores en el sector turístico provincial, algunos de los cuales son de vital importancia en la oferta de servicios, y actualmente están fuera del proceso de transformación digital. Asimismo esto marcará el inicio hacia una economía digitalizada, la cual será esencial en el mundo post-pandemia.
- Hacer hincapié en un planeamiento que tenga como eje la **seguridad sanitaria y la calidad en la prestación de servicios**, que impulse el crecimiento del sitio y su identificación con el planeamiento de viajes a la provincia de Santa Cruz.
- Como parte de la identificación del sitio, la publicación de destinos para su conocimiento por parte del público en general permitirá potenciarlos. Se trata de una ventana que muestre Sant

Proyección temporal

El tiempo de desarrollo del sitio incluye etapas de análisis, diseño, pruebas, e implementación de un Sistema Web, y es necesario que pueda estar operativo previo a la temporada 2020-2021.

No obstante, recordemos que se está planeando un cambio de paradigma en la forma de integrar los servicios, por lo que la sustentabilidad del sitio podrá ser extrapolada a otras regiones.

El plan de desarrollo inicial contempla un lapso de tiempo, teniendo una versión estable que permita el inicio del testeo. El lanzamiento del plan y el reclutamiento de los proveedores deberá ser conjunto con el desarrollo, a través de una campaña de publicidad facilitada por los gobiernos zonales, Web 2.0, social media, radio, entre otros. Se deben aprovechar los convenios firmados con otros países (como por ejemplo el firmado entre Calafate y la provincia China de Liaoning (que cuenta con 44 millones de personas y un PBI de 350 billones de dólares anuales) para hacerles llegar las novedades y de esta forma captar esos clientes internacionales.



Fuente de ingresos



En su primera etapa, la fuente de inversión deberá ser originaria de la inversión privada/ pública. Esta inversión será dirigida a cubrir los costos de desarrollo de la plataforma Web "Encanto Santa Cruz", la promoción y captación de clientes, las presentaciones y capacitaciones, la implementación del sistema, entre otros. La estimación inicial es 20.000 USD.

El mantenimiento del sitio y del soporte asociado se financiará con comisiones por venta de los distintos proveedores, dado que los mismos se verán beneficiados por garantizar su visibilidad a través del mismo. Además de el cobro de publicidades.

Algunos números: El período 2019-2020 atrajo más de 800.000 turistas a Santa Cruz (datos del Observatorio Económico de Turismo de Santa Cruz).

De acuerdo a esta fuente <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>, el turismo podría caer hasta un 80%. Esto hace que nuestro número se reduzca a 160.000 personas la temporada 20/21. Considerando una familia promedio de 3 personas, esto implica 50.000 familias. A un gasto promedio a través de la plataforma de 1000 USD promedio por familia, el ingreso total es de 50.000.000 USD. Si al servicio le cobramos un porcentaje por uso del 2%, la ganancia de la plataforma es de 20 USD por familia, que multiplicado por las 50.000 familias resulta: 1.000.000 USD.

Equipo y capacidades

- **Emiliano Aquino**, Analista/programador de software: Análisis, diseño, desarrollo de la Plataforma, pruebas, mantenimiento, capacitaciones.
- **Héctor Díaz**, Estudiante de Pregrado en Economía: Análisis financieros, marketing, capacitaciones.
- **María Orzanco**, Estudiante de secundaria: Testeos de la plataforma, promoción del sitio, capacitaciones.
- **Sebastian Pepey**, Ingeniero Electricista: Soporte al desarrollo y mantenimiento del sitio, interacción con proveedores, capacitaciones.
- **Griselda Rojas**, Ingeniera en Sistemas de Información: Análisis, diseño, apoyo al desarrollo de la Plataforma, pruebas, soporte a usuarios, interacción con proveedores, capacitaciones.
- **Verónica Mercedes Soliz García**, Desarrolladora de aplicaciones móviles: Apoyo al desarrollo de la Plataforma, mantenimiento, capacitaciones, soporte a usuarios.



Hackatón

EDICIÓN SANTA CRUZ

¡Muchas gracias!



socialab

MINISTERIO DE
LA PRODUCCIÓN
COMERCIO E INDUSTRIA



Pan American
ENERGY